

СЪД НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ
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 gCOMHPHOBAL EORPACH
CORTE DI GIUSTIZIA DELLE COMUNITÀ EUROPEE
EIROPAS KOPIENU TIESA



EUROPOS BENDRIJŲ TEISINGUMO TEISMAS
AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BÍRÓSÁGA
IL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA TAL-KOMUNITAJET EWROPEJ
HOF VAN JUSTITIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN
TRYBUNAŁ SPRAWIEDLIWOŚCI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DAS COMUNIDADES EUROPEIAS
CURTEA DE JUSTIȚIE A COMUNITĂȚILOR EUROPENE
SÚDNY DVOR EURÓPSKÝCH SPOLOČENSTEV
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

РЕШЕНИЕ НА СЪДА

5 октомври 2000 година*

„Реклама и спонсорство на тютюневи изделия“

[...]

По дело C-376/98

Федерална република Германия, за която се явяват г-н С.-D. Quassowski, Regierungsdirektor във федералното Министерство на финансите, в качеството на представител, подпомаган от адв. J. Sedemund, avocat в Берлин, федерално Министерство на финансите, Referat EC2 Graurheindorfer Strasse 108, D-53117 Bonn,

жалбоподател,

срещу

Европейски парламент, за който се явяват г-н С. Pennera, началник на отдел в правната служба, и г-н N. Lorenz, служител в същата служба, в качеството на представители, със съдебен адрес в Люксембург, в генералния секретариат на Европейския парламент в Kirchberg,

и

Съвет на Европейския съюз, за който се явяват г-н R. Gosalbo Bono, директор в правната служба, г-н A. Feeny и г-н S. Marquardt, служители в същата служба, в качеството на представители, със съдебен адрес в Люксембург, при г-н A. Morbilli, генерален директор на Дирекцията по правни въпроси на Европейската инвестиционна банка, 100, boulevard Konrad Adenauer,

ответници,

* Език на производството: немски.

подпомагани от

Френска република, за която се явяват първоначално г-н J.-F. Dobelle, заместник-директор на Дирекцията по правни въпроси към Министерството на външните работи и г-жа R. Loosli-Surrans, служител в същата дирекция, впоследствие г-жа K. Rispal-Bellanger, заместник-директор в същата дирекция, и г-жа R. Loosli-Surrans, в качеството на представители, със съдебен адрес в Люксембург, в седалището на посолството на Франция, 8 B, boulevard Joseph II,

от

Република Финландия, за която се явяват г-н H. Rotkirch и г-жа T. Pynnä, valtionasiamiehet, в качеството на представители, със съдебен адрес в Люксембург, в седалището на посолството на Финландия, 2, rue Heinrich Heine,

от

Обединено кралство Великобритания и Северна Ирландия, за което се явяват г-жа M. Ewing, от Treasury Solicitor's Department, в качеството на представител, подпомагана от г-н N. Paines, QC, със съдебен адрес в Люксембург, в седалището на посолството на Обединеното кралство, 14, boulevard Roosevelt,

и от

Комисия на Европейските общности, за която се явяват г-жа I. Martínez del Peral и г-н U. Wölke, служители в правната служба, в качеството на представители, със съдебен адрес в Люксембург, при г-н C. Gómez de la Cruz, служител в същата служба, Centre Wagner, Kirchberg,

встъпили страни,

с предмет отмяна на Директива 98/43/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 юли 1998 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки в областта на рекламата и спонсорството на тютюневи изделия (ОВ L 213, стр. 9),

СЪДЪТ,

състоящ се от: г-н G. C. Rodríguez Iglesias, председател, г-н J. C. Moitinho de Almeida (докладчик), г-н D. A. O. Edward, г-н L. Sevón и г-н R. Schintgen, председатели на състави, г-н P. J. G. Kapteyn, г-н C. Gulmann, г-н A. La Pergola, г-н J.-P. Puissochet, г-н P. Jann, г-н H. Ragnemalm, г-н M. Wathelet и г-жа F. Macken, съдии,

генерален адвокат: г-н N. Fennelly,

секретар: г-н H. von Holstein, заместник-секретар и г-жа L. Hewlett, администратор,

предвид протокола от съдебното заседание,

след като изслуша устните състезания на страните на съдебното заседание от 12 април 2000 г., на което за Федералната република Германия се явява г-н C.-D. Quassowski, подпомаган от адв. J. Sedemund, за Парламента — г-н C. Pennera и г-н N. Lorenz, за Съвета — г-н Gosalbo Bono, г-н A. Feeney и г-н S. Marquardt, за Френската република — г-жа R. Loosli-Surrans, за Република Финландия — г-жа Т. Руннă, за Обединено кралство Великобритания и Северна Ирландия — г-жа G. Amodeo от Treasury Solicitor's Department, в качеството на представител, подпомагана от проф. R. Cranston, QC, MP, Her Majesty's Solicitor General for England & Wales, и г-н N. Paines, и за Комисията — г-жа I. Martínez del Peral и г-н U. Wölker,

след като изслуша заключението на генералния адвокат, представено в съдебното заседание от 15 юни 2000 г.,

постанови настоящото

Решение

[...]

- 1 С жалба, подадена в секретариата на Съда на 19 октомври 1998 г., съгласно член 173 от Договора за ЕО (понастоящем след изменението член 230 ЕО) Федерална република Германия иска да се отмени Директива 98/43/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 юли 1998 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки в областта на рекламата и спонсорството на тютюневи изделия (ОВ L 213, стр. 9, наричана по-нататък „Директивата“).
- 2 С определения на председателя на Съда от 30 април 1999 г. Френската република, Република Финландия, Обединено кралство Великобритания и Северна Ирландия и Комисията на Европейските общности са допуснати да встъпят в производството в подкрепа на исканията на Европейския парламент и на Съвета на Европейския съюз.
- 3 Директивата е приета на основание член 57, параграф 2 от Договора за ЕО (понастоящем след изменението член 47, параграф 2 ЕО), член 66 от Договора за ЕО (понастоящем член 55 ЕО) и член 100а от Договора за ЕО (понастоящем след изменението член 95 ЕО).

4 Член 2 от Директивата предвижда:

„За целите на настоящата директива се използват следните определения:

- 1) „тютюневи изделия“ означава продукти, изцяло или частично направени от тютюн на листа, които са произведени, за да се използват за пушене, смучене, дъвчене или смъркане;
- 2) „реклама“ означава всякаква форма на търговски съобщения, които имат за цел или за пряк или непряк резултат популяризирането на тютюнево изделие, включително рекламата, с която без пряко да се споменава тютюневото изделие, се прави опит да се заобиколи забраната за реклама, като се използват наименования, марки, символи или други отличителни белези на тютюневи изделия;
- 3) „спонсорство“ означава принос, публичен или частен, в полза на събитие или дейност, който има за цел или за пряк или непряк резултат популяризирането на тютюнево изделие;
- 4) „обект за продажба на тютюн“ означава всяко място, в което се продават тютюневи изделия.“ [неофициален превод]

5 Съгласно член 3 от Директивата:

„1. Без да се засягат разпоредбите на Директива 89/552/ЕИО, всякаква форма на реклама или спонсорство е забранена в Общността.

