artikel 30 EEG-Verdrag ontsnappen. Zelfs maatregelen van de regering van een Lid-Staat zonder bindende kracht kunnen van dien aard zijn, dat zij het gedrag van handelaren en verbruikers in die staat beïnvloeden en aldus de doelstellingen van de Gemeenschap, zoals opgesomd in artikel 2 en nader omschreven in artikel 3 EEG-Verdrag, verijdelen.

In zaak 249/81,

COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN, vertegenwoordigd door haar juridisch adviseur R. Wägenbaur als gemachtigde, bijgestaan door P. Oliver, lid van de juridische dienst van de Commissie, domicilie gekozen hebbende te Luxemburg bij O. Montalto, Bâtiment Jean Monnet, Kirchberg,

verzoekster,

tegen

IERLAND, vertegenwoordigd door L. J. Dockery, Chief State Solicitor, bijgestaan door J. D. Cooke, Senior Counsel, en H. J. O'Flaherty, Senior Counsel, domicilie gekozen hebbende te Luxemburg ter Ierse ambassade aldaar,

verweerder,

betreffende een verzoek tot vaststelling dat Ierland, door maatregelen te treffen ter bevordering van de verkoop van Ierse produkten in Ierland, de krachtens artikel 30 EEG-Verdrag op hem rustende verplichtingen niet is nagekomen,

wijst

HET HOF VAN JUSTITIE,

samengesteld als volgt: J. Mertens de Wilmars, president, P. Pescatore, A. O'Keeffe en U. Everling, kamerpresidenten, Mackenzie Stuart, G. Bosco en T. Koopmans, rechters,

advocaat-generaal: F. Capotorti
griffier: P. Heim

het navolgende

ARREST

De feiten

De feiten, het procesverloop en de conclusies, middelen en argumenten van partijen kunnen worden samengevat als volgt:

I — De feiten en het procesverloop

1. In een toespraak van 18 januari 1978 lanceerde de heer Desmond O'Malley, parlementslid en minister van Industrie, handel en energie, een driejarenprogramma ter bevordering van de verkoop van Ierse produkten met de volgende woorden:

„Vandaag starten wij een driejarenprogramma dat, indien het volledig slaagt, zal leiden tot 10 000 nieuwe volledige arbeidsplaatsen in de Ierse industrie en dienstensector, dank zij een grotere steun aan Ierse produkten door de Ierse verbruiker en de Ierse industrie. Het programma beoogt een vervanging van ingevoerde produkten door Ierse produkten ten belope van 3 % van de totale consumptie-uitgaven, met een overeenkomstige toename van de uitgaven van de industrie.

De verwezenlijking van dit doel zal niet alleen 10 000 nieuwe arbeidsplaatsen, maar ook vele bijkomende voordelen voor de economie opleveren. Zo zullen bestaande arbeidsplaatsen, bedreigd door de voortdurende erosie van de verkopen op de binnenlandse markt ten gevolge van de invoer van eindprodukten behouden blijven, en zal het tekort op de betalingsbalans aanzienlijk afnemen."

De minister omschreef de vier belangrijkste doelstellingen van het programma als volgt:

„(i) De verbruiker bewust te maken van de economische gevolgen — werkgelegenheid, levenspeil en economische vooruitgang — indien Ierse produkten niet behoorlijk worden gesteund.

(ii) Bekendheid te geven aan het onmiskenbare feit dat de Ierse uitvoer dagelijks over de gehele wereld bewijst dat Ierse produkten wegens hun concurrentievermogen steun verdienen, en dat Ierse produkten over het algemeen in kwaliteit en prijs ten minste even goed, zo niet beter zijn dan vergelijkbare ingevoerde produkten.

(iii) Te zorgen voor een zo groot mogelijke steun van groot- en kleinhandel. Wij vragen een redelijke samenwerking bij de aankoop, presentatie en verkoopbevordering van Ierse produkten. Men mag niet vergeten dat de economische voordelen van dit programma evenzeer de detailhandel als ieder ander ten goede zullen komen.

(iv) Bij de Ierse fabrikanten een nieuwe dynamiek en zin voor samenwerking te wekken. Men heeft wel eens gesuggereerd dat de ach-

teruitgang van het binnenlandse marktaandeel onder meer is toe te schrijven aan de neiging van de Ierse fabrikanten om op hun lauweren te rusten. Uit de ervaring van de laatste jaren blijkt welke ernstige gevolgen een dergelijke houding heeft."

2. Bij brief van 28 mei 1979 verzocht de Commissie van de Europese Gemeenschappen overeenkomstig artikel 169, eerste alinea, EEG-Verdrag de Ierse regering, opmerkingen te maken over de verenigbaarheid met artikel 30 EEG-Verdrag van een aantal maatregelen, genomen in het kader van het door de Ierse regering in januari 1978 aangekondigde driejarenprogramma ter bevordering van de verkoop van Ierse produkten.

In haar brief verwees de Commissie in de eerste plaats naar voornoemde toespraak van de heer O'Malley, alsmede naar een toespraak van 11 mei 1978 van de heer Raphael Burke, parlementslid en staatssecretaris van Industrie, handel en energie, waaruit bleek dat IRL 600 000 zouden worden uitgetrokken voor het driejarenprogramma, dat was bestemd om het merkimage van kruidenierswaren van Iers fabrikaat te versterken. Volgens de heer Burke zou het programma de belangrijkste sectoriële campagne ten gunste van Ierse produkten zijn, die in 1978 onder het motto „Guaranteed Irish" werd gevoerd. Bovendien had de particuliere sector voorgesteld deel te nemen aan gemeenschappelijke verkoopbevorderingsacties met de staat en voor de helft bij te dragen in de financiering.

Vervolgens noemde de Commissie de volgende voorbeelden van maatregelen ter bevordering van de verkoop van Ierse produkten:

— het label „Guaranteed Irish", dat mag worden aangebracht op produkten van Iers fabrikaat. Wanneer een koper zich over een van dit label voorzien produkt beklaagt en er niet in slaagt genoegdoening te verkrijgen, wordt de zaak onderzocht door de Irish Goods Council. Dit systeem beoogt de verbruiker ertoe aan te zetten van dit label voorziene produkten uit te zoeken en te kopen en spoort bijgevolg aan tot aankoop van binnenlandse produkten;

— de publikatie door de Irish Goods Council van documenten als „Expanding for Sales", „Guaranteed Irish — That's the ticket!" en „You and your shopping", die gedetailleerde informatie bevatten over de campagne die door de Ierse overheid wordt gevoerd om de Ierse verbruikers ertoe aan te zetten alleen binnenlandse produkten te kopen;

— de „Shoplink Service", een gratis dienst, gevestigd in vijf centra — Dublin, Cork, Limerick, Waterford en Galway —, die ten doel heeft de verbruikers voor te lichten over de beschikbaarheid van produkten van Iers fabrikaat;

— de uitsluitend aan nationale produkten geboden tentoonstellingsfaciliteiten in het „Ireland House Trade Centre" te Dublin, beheerd door de Irish Goods Council.

