Par ces motifs,

LA COUR

déclare et arrête:

1) **L'Irlande a manqué aux obligations qui lui incombent en vertu du traité en organisant une campagne pour la promotion de la vente et de l'achat de produits irlandais sur son territoire.**

2) **La partie défenderesse est condamnée aux dépens.**

Mertens de Wilmars Pescatore O'Keeffe

Everling Mackenzie Stuart Bosco Koopmans

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 24 novembre 1982.

Le greffier

P. Heim

Le président

J. Mertens de Wilmars

CONCLUSIONS DE L'AVOCAT GÉNÉRAL M. FRANCESCO CAPOTORTI, PRÉSENTÉES LE 15 SEPTEMBRE 1982 [1]

Monsieur le Président,
Messieurs les Juges,

1. Dans la présente affaire, la Commission a utilisé la voie de recours prévue par l'article 169, alinéa 2, du traité CEE pour reprocher à la république d'Irlande d'avoir violé l'article 30 de ce même traité, à la suite de certaines initiatives, de caractère surtout publicitaire, adop-

1 — Traduit de l'italien

tées en vue de promouvoir la vente de produits irlandais. Il s'agit donc essentiellement d'établir si ces initiatives entrent dans la notion de «mesures d'effet équivalant à des restrictions quantitatives à l'importation».

En ce qui concerne les faits, rappelons que, par une lettre du 28 mai 1979, la Commission a ouvert la procédure régie par l'article 169, alinéa 1, du traité CEE en invitant le gouvernement irlandais à présenter ses observations quant à la compatibilité avec le droit communautaire d'une série de mesures qu'il avait prises dans le cadre du programme triennal pour la promotion de la vente des produits irlandais, annoncé en janvier 1978. Ainsi qu'il était précisé spécialement aux pages 3 et 4 de la lettre, les mesures qui, selon la Commission, apparaissaient contraires à l'article 30 cité étaient les suivantes:

a) l'institution d'une marque de fabrique «Guaranteed Irish» et la possibilité pour le consommateur de s'adresser à l'Irish Goods Council — association financée et contrôlée par le gouvernement irlandais — pour d'éventuelles réclamations concernant les produits portant cette marque;

b) la création du «Shoplink-Service», destiné à fournir aux consommateurs des informations sur les produits fabriqués en Irlande, et cela par l'intermédiaire de cinq centres situés respectivement à Dublin, à Cork, à Limerick, à Waterford et à Galway;

c) la promotion de différentes formes de publicité des produits irlandais par l'Irish Goods Council;

d) la réserve aux seuls produits nationaux des possibilités d'exposition offertes par l'Ireland House Trade Centre de Dublin, organisme qui dispose d'une superficie équipée de plus de 2 kilomètres carrés et qui est géré par l'Irish Goods Council.

Par une lettre du 20 juillet 1979, le gouvernement irlandais a reconnu qu'il avait adopté, en 1978, un programme triennal destiné à promouvoir la vente de produits irlandais, et il informait la Commission qu'il était sur le point d'étendre aux produits communautaires d'importation les possibilités d'exposition offertes par l'Ireland House Trade Centre, ainsi que les avantages liés au «Shoplink-Service». Mais ces propositions étant demeurées lettre morte, la Commission a donc constaté, par l'avis motivé du 25 février 1981, que les autorités irlandaises n'avaient mis fin à aucune des mesures indiquées ci-dessus et confirmé son grief adressé à l'Irlande d'avoir violé l'article 30 du traité CEE.

Le 5 mai 1981, une réunion entre fonctionnaires de la Commission et fonctionnaires irlandais a permis à ces derniers de faire savoir que le gouvernement irlandais avait décidé de supprimer tant le système du «Shoplink-Service», que la possibilité d'exposition à l'Ireland House Trade Centre. En revanche, en ce qui concerne les deux autres groupes de mesures, aucune assurance ou information nouvelle n'a été fournie par le gouvernement irlandais. La Commission a donc décidé, le 15 septembre 1981, d'introduire le recours que nous nous apprêtons à examiner.

