

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS
SOUDNÍ 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 SPOLOČENSTEV
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Presse et Information

COMMUNIQUÉ DE PRESSE N° 56/04

13 juillet 2004

Arrêt de la Cour de justice dans les affaires C-262/02 et C-429/02

*Commission des Communautés européennes / République Française, Bacardi France SAS /
Télévision Française 1 SA (TF1), Groupe Jean-Claude Darmon SA, Girosport Sarl*

L'INTERDICTION FRANÇAISE DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE INDIRECTE EN FAVEUR DES BOISSONS ALCOOLIQUES EST COMPATIBLE AVEC LE DROIT COMMUNAUTAIRE

*Une telle interdiction constitue une restriction à la libre prestation de services, mais elle est
justifiée par l'objectif de la protection de la santé publique.*

La loi française pour la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme (la loi Evin) interdit en France la publicité télévisée directe ou indirecte des boissons alcooliques. Une infraction à ces dispositions est qualifiée de « délit » par le droit pénal français. Un code de bonne conduite, établi par les autorités françaises et les chaînes de télévision françaises, définit les modalités d'application de cette interdiction à des retransmissions en France de manifestations sportives ayant lieu sur le territoire d'autres États membres. Ce code de bonne conduite distingue entre les événements sportifs multinationaux, dont les images sont retransmises dans un grand nombre de pays et qui ne sont donc pas considérés comme concernant principalement le public français, et les événements sportifs binationaux, dont la retransmission vise spécifiquement le public français. Le code prévoit que, s'agissant de ces dernières manifestations, les diffuseurs français doivent mettre en œuvre tous les moyens disponibles pour empêcher l'apparition à l'antenne de publicité en faveur des boissons alcooliques.

La Cour de justice a été saisie de deux affaires relatives au régime français.

Dans le recours en manquement (C-262/02), la Commission européenne demande à la Cour de constater que la réglementation française est incompatible avec la libre prestation de services garantie par le Traité CE, en raison des entraves induites par la loi Evin à la retransmission en France d'événements sportifs étrangers.

Le renvoi préjudiciel (C-429/02) trouve son origine dans le fait que la chaîne de Télévision Française TF1 avait sommé les sociétés Groupe Jean-Claude Darmon et GiroSport, chargées de négocier pour son compte les droits de retransmission télévisuelle des matchs de football, de faire en sorte d'éviter l'apparition à l'écran de marques de boissons alcooliques. Par conséquent, certains clubs de football étrangers ont refusé à Bacardi France, qui produit et commercialise de nombreuses boissons alcooliques, la location de panneaux publicitaires autour du terrain de jeu. Bacardi France a donc assigné TF1, Darmon et GiroSport devant les juridictions françaises en vue de leur faire enjoindre de cesser d'exercer des pressions sur les clubs de football étrangers pour empêcher la location de panneaux publicitaires autour du terrain de jeu. C'est dans ce contexte que la Cour de Cassation française a souhaité savoir si le régime français est contraire aux dispositions du droit communautaire, notamment, à la libre prestation de services établie par le Traité CE et à la directive communautaire « Télévision sans frontières »¹.

La Cour relève d'abord que la publicité télévisée indirecte pour des boissons alcooliques résultant de panneaux visibles lors de la retransmission de manifestations sportives ne constitue pas un message télévisé individualisable destiné à promouvoir des biens ou des services au sens de la directive « Télévision sans frontières ». En effet, il est impossible de ne montrer cette publicité que durant les intervalles entre les différentes parties de l'émission télévisée concernée. Par conséquent, la directive « Télévision sans frontières » ne s'y applique pas.

Ensuite, la Cour constate que le régime français de publicité télévisée constitue effectivement une restriction à la libre prestation de services au sens du Traité CE.

D'une part, parce que les propriétaires de panneaux publicitaires doivent refuser, de manière préventive, toute publicité pour des boissons alcooliques dès lors que la manifestation sportive est susceptible d'être retransmise en France. D'autre part, parce que le régime empêche la prestation des services de diffusion de programmes télévisés. En effet, les diffuseurs français doivent refuser toute retransmission d'événements sportifs au cours de laquelle seraient visibles des panneaux publicitaires portant de la publicité pour des boissons alcooliques commercialisées en France. En outre, les organisateurs d'événements sportifs se déroulant hors de France ne peuvent vendre les droits de retransmission aux diffuseurs français, dès lors que la diffusion des programmes télévisés consacrés à de tels événements est susceptible de comporter de la publicité télévisée indirecte pour des boissons alcooliques.

Par ailleurs, s'il est vrai qu'il existe des possibilités techniques permettant de masquer les images afin d'occulter de manière ciblée les panneaux affichant de la publicité pour des boissons alcooliques, l'utilisation de telles techniques impliquerait des coûts supplémentaires élevés à la charge des diffuseurs français.

La Cour examine enfin si l'interdiction française peut être justifiée.

¹ Directive 89/552/CEE du Conseil, du 3 octobre 1989, visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle, JO L 298, p. 23.

Elle constate que le régime français de publicité télévisée vise à protéger la santé publique et qu'il est propre à garantir la réalisation de cet objectif. Par ailleurs, il ne va pas au-delà de ce qui est nécessaire pour atteindre ledit objectif. En effet, le régime limite les situations dans lesquelles les panneaux publicitaires pour les boissons alcooliques peuvent être vus à la télévision et est, de ce fait, susceptible de restreindre la diffusion de tels messages, réduisant ainsi les occasions dans lesquelles les téléspectateurs pourraient être incités à consommer des boissons alcooliques.

La Cour conclut donc que le principe de la libre prestation de services établi dans le Traité CE ne s'oppose pas à une interdiction telle que celle prévue par le régime français concernant la publicité télévisée indirecte en faveur des boissons alcooliques.

Document non officiel à l'usage des médias, qui n'engage pas la Cour de justice.

Langues disponibles: allemand, anglais, espagnol, français, italien, grec

Le texte intégral de l'arrêt se trouve sur le site Internet de la Cour

<http://curia.eu.int/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=fr>

Généralement il peut être consulté à partir de 12 heures CET le jour du prononcé.

*Pour de plus amples informations veuillez contacter Mme Sophie Mosca-Bischoff
Tél. (00352) 4303-3205 Fax (00352) 4303-2034*