2. Параграф 1 не е пречка дадена държава членка да разреши наименование, което вече е използвано добросъвестно едновременно за тютюневи изделия и за други продукти или услуги, пуснати в продажба или предлагани от едно и също предприятие или от различни предприятия преди 30 юли 1998 г., да се използва за рекламата на останалите продукти или услуги.

Това наименование обаче може да се използва само във вид, който ясно се отличава от използвания за тютюневото изделие, като се изключва всеки друг отличителен белег, вече използван за тютюнево изделие.

3. а) Държавите членки следят нито едно тютюнево изделие да не носи наименованието, марката, символа или какъвто и да е друг отличителен белег на всеки друг продукт или услуга, освен ако тютюневото изделие вече не е пуснато в продажба под това наименование, марка, символ или всякакъв друг отличителен белег към посочената в член 6, параграф 1 дата.

б) Забраната, предвидена в параграф 1, не може да бъде заобиколена за нито един продукт или услуга, пуснат в продажба или предлаган на

пазара, считано от посочената в член 6, параграф 1 дата, чрез използването на наименования, марки, символи или други отличителни белези, вече използвани за тютюнево изделие.

За тази цел наименованието, марката, символът или всеки друг отличителен белег на продукта или услугата трябва да бъдат представени във вид, който ясно се отличава от използвания за тютюневото изделие.

4. Забранява се безплатното разпространение, имащо за цел или за пряк или непряк резултат популяризирането на тютюнево изделие.

5. Настоящата директива не се прилага:

- за съобщенията, предназначени изключително за професионалистите, участващи в търговията с тютюн,
- за представянето на пуснати в продажба тютюневи изделия и за обявяването на цените им в обектите за продажба на тютюн,
- за рекламата, предназначена за купувачите в специализираните магазини за продажба на тютюневи изделия и на витрините им или, когато става въпрос за магазини за продажба на различни артикули или услуги, на местата, предназначени за продажба на тютюневи изделия, както и в обектите за продажба, за които в Гърция се прилага специална система за издаване на лицензи поради социални причини (наричани „periptera“),
- за продажбата на публикации, съдържащи реклама на тютюневи изделия, които се издават и отпечатват в трети страни, когато тези публикации не са основно предназначени за общностния пазар.“
[неофициален превод]

6 Съгласно член 4 от Директивата:

„Държавите членки следят за наличието на подходящи и ефикасни средства за гарантиране на и контрол върху прилагането на националните разпоредби, приети в рамките на настоящата директива. Тези средства могат да включват разпоредби, позволяващи на лицата или организациите, които съгласно националното законодателство имат законен интерес от премахването на реклама, която е несъвместима с настоящата директива, да завеждат съдебно дело във връзка с тази реклама или да сезират компетентния административен орган, който да се произнесе по жалбите или да сезира съответните съдебни органи.“ [неофициален превод]

7 Член 5 от Директивата гласи:

„Настоящата директива не засяга възможността държавите членки, като спазват Договора, да предвидят по-строги изисквания, които според тях са необходими, за да се гарантира защитата на човешкото здраве в областта на рекламата или спонсорството на тютюневи изделия.“ [неофициален превод]

8 Съгласно член 6 от Директивата:

„1. До 30 юли 2001 г. държавите членки въвеждат в сила законовите, подзаконовите и административните разпоредби, необходими за съобразяване с настоящата директива. Те незабавно информират Комисията за това.

Когато държавите членки приемат тези мерки, в тях се съдържа позоваване на настоящата директива или те се придружават от такова позоваване при официалното им публикуване. Условията и редът на позоваване се определят от държавите членки.

2. Държавите членки съобщават на Комисията текста на основните разпоредби от националното законодателство, които те приемат в областта, уредена с настоящата директива.

3. Държавите членки могат да отложат прилагането на член 3, параграф 1:

- с една година, що се отнася до печата,
- с две години, що се отнася до спонсорството.

В изключителни случаи и поради надлежно обосновани причини, държавите членки могат да продължат съществуващото разрешение за спонсориране на събития или дейности, организирани на световно равнище, за допълнителен период от три години, който приключва най-късно на 1 октомври 2006 г., при условие че:

- размерът на определените за това спонсорство суми намалява през преходния период,
- се предприемат мерки за доброволно ограничаване с цел да се намали видимостта на рекламата при съответните събития или дейности.“ [неофициален превод]

9 В подкрепа на жалбата си Федерална република Германия изтъква седем основания за отмяна, изведени съответно от факта, че член 100а от Договора не представлява подходящо правно основание за Директивата, от нарушение на член 57, параграф 2 и член 66 от Договора, от нарушение на принципа на пропорционалност, от нарушение на принципа на субсидиарност, от нарушение на основни права, от нарушение на членове 30 и 36 от Договора

за ЕО (понастоящем след изменението членове 28 ЕО и 30 ЕО) и от нарушение на член 190 от Договора за ЕО (понастоящем член 253 ЕО).

- 10 Жалбоподателят и ответниците считат, че съображенията им във връзка с член 100а се прилагат за тълкуването на член 57, параграф 2 и член 66 от Договора.
- 11 Поради това основанията за отмяна, изведени от погрешния избор на член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора като правно основание на Директивата, следва да се разгледат заедно.

По основанията за отмяна, изведени от погрешния избор на правното основание

Доводи на страните

- 12 Жалбоподателят счита, че член 100а от Договора не представлява подходящо правно основание за Директивата, като се основава едновременно на характеристиките на пазара на рекламата на тютюневи изделия и на анализа на член 100а.
- 13 Що се отнася на първо място до характеристиките на пазара, жалбоподателят твърди, че рекламата на тютюневи изделия е главно дейност, чиито последици не надхвърлят границите на всяка държава членка.
- 14 В това отношение той посочва, че макар често рекламата на тютюневи изделия да се разработва на равнището на производителя, то конкретното представяне на рекламния носител на потребителя е резултат от стратегия, насочена към спецификата на всеки пазар. Конкретната форма на рекламата, музикалният фон, изборът на цветовете и други елементи на рекламните продукти, приспособени към характерните за всяка държава членка културни особености, се определят на национално равнище.
- 15 Що се отнася до така наречените „стационарни“ рекламни носители, като плакати, кино и използваните в така наречения сектор Хорека (хотели, ресторанти, кафенета) носители като чадъри и пепелници ставало въпрос за стоки, търговията с които на практика е несъществуваща между държавите членки и досега не е била предмет на ограничения. По причини от данъчно естество рекламната практика, включваща безплатно разпространение, също била ограничена до националните пазари.
- 16 Колкото до така наречените „нестационарни“ рекламни носители, единствено печатът имал значение в икономически план. Безспорно списанията и всекидневниците били носители на реклама за тютюневи изделия, но търговията с тези продукти вътре в Общността била много

ограничена. Процентът на изнасяните в други държави членки списания определено бил под 5 %. Що се отнася до всекидневниците, те се използвали в много по-малка степен от списанията за разпространяване на този вид реклама. През 1997 г. в Германия делът на рекламата на тютюневи изделия в общите приходи от реклама на всекидневниците бил 0,04 %.

