ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ GERHARD REISCHL της 2ας Ιουλίου 1980 *

Κύριε πρόεδρε,
κύριοι δικαστές,

Η περί παραβιάσεως της Συνθήκης υπόθεση, στην οποία αναπτύσσω σήμερα τις προτάσεις μου, έχει ως αντικείμενο το αν η γαλλική κανονιστική ρύθμιση περί διαφημίσεως οινοπνευματωδών ποτών συμβιβάζεται με την απαγόρευση μέτρων ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικούς περιορισμούς επί των εισαγωγών, την οποία προβλέπει το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ.

Ο γαλλικός κώδικας περί ποτοπωλείων και μέτρων κατά του αλκοολισμού (décret της 8.2.1955, ordonnance 59-107 της 7.1.1959, στον τίτλο 1, άρθρο 1) κατανέμει τα ποτά σε πέντε ομάδες, προς το σκοπό ρυθμίσεως της παραγωγής τους, της διαθέσεώς τους σε πώληση και της καταναλώσεώς τους.

Η πρώτη ομάδα περιλαμβάνει τα μη οινοπνευματώδη ποτά. Η δεύτερη ομάδα, που προστέθηκε με την ordonnance 60-1253 της 29ης Νοεμβρίου 1960, περιλαμβάνει τα υποστάντα ζύμωση ποτά, όπως είναι ο οίνος, ο ζύθος, ο μηλίτης οίνος, ο αχλαδίτης, το υδρόμελι. Σ' αυτή την κατηγορία κατατάσσονται επίσης οι φυσικοί γλυκοί οίνοι που απολαύουν του φορολογικού καθεστώτος των οίνων, καθώς και το σιρόπι φραγκοσταφυλής και οι χυμοί φρούτων ή λαχανικών υποστάντων ζύμωση περιλαμβανόντων 1 έως 3° αλκοόλης. Υπάγονται στην τρίτη ομάδα οι φυσικοί γλυκοί οίνοι, εκτός αυτών που ανήκουν στη δεύτερη ομάδα, οι vins de liqueur, απεριτίφ με βάση τον οίνο και τα liqueurs από φράουλες, βατόμουρα, φραγκοσταφυλή ή κεράσια που δεν περιέχουν περισσότερο από 18° καθαρής αλκοόλης. Στην τέταρτη κατηγορία, η οποία προστέθηκε με το νόμο 57-725 της 27ης Ιουνίου 1957, κατατάσσονται οι ακόλουθες κατηγορίες ποτών: το ρούμι, η ταφία, οι αλκοόλες που προέρχονται από την απόσταξη οίνων, μηλίτη οίνου, αχλαδίτη ή φρούτων χωρίς προσθήκη αρωματικού ελαίου καθώς και τα liqueurs στα οποία έχει προστεθεί ζάχαρη, γλυκόζη ή μέλι σε αναλογία 400 γραμμαρίων τουλάχιστον ανά λίτρο για τα αρωματισμένα liqueurs και 200 γραμμαρίων τουλάχιστον ανά λίτρο για τα άλλα liqueurs και που δεν περιέχουν πλέον του ημίσεος γραμμαρίου αρωματικής ουσίας ανά λίτρο. Τέλος, η πέμπτη ομάδα περιλαμβάνει όλα τα άλλα οινοπνευματώδη ποτά.

Στο κεφάλαιο II, ιδίως στα άρθρα L 17 και L 18, ο κώδικας περί ποτοπωλείων και μέτρων κατά του αλκοολισμού ρυθμίζει τη διαφήμιση των ποτών. Σύμφωνα μ' αυτές τις διατάξεις, δεν υφίσταται κανένας περιορισμός ως προς τη διαφήμιση των ποτών που αναφέρονται στις ομάδες 1, 2 και 4, ενώ για τα ποτά της τρίτης ομάδας, η διαφήμιση περιορίζεται κατά τέτοιο τρόπο ώστε μόνο η ένδειξη του προϊόντος, η σύνθεσή του, η ονομασία του και η διεύθυνση

* Γλώσσα του πρωτοτύπου: η γερμανική.

του παραγωγού και των εμπόρων μπορούν να αναφέρονται. Τέλος, απαγορεύεται οποιαδήποτε διαφήμιση για όλα τα ποτά που κατατάσσονται στην πέμπτη ομάδα, επομένως για όλα τα οινοπνευματώδη ποτά που δεν αναφέρονται ρητά στο νόμο.