2. La limitation des mesures irlandaises, communiquée à la Commission le 5 mai 1981, a évidemment réduit la portée du litige; d'autre part, les initiatives publicitaires n'ont pas cessé, semble-t-il, après la fin du programme triennal 1978-1981. A cet égard, il convient de rappeler que l'Irish Goods Council a financé et mené,

au moins à partir de 1978, une vaste campagne publicitaire en faveur des produits irlandais, en invitant les commerçants à les vendre et les consommateurs à les acheter. La campagne a été réalisée par l'intermédiaire de la presse quotidienne et périodique ainsi qu'au moyen de la télévision et de la radio: par exemple, l'Irish Times du 24 juin 1981 rappelait l'annonce «exigez les produits garantis irlandais — faites pencher la balance», tandis que la publicité télévisée et radiophonique se servait du slogan «achetez davantage de produits irlandais et créez des postes de travail en Irlande». Nous observons que l'un des buts de cette campagne publicitaire était certainement de remplacer les produits importés par des produits nationaux. Cela se déduit nettement du discours prononcé par le ministre de l'industrie, M. Desmond O'Malley, le 18 janvier 1978: à cette occasion, le ministre a affirmé, notamment, que l'objectif du programme triennal du gouvernement en faveur des produits irlandais était «la substitution de la production irlandaise aux importations, jusqu'à concurrence de 3 % de l'ensemble des frais de consommation, ainsi qu'une augmentation correspondante dans la part des dépenses de l'industrie». Les déclarations faites le 9 avril 1981 par le ministre de l'environnement, M. Raphael Burke, qui se référa de nouveau aux initiatives du gouvernement «pour promouvoir la substitution des importations» étaient de même ton; il annonça, en particulier, qu'un groupe spécial de travail composé des représentants des organisations des producteurs, des travailleurs et de l'administration publique, et chargé «d'examiner les mesures susceptibles de favoriser la substitution des importations et l'augmentation du volume des achats de produits irlandais», avait presenté un «programme intensif» prévoyant notamment la rédaction d'un répertoire des matériaux irlandais de construction. Toutefois, selon les affirmations du gouvernement irlandais, ce groupe a cessé de fonctionner en juin 1981.

En définitive, il nous semble que les faits constatés, de caractère continu, sur lesquels il faut concentrer notre attention dans le cadre de la présente affaire, sont les suivants: le gouvernement irlandais contrôle et finance de manière importante l'Irish Goods Council; ce conseil déploie une large activité de promotion des ventes des produits irlandais; le gouvernement irlandais a appuyé cette campagne de propagande au moyen également de quelques prises de position officielles et par une certaine collaboration des ministères compétents.

3. Quelle est la position de l'Irish Goods Council dans l'ordre juridique irlandais? Il s'agit d'une association (plus précisément une «Company limited by guarantee and not having a share capital»), formée d'un certain nombre de représentants de sociétés commerciales (company managers, company executives, accountants), ouverte à l'admission d'autres membres — individus ou sociétés — et ayant comme buts principaux de promouvoir la vente de biens et de services irlandais en Irlande, de contribuer à l'amélioration du niveau technique et qualitatif des produits irlandais (et des méthodes de présentation, de distribution et d'introduction sur le marché, qui s'y rapportent), de fournir un large service d'information concernant les biens et les services irlandais (voir Mémorandum de l'association, article 2, lettres *b, c, d, e*).

Les liens entre le gouvernement irlandais et l'Irish Goods Council sont très étroits. Il suffira de signaler que toute modification de l'acte constitutif et du statut (respectivement appelés «Memorandum» et «Articles of association»), exige l'approbation du ministre de l'industrie — sur certains points, après consultation du

ministre des finances — (article 4 du Memorandum of association); que tous les membres du conseil de direction sont nommés par le ministre de l'industrie, qui choisit également le président (articles 32 et 44 des «Articles of association»); que les contrôleurs des comptes sont nommés avec l'approbation du ministre de l'industrie après consultation du ministre des finances (article 60 des «Articles of association»), et que le chiffre des contributions gouvernementales au budget de l'organisme représentait, dans les années 1978 à 1981, une part variant des quatre cinquièmes aux cinq sixièmes du total des fonds de l'association (ainsi qu'il résulte de la réponse du gouvernement irlandais aux questions posées par la Cour, et en particulier du tableau indiquant le *financement* gouvernemental à côté de la *contribution* de l'industrie).