- 17 Слабото значение на трансграничната търговия с печатни издания обяснявало защо тя не се подлага на ограничения от държавите членки, които забраняват на националния си печат да приема реклама за тютюневи изделия. Белгийският и ирландският закон изрично разрешавали вноса на печатни издания, съдържащи такава реклама, и направените пред френските съдилища искания за забрана на този внос не били уважени.
- 18 Колкото до така наречените „диверсификационни“ продукти, които са предмет на член 3, параграф 2 от Директивата, жалбоподателят твърди, че поради неточната си формулировка тази разпоредба може да се тълкува по различни начини, водещи до нови пречки за търговията. Във всеки случай Директивата не предвижда клауза за свободна търговия, възпрепятстваща държавите членки, които не са се възползвали от предоставената с посочената разпоредба възможност, да се противопоставят на пускането в продажба на продукти с произход от държави членки, които са се възползвали от тази възможност.
- 19 Що се отнася до предоставяните от рекламните агенции услуги, жалбоподателят изтъква, че дейността, състояща се в разработване на централизирани рекламни стратегии, както и интелектуалният труд, който рекламата предполага, не попадат в приложното поле на Директивата. Всъщност член 2, точка 2 от Директивата определя рекламата само като действително използване на рекламни средства спрямо потребителя.
- 20 Що се отнася до спонсорството, от една страна, отношенията между спонсора и организатора се развивали в голяма степен на национално равнище, тъй като обикновено и двамата са установени в една и съща държава членка. Освен това, дори когато случаят не е такъв, не била налице произтичаща от националните законодателства пречка за спонсорството, тъй като предоставянето на рекламни площи на мястото на проявата се осъществява на местно равнище. От друга страна, не съществували пречки и за излъчването на спонсорираното събитие по телевизията.
- 21 Що се отнася до нарушенията на конкуренцията вследствие на различията между националните законодателства, жалбоподателят твърди, че като се има предвид съображение 1 от Директивата, същата няма за цел отстраняването на такива нарушения в сектора на тютюневата промишленост.

- 22 Що се отнася до производителите на рекламни продукти, дейността им отвъд граница била незначителна и между тях не съществувала конкуренция поради предимно националната насоченост на рекламните стратегии във връзка с тютюна. По отношение на печата не съществувала конкуренция между вносните издания и местния печат и първите в никакъв случай не достигали, в държавата членка по местоназначение, пазарен дял, който да се счита за съществен.
- 23 Второ, що се отнася до анализа на член 100а от Договора, жалбоподателят изтъква най-напред, че с този член на общностния законодател се предоставя правомощие да хармонизира националните законодателства, доколкото хармонизацията е необходима, за да се насърчи вътрешният пазар. Само споменаването на член 100а в съображенията на приетия акт не било достатъчно, тъй като в противен случай би било невъзможно да се упражни съдебен контрол по отношение на избора на тази разпоредба като правно основание. Трябвало този акт действително да допринесе за подобряването на вътрешния пазар.
- 24 Конкретният случай обаче не бил такъв. Като се имало предвид, че единствената реклама, която се допуска, а именно тази на местата за продажба, представлявала едва 2 % от рекламните разходи на тютюневата промишленост, Директивата в действителност налагала пълна забрана на тази реклама. Следователно, вместо да стимулира търговията на носители за реклама на тютюневи изделия и свободното предоставяне на услуги в тази област, Директивата премахвала почти изцяло тези свободи. Освен това според жалбоподателя Директивата създавала нови, несъществуващи преди това пречки за търговията. Така на пазара на тютюневите изделия забраната на рекламата правела почти невъзможни вноса и пускането в продажба на нови продукти и следователно водела до застои на търговията между държавите.
- 25 Относно въпроса дали преследваната с Директивата хармонизация е необходима, за да бъдат отстранени нарушения на конкуренцията, в допълнение към предходните съображения относно пазара на рекламата на тютюневи изделия жалбоподателят посочва, че освен това Директивата води до несъществуващи дотогава нарушения на конкуренцията на външни спрямо тютюневата промишленост пазари.
- 26 Такъв бил случаят с диверсификационните продукти, посочени в член 3, параграф 2 от Директивата. Тази разпоредба предвиждала толкова ограничителни условия, че произвеждащите тези продукти предприятия трябвало или да закрийт производствените си мощности, или да понесат тежки допълнителни разходи, което можело да доведе до значителни прехвърляния на пазарни дялове в полза на конкурентите.

- 27 Безспорно, както следва от практиката на Съда, една от възможните законни цели на сближаването на законодателствата е да се предотврати появата на бъдещи пречки за търговията, произтичащи от хетерогенното развитие на националните законодателства. Въпреки това Директивата само въвежда, окончателно и за в бъдеще, нови пречки за търговията.
- 28 Що се отнася до другите директиви, които се основават на член 100а от Договора и забраняват някои дейности, жалбоподателят твърди, че тези актове се различават от обжалваната директива. Така забраната на заблуждаващата реклама цели насърчаване на трансграничната търговия, като гарантира лоялна реклама на общностно равнище; също така със забраната за използване на съставки на продукти, на производствени технологии или форми на пускане в продажба, които са вредни за здравето, се целяло да се създаде вътрешен пазар на съответните продукти, като се дава възможност те да бъдат произвеждани, пускани в продажба или употребявани без рискове за здравето.
- 29 Жалбоподателят изтъква също, че изборът на член 100а като правно основание би трябвало да е възможен само в случай че пречките пред основните свободи и нарушенията на конкуренцията са съществени. В това отношение той отбелязва, че практиката на Съда относно членове 30 и 36 от Договора, съгласно която тези разпоредби забраняват дори минималните пречки за търговията, не е относима към област, в която става въпрос за разграничаване на компетентността на Общността и на държавите членки. Ако общностният законодател можеше да хармонизира националните законодателства дори при отсъствието на чувствително влияние върху вътрешния пазар, биха могли да се приемат директиви във всяка област и съдебният контрол върху спазването на член 100а би станал излишен.
- 30 Това тълкуване на член 100а от Договора впрочем се подкрепяло в практиката на Съда (Решение от 18 март 1980 г. по дело Комисия/Италия, 91/79, Recueil, стр. 1099, точка 8 и Решение от 11 юни 1991 г. по дело Комисия/Съвет, известно като „Титанов двуокис“, C-300/89, Recueil, стр. I-2867, точка 23).
- 31 Съображенията на жалбоподателя, обобщени в точки 13—22 от настоящото решение, наистина доказвали, че не съществували съществени пречки за търговията с носители за реклама на тютюневи изделия и за свободното предоставяне на услуги от рекламните агенции, както и съществени нарушения на конкуренцията между тях.
- 32 На последно място, жалбоподателят твърди, че прибягването до член 100а не е възможно, когато „центърът на тежестта“ на дадена мярка не е в насърчаването на вътрешния пазар, а в защита на общественото здраве.