Ήδη η Επιτροπή επέκρινε αυτή την κανονιστική ρύθμιση με τη σύσταση 70/125/ΕΟΚ της 22ας Δεκεμβρίου 1969, που απηύθυνε στη Γαλλική Δημοκρατία και που αφορά τη ρύθμιση του εθνικού μονοπωλίου αλκοόλης εμπορικού χαρακτήρα (Abl. L 13 της 19.1.1970, σ. 29), διότι ήταν δυσμενής ιδίως για ορισμένα προϊόντα που μπορούν εκ παραδόσεως να θεωρηθούν ως προϊόντα άλλων κρατών μελών. Σε ανταλλαγείσα αργότερα μεταξύ Επιτροπής και Γαλλικής Κυβερνήσεως αλληλογραφία, η τελευταία υποστήριξε αντιθέτως ότι αυτή η κανονιστική ρύθμιση περί διαφημίσεως οινοπνευματωδών ποτών, η οποία δεν προβαίνει σε καμιά διάκριση λόγω καταγωγής αυτών των προϊόντων, χρησιμεύει στον αγώνα κατά του αλκοολισμού και, επομένως, είναι χρήσιμη για τη δημόσια υγεία. Αντιθέτως, η Επιτροπή επέμεινε στην άποψή της, κατά την οποία τα άρθρα L 17 και L 18 του κώδικα περί ποτοπωλείων και μέτρων κατά του αλκοολισμού είναι ικανά να παρεμποδίσουν την εισαγωγή στη Γαλλία οινοπνευματωδών ποτών άλλων κρατών μελών και συνιστούν, κατά συνέπεια, μέτρο ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό επί των εισαγωγών, κατά την έννοια του άρθρου 30 της Συνθήκης ΕΟΚ, μη δικαιολογούμενο από το άρθρο 36 της εν λόγω Συνθήκης.

Με έγγραφο της 4ης Ιουνίου 1976, η Επιτροπή κίνησε τη διαδικασία του άρθρου 169 της Συνθήκης ΕΟΚ. Η Γαλλική Κυβέρνηση, με έγγραφο της μόνιμης αντιπροσωπείας της, της 9ης Ιουλίου 1976, ενέμεινε στην άποψή της οπότε η Επιτροπή, με έγγραφο της 25ης Ιανουαρίου 1978, διατύπωσε αιτιολογημένη γνώμη έναντι της Γαλλικής Δημοκρατίας σύμφωνα με το άρθρο 169, παράγραφος 1, της Συνθήκης ΕΟΚ. Με έγγραφο της μόνιμης αντιπροσωπείας της, της 29ης Μαρτίου 1978, η Γαλλική Κυβέρνηση γνωστοποίησε τότε στην Επιτροπή ότι θα μελετούσε με εξαιρετική προσοχή αυτή τη γνώμη και θα πραγματοποιούσε νέα επαφή με την Επιτροπή το συντομότερο για να την ενημερώσει περί των προθέσεών της. Η Επιτροπή, μη λαβούσα έκτοτε καμία είδηση εκ μέρους της Γαλλικής Κυβερνήσεως, αποφάσισε να ασκήσει, στις 6 Ιουλίου 1978, ενώπιον του Δικαστηρίου, προσφυγή με την οποία ζητεί να αναγνωριστεί ότι η Γαλλική Κυβέρνηση, ρυθμίζουσα τη διαφήμιση των οινοπνευματωδών ποτών κατά τρόπο εισάγοντα διακρίσεις και διατηρούσα, έτσι, εμπόδια στο ενδοκοινοτικό εμπόριο, παρέβη τις υποχρεώσεις που υπέχει από το άρθρο 30 της Συνθήκης· ζητεί επί πλέον να καταδικαστεί η Γαλλική Δημοκρατία στα δικαστικά έξοδα.

Αντιθέτως, η Γαλλική Κυβέρνηση ζητεί την απόρριψη της προσφυγής της Επιτροπής και την καταδίκη της τελευταίας στα δικαστικά έξοδα.

1. Για να εκτιμηθεί η υπό κρίση υπόθεση, πρέπει κατ' αρχάς να διευκρινιστεί το ζήτημα, με το οποίο το Δικαστήριο δεν ασχολήθηκε μέχρι σήμερα, και που συνίσταται στο αν ο εθνικός περιορισμός της διαφημίσεως για ορισμένα οινοπνευματώδη ποσά, χωρίς να συνδέεται με τις εισαγωγές, μπορεί να συνιστά μέτρο ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό επί των εισαγωγών κατά την έννοια του άρθρου 30 της Συνθήκης ΕΟΚ. Ο σκοπός αυτής της διατάξεως είναι να διασφαλίσει την ελευθερία του εμπορίου μεταξύ των κρατών μελών υπό ομαλάς συνθήκας ανταγωνισμού. Το Δικαστήριο, με την προγενέστερη νομολογία του, σαφώς καθιέρωσε ότι οποιαδήποτε εμπορική κανονιστική ρύθμιση ή μέτρο των κρατών μελών *που μπορεί* να εμποδίσει άμεσα ή έμμεσα, πραγματικά ή

