

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS  
SODNÍ DVŮR EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ  
DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS DOMSTOL  
GERICHTSHOF DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN  
EUROOPA ÜHENDUSTE KOHUS  
ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ  
COURT OF JUSTICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES  
COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES  
CÚIRT BHREITHIÚNAIS NA gCÓMHPHOBAL EORPACH  
CORTE DI GIUSTIZIA DELLE COMUNITÀ EUROPEE  
EIROPAS KOPIENU TIESA



EUROPOS BENDRIJŲ TEISINGUMO TEISMAS  
EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BÍRÓSÁGA  
IL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA TAL-KOMUNITAJIET EWROPEJ  
HOF VAN JUSTITIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN  
TRYBUNAŁ SPRAWIEDLIWOŚCI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DAS COMUNIDADES EUROPEIAS  
SÚDNY DVOR EURÓPSKYCH SPOLOČENSTIEV  
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI  
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN  
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Prensa e Información

## COMUNICADO DE PRENSA Nº 56/04

13 de julio de 2004

Sentencia del Tribunal de Justicia en los asuntos C-262/02 y C-429/02

*Comisión de las Comunidades Europeas / República Francesa, Bacardi France SAS /  
Télévision Française 1 SA (TF1), Groupe Jean-Claude Darmon SA, Giro Sport Sarl*

### **LA PROHIBICIÓN FRANCESA DE LA PUBLICIDAD TELEVISIVA INDIRECTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS ES COMPATIBLE CON EL DERECHO COMUNITARIO**

*Esta prohibición constituye una restricción a la libre prestación de servicios pero está  
justificada por el objetivo de la protección de la salud pública.*

La Ley francesa de lucha contra el tabaquismo y el alcoholismo (la Ley Évin) prohíbe en Francia la publicidad televisiva directa o indirecta de bebidas alcohólicas. El Derecho penal francés califica de «delito» la infracción de estas disposiciones. Un Código de buena conducta, elaborado por las autoridades francesas y las cadenas de televisión francesas, establece las disposiciones de aplicación de esta prohibición a las retransmisiones en Francia de acontecimientos deportivos que tengan lugar en territorio de otros Estados miembros. Este Código de buena conducta distingue entre los acontecimientos deportivos multinacionales, cuyas imágenes se retransmiten en un gran número de países y, por tanto, no pueden considerarse dirigidas principalmente al público francés, y los acontecimientos deportivos binacionales, cuya retransmisión se dirige específicamente al público francés. El Código establece que, en el caso de estos últimos acontecimientos, las emisoras francesas deben utilizar todos los medios disponibles para evitar la aparición en pantalla de publicidad de bebidas alcohólicas.

Al Tribunal de Justicia se le han planteado dos asuntos relativos al régimen francés.

En el recurso por incumplimiento (C-262/02), la Comisión Europea solicita al Tribunal de Justicia que declare que la normativa francesa es incompatible con la libre prestación de servicios garantizada por el Tratado CE, debido a los obstáculos que impone la Ley Évin a la retransmisión en Francia de acontecimientos deportivos extranjeros.

La remisión prejudicial (C-429/02) tiene origen en el hecho de que la cadena de televisión francesa TF1 obligaba a las sociedades Groupe Jean-Claude Darmon y GiroSport, encargadas de negociar por su cuenta los derechos de retransmisión televisiva de partidos de fútbol, a evitar la aparición en pantalla de marcas de bebidas alcohólicas. En consecuencia, algunos clubs de fútbol extranjeros se negaban a alquilar vallas publicitarias colocadas alrededor del terreno de juego a Bacardi France, que produce y comercializa numerosas bebidas alcohólicas. Por ello, ésta demandó a TF1, Darmon y GiroSport ante los órganos jurisdiccionales franceses con el objeto de que se les ordenase dejar de ejercer presiones sobre los clubs de fútbol extranjeros para impedir el alquiler de vallas publicitarias colocadas alrededor del terreno de juego. En estas circunstancias, la Cour de Cassation francesa quiso saber si el régimen francés es contrario a las disposiciones del Derecho comunitario y en particular a la libre prestación de servicios establecida por el Tratado CE y a la Directiva comunitaria «Televisión sin fronteras».<sup>1</sup>

El Tribunal de Justicia señala en primer lugar que la publicidad televisiva indirecta de bebidas alcohólicas resultante de las vallas visibles en pantalla durante la retransmisión de acontecimientos deportivos no constituye un mensaje televisado individualizable destinado a promover bienes o servicios en el sentido de la Directiva «Televisión sin fronteras». En efecto, es imposible mostrar esta publicidad únicamente durante los intervalos entre las distintas partes del programa televisivo de que se trate. Por consiguiente, no se le aplica la Directiva «Televisión sin fronteras».

A continuación, el Tribunal de Justicia declara que el régimen francés de publicidad televisiva constituye efectivamente una restricción a la libre prestación de servicios en el sentido del Tratado CE.

Por una parte, porque los propietarios de vallas publicitarias deben rechazar, de manera preventiva, cualquier anuncio de bebidas alcohólicas si el acontecimiento deportivo puede retransmitirse en Francia. Por otra parte, porque el régimen impide la prestación de los servicios de difusión de programas televisivos. En efecto, las emisoras francesas deben negarse a emitir cualquier retransmisión de acontecimientos deportivos durante la cual sean visibles vallas publicitarias que anuncien bebidas alcohólicas comercializadas en Francia. Además, los organizadores de acontecimientos deportivos que se desarrollen fuera de Francia no pueden vender los derechos de retransmisión a las emisoras francesas si la difusión de los programas televisivos dedicados a estos acontecimientos puede implicar publicidad televisiva indirecta de bebidas alcohólicas.

Por otro lado, si bien es cierto que existen posibilidades técnicas que permiten enmascarar las imágenes para ocultar de manera selectiva las vallas que anuncien bebidas alcohólicas, la utilización de estas técnicas implicaría elevados costes adicionales para las emisoras francesas.

Por último, el Tribunal de Justicia examina si la prohibición francesa puede justificarse.

Observa que el régimen francés de publicidad televisiva persigue proteger la salud pública y es adecuado para garantizar la realización de este objetivo. Por otra parte, no va más allá de lo necesario para alcanzar dicho objetivo. En efecto, este régimen limita las situaciones en que pueden verse en televisión vallas publicitarias que anuncien bebidas alcohólicas y, por tanto, puede restringir la difusión de estos mensajes, reduciendo así las ocasiones en las que los

---

<sup>1</sup> Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, DO L 298, p. 23.

telespectadores podrían verse incitados a consumir bebidas alcohólicas.

Por tanto, el Tribunal de Justicia concluye que el principio de libre prestación de servicios establecido en el Tratado CE no se opone a una prohibición como la prevista por el régimen francés relativo a la publicidad televisiva indirecta de bebidas alcohólicas.

*Documento no oficial, destinado a la prensa y que no vincula al Tribunal de Justicia.*

*Lenguas disponibles: alemán, inglés, español, francés, italiano, griego*

*El texto íntegro de la sentencia se encuentra en internet (<http://curia.eu.int/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=es>) Generalmente puede consultarse a partir de las 12 horas CET del día de su pronunciamiento.*

*Si desea más información, diríjase a Cristina Sanz Maroto,  
Tel: (00352) 4303 3667 Fax: (00352) 4303 2668*