- 33 Съгласно постоянната съдебна практика Общността не би могла да се основава на член 100а, когато актът, който трябва да се приеме, има само като допълнителна последица хармонизацията на пазарните условия в рамките на Общността (Решение от 4 октомври 1991 г. по дело Парламент/Съвет, С-70/88, Recueil, стр. I-4529, точка 17, Решение от 17 март 1993 г. по дело Комисия/Съвет, С-155/91, Recueil, стр. I-939, точка 19, Решение от 28 юни 1994 г. по дело Парламент/Съвет, С-187/93, Recueil, стр. I-2857, точка 25 и Решение от 12 ноември 1996 г. по дело Обединено кралство/Съвет, С-84/94, Recueil, стр. I-5755, точка 45).
- 34 Както историята на приемането на Директивата, така и анализът на съдържанието и целта ѝ показвали обаче, че „центърът на тежестта“ на този акт е защитата на общественото здраве.
- 35 Що се отнася до посоченото по-горе решение „Титанов двуокис“, жалбоподателят отбелязва, че обжалваната директива е различна от разглежданата в посоченото решение. Всъщност според него в делото „Титанов двуокис“ политиката в областта на околната среда и осъществяването на вътрешния пазар се преследват на едно и също равнище и всяка една от тези цели на Общността има свое правно основание, съответно член 130с от Договора за ЕО (понастоящем след изменението член 174 ЕО) и член 100а от Договора, позволяващи хармонизацията на националните правни уредби. Хипотезата в конкретния случай обаче не била такава, тъй като свързаната с общественото здраве политика е „център на тежестта“ на Директивата и мерките за хармонизация в тази област са изрично забранени в член 129, параграф 4, първо тире от Договора за ЕО (понастоящем след изменението член 152, параграф 4, първа алинея ЕО).
- 36 Парламентът, Съветът и встъпилите в тяхна подкрепа страни считат, че Директивата е надлежно приета въз основа на член 100а от Договора, като се основават, от една страна, на съществуването на вътрешен пазар в сектора на рекламата на тютюневи изделия, а от друга страна, на анализа на член 100а.
- 37 Парламентът, Съветът и Комисията изтъкват, че съществува вътрешен пазар в сектора на рекламата на тютюневи изделия, в който рекламните кампании често са централизирани и разработвани от установени в Общността агенции. Макар избраните рекламни стратегии и теми да се осъществяват на национално равнище, изборът на темите, подборът на символите, логото и други елементи се извършвали и предлагали на трансгранично равнище и достигали до потребителите в редица държави членки.
- 38 Що се отнася до сектора Хорека, Съветът твърди, че макар ефектът от рекламата да се ограничава до местните потребители, идентични рекламни носители могат да бъдат използвани в няколко държави членки, като използваният език често е английският.

- 39 Що се отнася до безплатното разпространение, Парламентът и Съветът подчертават трансграничните аспекти на тази форма на реклама, която се вписва в рекламна концепция, определяна и осъществявана по един и същ начин за дадена марка. Парламентът добавя, че забраната на безплатното разпространение се обосновава с необходимостта да се възпрепятства заобикалянето на правилата.
- 40 Свободното движение на списанията, по-специално на тези, които авиокомпаниите предоставят на своите пътници по време на полети в рамките на Общността, както и на издаваните в една държава членка и разпространяваните в други държави членки вестници, съдържащи реклама на тютюневи изделия, също можело да бъде възпрепятствано вследствие на съществуващите различия в законодателствата.
- 41 Що се отнася до диверсификационните продукти, Парламентът и Съветът отбелязват, че противно на поддържаното от жалбоподателя, член 3, параграф 2 от Директивата е точно формулирана разпоредба и трябва да се тълкува в смисъл, че държава членка не може да препятства търговията със законно пуснат на пазара продукт в друга държава членка, която се е възползвала от предоставената с посочената директива възможност.
- 42 Парламентът и Съветът изтъкват, че спонсорството също съдържа трансгранични елементи. В това отношение те отбелязват, че рекламните носители, използвани при спонсорирані събития, като коли, облекла на пилотите и поставени по маршрута пана, не достигат само до местните потребители. Във всеки случай според Съвета е достатъчно спонсорът и спонсорираното предприятие да са установени в различни държави членки, за да се установи наличието на трансграничен контекст.
- 43 Накрая, Парламентът, Съветът и Комисията подчертават, че предвид различията между националните законодателства рекламните агенции не можели да разработват и предлагат еднакви рекламни концепции на общностно равнище.
- 44 Според тях Директивата, която благодарение на сближаването на законовите разпоредби създавала единна рамка за рекламата на тютюневите изделия на вътрешния пазар, можела да бъде надлежно приета на основание член 100а от Договора.
- 45 В това отношение Парламентът, Съветът и Комисията изтъкват, че предоставеното с тази разпоредба правомощие на Съвета не цели непременно либерализацията на търговията, а регулирането на пазара. Това обяснявало защо било възможно директиви, съдържащи някои забрани, да се приемат на основание член 100а.
- 46 Така Директива 92/41/ЕИО на Съвета от 15 май 1992 година за изменение на Директива 89/622/ЕИО относно сближаването на законовите, подзаконовите
- I - 12

и административните разпоредби на държавите членки в областта на етикетирането на тютюневите изделия (ОВ L 158, стр. 30) забранявала пускането на пазара на тютюн за дъвчене и Директива 91/339/ЕИО на Съвета от 18 юни 1991 година относно единадесето изменение на Директива 76/769/ЕИО за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно ограниченията за пускането на пазара и употребата на някои опасни вещества и препарати (ОВ L 186, стр. 64; Специално издание на български език, 2007 г., глава 13, том 10, стр. 116) съдържа пълна забрана за използване на посочените в нея вещества.

- 47 В областта на рекламата директиви като Директива 97/55/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 октомври 1997 година за изменение на Директива 84/450/ЕИО относно заблуждаващата реклама с цел да се обхване сравнителната реклама (ОВ L 290, стр. 18; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 4, стр. 196) и Директива 92/28/ЕИО на Съвета от 31 март 1992 година относно рекламата на лекарствените продукти за хуманна употреба (ОВ L 113, стр. 13) също нямали за цел либерализацията на търговията. Последната директива съдържа по-специално широки забрани за рекламата по-конкретно на лекарствени средства, за които не е издадено разрешение за търговия, съответстващо на общественото право (член 2, параграф 1), и на лекарствени средства, които се продават само срещу рецепта (член 3, параграф 1, първо тире).
- 48 Парламентът, Съветът и Комисията посочват и други директиви, които съдържат някои частични забрани, като тази за телевизионната реклама на тютюневи изделия (Директива 89/552/ЕИО на Съвета от 3 октомври 1989 година относно координирането на някои разпоредби, формулирани в действащи закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до упражняване на телевизионна дейност (ОВ L 298, стр. 23; Специално издание на български език, 2007 г., глава 6, том 1, стр. 215), както и мерки, косвено свързани с основните свободи, като отнасящите се до лятното време (Седма директива 94/21/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 30 май 1994 година относно разпоредбите, свързани с лятното време (ОВ L 164, стр. 1) или с достъпа до международната телефонна мрежа в Общността (Решение 92/264/ЕИО на Съвета от 11 май 1992 година относно въвеждането на стандартни международни телефонни кодове за достъп в Общността (ОВ L 137, стр. 21).
- 49 Прибягването до член 100а от Договора не се ограничавало само до случаите, в които различията в законодателствата действително водят до пречатване на основните свободи или до нарушения на конкуренцията. Както Съдът посочил в Решение от 13 юли 1995 г. по дело Испания/Съвет (С-350/92, Recueil, стр. I-1985, точка 33), достатъчно било да съществува опасност различията между правните системи на държавите членки да възпрепятстват основните свободи. Прибягването до член 100а било

възможно дори за да се предотврати хетерогенно развитие на националните законодателства, водещо до нови различия (Решение по дело Испания/Съвет, посочено по-горе, точка 35).