δυνάμει, το ενδοκοινοτικό εμπόριο, πρέπει να θεωρείται ως μέτρο ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικούς περιορισμούς (βλ. σχετικώς τις αποφάσεις της 11.7.1974, υπόθεση 8/74, Procureur du Roi κατά Benoît et Gustave Dassonville, Slg. 1974, σ. 837· της 8.7.1975, υπόθεση 4/75, Rewe-Zentralfinanz eGmbH κατά Landwirtschaftskammer, Slg. 1975, σ. 843· της 20.5.1976, υπόθεση 104/75, Adriaan de Peijper, Slg. 1976, σ. 613· της 15.12.1976, υπόθεση 35/76, Simmenthal SpA κατά Ministero delle Finanze της Ιταλίας, Slg. 1976, σ. 1871, και της 15.12.1976, υπόθεση 41/76, Suzanne Donckerwolcke και Henri Schou κατά Procureur de la République au tribunal de grande instance της Λίλλης και Directeur général des douanes et droits indirects, Slg. 1976, σ. 1921). Από αυτή ήδη τη διατύπωση προκύπτει ότι τα άρθρα 30 και επ. έχουν εφαρμογή όχι μόνο όταν η *διέλευση από τα σύνορα* ενός εμπορεύματος καθίσταται δυσχερέστερη, αλλά και όταν η *διάθεσή* του στο κράτος εισαγωγής εμποδίζεται σε σχέση με τα εγχώρια προϊόντα. Όπως είναι γνωστό, τα με αυτόν τον τρόπο απαγορευόμενα μέτρα μπορούν να εμφανιστούν υπό τις πλέον διαφορετικές μορφές.

Η νομολογία του Δικαστηρίου περί εθνικών μέτρων ελέγχου των τιμών μού φαίνεται ότι ενέχει ειδική σημασία για την επίλυση της υπό κρίση υποθέσεως. Το Δικαστήριο, με τις αποφάσεις της 26ης Φεβρουαρίου 1976, στην υπόθεση 65/75 (Riccardo Tasca, Slg. 1976, σ. 291) και στις συνεκδικασθείσες υποθέσεις 88 έως 90/75 (εταιρία SADAM και λοιποί κατά Comité interministériel des prix et ministre de l'industrie du commerce et de l'artisanat και λοιπών, Slg. 1976, σ. 323), στις οποίες επρόκειτο να αποφανθεί επί εθνικής διατάξεως σε θέματα τιμών, επιβεβαίωσε κατ' αρχάς την προαναφερθείσα ερμηνεία της εννοίας του μέτρου ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικούς περιορισμούς και περαιτέρω δήλωσε ότι:

«Παρ' όλον ότι μια ανωτάτη τιμή αδιακρίτως εφαρμοζόμενη στα εγχώρια και στα εισαγόμενα προϊόντα δεν συνιστά, αυτή καθεαυτή, μέτρο ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό, μπορεί, ωστόσο, να συνεπάγεται αυτό το αποτέλεσμα όταν ορίζεται σε τέτοιο επίπεδο ώστε η διάθεση των εισαγομένων προϊόντων καθίσταται είτε αδύνατη είτε δυσχερέστερη από τη διάθεση των εγχωρίων προϊόντων.» Η απόφαση της 24ης Ιανουαρίου 1978 στην υπόθεση 82/77 (Εισαγγελική αρχή του Βασιλείου των Κάτω Χωρών κατά Jacobus Philippus van Tiggele — κατωτάτη τιμή τζινέβρας — Slg. 1978, σ. 25) εκφράζεται κατά την αυτή έννοια.

Αυτή η ιδέα πρέπει επίσης να εφαρμοστεί στον εθνικό περιορισμό της διαφημίσεως για ορισμένα οινοπνευματώδη ποτά. Σχετικώς, πρέπει κατ' αρχάς να τονιστεί ότι, όπως έκρινε το Δικαστήριο με την απόφαση της 20ής Φεβρουαρίου 1979 στην υπόθεση 120/78 (Rewe-Zentral AG κατά Bundesmonopolverwaltung für Branntwein, Slg. 1979, σ. 649), ελλείψει κοινής κανονιστικής ρυθμίσεως της παραγωγής και της διαθέσεως στο εμπόριο της αλκοόλης και των οινοπνευματωδών ποτών, εναπόκειται στα κράτη μέλη να ρυθμίζουν, το καθένα στο έδαφός του, κάθε τι που αφορά αυτή την παραγωγή και αυτή τη διάθεση στο εμπόριο. Εμπόδια στην ενδοκοινοτική κυκλοφορία που προκύπτουν από διαφορές εθνικών νομοθεσιών περί διαθέσεως στο εμπόριο των εν λόγω προϊόντων πρέπει να γίνονται δεκτά, υπό τον όρο ότι αυτές οι διατάξεις, ανεξαρτήτως του γεγονότος ότι πρόκειται περί μέτρων εφαρμοστέων αδιακρίτως ή όχι, πρέπει να είναι απαραίτητες για να ικανοποιηθούν επιτακτικές ανάγκες όπως, για παράδειγμα, η προστασία της δημόσιας υγείας.