Compte tenu de ces éléments, nous estimons que l'Irish Goods Council présente un aspect équivalant à celui d'une institution publique dotée de fonctions auxiliaires dans le domaine de l'économie; plus exactement, il constitue un instrument qui: a) poursuit des buts coïncidents ou parallèles par rapport à certaines finalités propres du gouvernement irlandais, quant au développement des activités économiques nationales, et b) peut être utilisé ou influencé par ce gouvernement. Toutefois, cela ne signifie pas que la position du Council soit celle d'une «autorité» publique: il n'est pas un organe de l'État, il n'exerce aucun pouvoir sur les citoyens, il n'adopte aucun acte ayant des effets obligatoires pour les particuliers. Il est donc vrai, à notre avis, que les initiatives de l'Irish Goods Council peuvent être considérées comme des initiatives du gouvernement irlandais, spécialement lorsqu'elles sont insérées dans un programme ouvertement soutenu par les autorités ministérielles (comme cela s'est produit en l'espèce); mais il ne faut pas oublier que le Council n'est qu'un instrument auxiliaire de l'État et qu'aucune de ses initiatives ne peut être qualifiée d'acte d'une autorité publique.

4. Les considérations développées jusqu'ici permettent d'établir que le financement de l'Irish Goods Council par le gouvernement irlandais ne constitue pas un comportement qui soit susceptible d'être apprécié de manière autonome à la lumière du droit communautaire, mais n'est qu'une des preuves du lien existant entre ce gouvernement et le Council. Nous ne partageons donc pas l'affirmation contenue dans la réponse de la Commission aux questions qui lui ont été adressées par la Cour, selon laquelle le financement mentionné serait, en lui-même, une mesure d'effet équivalent au sens de l'article 30. Ce n'est certainement pas le financement public de l'Irish Goods Council qui entrave les importations en provenance d'autres États membres; ce sont plutôt certaines initiatives du Council qui risquent d'avoir des effets négatifs sur les échanges intracommunautaires, et le financement public est un élément important lorsque l'on s'interroge sur le rapport existant entre ces initiatives et le gouvernement irlandais.

Cela étant clarifié, il faut aborder le problème central de cette affaire: c'est-à-dire si une campagne publicitaire en faveur des produits nationaux, que l'on peut estimer imputable au gouvernement d'un État membre soit parce qu'elle est effectuée par une institution qu'il finance et contrôle soit parce qu'elle est soutenue par des discours de ministres et par la coopération technique de l'administration publique, entre ou non dans le cadre de l'interdiction de mesures d'effet équivalant à des restrictions quantitatives à l'importation (article 30 du traité CEE).

Nous dirons tout de suite que, à notre avis, le problème ne peut pas être résolu sur la base des arguments textuels que la Commission invoque, en les déduisant de sa directive 70/50 du 22 décembre 1969, portant «suppression des mesures d'effet équivalant à des restrictions quantitatives à l'importation non visées par d'autres dispositions prises en vertu du traité CEE». Selon son article 2, paragraphe 2, entrent dans le cadre de cette directive «... les mesures qui favorisent les produits nationaux ou leur accordent une préférence, autre qu'une aide, assortie ou non de conditions»; et parmi celles-ci, il faut énumérer en particulier, comme le précise le paragraphe 3, lettre *k)*, du même article, les mesures qui «font obstacle à l'achat par des particuliers des seuls produits importés, ou *incitent à l'achat des seuls produits nationaux*, ou imposent cet achat ou lui accordent une préférence». Dans le préambule de la directive, au second considérant, il est expliqué à ce sujet que «il y a lieu d'entendre par incitations tous actes émanant d'une autorité publique, qui, sans lier juridiquement leurs destinataires, déterminent ceux-ci à tenir un certain comportement». En vérité, même si l'on pouvait apercevoir dans la disposition citée du paragraphe 3, lettre *k)*, une forme d'interprétation normative de la notion de mesures d'effet équivalent contenue dans l'article 30 du traité CEE (c'est-à-dire une forme d'interprétation ayant des effets obligatoires généraux), il y aurait lieu de douter que la propagande déployée, dans le cas d'espèce, par une institution liée au gouvernement irlandais mais privée de la qualité d'autorité publique, se prête à être qualifiée d'acte d'incitation posé par une autorité publique et susceptible de déterminer le comportement des destinataires: ce type d'acte fait penser plutôt à la recommandation adressée par un organisme public à des offices dépendants, pour les induire à acheter les seuls produits nationaux. Mais, cela mis à part, il faut considérer que la Commission n'avait pas le pouvoir de définir, par des règles propres, la notion de mesures d'effet équivalant à une restriction quantitative.