- 50 Колкото до изложения от жалбоподателя довод, че прибягването до член 100а като правно основание трябвало да е възможно само в случай че различията в законодателствата водят до съществени пречки за търговията или до съществени нарушения на конкуренцията, Съветът изтъква, че това разграничение, извлечено от правото на конкуренция, не можело да се използва във връзка с член 100а. Разграничението на правомощията трябвало да се подчинява на обективни и универсални критерии.
- 51 Комисията изтъква също, че в конкретния случай са налице действителни нарушения на конкуренцията. В това отношение тя отбелязва, че предвид съществуващите различия в законодателствата рекламните агенции нямат еднакви възможности да осъществят печалби в зависимост от мястото на установяване или пазара, на който упражняват дейността си. Само обстоятелството, че се толерират вестници или периодични издания от други държави членки въпреки ограничителното законодателство за печата в разглежданата държава членка, води до нарушения на конкуренцията в тази държава.
- 52 Що се отнася до спонсорството, такива различия биха повлияли върху избора на мястото, където се организират проявите, спонсирани от производители на тютюневи изделия, което водело до значителни икономически последици, когато става въпрос за спортни състезания като кръговете от Формула 1.
- 53 Накрая, производителите и продавачите на тютюневи изделия не се ползвали от еднакви условия на конкуренция, за да могат да повлияят на позицията си на пазара. Всъщност в държавите членки с ограничително законодателство икономическите оператори можели да поддържат или да подобрят позицията си на пазара само чрез ценова конкуренция.
- 54 Що се отнася до довода на жалбоподателя, че защитата на общественото здраве била „център на тежестта“ на Директивата, Парламентът, Съветът и Комисията твърдят, че видно от практиката на Съда основният елемент, на който следва да почива преценката на избора на правното основание на даден акт, е текстът на въпросния акт. От формулировката и мястото на съображения 3 и 4 от Директивата обаче е видно, че защитата на човешкото здраве е нейна цел, която се преследва в контекста на разпоредбите на член 100а, параграфи 3 и 4 от Договора, но че тя не е главната ѝ цел.
- 55 Също така съображение 2 и член 5 от Директивата, като признават правото на държавите членки да приемат по-строги разпоредби от предвидените в Директивата, за да гарантират защитата на общественото здраве, също

доказвали по ясен начин допълнителния и подчинен характер на изискването за защита на човешкото здраве.

- 56 Комисията отбелязва в това отношение, че голямото значение на защитата на общественото здраве в Директивата се обяснява с факта, че тя е основната, дори единствената цел на националните мерки, които са предмет на хармонизирането, но че в рамките на същото тя става второстепенна цел.
- 57 Парламентът, Съветът и Комисията изтъкват накрая, че фактът, че Директивата налага широка забрана за рекламата на тютюневи изделия е резултат от задължението, наложено от член 100а, параграф 3 от Договора, да се приеме за база високо равнище на защита на човешкото здраве, както и от необходимостта да се предотврати рискът от заобикаляне на забраната.
- 58 Според правителството на Обединеното кралство жалбоподателят погрешно изтъква, че Директивата неправилно се основава на член 100а от Договора с мотива, че основната ѝ цел не била премахването на препятствията за търговията във връзка с рекламните носители и съответните услуги, а защитата на човешкото здраве.
- 59 В това отношение то отбелязва, че съгласно практиката на Съда изборът на правното основание на акта трябва да се основава на обективни елементи, върху които да може да се упражни съдебен контрол, сред които по-конкретно са целта и съдържанието на акта.
- 60 Това правителство обаче смята, че обективно Директивата преследва едновременно цели, свързани със защитата на човешкото здраве и други, свързани с премахването на различията в условията на конкуренцията и с либерализацията на икономическия обмен. Подходът на жалбоподателя, целящ да определи коя от тези цели е най-важната, не само противоречал на обективния критерий, установен от Съда, но бил и неприложим.
- 61 Правителството на Обединеното кралство изтъква, че член 100а от Договора предоставя правомощие на Съвета и на Парламента да приемат мерки, които имат за предмет създаването и функционирането на вътрешния пазар, и счита, че такъв е конкретният случай.
- 62 Според това правителство, за да може дадена мярка надлежно да се основе на член 100а, не е необходимо да се доказва, че тя има за последица увеличаване на обема на трансграничната търговия. Достатъчно било въпросната мярка да премахва различията в условията на конкуренция.
- 63 С Директивата обаче се целяло отстраняването на нарушенията на конкуренцията не само на пазара на рекламата, но и на пазара на тютюневите изделия, като се хармонизират условията, при които производителите могат да популяризират изделията си. Тя хармонизирала и

условията, при които културни и спортни събития могат да бъдат спонсирани от тютюневата промишленост.

- 64 В това отношение правителството на Обединеното кралство отбелязва, че професионалните спортни клубове са предприятия, които са в конкуренция помежду си, и че условията на тази конкуренция щели да бъдат засегнати, ако клубовете от различните държави членки не могли да получат еднакви субсидии от тютюневата промишленост, която е особено склонна да спонсорира спортни събития, за да компенсира факта, че тези изделия се асоциират с лошо здраве.
- 65 Това правителство добавя, че съгласно практиката на Съда даден акт може да бъде приет с цел да се изпревари приемането на съдържащи различия национални норми, свързани с рискове от препятстване на търговията. Настоящото положение, в което се толерират публикациите, съдържащи реклама на тютюневи изделия, би могло да се промени, като се има предвид развитието на националните правни уредби, които са все по-строги. Поради това съществувал риск от създаването на по-големи пречки за търговията, които Директивата цели да премахне.
- 66 Що се отнася до довода на жалбоподателя, че трябва да се прибегва до член 100а от Договора само в случай на съществено препятстване на основните свободи или на съществени нарушения на конкуренцията, правителството на Обединеното кралство отбелязва, че никакъв точен критерий не позволява да се проведе такова разграничение.
- 67 Това правителство подчертава, че предлаганото от него тълкуване на член 100а се потвърждава от практиката на Съда, съгласно която директива, която се ограничава до забраната на определени дейности с оглед отстраняването на нарушенията на конкуренцията, може да бъде приета на основание на този член (Решение „Титанов двуокис“, посочено по-горе).
- 68 Френското правителство счита, че Директивата е надлежно приета на основание член 100а от Договора. В това отношение то изтъква доводи, изведени от законодателните прецеденти в областта на хармонизацията в сектора на общественото здравеопазване, от практиката на Съда по член 129 от Договора и, накрая, от правното основание, избрано за новите мерки по хармонизиране, които са в процес на приемане.
- 69 Що се отнася до законодателните прецеденти, това правителство се позовава на директивите в областта на фармацевтичните продукти, като се започне от Директива 65/65/ЕИО на Съвета от 26 януари 1965 година относно сближаването на законовите, подзаконовите и административните разпоредби, свързани с патентованите лекарствени продукти (ОВ 22, 1965 г., стр. 369) и се стигне до Директива 90/220/ЕИО на Съвета от 23 април 1990 година относно съзнателното освобождаване на генетично