Ως άλλη προϋπόθεση — αυτή η ιδέα μπορεί να συναχθεί από τις αποφάσεις του Δικαστηρίου που αναφέρθηκαν ανωτέρω σχετι-

κά με εθνικές διατάξεις σε θέματα τιμών — πρέπει να απαιτείται όπως η εθνική κανονιστική ρύθμιση — ίσως αναγκαία — περί διαθέσεως στο εμπόριο, όπως για παράδειγμα ο περιορισμός της διαφημίσεως, μη καταλήγει στο να είναι δυσμενής για τα εισαγόμενα προϊόντα σε σχέση με τα ομοειδή εγχώρια προϊόντα. Είναι πρόδηλο ότι ένας περιορισμός διαφημίσεως για ορισμένα προϊόντα, ο οποίος εκτείνεται κυρίως σε εισαγόμενα προϊόντα, ενώ δεν αφορά εγχώρια ομοειδή προϊόντα, είναι δυνάμει ικανός να συνεπάγεται, για τους εισαγωγείς, περιοριστικό αποτέλεσμα του ανταγωνισμού. Σε παρόμοια περίπτωση, πρόκειται περί αυθαίρετης διακρίσεως ή περί συγκεκαλυμμένου περιορισμού στο εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, κατά την έννοια του άρθρου 36, παράγραφος 2, της Συνθήκης ΕΟΚ με συνέπεια οι εν λόγω διατάξεις να πρέπει να θεωρούνται ως μέτρα ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικούς περιορισμούς επί των εισαγωγών.

2. Στην προκειμένη περίπτωση, πρέπει να ακόμα να εξετασθεί αν η κανονιστική περί διαφημίσεως των οινοπνευματωδών ποτών ρύθμιση, που προβλέπει ο γαλλικός κώδικας περί ποτοπωλείων και μέτρων κατά του αλκοολισμού, είναι απαραίτητη και ικανή να ικανοποιήσει την επιτακτική ανάγκη προστασίας της δημόσιας υγείας και αν αυτή η συγκεκριμένη κανονιστική ρύθμιση δεν είναι δυσμενής για τα εισαγόμενα προϊόντα σε σχέση με τα ομοειδή εγχώρια προϊόντα. Οι δύο διάδικοι ομολογούν ότι είναι απαραίτητο να καταπολεμηθεί ο αλκοολισμός, ο οποίος συνιστά κίνδυνο για τη δημόσια υγεία. Συμφωνούν επίσης επί του ότι ο περιορισμός της διαφημίσεως των οινοπνευματωδών ποτών είναι κατ' αρχήν ικανός να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά αυτό τον κίνδυνο. Η αμφισβήτηση αφορά αποκλειστικά το αν η διαφήμιση των οινοπνευματωδών ποτών ρυθμίζεται στη Γαλλία κατά τρόπο εισάγοντα διακρίσεις, επομένως, αν η διαφορετική μεταχείριση αυτών των ποτών, σε συνάρτηση με τον αντίστοιχο βαθμό της βλαπτικότητάς τους, δικαιολογείται αντικειμενικά.

Σχετικώς, η Επιτροπή θεωρεί ότι η κατανομή πραγματοποιείται βάσει αδικαιολογήτων λόγων και χρησιμεύει κατ' αρχήν για να περιορίσει τη διάθεση στο εμπόριο μη γαλλικών ποτών. Μόνο η περιεκτικότητα σε αλκοόλη και, συμπληρωματικά, η περιεκτικότητα σε ζάχαρη και σε αρωματική ουσία μπορούσαν να γίνουν δεκτά ως αντικειμενικά κριτήρια της βλαπτικότητας. Όλα τα ποτά τα οποία, λαμβανομένων υπόψη αυτών των κριτηρίων, έχουν τις ίδιες ιδιότητες, θα έπρεπε, επομένως, να θεωρούνται ως ομοειδή και, επομένως, ως εξ ίσου επιβλαβή.

Αντιστρόφως, κατά τη Γαλλική Κυβέρνηση, εκτός αυτών των κριτηρίων, ολόκληρη σειρά άλλων παραγόντων πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για την εκτίμηση της βλαπτικότητας ορισμένων ποτών για την υγεία. Εδώ, θα έπρεπε ιδίως να αναφερθούν οι διάφορες μη οινοπνευματώδεις συνθέσεις που καθορίζουν τη γεύση των ποτών και, κατά συνέπεια, καταλήγουν σε καταναλωτικές συνήθειες που διαφέρουν από χώρα σε χώρα, και που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στον αγώνα κατά του αλκοολισμού. Επί πλέον, πρέπει να θεωρείται ότι ένα ποτό μπορεί να χρησιμοποιείται ως απεριτίφ ή ως χωνευτικό. Μπορεί να παρατηρηθεί στους καταναλωτές ισχυρή τάση προς τα απεριτίφ μεταξύ των οποίων θα έπρεπε επίσης να γίνει διάκριση μεταξύ των χαρακτηριζόμενων ως γλυκών, παρασκευαζόμενων κυρίως με βάση τον οίνο και αυτών που προέρχονται από άλλη αλκοόλη και που καταναλίσκονται αυτούσια ή αναμεμειγμένα με νερό. Αυτή η διάκριση φαίνεται να δικαιολογεί την κατάταξη των απεριτίφ με βάση τον οίνο μεταξύ των ποτών της τρίτης ομάδας, για τα οποία η διαφήμιση απλώς περιορίζεται και, αφετέρου, την κατάταξη των απεριτίφ με βάση άλλες αλκοόλες, όπως είναι τα αρωματισμένα