La directive en question a été adoptée par la Commission sur la base de l'article 33, paragraphe 7, du traité CEE; en effet, il est fait référence à cette disposition tant dans le premier alinéa du préambule que dans le titre même de l'acte (où il est affirmé que la directive «trouve sa source normative dans la disposition de l'article 33, paragraphe 7, du traité»). Or, cette règle dispose que «des directives de la Commission déterminent la procédure et le rythme de suppression entre les États membres des mesures d'effet équivalant à des contingents, existant à la date de l'entrée en vigueur du présent traité». La tâche confiée à la Commission consiste donc uniquement à fixer la procédure et le rythme de la suppression des mesures d'effet équivalent. Il ne nous semble pas que cela impliquait la possibilité de déterminer l'ampleur du concept de «mesures» contenu dans l'article 30.

Sur ce point, la Commission observe que, puisque pour définir le rythme et la procédure de suppression des mesures, il était indispensable de déterminer la portée des termes «mesures d'effet équivalant à des restrictions quantitatives», il lui appartenait de mettre en œuvre l'article 30 de ce point de vue substantiel également. Il ne nous semble cependant pas qu'un raison-

nement de ce genre puisse être suivi. Autre est l'adoption de règles de procédure — dont, selon l'article 32, alinéa 2, l'effet aurait dû être limité à la période de transition — autre est une intervention concernant la portée substantielle d'une disposition aussi complexe que celle de l'article 30. Il ne suffit pas d'opposer, comme le fait la Commission, que les États membres n'ont jamais attaqué la directive de 1969: en effet, l'acquiescement des États ne peut pas corriger l'illégalité d'un acte entaché du vice d'incompétence et, d'autre part, aucun litige mettant en jeu la conformité à l'article 30 d'interventions publiques dépourvues d'effet obligatoire n'est jamais apparu jusqu'à présent. Nous restons donc d'avis que l'orientation admise dans la directive de la Commission 70/50 ne peut pas avoir d'influence sur la solution du problème à résoudre dans cette affaire; elle prouve uniquement la cohérence de la Commission dans son interprétation de l'article 30.

5. Notre Cour a eu récemment l'occasion de s'occuper de l'incidence de la publicité sur la vente des produits importés; nous nous référons à l'arrêt du 10 juillet 1980 dans l'affaire 152/78, Commission/République française (Recueil 1980, p. 2299). Dans cette affaire, il s'agissait d'établir si les limitations apportées par des règles nationales aux possibilités de publicité pour des produits déterminés (boissons alcooliques), tout en ne conditionnant pas directement les importations, étaient néanmoins susceptibles d'en restreindre le volume, dans la mesure où elles portaient préjudice à la vente des produits importés. La Cour a estimé qu'une législation nationale de ce type peut constituer une mesure d'effet équivalant à une restriction quantitative au sens de l'article 30 du traité CEE (voir attendus 11 à 14). Il importe cependant de souligner que les mesures examinées par la Cour, quoiqu'elles eussent rapport à la publicité, avaient une nature obligatoire: c'est-à-dire consistaient, comme nous l'avons dit, en dispositions législatives visant à limiter le recours à la publicité pour certains produits. La décision citée reste donc dans la ligne de celles qui qualifient de mesures d'effet équivalent, certaines formes d'intervention publique ayant des effets obligatoires.

La Commission, relevant que l'arrêt en question reconnaît l'influence de la publicité sur le volume des importations, voudrait en déduire que, lorsqu'un État encourage des initiatives publicitaires en faveur des produits nationaux, il viole par cela même l'article 30 du traité CEE. Toutefois, ce raisonnement nous semble fragile. Affirmer que la publicité peut avoir une incidence sur les consommations et par conséquent sur les importations, signifie énoncer une règle économique élémentaire, mais elle ne démontre pas que l'activité de promotion des ventes de produits nationaux par des campagnes publicitaires financées au moyen de deniers publics entre automatiquement dans la notion de mesures d'effet équivalant à des restrictions quantitatives, utilisée par l'article 30. Nous restons donc convaincus que la décision citée du 10 juillet 1980 ne suffit pas à étayer une interprétation de la notion controversée, qui s'étende également à des initiatives publicitaires comme celle du cas d'espèce.