модифицирани организми в околната среда (ОВ L 117, стр. 15), както и Директива 76/768/ЕИО на Съвета от 27 юли 1976 година относно сближаването на законодателствата на държавите членки, свързани с козметични продукти (ОВ L 262, стр. 169; Специално издание на български език, 2007 г., глава 13, том 3, стр. 101). В тези директиви целите, свързани със защитата на общественото здраве, съществуват заедно с целта за свободното движение на продуктите и отстраняването на нарушенията на конкуренцията и никой не оспорвал валидността на техните разпоредби, с които се хармонизират националните законодателства в областта на общественото здравеопазване.

- 70 Що се отнася до практиката на Съда по член 129 от Договора, френското правителство посочва Решение от 5 май 1998 г. по дело Обединено кралство/Комисия (С-180/96, Recueil, стр. I-2265) и Решение от 4 април 2000 г. по дело Комисия/Съвет (С-269/97, Recueil, стр. I-2257), в които Съдът уточнява, че изискванията в областта на защитата на човешкото здраве са съставна част от други политики на Общността, и по-специално на свързаната с вътрешния пазар политика.
- 71 Накрая, това правителство отбелязва, че правното основание на предложението за директива относно сближаването на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки в областта на производството, представянето и продажбата на тютюневи изделия е член 100а от Договора. Освен това в рамките на Световната здравна организация са започнали преговори с цел по-конкретно да се сключи протокол за рекламата на тютюневи изделия. Комисията обаче е оправомощена да участва в преговорите на основание член 228 от Договора за ЕО (понастоящем след изменението член 300 ЕО).
- 72 Финландското правителство изтъква, че предвид пречките за търговията и нарушенията на конкуренцията, възникнали в резултат на различията в националните законодателства, Директивата е надлежно приета на основание член 100а от Договора.
- 73 В това отношение то подчертава трансграничните елементи на пазара на рекламата, както и на спонсорството на тютюневи изделия, на които се позовават Парламентът, Съветът и Комисията, и добавя, че интернационализирането на този пазар се подсилва от електронните съобщения, по-специално от рекламата по Интернет. Възползвайки се от съобщителни средства като телевизията, рекламата на тютюневи изделия успявала да проникне в държавите членки, в които е забранена. Така в държава членка като Финландия, в която пряката реклама на тютюневи изделия е забранена от 1976 г., някои проучвания показвали, че през 1996 г. например спортните програми, излъчвани по три национални телевизионни канала в рамките на един месец, включвали четири часа реклама на такива изделия.

- 74 Финландското правителство споменава също нарушенията на конкуренцията в сектора на тютюневите изделия и на спонсорството. Този вид маркетинг, който е недостъпен за малките предприятия, създавал положение на неравнопоставеност, което е несъвместимо с общия пазар.
- 75 Що се отнася до значението на защитата на здравето в Директивата, доводите на финландското правителство по същество са идентични с изложените от Парламента, Съвета и Комисията и са обобщени в точки 54—57 от настоящото решение.

Анализ на Съда

Изборът на член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора като правно основание и съдебният контрол върху него

- 76 Директивата се отнася до сближаването на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки в областта на рекламата и спонсорството на тютюневи изделия. Става въпрос за национални мерки, които в голяма степен се основават на целите на политиката за общественото здравеопазване.
- 77 Член 129, параграф 4, първо тире от Договора обаче изключва всякаква хармонизация на законовите и подзаконовите разпоредби на държавите членки, целящи защита и подобряване на човешкото здраве.
- 78 От тази разпоредба обаче не следва, че мерки по хармонизиране, приети на основание на други разпоредби от Договора, не могат да оказват влияние върху защитата на човешкото здраве. Впрочем съгласно член 129, параграф 1, трета алинея изискванията в областта на защитата на здравето са съставна част от други политики на Общността.
- 79 Въпреки това не може да се прибегва до други членове от Договора като правно основание, за да се заобиколи изричното изключване на всякаква хармонизация, предвидено в член 129, параграф 4, първо тире от Договора.
- 80 В конкретния случай предвиденото в Директивата сближаване на националните правни уредби в областта на рекламата и спонсорството на тютюневи изделия се извършва на основание член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора.
- 81 Член 100а, параграф 1 от Договора предоставя правомощие на Съвета в съответствие с процедурата по член 189 Б от Договора за ЕО (понастоящем след изменението член 251 ЕО) и след консултация с Икономическия и социален комитет да приема мерките за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки, които имат за цел създаването и функционирането на вътрешния пазар.

- 82 Съгласно член 3, буква в) от Договора за ЕО (понастоящем след изменението член 3, параграф 1, буква в) ЕО) вътрешният пазар се характеризира с отмяната между държавите членки на пречките за свободно движение на стоки, хора, услуги и капитали. В член 7а, параграф 2 от Договора за ЕО (понастоящем след изменението член 14 ЕО), предвиждащ мерките, които трябва да бъдат взети с оглед на създаването на вътрешния пазар, се уточнява, че този пазар обхваща пространство без вътрешни граници, в което свободното движение на стоки, хора, услуги и капитали е осигурено в съответствие с разпоредбите на Договора.
- 83 От тези разпоредби, разглеждани заедно, следва, че посочените в член 100а, параграф 1 от Договора мерки са предназначени да подобрят условията за създаването и функционирането на вътрешния пазар. Да се тълкува този член в смисъл, че предоставя на общностния законодател общо правомощие да регламентира вътрешния пазар, би било не само в противоречие със самия текст на посочените по-горе разпоредби, но и несъвместимо с принципа, закрепен в член 3б от Договора за ЕО (понастоящем член 5 ЕО), съгласно който компетентността на Общността е предоставена.
- 84 Освен това акт, приет на основание член 100а от Договора, трябва действително да има за цел подобряването на условията за създаване и функциониране на вътрешния пазар. Ако само констатацията, че са налице различия между националните правни уредби и абстрактен риск от препятстване на основните свободи или от нарушения на конкуренцията в резултат на тези различия е достатъчна, за да се обоснове изборът на член 100а като правно основание, съдебният контрол за спазването на правното основание би могъл да бъде лишен от всякаква ефикасност. В такъв случай Съдът би бил възпрепятстван да упражнява функцията, която му е предоставена с член 164 от Договора за ЕО (понастоящем член 220 ЕО), да осигурява спазването на законността при тълкуването и прилагането на Договора.
- 85 Така при контрола дали член 100а е подходящото правно основание Съдът трябва да провери дали актът, чиято валидност се оспорва, действително преследва целите, на които се позовава общностният законодател (вж. по-специално Решение по дело Испания/Съвет, посочено по-горе, точки 25—41 и Решение от 13 май 1997 г. по дело Германия/Парламент и Съвет, C-233/94, Recueil, стр. I-2405, точки 10—21).
- 86 Вярно е — както Съдът отбелязва в точка 35 от посоченото по-горе Решение по дело Испания/Съвет — че прибягването до член 100а като правно основание е възможно, за да се предотврати появата на бъдещи пречки за търговията в резултат на хетерогенното развитие на националните законодателства. Все пак появата на такива пречки трябва да бъде вероятна, а въпросната мярка трябва да има за цел тяхното предотвратяване.