liqueurs, το ουίσκι και το «korn» στην πέμπτη ομάδα για την οποία απγορεύεται οποιαδήποτε διαφήμιση. Η γαλλική νομοθεσία αποτελεί σχετικώς λογική συνολική κανονιστική ρύθμιση που ανταποκρίνεται στις διάφορες συνήθειες των καταναλωτών. Τα ποτά της τρίτης και της τέταρτης ομάδας έχουν αποτελέσματα διαφορετικά από υγιεινή άποψη και, επομένως, λογικά κατατάσσονται σε διαφορετικές ομάδες. Τέλος, το γεγονός ακριβώς ότι οι δύο ομάδες για τις οποίες περιορίζεται ή απαγορεύεται η διαφήμιση περιλαμβάνουν και ποτά γαλλικής καταγωγής αποδεικνύουν ότι δεν υπήρχε πρόθεση να επιφυλαχθεί δυσμενής μεταχείριση στα μη γαλλικά ποτά.

Εν τούτοις, αυτή η επιχειρηματολογία της Γαλλικής Κυβερνήσεως δεν είναι πειστική για διάφορους λόγους. Πράγματι, σημαντικό ως προς το αν βρισκόμαστε ενώπιον μέτρου ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό επί των εισαγωγών δεν είναι το ότι *υπήρξε πρόθεση,* με το εν λόγω μέτρο, να παρεμβληθούν εμπόδια στο εμπόριο, αλλά μάλλον το ότι η κανονιστική ρύθμιση είναι *ικανή* να αποτελέσει εμπόδιο στο εμπόριο. Επί πλέον, το γεγονός ότι τα εγχώρια προϊόντα και αυτά θίγονται από το αποτέλεσμα μέτρου που εμποδίζει το εμπόριο δεν συνεπάγεται την κατάργηση της παρεμποδίσεως των εισαγωγών. Όπως απέδειξα στην αρχή των παρουσών προτάσεων βρισκόμαστε, αντιθέτως, ενώπιον μέτρου ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό επί των εισαγωγών από τη στιγμή που τα εισαγόμενα προϊόντα βρίσκονται σε δυσμενέστερη θέση από αυτή των ομοειδών εγχωρίων προϊόντων ή των προϊόντων τα οποία ανταγωνίζονται και για το λόγο αυτό τα τελευταία αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Όταν εξετάζεται το ζήτημα σε ποιο βαθμό τα διάφορα ποτά είναι ομοειδή ή ανταγωνιστικά μεταξύ τους, πρέπει κατ' αρχάς να διαπιστωθεί ότι, κατά τη γαλλική κανονιστική ρύθμιση, η διαφήμιση για τα οινοπνευματώδη οίνου, φρούτων, σιτηρών και ζαχαροκάλαμου δεν υπόκειται σε κανένα περιορισμό, ενώ, από την άλλη πλευρά, δεν επιτρέπεται καμία διαφήμιση των οινοπνευματωδών που παρασκευάζονται με μελάσσα, πατάτα ή άλλα βασικά προϊόντα. Όπως δείχνει η απόφαση της 27ης Φεβρουαρίου 1980 που εκδόθηκε στην υπόθεση 168/78 (Επιτροπή κατά Γαλλικής Δημοκρατίας), στην οποία πρόκειτο περί της διαφορετικής φορολογήσεως του αποστάγματος οίνου και φρούτων, αφενός, και τζινέβρας και λοιπών αποσταγμάτων σιτηρών, αφετέρου, η Γαλλία έχει σημαντική παραγωγή προϊόντων που μπορούν να καταταγούν στην αναφερθείσα πρώτη ομάδα, όπως, για παράδειγμα, το κονιάκ, το armagnac ή το calvados. Αντιθέτως, η Γαλλία δεν έχει σημαντική παραγωγή τζινέβρας ή των λοιπών αποσταγμάτων σιτηρών όπως είναι το aquavit, η τζινέβρα, το gin, το «korn» και το ουίσκι που εισάγονται κατά το μεγαλύτερο μέρος. Στην προαναφερθείσα υπόθεση, η Γαλλική Κυβέρνηση είχε επίσης επιχειρήσει να δικαιολογήσει τη διαφορά του φορολογικού συστήματος με το γεγονός ότι η κανονιστική ρύθμιση, συνδεόμενη με τις συνήθειες των καταναλωτών και με διαφορετικούς σκοπούς χρήσεως, ευνοεί την προστασία της δημόσιας υγείας. Το Δικαστήριο, με την απόφαση της 27ης Φεβρουαρίου 1980, απέρριψε αυτή την επιχειρηματολογία και σαφώς επισήμανε ότι η διάκριση που αποτελεί τη βάση της γαλλικής φορολογικής πρακτικής δεν είχε καμιά αντικειμενική αξία για το άρθρο 95 της Συνθήκης ΕΟΚ. Τόνισε ιδίως ότι τα εν λόγω προϊόντα, ανεξαρτήτως των αντιστοίχων χαρακτηριστικών τους, ανήκουν σε είδος που διακρίνεται από τα άλλα οινοπνευματώδη ποτά λόγω σχετικώς υψηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλη. Τα αποστάγματα σιτηρών, συμπεριλαμβανομένης της τζινέβρας, ως προϊόντα αποστάξεως, έχουν με τα άλλα αποστάγματα επαρκώς κοινές ιδιότητες για να αποτελέσουν, τουλάχιστον σε ορισμένες περιπτώσεις, εναλλακτική επιλογή για τον καταναλωτή. Λόγω της ιδιότητάς τους, τα αποστάγματα σιτηρών και η τζινέβρα μπο-