Tenslotte legde de Commissie in haar brief de nadruk op de beslissende rol van de Irish Goods Council, die bij alle voornoemde acitiviteiten zou zijn betrokken. Dit orgaan is een vennootschap met beperkte aansprakelijkheid bij wege van borg en zonder aandelenkapitaal („company limited by guarantee and not having a share capital"), ontstaan uit de samensmelting van enkele bestaande organisaties, die door de Ierse regering waren opgericht met het oog op de ontwik-

keling en de verkoopbevordering van Ierse produkten. De voorzitter en de leden van de raad van beheer van de Irish Goods Council worden benoemd door de minister van Industrie, handel en energie, die ook elke wijziging van de oprichtingsakte of de statuten vooraf moet goedkeuren.

In haar brief aan de Ierse regering stelde de Commissie dat de Irish Goods Council haars inziens een overheidsinstantie was in de zin van richtlijn nr. 70/50 van de Commissie van 22 december 1969, gebaseerd op de bepalingen van artikel 33, lid 7, houdende opheffing van de maatregelen van gelijke werking als kwantitatieve invoerbeperkingen, niet bedoeld in andere krachtens het EEG-Verdrag vastgestelde bepalingen (PB L 13 van 1970, blz. 29). Luidens de tweede overweging van de considerans bij deze richtlijn moeten onder „maatregelen" in de zin van artikel 30 en volgende EEG-Verdrag worden verstaan „alle handelingen, uitgaande van een overheidsinstantie, die, zonder de belanghebbenden juridisch te binden, deze doen besluiten een bepaalde gedraging te volgen".

Volgens de Commissie zijn voornoemde toespraken, documenten en activiteiten „handelingen" als bedoeld in deze richtlijn, die de belanghebbenden er blijkbaar toe aanzetten binnenlandse produkten te kopen en die bijgevolg neerkomen op door artikel 30 EEG-Verdrag verboden maatregelen van gelijke werking als kwantitatieve beperkingen. De Commissie gaf wel toe dat de Lid-Staten maatregelen ter bevordering van de verkoop van hun eigen produkten mogen nemen, doch zij maakte de Ierse regering erop attent dat deze maatregelen verenigbaar moesten zijn met het EEG-Verdrag en met name het beginsel van het vrije verkeer van goederen.

In dit verband wees zij inzonderheid op het bepaalde in artikel 2, lid 3, sub k en l, van voornoemde richtlijn, luidende als volgt:

„Tot de hierboven genoemde maatregelen behoren, onder meer, de maatregelen die:

...

k) de aankoop door particulieren alleen van ingevoerde produkten belemmeren, of hen aansporen tot, of een voorkeur toekennen aan, de aankoop van alleen nationale produkten, of die deze aankoop verplicht stellen;

l) alleen voor de ingevoerde produkten de mogelijkheid geheel of gedeeltelijk uitsluitend om gebruik te maken van de nationale installaties of uitrusting of het gebruik van deze installaties of uitrusting geheel of gedeeltelijk alleen aan de nationale produkten voorbehouden;"

3. Bij brief van 20 juli 1979 antwoordde de Ierse regering dat zij uit de bezwaren van de Commissie opmaakte dat deze niet was gekant tegen het driejarenprogramma als zodanig, doch enkel tegen bepaalde aspecten ervan en met name de omstandigheid dat van de tentoonstellingsfaciliteiten in het „Ireland House Trade Centre" en de voorzieningen van de „Shoplink Service" alleen voor nationale produkten gebruik kon worden gemaakt. Zij verklaarde zich bereid deze faciliteiten uit te breiden tot produkten uit andere Lid-Staten.

Een vergadering van Ierse ambtenaren en ambtenaren van de Commissie op 22 november 1979 leverde niet de gewenste resultaten op, en bij brief van 9 maart 1981 zond de Commissie de Ierse regering

terzake van de „Buy Irish"-campagne het krachtens artikel 169, eerste alinea, EEG-Verdrag aan Ierland gerichte, met redenen omklede advies van 25 februari 1981 toe.

Tijdens een tweede vergadering op 5 mei 1981 werd de Commissie in kennis gesteld van het besluit, de „Shoplink Service" en de tentoonstellingsfaciliteiten in het „Ireland House Trade Centre" niet uit te breiden tot produkten uit andere Lid-Staten, doch af te schaffen.

4. De Commissie heeft op 15 september 1981 het onderhavige beroep ingesteld.

Het Hof heeft, op rapport van de rechter-rapporteur en gehoord de advocaat-generaal, besloten zonder instructie tot de mondelinge behandeling over te gaan. Wel heeft het de Commissie verzocht

a) precies aan te geven welke maatregelen van de Ierse overheid zij als maatregelen van gelijke werking in de zin van artikel 30 EEG-Verdrag beschouwt;

b) mee te delen welke van die maatregelen na begin 1981, toen de „Buy Irish"-campagne zou aflopen, nog steeds werden toegepast;

c) Het Hof bijzonderheden te verstrekken over de resultaten van eventueel door haar verrichte onderzoekingen met betrekking tot soortgelijke advertentiecampagnes in andere Lid-Staten.

Tegelijkertijd heeft het Hof de Ierse regering verzocht:

a) aan het Hof een afschrift van de oprichtingsakte en de statuten van de Irish Goods Council over te leggen en mee te delen hoeveel zij dit orgaan jaarlijks aan subsidie heeft betaald in de jaren 1978-1981, en over welke privé-middelen de Council in die jaren beschikte;

b) nadere inlichtingen te verstrekken over de in de toespraak van de Ierse minister van Milieuhygiëne van 9 april 1981 genoemde gemengde werkgroep.