- 87 Предходните съображения се прилагат за тълкуването на член 57, параграф 2 от Договора, разглеждан във връзка с член 66 от Договора, в който изрично се посочват мерките, предназначени да улеснят достъпа до свързаните с услуги дейности и тяхното упражняване. Всъщност с тези разпоредби се цели също така на общностния законодател да се предостави специфично правомощие да приема мерки, предназначени да подобрят функционирането на вътрешния пазар.
- 88 Освен това, след като условията за прибягването до член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 като правно основание са изпълнени, не би могло да се попречи на общностния законодател да се опре на това правно основание с мотив, че защитата на общественото здраве е определяща при избора, който трябва да се направи. Напротив, член 129, параграф 1, трета алинея предвижда, че изискванията в областта на здравеопазването са съставна част от други политики на Общността, а член 100а, параграф 3 изрично изисква при осъществяваната хармонизация да се гарантира високо равнище на защита на човешкото здраве.
- 89 Следователно трябва да се провери дали предвид посоченото по-горе Директивата е можело да бъде приета на основание член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора.

Директивата

- 90 В съображение 1 от Директивата общностният законодател констатира наличието на различия между националните правни уреди в областта на рекламата и спонсорството на тютюневи изделия и посочва, че след като тази реклама и това спонсорство надхвърлят границите на държавите членки, различията могат да създадат пречки за движението на продуктите, чрез които се осъществяват споменатите дейности, и за свободното предоставяне на услуги в тази област, както и да доведат до нарушения на конкуренцията и по този начин да препятстват функционирането на вътрешния пазар.
- 91 Съгласно съображение 2 от Директивата тези пречки трябва да бъдат премахнати и за тази цел да се сближат нормите относно рекламата и спонсорството на тютюневи изделия, като на държавите членки се оставя възможността да предвиждат при определени условия изискванията, които считат за необходими, за да се гарантира защитата на човешкото здраве.
- 92 В член 3, параграф 1 от Директивата се забранява всякаква форма на реклама или спонсорство на тютюневи изделия, а в член 3, параграф 4 от нея се забранява всякакво безплатно разпространение, имащо за цел или за резултат популяризирането на тези продукти. Въпреки това извън приложното ѝ поле остават съобщенията между професионалисти, участващи в търговията с тютюн, рекламата в обектите за продажба и

рекламата в публикации, които се издават и печатат в трети страни и не са основно предназначени за общностния пазар (член 3, параграф 5).

93 С Директивата се забранява и използването на едно и също наименование едновременно за тютюневи изделия и за други продукти и услуги от 30 юли 1998 г., с изключение на продуктите и услугите, които са пуснати в продажба преди тази дата под използвано и за тютюнево изделие наименование и за които използването на това наименование е разрешено при определени условия (член 3, параграф 2). От 31 юли 2001 г. тютюневите изделия не трябва да носят наименование, марка, символ или всякакъв друг отличителен белег на друг продукт или услуга, освен ако тютюневото изделие вече не е било пуснато в продажба под това наименование, марка, символ или всякакъв друг отличителен белег преди тази дата (член 3, параграф 3, буква а).

94 Член 5 от Директивата не засяга възможността държавите членки, като спазват Договора, да предвидят по-строги изисквания, които според тях са необходими, за да се гарантира защитата на човешкото здраве в областта на рекламата или спонсорството на тютюневи изделия.

95 Ето защо е важно да се провери дали Директивата действително допринася за премахването на пречките за свободното движение на стоки и свободното предоставяне на услуги, както и за отстраняването на нарушенията на конкуренцията.

Премахването на пречките за свободното движение на стоки и свободното предоставяне на услуги

96 Следва да се приеме, че поради различията в националните законодателства в областта на рекламата на тютюневи изделия съществуват или е вероятно да се появят пречки за свободното движение на стоки или свободното предоставяне на услуги.

97 Що се отнася например до списанията и вестниците, които съдържат реклама на тютюневи изделия, е вярно, че — както доказва жалбоподателят — понастоящем не съществува никаква пречка за вноса на такива печатни издания в държавите членки, които забраняват тази реклама. Въпреки това предвид развитието на националните законодателства към все по-големи ограничения във връзка с рекламата на тютюневи изделия, което отговаря на убеждението, че тази реклама води до чувствително увеличение на потреблението на тютюн, вероятно е в бъдеще да се появят пречки за свободното движение на печатните издания.

98 Следователно член 100а от Договора би могъл по принцип да позволи приемането на директива, забраняваща рекламата на тютюневи изделия в списанията и вестниците, за да се гарантира свободното движение на тези печатни издания по подобие на Директива 89/552, член 13 от която

забранява телевизионната реклама на тютюневи изделия с цел насърчаване на свободното излъчване на телевизионни програми.

- 99 За голяма част от формите на реклама на тютюневи изделия обаче забраната, която следва от член 3, параграф 1 от Директивата, не може да бъде обоснована с необходимостта да бъдат премахнати пречките за свободното движение на рекламните носители или за свободното предоставяне на услуги в областта на рекламата. Такъв е именно случаят на забраната на рекламата върху плакати, чадъри, пепелници и други предмети, използвани в хотелите, ресторантите и кафенетата, както и забраната на рекламни послания в киното — забрани, които ни най-малко не допринасят за улесняването на търговията със съответните продукти.
- 100 Безспорно акт, приет на основание член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора, може да включва разпоредби, които не допринасят за премахването на пречките за основните свободи, след като те са необходими, за да се избегне заобикалянето на някои забрани, имащи такава цел. Явно е все пак, че не такъв е случаят, що се отнася до посочените в предходната точка забрани.
- 101 Освен това Директивата не гарантира свободното движение на продуктите, които съответстват на разпоредбите ѝ.
- 102 В това отношение, противно на поддържаното от Парламента и Съвета, член 3, параграф 2 от Директивата, който се отнася до диверсификационните продукти, не може да бъде тълкуван в смисъл, че когато предвидените в Директивата условия са изпълнени, такива продукти, чиято търговия е разрешена в дадена държава членка, могат свободно да се движат в останалите държави членки, дори и в тези, в които посочените продукти са забранени.
- 103 Всъщност съгласно член 5 от Директивата държавите членки си запазват правото, като спазват договора, да предвиждат по-строги изисквания, които според тях са необходими, за да се гарантира защитата на човешкото здраве в областта на рекламата или спонсорството на тютюневи изделия.
- 104 Освен това Директивата не съдържа разпоредба, предвиждаща свободното движение на продуктите, които отговарят на нейните разпоредби, за разлика от други директиви, които оставят на държавите членки възможността да приемат по-строги мерки за защита на общ интерес (вж. по-специално член 7, параграф 1 от Директива 90/239/ЕИО на Съвета от 17 май 1990 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно максимално допустимото съдържание на катрани в цигарите (ОВ L 137, стр. 36) и член 8, параграф 1 от Директива 89/622/ЕИО на Съвета от 13 ноември 1989 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните

разпоредби на държавите членки относно етикетирането на тютюневите изделия (ОВ L 359, стр. 1).