ρούν να καταναλίσκονται υπό τις πλέον διαφορετικές συνθήκες και να ανταγωνίζονται συγχρόνως τα χαρακτηριζόμενα ως «απεριτίφ» και «χωνευτικά» ποτά κατά τη γαλλική φορολογική πρακτική, χρησιμοποιούμενα συγχρόνως σε χρήσεις που δεν εντάσσονται σε καμιά από τις δυο αυτές κατηγορίες. Αυτή η πολλαπλή χρήση επιτρέπει να θεωρηθεί ότι τα εν λόγω ποτά είναι ομοειδή ή τουλάχιστον ανταγωνιστικά μεταξύ τους. Λαμβανομένης υπόψη αυτής της ανταγωνιστικής σχέσεως και της δυνατότητας υποκαταστάσεως του ενός ποτού στο άλλο, η προστατευτική φύση του επικρινομένου από την Επιτροπή φορολογικού συστήματος είναι πρόδηλη.

Όπως ορθώς τόνισε η Επιτροπή, αυτά τα συμπεράσματα πρέπει να εφαρμοστούν όχι μόνο στο άρθρο 95 αλλά και στα άρθρα 30 και 36 της Συνθήκης ΕΟΚ. Εφόσον όλα τα αποστάγματα χαρακτηρίζονται από περίπου ίση περιεκτικότητα σε αλκοόλη και σε ζάχαρη, συνιστούν στον ίδιο βαθμό κίνδυνο για τη δημόσια υγεία. Η πολλαπλή χρήση που επισήμανα αποδεικνύει ακριβώς ότι, αντικειμενικώς, δεν δικαιολογείται και η υπαγωγή των εν λόγω ποτών σε διαφορετικό σύστημα από την άποψη της βλαπτικότητάς τους με την επίκληση της προστασίας της δημόσιας υγείας. Η προστατευτική φύση της διαφορετικής κανονιστικής ρύθμισης της διαφημίσεως για τις διάφορες κατηγορίες αποσταγμάτων, που επέκρινε η Επιτροπή, συνίσταται στο ότι σημαντικό τμήμα της εγχώριας παραγωγής, δηλαδή τα αποστάγματα οίνου, φρούτων και ζακχαροκάλαμου, υπάγονται σε ευνοϊκό σύστημα σε σχέση με τα άλλα προϊόντα που εισάγονται σχεδόν καθ' ολοκληρία από άλλα κράτη μέλη. Εξάλλου, τα αρωματικά οινοπνευματώδη ποτά, παρ' όλον ότι συνιστούν εξαιρετικά σοβαρό κίνδυνο για τη δημόσια υγεία, λόγω της περιεκτικότητάς τους σε ανηθόλη, είναι ομοειδή με τα άλλα αποστάγματα.

Τέλος, το επιχείρημα της Γαλλικής Κυβερνήσεως κατά το οποίο το ουίσκι μπόρεσε να αυξήσει τη μερίδα του στην αγορά παρά το εκτιθέμενο μειονέκτημα δεν αποδεικνύει, ούτε αυτό, ότι δεν υφίσταται το προστατευτικό αποτέλεσμα. Σχετικώς, αρκεί να διαπιστωθεί ότι δυνάμει εμπόδιο στο εμπόριο αρκεί για την ύπαρξη μέτρου ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό επί των εισαγωγών και ότι, επί πλέον, όπως ανέφερα στις προτάσεις μου στην υπόθεση 168/78, μια τέτοια τάση μπορεί να έχει άλλες αιτίες.

Σχετικώς, θα ήθελα επίσης να αναφέρω το επιχείρημα της Επιτροπής, κατά το οποίο, όσον αφορά τα αρωματικά οινοπνευματώδη ποτά για τα οποία απαγορεύεται η διαφήμιση, υφίσταται ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τα άλλα αποστάγματα που κατατάσσονται στην πέμπτη ομάδα, λόγω του ότι η διαφήμιση δεν περιορίζεται για τα liqueurs από σπόρους γλυκάνισου που ανήκουν στην τέταρτη ομάδα. Οι παραγωγοί των αρωματισμένων με γλυκάνισο οινοπνευματωδών ποτών που είναι γνωστά στη Γαλλία έχουν έτσι τη δυνατότητα, προσθέτοντας τους όρους «liqueurs» ή «anisette», να κάνουν έμμεση διαφήμιση για τα προϊόντα για τα οποία απαγορεύεται η διαφήμιση. Ο καταναλωτής συνδέει τα ονόματα των παρασκευαστών, βάσει ιδίως της μεγάλης παράδοσης αυτών των επιχειρήσεων, με τα αντίστοιχα αποστάγματα με βάση το γλυκάνισο. Μια τέτοια δυνατότητα έμμεσης διαφήμισης δεν υφίσταται, ωστόσο, για τους παρασκευαστές του ουίσκι για παράδειγμα.