II — Conclusies van partijen

Verzoekster concludeert dat het den Hove behage:

1. te verstaan dat Ierland, door de aankoop en verkoop van Ierse produkten binnen zijn grondgebied te bevorderen, zijn uit artikel 30 EEG-Verdrag voortvloeiende verplichtingen niet is nagekomen;

2. de Ierse regering in de kosten te verwijzen.

Verweerder concludeert dat het den Hove behage:

1. het beroep van de Commissie te verwerpen;

2. de Commissie in de kosten te verwijzen.

III — Middelen en argumenten van partijen

In haar verzoekschrift merkt de *Commissie van de Europese Gemeenschappen* allereerst op dat de campagne ter bevordering van de verkoop van Ierse produkten onverminderd wordt voortgezet, ofschoon drie jaar zijn verstreken sinds het driejarenprogramma in 1978 werd gelanceerd. De verkoopbevordering geschiedt met name in de vorm van advertenties in de Ierse pers en op radio en televisie met slogans als „Koop wat meer Ierse produkten en u zorgt voor meer werk in Ierland".

In een artikel op pagina 17 van de „Irish Times" van 24 juni 1981 werd het volgende gemeld:

„Vorig jaar [1980] werd meer aandacht besteed aan de vervanging van ingevoerde produkten als een doeltreffend instrument van industrieel beleid in een vrijhandelsstelsel. In de loop van het jaar heeft de afdeling Industrie van de [Irish Goods] Council gewezen op vervangingsmogelijkheden ter waarde van IRL 64 miljoen, waaraan de Ierse fabrikanten voor IRL 18 miljoen aan nieuwe orders hebben overgehouden. ... Dit jaar streeft de Irish Goods Council naar een vervanging van ingevoerde produkten ten belope van IRL 30 miljoen, en het is de bedoeling een nog intensievere campagne te voeren bij fabrikanten en detailhandelaren ..."

Dit artikel maakt deel uit van een reeks van zes ongesigneerde artikelen, die — naar de Commissie veronderstelt — van de Irish Goods Council uitgaan en de vermelding „Advertisement Feature" (advertentie) bevatten.

De Commissie vestigt inzonderheid de aandacht op de woorden „vervanging van produkten" in voormeld citaat. Hiervan was ook sprake in een rede van 9 april 1981 van de heer Burke, minister van Milieuhygiëne, die nieuwe regeringsinitiatieven aankondigde, en wel als volgt:

„Vorig jaar augustus [1980] werden nieuwe regeringsinitiatieven ter bevordering van de vervanging van ingevoerde produkten aangekondigd. Als toenmalig staatssecretaris van Industrie, handel en toerisme werd ik voorzitter van een werkgroep, die moest onderzoeken welke maatregelen konden worden genomen ter bevordering van de vervanging van importen en de toename van de aankopen van Ierse produkten. De werkgroep bestond uit vertegenwoordigers van het Irish Congress of Trade Unions, de Confederation of Irish Industry, de Construction Industry Federation, de Federated Union of Employers, de Irish Goods Council, de Industrial Development Authority, het ministerie van Financiën en het ministerie van Industrie, handel en toerisme.

De werkgroep legde een intensief programma voor, dat betrekking had op alle bedrijfssectoren, en voor de bouwsector de opstelling van een repertorium van Ierse bouwmaterialen bevatte ...

Ik meen dat dit document [het repertorium van Ierse bouwmaterialen] centraal staat in het gehele programma van importvervanging."

Als belangrijkste aspecten van de verkoopbevordering van Ierse produkten vermeldt verzoekster het gebruik van het label „Guaranteed Irish" en de aanzienlijke financiële steun van de Ierse regering aan de Irish Goods Council: IRL 940 000 op de begroting 1980 en IRL 922 000 op de begroting 1981.

Bovedien zijn de Ierse overheidsmaatregelen ter bevordering van de verkoop van Ierse produkten in Ierland zo talrijk en verscheiden dat het ondoenlijk is, ze alle te noemen. De campagne als geheel betreft alle categorieën Ierse produkten en alle groepen kopers, of het nu individuele verbruikers, industriële of handelsondernemingen of overheidsorganen zijn. Het gaat hier dus niet alleen om een „Buy Irish"-campagne maar ook om een „Sell Irish"-campagne, die ertoe strekt groot- en kleinhandelaren ertoe aan te zetten, Ierse in plaats van ingevoerde produkten te verkopen.

De Commissie meent dat de betrokken maatregelen behoren tot die welke „aansporen tot de aankoop van alleen nationale produkten", als bedoeld in artikel 2, lid 3, sub k, van richtlijn nr. 70/50 van de Commissie, en dat zij aan de Ierse staat kunnen worden toegeschreven.

Deze maatregelen vormen daadwerkelijke of potentiële, al dan niet rechtstreekse, invoerbelemmeringen, die onder het verbod van maatregelen van gelijke werking als kwantitatieve beperkingen vallen. Bijgevolg doet het er niet toe, of de betrokken maatregelen daadwerkelijk tot een vermindering van de invoer hebben geleid.

Gezien het economisch karakter van de doelstellingen van de reclamecampagne, worden de betwiste maatregelen bovendien niet gerechtvaardigd door artikel 36 EEG-Verdrag, dat alleen het oog heeft op gevallen van niet-economische aard.

Tenslotte beklemtoont de Commissie dat genoemde maatregelen wezenlijk verschillen van die waarmee een Lid-Staat de verkoop van zijn nationale produkten buiten zijn grondgebied bevordert. Worden dergelijke maatregelen ter bevordering van de Ierse export in een andere Lid-Staat ten uitvoer gelegd, dan dienen zij ter opvoering van de handel tussen Lid-Staten, en zijn zij daardoor volkomen verenigbaar met de artikelen 30 en 34. Een Lid-Staat mag daarentegen niet de verkoop van nationale produkten binnen zijn eigen grondgebied bevorderen.

De *Ierse regering* erkent dat de toespraken van de verschillende ministers juist zijn geciteerd en dat het driejarenprogramma, gewoonlijk aangeduid als de „Buy Irish"-campagne, daadwerkelijk plaatsvond en in grote lijnen beantwoordde aan het beeld dat de Commissie ervan schetst. Zij betwist evenwel de betekenis die de Commissie aan de verschillende elementen van de campagne toeschrijft en de uitlegging die deze eraan geeft.