- 105 При тези условия следва да се констатира, че общностният законодател не би могъл да се основе на необходимостта да се премахнат пречките за свободното движение на рекламните носители и за свободното предоставяне на услуги, за да приеме Директивата на основание член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора.

Отстраняването на нарушенията на конкуренцията

- 106 В рамките на контрола за законосъобразност на директива, приета на основание член 100а от Договора, Съдът проверява дали нарушенията на конкуренцията, чието отстраняване се цели с акта, са съществени (Решение „Титанов двуокис“, посочено по-горе, точка 23).
- 107 При липса на такова изискване на практика не биха съществували предели на правомощието на общностния законодател. Всъщност националните правни уредби често се различават по отношение на условията за упражняване на уредените в тях дейности, което пряко или косвено се отразява върху условията на конкуренция за съответните предприятия. От това следва, че да се тълкува член 100а, както и член 57, параграф 2 и член 66 от Договора, в смисъл, че общностният законодател би могъл да се основе на тези членове, за да отстрани незначителни нарушения на конкуренцията, би било несъвместимо с вече припомнения в точка 83 от настоящото решение принцип, съгласно който компетентността на Общността е предоставена.
- 108 Ето защо следва да се провери дали Директивата действително допринася за отстраняването на съществени нарушения на конкуренцията.
- 109 Що се отнася, на първо място, до рекламните агенции и производителите на рекламни носители, предприятията, установени на територията на предвиждащи по-малко ограничения за рекламата на тютюневи изделия държави членки, безспорно се намират в по-благоприятно положение с оглед на икономите от мащаба и увеличението на печалбите. Въпреки това последиците от тези предимства за конкуренцията са далечни и непреки, и не представляват нарушения, които могат да бъдат квалифицирани като съществени. Те не са сравними с нарушенията на конкуренцията, причинени от разликите в производствените разходи, по-конкретно като тези, които са подтикнали общностния законодател да приеме Директива 89/428/ЕИО на Съвета от 21 юни 1989 година относно процедурите за хармонизиране на програмите за намаляване и евентуално премахване на замърсяването, причинявано от отпадъците от производството на титанов двуокис (ОВ L 201, стр. 56).

- 110 Вярно е, че различията между някои правни уредби в областта на рекламата на тютюневи изделия могат да доведат до съществени нарушения на конкуренцията. Както изтъкват Комисията и правителствата на Финландия и на Обединеното кралство, забраната на спонсорството в някои държави членки и разрешаването му в други водят по-конкретно до промяна на мястото на провеждане на някои спортни състезания, която има значими последици за условията на конкуренция за свързаните с такива събития предприятия.
- 111 Въпреки това такива нарушения на конкуренцията, които биха могли да служат за основание за прибягване до член 100а от Договора, за да се забранят някои форми на спонсорство, не позволяват това правно основание да се използва за обща забрана на рекламата като установената в Директивата.
- 112 Що се отнася, на второ място, до нарушенията на конкуренцията на пазара на тютюневите изделия и без да е необходимо да се взима становище по позицията на жалбоподателя, че такива нарушения не се посочват в Директивата, налага се изводът, че в този сектор Директивата не позволява отстраняването на съществените нарушения на конкуренцията.
- 113 Безспорно, както изтъква Комисията, производителите и продавачите на тютюневи изделия трябва да прибягват до ценова конкуренция, за да влияят върху позицията си на пазара в държавите членки с ограничително законодателство. Въпреки това подобно обстоятелство не представлява нарушение на конкуренцията, а ограничение на формите на конкуренция, което се прилага по еднакъв начин спрямо всички икономически оператори в тези държави членки. Като предвижда широка забрана за рекламата на тютюневи изделия, Директивата ще разпрости в бъдеще обхвата на такова ограничение на формите на конкуренция, като ограничи във всички държави членки средствата, с които разполагат икономическите оператори, за да получат достъп до пазара или да се задържат на него.
- 114 При тези условия се налага изводът, че общностният законодател не би могъл да се основе на необходимостта от отстраняване на нарушенията на конкуренцията в сектора на рекламата или в сектора на тютюневите изделия, за да приеме Директивата въз основа на член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора.
- 115 Предвид всички изложени по-горе съображения мярка като Директивата не би могла да бъде приета на основание член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора.
- 116 При тези условия следва да се приеме, че основанията за отмяна, изведени от обстоятелството, че член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора не са подходящо правно основание за Директивата, са основателни.

- 117 Както се посочва в точки 98 и 111 от настоящото решение, директива, забраняваща някои форми на реклама и спонсорство на тютюневи изделия, би могла да бъде приета на основание член 100а от Договора. Като се има предвид обаче общият характер на установената с Директивата забрана на рекламата и спонсорството на тютюневи изделия, частичната отмяна на същата би наложила изменение на разпоредбите на Директивата от Съда, а това изменение следва да се въведе от общностния законодател. Следователно Съдът не може да отмени частично Директивата.
- 118 След като основанията за отмяна, изведени от погрешния избор на член 100а, член 57, параграф 2 и член 66 от Договора като правно основание, се приемат за основателни, не следва да се разглеждат останалите основания за отмяна, изтъкнати от жалбоподателя. Директивата се отменя в нейната цялост.

По съдебните разноси

- 119 Съгласно член 69, параграф 2 от Процедурния правилник загубилата делото страна се осъжда да заплати съдебните разноси, ако е направено такова искане. След като Федерална република Германия е направила искане за осъждането на Парламента и Съвета да заплатят съдебните разноси и последните са загубили делото, те трябва да бъдат осъдени да заплатят разноските. Френската република, Република Финландия, Обединеното кралство и Комисията понасят направените от тях съдебни разноси съгласно член 69, параграф 4 от Процедурния правилник.

По изложените съображения

СЪДЪТ

реши:

- 1) **Отменя Директива 98/43/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 юли 1998 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки в областта на рекламата и спонсорството на тютюневи изделия.**
- 2) **Осъжда Европейския парламент и Съвета на Европейския съюз да заплатят съдебните разноси. Френската република, Република Финландия, Обединено кралство Великобритания и Северна Ирландия и Комисията на Европейските общности понасят направените от тях съдебни разноси.**

Rodríguez Iglesias

Moitinho de Almeida

Edward

Sevón

Schintgen

Kapteyn

Gulmann

La Pergola

Puissochet

Jann

Ragnemalm

Wathelet

Macken

Обявено в открито съдебно заседание в Люксембург на 5 октомври 2000 година.

Секретар

Председател

R. Grass

G.C. Rodríguez Iglesias