Είμαι της γνώμης ότι αυτό το επιχείρημα δεν θα μπορούσε να είναι πειστικό παρά μόνο αν, τα εν λόγω liqueurs από σπόρους γλυκάνισου δεν θεωρούνταν στην πραγματικότητα στη γαλλική αγορά ως ανεξάρτητη κατηγορία ποτών κατατασσόμενη μεταξύ των liqueurs και αν υφίστατο έτσι δυνατότητα συγχύσεως. Στην περίπτωση που ο

Γάλλος καταναλωτής δεν θα ήταν πράγματι σε θέση να διακρίνει μεταξύ των liqueurs από σπόρους γλυκάνισου και των αρωματισμένων με γλυκάνισο οινοπνευματωδών ποτών, οι μη Γάλλοι παραγωγοί αποσταγμάτων, ιδίως, που δεν μπορούν να διαθέτουν αυτή τη δυνατότητα έμμεσης διαφήμισης, είτε για πραγματικούς λόγους είτε διότι το όνομα της επιχείρησής τους στη γαλλική αγορά δεν είναι αρκετά γνωστό, θα βρίσκονταν σε δυσμενή θέση σε σχέση με τους Γάλλους παραγωγούς.

Τέλος, λαμβάνοντας ως βάση τα κριτήρια που καθιέρωσε η νομολογία του Δικαστηρίου, δεν δικαιολογείται η κατάταξη των άλλων οινοπνευματωδών ποτών στις διάφορες ομάδες και καταλήγει στο να βρίσκονται τα ξένα προϊόντα σε δυσμενή θέση σε σχέση με τα ομοειδή ή ανταγωνιστικά εγχώρια προϊόντα.

Πρέπει, επομένως, να γίνει δεκτό ότι τα liqueurs περιεκτικότητας σε αλκοόλη ανώτερης των 18°, που γλυκαίνονται με την προσθήκη ζάχαρης, γλυκόζης ή μελιού, για παράδειγμα τα καθαρώς γαλλικά προϊόντα, όπως είναι το Cointreau, το grand Marnier, το Chartreuse κατατάσσονται στην τέταρτη ομάδα, για την οποία κανένας περιορισμός της διαφημίσεως δεν προβλέπεται. Αντιθέτως, τα liqueurs από φράουλες, βατόμουρα, μηλίτη οίνο ή κεράσια, των οποίων η περιεκτικότητα σε καθαρή αλκοόλη δεν υπερβαίνει τους 18°, κατατάσσονται στην τρίτη ομάδα ποτών για τα οποία η διαφήμιση δεν μπορεί να γίνει παρά σε περιορισμένο βαθμό. Τα τελευταία αυτά liqueurs, που αναμφισβητήτως έχουν περιεκτικότητα σε ζάχαρη σχεδόν ίση και που παράγονται επίσης σε μεγάλη ποσότητα σε άλλα κράτη μέλη, υπάγονται, επομένως, σε αυστηρότερο σύστημα παρά τα liqueurs μεγαλύτερης περιεκτικότητας σε αλκοόλη. Όπως είναι γνωστό από την απόφαση επί της υποθέσεως 120/78 (Rewe), αυτή η διαφορά συστήματος δεν μπορεί να δικαιολογηθεί από την άποψη της προστασίας της δημόσιας υγείας. Στην αναφερθείσα υπόθεση, η άδεια εισαγωγής ποσότητας μηλίτη οίνου από την Dijon της Γαλλίας, στην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας δεν δόθηκε από την ομοσπονδιακή διοίκηση του μονοπωλίου αποσταγμάτων με αναφορά ιδίως στην προστασία της δημόσιας υγείας. Σχετικώς, η Γερμανική Κυβέρνηση υποστήριξε ότι ο καθορισμός ελαχίστης ποσότητας σε αλκοόλη από την εθνική νομοθεσία είχε ως σκοπό να αποφευχθεί η διάδοση οινοπνευματωδών ποτών στην εθνική αγορά, ιδίως οινοπνευματωδών ποτών με μικρή περιεκτικότητα σε αλκοόλη, διότι τέτοια προϊόντα θα μπορούσαν, κατά τη γνώμη της, να προκαλέσουν ευκολότερα την απόκτηση συνηθείας για ποτά μεγαλύτερου αλκοολικού τίτλου. Το Δικαστήριο ρητώς απέρριψε αυτή την επιχειρηματολογία με την αιτιολογία ότι, ο καταναλωτής μπορεί να προμηθευτεί στην αγορά εξαιρετικά μεγάλη ποικιλία προϊόντων μικρής ή μέσης περιεκτικότητας σε αλκοόλη και ότι, επί πλέον, σημαντικό μέρος οινοπνευματωδών ποτών με υψηλό αλκοολικό τίτλο διατίθενται ελευθέρως στο εμπόριο στη γερμανική αγορά και καταναλίσκονται συνήθως διαλελυμένα. Αυτή η σκέψη πρέπει, χωρίς καμιά αμφιβολία, να εφαρμοστεί και στην υπό κρίση υπόθεση.