In dit verband vestigt verweerder er vooreerst de aandacht op dat, nu de „Shoplink Service" en de tentoonstellingsactiviteiten in het „Ireland House Trade Centre" zijn afgeschaft, het beroep van de Commissie in wezen is gericht tegen één enkele actievorm, te weten het maken van reclame en het adverteren door de Irish Goods Council. Deze verkoopbevordering neemt de vorm aan van een algemene advertentiecampagne, die meestal gepaard gaat met nevenactiviteiten als het publiceren van informatie over bepaalde categorieën Ierse produkten. Het hoofddoel van de „Buy Irish"-campagne is het scheppen van nieuwe arbeidsplaatsen. Het is niet de bedoeling de verkoop van bepaalde merken of bepaalde produkten te bevorderen, doch het publiek bewust te maken van het feit dat Ierse produkten beschikbaar zijn. De campagne strekt er dan ook geenszins toe de invoer van concurrende produkten te beperken, te verbieden, uit te schakelen of te benadelen.

Wat de rol en de positie van de Irish Goods Council betreft, meent verweerder dat de invloed en de greep op het publiek die de Commissie blijkbaar aan dit orgaan als „overheidsinstantie" toeschrijft, schromelijk overdreven zijn. In feite werd de Council opgezet als een ontmoetingsplaats voor de verschillende industrieën, om in hun gemeenschappelijk belang samen te werken. De leden van de raad van beheer worden zo gekozen dat zij alle betrokken bedrijfssectoren vertegenwoordigen, en de financiële steun van de regering had alleen tot doel de Ierse industrie ertoe aan te zetten haar eigen boontjes te doppen. De regering heeft geen regels gegeven en gener-

lei dwang uitgoefend. In zoverre de advertentiecampagne van de Irish Goods Council succesvol kan worden geacht, is dit dus niet te danken aan de financiële aanloopsteun of de morele aanmoediging van de regering, doch veeleer aan het feit dat een gedeelte van het publiek gevoelig is voor de wijze waarop aan zijn aangeboren vaderlandsliefde wordt geappelleerd.

De Ierse regering voert voorts aan dat de betwiste activiteiten alleen reeds wegens hun aard geen „maatregelen" in de zin van artikel 30 EEG-Verdrag zijn. Al aangenomen dat activiteiten, bestemd om het publiek attent te maken op het bestaan van nationale produkten, ingevoerde produkten in een nadeliger positie kunnen brengen, daardoor alleen vallen zij nog niet onder artikel 30.

In dit verband voert verweerder aan dat alle uitleggingen van het begrip „maatregel van gelijke werking" in de arresten van het Hof gemeen hebben dat daarin sprake is van directe en in zekere mate dwingende regelgeving door een overheidsinstantie. Zo verwijst de algemene omschrijving in het arrest van het Hof van 11 juli 1974 (zaak 8/74, Dassonville, Jurispr. 1974, blz. 837) naar „iedere handelsregeling der Lid-Staten . . .", en in de grote meerderheid van de door het Hof besliste zaken is de litigieuze maatregel een rechtens verbindende handeling of regeling. Volgens verweerder doelt de term „maatregelen" in artikel 30 op wetten, besluiten, regels, administratieve praktijken of regelingen of enigerlei andere vorm van direct ingrijpen van een overheidsinstantie in de handelsactiviteiten, of — in het uiterste geval — een zekere mate van tussenkomst waarbij de betrokkene een last wordt opgelegd of een voordeel wordt ontnomen teneinde hem ertoe te verplichten zich naar het met de tussenkomst beoogde doel te schikken.

Noch artikel 30 zelf, noch de opzet van het Verdrag of de rechtspraak van het Hof laat echter toe, de betekenis van de term „maatregelen" zo op te rekken dat hij ook van toepassing is op geheel vrijblijvende verklaringen in toespraken of advertenties, die door het publiek evengoed kunnen worden genegeerd.

De Commissie suggereert niet dat de campagne haar doel op een andere wijze bereikt dan door overtuiging van het grote publiek, zoals hiervoor beschreven, en zij beweert evenmin dat het sponsoren van de campagne door de Ierse regering gepaard gaat met de vaststelling of de oplegging van enigerlei „handelsregeling" als hiervoor bedoeld.

Verweerder merkt op dat de Commissie, tot staving van haar stelling dat de vrijblijvende advertenties maatregelen van gelijke werking zijn, uitsluitend steun zoekt bij de omschrijving in richtlijn nr. 70/50, volgens welke onder „maatregelen" in de zin van de artikelen 30 en volgende EEG-Verdrag moeten worden verstaan „alle handelingen uitgaande van een overheidsinstantie, waaronder begrepen de aansporingen" (eerste overweging van de considerans), „die, zonder de belanghebbenden juridisch te binden, deze doen besluiten een bepaalde gedraging te volgen" (tweede overweging).

Hij meent echter dat deze omschrijving geen rechtskracht heeft en dat de Commissie bij de vaststelling van deze richtlijn kennelijk haar bevoegdheden heeft overschreden. Artikel 33, lid 7, EEG-Verdrag — waarop de richtlijn berust — staat de Commissie immers niet toe, een ruime omschrijving van de term „maatregelen" te geven, doch enkel de procedure en het ritme van opheffing van maatregelen van gelijke werking als contingenten vast te stellen.

De Ierse regering is voorts van oordeel dat de benadering van de Commissie in casu voortvloeit uit een verwarring tussen de werking en de aard van een maatregel. Het Hof heeft in zijn uitlegging van artikel 30 weliswaar de nadruk gelegd op de betekenis van de woorden „gelijke werking", doch het is steeds uitgegaan van het bestaan van maatregelen die een dergelijke werking konden hebben. Ten betoge dat artikel 30 toepasselijk is, wijst de Commissie op de gevolgen van de „Buy Irish"-campagne voor de invoer, als waren deze gevolgen de enige beslissende factor. De Ierse regering merkt echter op dat de werking niet bepalend is voor de aard van haar eigen oorzaak. Als voorbeeld voert zij aan dat een reclamecampagne van gelijke aard en omvang en met dezelfde werking als de „Buy Irish"-campagne, doch georganiseerd of gefinancierd door de particuliere sector, niet onder het toepassingsgebied van artikel 30 zou vallen, aangezien daarbij geen enkele regeling van de Lid-Staat te pas komt. Een dergelijke campagne zou eventueel aan artikel 85 EEG-Verdrag moeten worden getoetst.

In dit verband wijst de Ierse regering er met name op dat staatssubsidie aan een industrie, de nationale produkten van de industrie zal bevoordelen en aldus die verkoop van ingevoerde concurrerende produkten kan bemoeilijken. Desondanks valt een dergelijke subsidie niet onder artikel 30, doch moet zijn aan de artikelen 92 en 93 EEG-Verdrag worden getoetst.

Verweerder meent voorts dat de onderhavige problemen het best kunnen worden bezien in het licht van artikel 92 EEG-Verdrag. Het voordeel dat de „Buy Irish"-compagne aan Ierse produkten biedt in vergelijking met ingevoerde produkten, vloeit immers veeleer voort uit algemene reclameacties en algemene financiële steun dan uit een directe tussenkomst in de vorm van een „handelsregeling". Dergelijke bemoeiingen ter ondersteuning van industrieën in het algemeen zijn juist het soort maatregelen ten aanzien waarvan de Commissie op grond van de artikelen 92 en 93 over een discretionaire bevoegdheid beschikt. Het betoog van de Commissie dat de „Buy Irish"-compagne tot een distorsie van het vrije goederenverkeer binnen de gemeenschappelijke markt leidt, is slechts een andere wijze om te stellen dat deze campagne onverenigbaar is met de gemeenschappelijke markt in de zin van artikel 92, lid 1, EEG-Verdrag.

Blijkens de zestiende overweging van de considerans en artikel 2, lid 2, van richtlijn nr. 70/50 van de Commissie kunnen de artikelen 30 en 92 niet tegelijkertijd op dezelfde maatregel of activiteit worden toegepast. In dit verband verwijst de Ierse regering ook naar het arrest van 22 maart 1977 (zaak 74/76, Iannelli, Jurispr. 1977, blz. 557), volgens hetwelk een dermate ruime uitlegging van artikel 30, waardoor een steunmaatregel in de zin van artikel 92 zou worden gelijkgesteld met een kwantitatieve beperking als

bedoeld in artikel 30, de strekking van de artikelen 92 en 93 EEG-Verdrag zou veranderen en een aantasting zou zijn van het stelsel van bevoegdheidsverdeling voortvloeiende uit de procedure van voortdurend onderzoek overeenkomstig artikel 93.

Aangezien een steunmaatregel in de zin van de artikelen 92 en 93 wordt gekenmerkt door de toekenning van een voordeel om niet door een overheidsinstantie, ter bevordering van de ontwikkeling van bepaalde sectoren of industrieën, die tot een verstoring van de mededinging leidt, is een beroep op de ruime uitlegging van de term „maatregelen" in artikel 30 zinloos voor wat betreft de door de Commissie betwiste activiteiten inzake verkoopbevordering. Door het onderhavige beroep uitsluitend op artikel 30 te baseren, heeft de Commissie bovendien Ierland de gelegenheid ontnomen, de aard en de gevolgen van de „Buy Irish"-campagne gedetailleerd te doen beoordelen in het licht van het gemeenschapsrecht als geheel; ook heeft zij Ierland beroofd van de mogelijkheid de steun zo nodig in bepaalde opzichten te wijzigen, teneinde deze volgens de procedures van artikel 93, lid 2, in overeenstemming te brengen met het Verdrag.

In *repliek* merkt de *Commissie* allereerst op dat, bij gebreke van een omschrijving van het begrip maatregelen van gelijke werking als kwantitatieve beperkingen in het Verdrag, de vaststelling van een — niet-limitatieve — omschrijving van dit begrip in richtlijn nr. 70/50 geenzins neerkomt op misbruik van bevoegdheid, doch veeleer voortvloeit uit een bevoegdheid die ligt besloten in de krachtens artikel 33, lid 7, op de Commissie rustende verplichting om de procedure en het ritme van de opheffing van dergelijke maatregelen vast te stellen. Ware dit niet het geval, dan had de Commissie haar uitlegging van dit begrip vroeg of laat kenbaar moeten maken, om te voorkomen dat hierover volledige onzekerheid bestaat.

De Commissie houdt voorts staande dat een louter morele aansporing van een overheidsinstantie voldoende is om een maatregel binnen het bereik van artikel 30 te brengen. Dat het Hof tot dusver geen gelegenheid heeft gehad zich uit te spreken over de vraag of een aanbeveling of aansporing een maatregel van gelijke werking kan zijn, is voor haar geen reden om haar standpunt te wijzigen.

De Commissie erkent tenslotte dat dezelfde maatregel niet tegelijkertijd onder artikel 30 en artikel 92 kan vallen, doch zij stelt dat artikel 92 uitsluitend geldt voor steunmaatregelen ten gunste van bepaalde ondernemingen of bepaalde produkties. Een overheidsoptreden waardoor alle nationale produkten worden bevoordeeld ten opzichte van ingevoerde produkten is te algemeen om binnen de werkingssfeer van artikel 92 te vallen.

Met betrekking tot het betoog dat het noodzakelijk was het begrip maatregelen van gelijke werking in richtlijn nr. 70/50 te omschrijven, voert *verweerder* in *repliek* aan dat aan een omschrijving geen behoefte meer bestaat wanneer de op te heffen maatregelen afzonderlijk worden aangeduid.

Wat de kwalificatie van de „Buy Irish"-campagne betreft, merkt hij voorts op dat deze een aanmoediging van de Ierse fabrikanten is, in de vorm van een beroep op de chauvinistische sentimenten van het publiek, om de nationale economische problemen te bestrijden. De campagne brengt geen enkele beperking of belemmering voor ingevoerde produkten mee.

Tenslotte betwist de Ierse regering de door de Commissie voorgestelde, beperkende uitlegging van artikel 92. In dit verband verwijst zij naar het arrest van het Hof van 10 december 1969 (ge-

voegde zaken 6 en 11/69, Commissie t. Frankrijk, Jurispr. 1969, blz. 523), waaruit zou blijken dat een voor alle uitgevoerde nationale produkten geldende algemene steun in de vorm van een preferentieel herdiscontotarief voor de export, een steunmaatregel in de zin van artikel 92 is.

IV — Antwoorden op schriftelijke vragen van het Hof

De *Commissie* verklaart dat de maatregelen van de Ierse regering kunnen worden ingedeeld in twee categorieën, te weten:

(i) de betaling van grote geldbedragen aan de Irish Goods Council,

en

(ii) de coördinatie en organisatie van de publiciteitscampagne.

De Commissie is van mening dat beide categorieën maatregelen neerkomen op maatregelen van gelijke werking in de zin van artikel 30 EEG-Verdrag. Zij stelt dat de Irish Goods Council hetzij deel uitmaakt van de Ierse regering, hetzij zijn activiteiten inzake verkoopbevordering voor rekening van de Ierse regering verricht.

Volgens de Commissie werden alle gewraakte maatregelen na begin 1981, toen de driejarige „Buy Irish"-campagne zou aflopen, nog steeds toegepast.

Tenslotte deelt de Commissie mee dat haar geen soortgelijke advertentiecampagnes in andere Lid-Staten bekend zijn. Wel onderzoekt zij sinds eind 1981 bepaalde, te harer kennis gebrachte activiteiten ter bevordering van de verkoop van nationale produkten in twee andere Lid-Staten.

De *Ierse regering* heeft een afschrift van de oprichtingsakte en de statuten van de Irish Goods Council overgelegd, alsmede de volgende tabel betreffende bijdragen van de staat en uit particuliere bron aan de Council in de jaren 1978-1981:

Jaar	Regerings-financiering	Particuliere bijdragen
Tijdvak van 25 augustus 1978 (oprichting van de IGC) tot 31 december 1979	IRL 1 005 000	IRL 175 000
1980	IRL 940 000	IRL 194 000
1981	IRL 922 000	IRL 218 000

Met betrekking tot de werkgroep genoemd in de toespraak van de Ierse minister van Milieuhygiëne van 9 april 1981, verklaart de Ierse regering, dat deze zich moest bezighouden met het probleem van de vervanging van importen. De besprekingen in deze werkgroep bestreken weliswaar een ruim gebied, doch hij bestond niet lang genoeg om concrete resultaten op te leveren. Tussen augustus 1980 en mei 1981 zijn zeven vergaderingen gehouden. Sedert de vorming van een nieuwe regering na de algemene verkiezingen van juni 1981 is geen besluit genomen om de werkgroep opnieuw leven in te blazen.

V — Mondelinge behandeling

Partijen hebben ter terechtzitting van 9 juni 1981 mondelinge opmerkingen gemaakt.

De advocaat-generaal heeft ter terechtzitting van 15 september 1982 conclusie genomen.

In rechte

1 Bij verzoekschrift, ingediend ter griffie van het Hof op 15 september 1981, heeft de Commissie van de Europese Gemeenschappen krachtens artikel 169 EEG-Verdrag het Hof verzocht, vast te stellen dat Ierland, door het organiseren van een campagne ter bevordering van de aan- en verkoop van Ierse produkten binnen zijn grondgebied, de krachtens het EEG-Verdrag op hem rustende verplichtingen niet is nagekomen.

I — Voorwerp van het geding

2 Bij een met redenen omkleed advies aan Ierland van 25 februari 1981 inzake de „Buy-Irish"-campagne, stelde de Commissie vast, dat de Ierse regering in januari 1978 een driejarenprogramma ter bevordering van de verkoop van Ierse produkten had ingevoerd. De campagne was op 18 januari 1978 van start gegaan met een toespraak van de Ierse minister van Industrie, handel en energie. Bij die gelegenheid verklaarde de minister dat de campagne „een vervanging van ingevoerde produkten door Ierse produkten ten belope van 3 % van de totale consumptie-uitgaven" beoogde en bestond in „een weldoordacht geheel van initiatieven, die te zamen een geïntegreerd programma ter bevordering van de verkoop van Ierse produkten vormden, met bijzondere voorstellen om producenten, verdelers en verbruikers erbij te betrekken".

3 De Commissie verklaarde dat door de Ierse regering een aantal maatregelen waren en nog steeds werden genomen om in overeenstemming met deze toespraak de verkoop van Ierse produkten te bevorderen. In het met redenen omkleed advies werden de volgende maatregelen vermeld:

a) de inrichting van een gratis informatiedienst voor verbruikers die wensen te vernemen welke produkten in een bepaalde categorie van Iers fabrikaat zijn en waar zij verkrijgbaar zijn (de „Shoplink Service");

b) het bieden van tentoonstellingsfaciliteiten voor het exposeren van uitsluitend Ierse produkten in een groot centrum te Dublin, beheerd door de Irish Goods Council, die volgens de Commissie een overheidsinstantie is;

c) de aanmoediging van het gebruik van het label „Guaranteed Irish" voor produkten van Iers fabrikaat, te zamen met de invoering door de Irish

Goods Council van een speciaal systeem om klachten over van dit label voorziene produkten te onderzoeken;

d) het opzetten van een grootse reclamecampagne voor Ierse produkten door de Irish Goods Council, waarbij dit orgaan met name lectuur publiceert en verspreidt, die de verbruikers ertoe aanzet, alleen nationale produkten te kopen.

4 In haar verzoekschrift merkt de Commissie op, dat de activiteiten in verband met de „Shoplink Service" en de tentoonstellingsfaciliteiten te Dublin thans door de Ierse regering zijn gestaakt. De twee andere activiteiten zouden evenwel zijn voortgezet, zelfs na afloop van de periode van drie jaar, die voor de campagne was voorzien. Bovendien zou de reclamecampagne geleidelijk zijn uitgebreid, met name door een grootscheepse publiciteit voor Ierse produkten in de pers en op de televisie.

5 De Ierse regering erkent dat er sprake was van een driejarenprogramma ten gunste van de aankoop van Ierse produkten in Ierland. Zij verklaart dat, nu de „Shoplink Service" en de tentoonstellingsfaciliteiten te Dublin op verzoek van de Commissie zijn opgeheven, het programma enkel bestaat in een reclamecampagne via pers en televisie, de publicatie van affiches en brochures, en het gebruik van het label „Guaranteed Irish", om de Ierse verbruikers beter bekend te maken met produkten van Iers fabrikaat en het Ierse publiek bewust te maken van het verband tussen de afzet van dergelijke produkten in Ierland en het werkloosheidsprobleem in dat land.

6 De Ierse regering bevestigt dat de reclamecampagne deel uitmaakt van de activiteiten van de Irish Goods Council. Dit orgaan zou evenwel niet als een overheidsinstantie kunnen worden beschouwd; het zou slechts gaan om een voorziening die de verschillende Ierse industrieën de gelegenheid biedt, in hun gemeenschappelijk belang samen te werken. De activiteiten van de Irish Goods Council zouden niet op een officiële regeling berusten en de betrokkenheid van de regering zou uitsluitend bestaan in de verlening van financiële en morele steun.

7 De Commissie houdt staande, dat de acties van de Irish Goods Council ontegenzeglijk aan de Ierse regering zijn toe te schrijven. Zij wijst er met name op, dat de leden van de raad van beheer van de Council volgens de statuten van dit orgaan door de minister van Industrie, handel en energie worden benoemd.

8 De Commissie is van mening, dat de campagne ter bevordering van de aan- en verkoop van Ierse produkten in Ierland als een maatregel van gelijke werking als een kwantitatieve invoerbeperking moet worden beschouwd. Ierland betoogt in de eerste plaats dat de Ierse regering nooit „maatregelen" in de zin van artikel 30 EEG-Verdrag heeft vastgesteld, en in de tweede plaats dat de financiële steun aan de Irish Goods Council aan de artikelen 92 en 93 en niet aan artikel 30 van het EEG-Verdrag moet worden getoetst.

9 Voordat deze argumenten worden beoordeeld, moet eerst de positie van de Irish Goods Council worden onderzocht.

II — De Irish Goods Council

10 De Irish Goods Council werd op 25 augustus 1978, enkele maanden na de start van de omstreden campagne, opgericht in de vorm van een vennootschap met beperkte aansprakelijkheid bij wege van borg en zonder aandelenkapitaal („company limited by guarantee and not having a share capital"); hij is geregistreerd overeenkomstig het Ierse vennootschapsrecht (Companies Act 1963). De Council is in feite ontstaan uit de samensmelting van twee organen, de National Development Council — een vennootschap met beperkte aansprakelijkheid bij wege van borg, geregistreerd overeenkomstig de Companies Act — en de Working Group on the Promotion and Sale of Irish Goods.

11 De Ierse regering betoogt dat de oprichting van de Irish Goods Council door de regering werd gesponsord teneinde de Ierse industrie ertoe aan te zetten zelf haar moeilijkheden te overwinnen. De Council zou zijn opgezet als een ontmoetingsplaats voor de verschillende industrieën, om in hun gemeenschappelijk belang samen te werken.

12 De raad van beheer van de Irish Goods Council bestaat volgens de statuten van dit orgaan uit tien leden, op persoonlijke titel benoemd door de minister van Industrie, handel en energie; deze minister benoemt ook een van de leden van de raad van beheer tot voorzitter. De leden en de voorzitter worden voor drie jaar benoemd en zijn herbenoembaar. In de praktijk worden de leden van de raad van beheer door de minister zo gekozen dat zij de belanghebbende sectoren van de Ierse economie vertegenwoordigen.

13 Blijkens de door de Ierse regering op verzoek van het Hof verstrekte inlichtingen, worden de activiteiten van de Irish Goods Council gefinancierd met subsidies van de Ierse regering en van de particuliere industrie. De bijdragen van de staat en van de particuliere sector bedroegen respectievelijk IRL 1 005 000 en IRL 175 000 voor het tijdvak augustus 1978 — december 1979, IRL 940 000 en IRL 194 000 in 1980 en IRL 922 000 en IRL 238 000 in 1981.

14 De Ierse regering heeft niet bestreden dat de activiteiten van de Irish Goods Council, na de opheffing van de „Shoplink Service" en van de aan Ierse fabrikanten geboden tentoonstellingsfaciliteiten te Dublin, voornamelijk bestaan in het voeren van een reclamecampagne ten gunste van de aan- en verkoop van Ierse produkten en in de bevordering van het gebruik van het label „Guaranteed Irish".

15 Het staat dus vast dat de Ierse regering de leden van de raad van beheer van de Irish Goods Council benoemt, daaraan overheidssubsidies verleent die de kosten grotendeels dekken, en tenslotte de doelstellingen en de algemene opzet bepaalt van de door deze instelling gevoerde campagne ter bevordering van de aan- en verkoop van Ierse produkten. Bijgevolg kan de Ierse regering zich niet beroepen op het feit dat de campagne door een particuliere vennootschap werd gevoerd, om zo te ontkomen aan de verantwoordelijkheid die krachtens de bepalingen van het Verdrag wellicht op haar rust.

III — De toepasselijkheid van de artikelen 92 en 93 EEG-Verdrag

16 De Ierse regering voert aan dat, zelfs indien de campagne ertoe strekte of ten gevolge had dat de invoer uit andere Lid-Staten werd ontmoedigd, zij moet worden beoordeeld op de grondslag van de artikelen 92 en 93 EEG-Verdrag betreffende steunmaatregelen van de staten. Nu deze bepalingen toepasselijk zijn, sluit zulks uit dat artikel 30 EEG-Verdrag — waarop het beroep van de Commissie berust — toepasselijk is.

17 De Ierse regering stelt dat de campagne in feite door de Irish Goods Council werd gevoerd en dat de rol van de regering beperkt was tot het verlenen van

morele en financiële steun. Indien de campagne — zoals de Commissie aanvoert — het vrije verkeer van goederen binnen de Gemeenschap kon belemmeren door bevordering van de verkoop van nationale produkten ten nadele van ingevoerde produkten, zou zulks zijn toe te schrijven aan één enkel regeringsbesluit, te weten de beslissing om de Irish Goods Council te subsidiëren.

18 Er zij echter op gewezen, dat de omstandigheid dat de campagne in aanzienlijke mate door de Ierse regering is gefinancierd en dat een dergelijke financiering onder de artikelen 92 en 93 EEG-Verdrag kan vallen, nog niet betekent dat de campagne zelf aan de verbodsbepalingen van artikel 30 kan ontsnappen.

19 In ieder geval had de Ierse regering, indien zij van oordeel was dat die financiering neerkwam op een steunmaatregel in de zin van de artikelen 92 en 93, de Commissie overeenkomstig artikel 93, lid 3, van die steunmaatregel op de hoogte moeten brengen.

IV — De toepassing van artikel 30 EEG-Verdrag

20 De Commissie betoogt dat de „Buy Irish"-campagne en de maatregelen tot uitvoering daarvan in hun geheel moeten worden beschouwd als maatregelen die aanzetten tot de aankoop van alleen nationale produkten. Dergelijke maatregelen zouden in strijd zijn met de krachtens artikel 30 op de Lid-Staten rustende verplichtingen. De Commissie verwijst naar artikel 2, lid 3, sub k, van richtlijn nr. 70/50 van de Commissie van 22 december 1969, gebaseerd op de bepalingen van artikel 33, lid 7, houdende opheffing van de maatregelen van gelijke werking als kwantitatieve invoerbeperkingen, niet bedoeld in andere krachtens het EEG-Verdrag vastgestelde bepalingen (PB L 13 van 1970, blz. 29). Volgens artikel 2, lid 3, sub k, moeten maatregelen die aansporen tot de aankoop van alleen nationale produkten als strijdig met de verbodsbepalingen van het Verdrag worden beschouwd.

21 De Ierse regering voert aan dat het in artikel 30 vervatte verbod van maatregelen van gelijke werking als kwantitatieve beperkingen enkel slaat op „maatregelen", dat wil zeggen handelingen van dwingende aard die uitgaan van een overheidsinstantie. De Ierse regering zou evenwel niet zo een handeling hebben verricht, doch zich ertoe hebben beperkt de door de Ierse industrieën ontwikkelde activiteiten moreel en financieel te steunen.

22 De Ierse regering beklemtoont voorts dat de campagne niet tot een beperking van de invoer heeft geleid, aangezien het aandeel van Ierse goederen in het totaal van de op de Ierse markt verkochte goederen is gedaald van 49,2 % in 1977 tot 43,4 % in 1980.

23 Allereerst moet worden opgemerkt dat de campagne niet kan worden gelijkgesteld met een reclameactie van particuliere of openbare bedrijven, of een groep van ondernemingen, om het publiek ertoe aan te zetten, door deze ondernemingen geproduceerde goederen te kopen. Ongeacht de middelen waarmee zij werd gevoerd, weerspiegelt de campagne de weloverwogen bedoeling van de Ierse regering, op de Ierse markt ingevoerde produkten door nationale produkten te vervangen en aldus de stroom van importen uit andere Lid-Staten af te remmen.

24 In dit verband zij eraan herinnerd, dat een vertegenwoordiger van de Ierse regering bij de lancering van de campagne verklaarde, dat zij bestond in een weldoordacht geheel van initiatieven, die een geïntegreerd programma ter bevordering van de verkoop van binnenlandse produkten vormden; dat enkele maanden later op initiatief van de Ierse regering de Irish Goods Council werd opgericht; en dat de uitvoering van dit door de regering beoogde geïntegreerde programma aan de Council werd opgedragen of overgelaten.

25 De beide onderdelen van het programma die werden voortgezet, te weten de reclamecampagne en het gebruik van het label „Guaranteed Irish", mogen dan niet bepaald tot een verovering van de Ierse markt door nationale produkten hebben geleid, men kan niet miskennen dat deze twee activiteiten, doeltreffend of niet, deel uitmaken van een regeringsprogramma, dat een vervanging van ingevoerde produkten door nationale produkten ten doel heeft en de omvang van de handel tussen Lid-Staten nadelig kan beïnvloeden.

26 De reclamecampagne tot aanmoediging van de aan- en verkoop van Ierse produkten kan niet los worden gezien van haar oorsprong in het kader van het regeringsprogramma noch van de daarmee samenhangende invoering van het label „Guaranteed Irish" en van een speciaal systeem om klachten over van dit label voorziene produkten te onderzoeken. De invoering van het systeem om klachten over Ierse produkten te onderzoeken, toont op afdoende wijze de organisatiegraad en het discriminerend karakter van de „Buy Irish"-campagne aan.

27 Bijgevolg komen de beide activiteiten in kwestie neer op een nationale praktijk, door de Ierse regering ingevoerd en met haar bijstand toegepast, waarvan de potentiële gevolgen voor de invoer uit andere Lid-Staten vergelijkbaar zijn met die van verbindende regeringsmaatregelen.

28 Een dergelijke praktijk kan niet op de enkele grond dat hij niet berust op voor ondernemingen bindende besluiten aan het verbod van artikel 30 EEG-Verdrag ontsnappen. Zelfs maatregelen van de regering van een Lid-Staat zonder bindende kracht kunnen van dien aard zijn, dat zij het gedrag van handelaren en verbruikers in die staat beïnvloeden en aldus de doelstellingen van de Gemeenschap, zoals opgesomd in artikel 2 en nader omschreven in artikel 3 EEG-Verdrag, verijdelen.

29 Dit is het geval wanneer, zoals in casu, een dergelijke beperkende praktijk bestaat in de uitvoering van een door de regering omschreven programma, dat de gehele nationale economie raakt en ertoe strekt het handelsverkeer tussen Lid-Staten af te remmen door de aankoop van binnenlandse produkten aan te moedigen bij wege van een reclamecampagne op nationale schaal en de invoering van speciale, alleen voor binnenlandse produkten geldende procedures, en wanneer deze activiteiten in hun geheel aan de regering kunnen worden toegeschreven en over het gehele nationale grondgebied strak zijn georganiseerd.

30 Mitsdien is Ierland, door het organiseren van een campagne ter bevordering van de aan- en verkoop van Ierse produkten binnen zijn grondgebied, de krachtens het Verdrag op hem rustende verplichtingen niet nagekomen.

Kosten

31 Ingevolge artikel 69, paragraaf 2, van het Reglement voor de procesvoering moet de in het ongelijk gestelde partij in de kosten worden verwezen. Aangezien verweerder in het ongelijk is gesteld, dient hij in de kosten te worden verwezen.

HET HOF VAN JUSTITIE,

rechtdoende,

1. **Verklaart dat Ierland, door het organiseren van een campagne ter bevordering van de aan- en verkoop van Ierse produkten binnen zijn grondgebied, de krachtens het Verdrag op hem rustende verplichtingen niet is nagekomen.**

2. **Verwijst verweerder in de kosten.**

Mertens de Wilmars Pescatore O'Keeffe

Everling Mackenzie Stuart Bosco Koopmans

Uitgesproken ter openbare terechtzitting te Luxemburg op 24 november 1982.

De griffier

P. Heim

De president

J. Mertens de Wilmars

CONCLUSIE VAN DE ADVOCAAT-GENERAAL F. CAPOTORTI VAN 15 SEPTEMBER 1982 [1]

Mijnheer de President,
mijne heren Rechters,

1. In de onderhavige zaak heeft de Commissie krachtens artikel 169, tweede alinea, EEG-Verdrag beroep ingesteld tegen Ierland wegens schending van artikel 30 EEG-Verdrag door bepaalde initiatieven, voornamelijk het voeren van reclame, ter bevordering van de verkoop

1 — Vertaald uit het Italiaans.