6. Selon la défense du gouvernement irlandais, les «mesures» visées par l'article 30 seraient exclusivement des actes des autorités publiques pourvus d'effets obligatoires. A l'appui de cette thèse, on invoque la jurisprudence de notre Cour;

en particulier l'arrêt du 11 juillet 1974 dans l'affaire 8/74, Dassonville (Recueil 1974, p. 837), selon lequel il faut considérer comme mesure d'effet équivalant à des restrictions quantitatives «toute *réglementation commerciale* des États membres susceptible d'entraver directement ou indirectement, actuellement ou potentiellement le commerce intracommunautaire» (attendu n° 5). Notre Cour s'est prononcée dans le même sens dans les arrêts du 8 juillet 1975 dans l'affaire 4/75, Rewe-Zentralfinanz (Recueil 1975, p. 843) et du 20 mai 1976 dans l'affaire 104/75, de Peijper (Recueil 1976, p. 613): dans le premier, elle a considéré comme mesures d'effet équivalent, les règles nationales qui prescrivent des contrôles phytosanitaires à la frontière pour les produits végétaux d'importation, et dans le second, elle a également estimé contraires à l'article 30 les règles ou pratiques nationales qui ont pour résultat de canaliser les importations, en ne les autorisant qu'à certains opérateurs économiques et en les interdisant à d'autres. Il est significatif que l'arrêt de Peijper ait mis sur le même plan les mesures légales et les pratiques administratives: dans les deux cas, il s'agit d'interventions d'autorité ayant des effets obligatoires, et cela justifie leur assimilation aux fins du cas tranché par cet arrêt.

Selon la défense du gouvernement irlandais, on devrait déduire de cette orientation jurisprudentielle, que de simples initiatives publicitaires sans effets obligatoires n'entrent pas dans le cadre d'application de l'article 30. Nous croyons, toutefois, que l'on ne doit pas se limiter à constater que la Cour n'a pas eu jusqu'à présent l'occasion de s'occuper du problème des initiatives publicitaires des États membres pour soutenir des produits nationaux. En d'autres termes, il est vrai que les cas dans lesquels votre jurisprudence a aperçu l'existence de mesures d'effet équivalent sur la base de l'article 30 concernent tous des mesures législatives ou administratives ayant un effet obligatoire quelconque; mais il est également vrai que jusqu'à présent notre Cour n'a pas été appelée à juger de l'applicabilité de l'article 30 à des initiatives étatiques dépourvues de caractère obligatoire. Le problème est donc ouvert.

A notre avis, la solution de ce problème doit être recherchée en tenant compte de trois considérations. En premier lieu, l'équivalence entre les restrictions quantitatives et les «mesures» mentionnées dans les articles 30 et 34 doit être déterminée en maintenant fermement que les secondes doivent, comme les premières, constituer des actes d'autorités publiques, qui agissent dans l'exercice de leur compétence (en italien, nous dirions des «provvedimenti»). Selon nous, l'ampleur que la Cour a reconnue au concept de mesures d'effet équivalent — en admettant que leur incidence sur les échanges soit directe ou indirecte, actuelle ou potentielle — se justifie aussi longtemps que l'on reste dans le domaine des actes des autorités: lois, mesures administratives, pratiques administratives. En revanche, on irait trop loin si, en incluant dans la notion de «mesures», des initiatives prises sur un plan différent de celui de l'exercice de l'autorité publique, on ajoutait leur lien indirect avec l'État à la nature potentielle et indirecte de l'entrave portée aux importations par une propagande en faveur des produits nationaux.

En second lieu, nous estimons significative la formule employée dans l'article 36 («les dispositions des articles 30 à 34 inclus ne font pas obstacle aux *interdictions ou restrictions d'importation, d'exportation ou de transit*, justifiées par ...» etc.), étant donné que cette règle joue, comme on le sait, en liaison étroite avec les articles 30 et 34, en ouvrant un espace à l'intérieur duquel tant certaines restrictions quantitatives que certaines mesures d'effet équivalent sont licites. Les unes et les autres sont implicitement évoquées par la formule «interdictions ou restrictions»: formule qui ne peut pas être élargie en y incluant des actes d'incitation.

En troisième lieu, nous croyons que la systématique du traité, ayant séparé les règles concernant la libre circulation des marchandises, des règles de concurrence, a placé sur deux plans différents les barrières ou les obstacles aux échanges intracommunautaires, introduits au moyen de mesures des autorités étatiques, et les comportements par lesquels la concurrence est restreinte ou faussée, qui peuvent être adoptés non seulement par les entreprises mais également par les États, sous forme d'aides. Dans la présente affaire, il nous paraît clair que la nature de l'initiative contestée n'est pas tant celle d'une barrière ou d'un obstacle mis aux échanges par l'autorité publique, mais plutôt celle d'une aide publique aux producteurs nationaux pour les avantager dans la concurrence avec les producteurs étrangers. C'est donc sous cet angle que la question requiert quelques considérations complémentaires.

7. Nous savons que, aux termes de l'article 92, paragraphe 1, du traité CEE, «sont incompatibles avec le marché commun, dans la mesure où elles affectent les échanges entre États membres, les aides accordées par les États ou au moyen de ressources d'État, *sous quelque forme que ce soit*, qui faussent ou qui menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certaines productions». Cette disposition a souvent été interprétée comme si la référence «à certaines entreprises ou certaines productions» avait une valeur strictement limitative: en d'autres termes, comme si les seules aides étatiques déclarées incompatibles avec le marché commun étaient celles de nature sectorielle. Mais nous croyons que cette interprétation est erronée. Il suffit d'observer que, parmi les catégories d'aides déclarées compatibles ou potentiellement compatibles avec le marché commun (paragraphes 2 et 3 de l'article 92 cité), quelques-unes ont un caractère certainement non sectoriel (comme les aides destinées à parer aux dommages causés par les calamités naturelles, ou celles visant à remédier à une perturbation grave de l'économie d'un État membre); et nous ne voyons pas pourquoi il aurait été nécessaire d'en faire mention, si la règle générale d'incompatibilité contenue dans le paragraphe 1 de l'article en question ne concernait que les aides sectorielles. En tout cas, au-delà du texte de l'article 92, nous estimons qu'il est parfaitement justifié de parler d'un principe général d'interdiction des aides publiques à la production nationale, si l'on ne veut pas tomber dans l'inconséquence consistant à considérer comme interdites les aides sectorielles, et licites les aides d'une portée plus vaste. Enfin, nous rappelons ce que la Cour a affirmé dans les attendus de l'arrêt du 10 décembre 1969 relatif aux affaires jointes 6 et 11/69 (Commission/République française, Recueil 1969, p. 523): «par l'article 92, les États membres ont convenu de l'incompatibilité avec le marché commun de toutes aides accordées par eux sous

quelque forme que ce soit qui faussent ou menacent de fausser la concurrence» (attendus 18/19: il s'agissait en l'espèce d'un taux de réescompte préférentiel à l'exportation, accordé par un État en faveur des seuls produits nationaux, et la Cour l'a qualifié d'aide au sens de l'article 92).

Dans la présente affaire, la campagne publicitaire inspirée et financée par le gouvernement irlandais représente certainement, à notre avis, une forme d'aide, qui doit être appréciée sur la base de l'article 92 du traité CEE. En effet, cette campagne remplace les initiatives publicitaires que les différents producteurs irlandais (ou des associations de producteurs effectivement autonomes par rapport au gouvernement) pourraient prendre licitement; et elle réduit évidemment les coûts des produits irlandais — faussant ainsi la concurrence sur le marché commun — dans la mesure où la charge des frais de publicité est assumée par une institution étroitement liée à l'État.

Dans la réponse aux questions qui lui ont été adressées par la Cour, la Commission a affirmé que le financement de l'Irish Goods Council par le gouvernement irlandais ne peut pas être considéré comme une aide au sens de l'article 92. Cela est formellement exact, parce que le Council n'est pas une entreprise bénéficiaire d'une aide publique, mais une association de la nature particulière que nous avons précédemment cherché à clarifier. Mais le point décisif est que tout l'ensemble des initiatives publicitaires du Council représente une forme d'aide, s'il est vrai, comme nous l'estimons, que cet organisme est une émanation du gouvernement irlandais (ou, tout au moins, dans la mesure où elle est financée par des deniers publics).

8. La thèse que nous accueillons a comme conséquence, qu'en l'espèce, la Commission aurait dû suivre la procédure prévue par l'article 93 du traité CEE. Elle a préféré utiliser l'article 169 pour reprocher à la république d'Irlande d'avoir violé l'article 30: mais nous estimons, pour les raisons développées jusqu'ici, que cette violation n'existe pas. Nous concluons, donc, au rejet du recours, et à la condamnation de la Commission au remboursement des dépens exposés par la défenderesse.