Επί πλέον, κατά τη γαλλική κανονιστική ρύθμιση, οι vins de liqueur, όπως το Porto, το Malaga, το Sherry και το Madère, πρέπει να καταταγούν στην τρίτη ομάδα των ποτών, για την οποία η διαφήμιση είναι περιορισμένη, ενώ τα καθαρώς γαλλικά ποτά όπως, το Avèze και το Suze, που αναμφισβήτητα έχουν ισοδύναμη περιεκτικότητα σε αλκοόλη και σε ζάχαρη και που αποβλέπουν στο να ικανοποιήσουν τις ίδιες συνήθειες των καταναλωτών, κατατάσσονται στην τέταρτη ομάδα και δεν υπάγονται, επομένως, σε κανένα περιορισμό όσον αφορά τη διαφήμιση. Ακόμα και αν αυτές οι κατηγορίες ποτών διαφέρουν ως προς τη γεύση, αυτό το κριτήριο δεν παρέχει επαρκή βάση διακρίσεως ως προς τη βλαπτικότητα των εν λόγω ποτών εφόσον, όπως το

Δικαστήριο έκρινε στην υπόθεση 168/78, παρουσιάζει μεγάλη ποικιλία μέσα στο χρόνο και το χώρο, για να μπορέσει να παράσχει μόνο του επαρκώς ασφαλή βάση διακρίσεως που να επιτρέπει την οριοθέτηση.

Τέλος, η Επιτροπή επισύρει, ορθώς, την προσοχή επί του γεγονότος ότι στη δεύτερη ομάδα των ποτών, για την οποία δεν προβλέπεται κανένας περιορισμός διαφημίσεως και στην οποία κατατάσσονται εν γένει τα οινοπνευματώδη ποτά που παράγονται κατόπιν ζυμώσεως, όπως είναι ο ζύθος και ο οίνος, απαντώνται επίσης οι φυσικοί γλυκοί οίνοι, οι οποίοι υπάγονται στη γαλλική φορολογική κανονιστική ρύθμιση των αλκοολών. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί απεριορίστως να διαφημίζονται οι vins de liqueur, αποκλειστικώς γαλλικής καταγωγής, ενώ οι άλλοι vins de liqueur οι οποίοι, βάσει όλων των προσφόρων κριτηρίων πρέπει να θεωρούνται ως ομοειδή ή τουλάχιστον ανταγωνιστικά προϊόντα, κατατάσσονται στην τρίτη ομάδα και υπόκεινται, επομένως, σε περιορισμό ως προς τη διαφήμιση. Αυτό εφαρμόζεται επίσης στα σιρόπια φραγκοσταφυλής, μεταξύ των οποίων, όπως μπορεί να συναχθεί από το décret της 28ης Ιουλίου 1908, το οποίο ρυθμίζει τη σύνθεση και την ένδειξη αυτού του ποτού, περιλαμβάνονται αποκλειστικώς τα αποκαλούμενα «cassis» της Dijon, επομένως αποκλειστικώς εθνικά ποτά. Αντιθέτως, για τα ομοειδή ανταγωνιστικά προϊόντα από την άποψη των καταναλωτών, όπως είναι τα liqueurs φρούτων προελεύσεως άλλων κρατών μελών, τα οποία κατατάσσονται στην τρίτη ομάδα, υφίστανται περιορισμοί ως προς τη διαφήμιση με συνέπεια, όσον αφορά τη διάθεσή τους στο εμπόριο, τα εν λόγω προϊόντα να βρίσκονται σε δυσμενή θέση σε σχέση με τα εγχώρια προϊόντα, χωρίς αυτή η διαφοροποίηση να φαίνεται δικαιολογημένη για λόγους σχετικούς με τη βλαπτικότητά τους για τη δημόσια υγεία.

Βάσει των προηγουμένων σκέψεων, έχω την πεποίθηση ότι ο γαλλικός κώδικας περί ποτοπωλείων και μέτρων κατά του αλκοολισμού, ο οποίος προβλέπει διαφορετική κανονιστική ρύθμιση της διαφημίσεως διαφόρων οινοπνευματωδών ποτών συνιστά μέτρο ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό επί των εισαγωγών, που απαγορεύεται από το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ, εφόσον η κατανομή στην οποία προβαίνει είναι ικανή να περιαγάγει σε δυσμενή θέση τα ξένα ποτά σε σχέση με τα εγχώρια προϊόντα, παρ' όλον ότι τα μεν και τα δε πρέπει να θεωρούνται ως ομοειδή ή ανταγωνιστικά ως προς τη βλαπτικότητά τους για τη δημόσια υγεία.

3. Εν συμπεράσματι προτείνω, επομένως, να αναγνωρισθεί ότι η Γαλλική Δημοκρατία, ρυθμίζοντας τη διαφήμιση των οινοπνευματωδών ποτών κατά τρόπο εισάγοντα διακρίσεις και διατηρώντας, έτσι, εμπόδια στο ενδοκοινοτικό εμπόριο, παρέβη τις υποχρεώσεις που υπέχει από το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ.