

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (έκτο τμήμα)
της 8ης Μαρτίου 2001 *

Στην υπόθεση C-405/98,

που έχει ως αντικείμενο αίτηση του Stockholms tingsrätt (Σουηδία) προς το Δικαστήριο, κατ' εφαρμογήν του άρθρου 177 της Συνθήκης ΕΚ (νυν άρθρου 234 ΕΚ), με την οποία ζητείται, στο πλαίσιο της διαφοράς που εκκρεμεί ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου μεταξύ

Konsumentombudsmannen (KO)

και

Gourmet International Products AB (GIP),

η έκδοση προδικαστικής αποφάσεως ως προς την ερμηνεία των άρθρων 30, 36, 56 και 59 της Συνθήκης ΕΚ (νυν, κατόπιν τροποποιήσεως, άρθρων 28 ΕΚ, 30 ΕΚ, 46 ΕΚ και 49 ΕΚ),

* Γλώσσα διαδικασίας: η σουηδική.

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (έκτο τμήμα),

συγκείμενο από τους C. Gulmann, πρόεδρο τμήματος, B. Σκουρή, J.-P. Puissochet (εισηγητή), R. Schintgen και την F. Macken, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: F. G. Jacobs,
γραμματέας: H. von Holstein, βοηθός γραμματέας,

λαμβάνοντας υπόψη τις γραπτές παρατηρήσεις που κατέθεσαν:

- ο Konsumentombudsmannen (ΚΟ), εκπροσωπούμενος από την M. Åbyhammar, ställföreträdande konsumentombudsman,
- η Gourmet International Products AB (GIP), εκπροσωπούμενη από τον U. Djurberg, advokat,
- η Σουηδική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τον A. Kruse,
- η Γαλλική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τις K. Rispal-Bellanger και R. Loosli-Surrans,
- η Φινλανδική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από την T. Pynnä,
- η Νορβηγική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τον H. Seland,

— η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, εκπροσωπούμενη από τις L. Ström και K. Banks,

έχοντας υπόψη την έκθεση ακροατηρίου,

αφού άκουσε τις προφορικές παρατηρήσεις της Gourmet International Products AB (GIP), της Σουηδικής, της Γαλλικής και της Φινλανδικής Κυβερνήσεως, καθώς και της Επιτροπής, κατά τη συνεδρίαση της 19ης Οκτωβρίου 2000,

αφού άκουσε τον γενικό εισαγγελέα που ανέπτυξε τις προτάσεις του κατά τη συνεδρίαση της 14ης Δεκεμβρίου 2000,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

- ¹ Με απόφαση της 18ης Σεπτεμβρίου 1998, που περιήλθε στο Δικαστήριο στις 16 Νοεμβρίου 1998, το Stockholms tingsrätt υπέβαλε, κατ' εφαρμογήν του άρθρου 177 της Συνθήκης ΕΚ (νυν άρθρου 234 ΕΚ), δύο προδικαστικά ερωτήματα ως προς την ερμηνεία των άρθρων 30, 36, 56 και 59 της Συνθήκης ΕΚ (νυν, κατόπιν τροποποιήσεως, άρθρων 28 ΕΚ, 30 ΕΚ, 46 ΕΚ και 49 ΕΚ).

- 2 Τα ερωτήματα αυτά ανέκυψαν κατά την εκδίκαση αγωγής που άσκησε ο Konsumentombudsman (Σουηδός διαμεσολαβητής για ζητήματα καταναλωτών, στο εξής: ΚΟ) και με την οποία ζήτησε να απαγορευθεί στην εταιρία Gourmet International Products AB (στο εξής: GIP) να καταχωρίζει διαφημίσεις οиноπνευματωδών ποτών σε περιοδικά έντυπα.

Η εθνική νομοθεσία

- 3 O lagen (1978:763) med vissa bestämmelser om marknadsföring av alkoholdrycker (σουηδικός νόμος περί ορισμένων ρυθμίσεων σχετικά με την εμπορία των οиноπνευματωδών ποτών), ο οποίος άρχισε να ισχύει την 1η Ιουλίου 1979 και έχει έκτοτε τροποποιηθεί (στο εξής: alkoholreklamlagen), έχει εφαρμογή, σύμφωνα με το άρθρο του 1, στην εκ μέρους των βιομηχάνων και εμπόρων προώθηση της εμπορίας οиноπνευματωδών ποτών, η οποία απευθύνεται στους καταναλωτές. Κατά τον alkohollagen (1994:1738) (σουηδικό νόμο περί οиноπνευματωδών ποτών), ως οиноπνευματώδη νοούνται τα ποτά των οποίων ο κατ' όγκον αλκοολικός τίτλος υπερβαίνει το 2,25 %. Στα ποτά αυτά περιλαμβάνονται τα ισχυρά οиноπνευματώδη, το κρασί, η «ενισχυμένη μπίρα» (με αλκοολικό τίτλο πάνω από 3,5 %) και η «μπίρα» (με αλκοολικό τίτλο μεταξύ 2,25 % και 3,5 %).
- 4 Το άρθρο 2 του alkoholreklamlagen προβλέπει τα εξής:

«Λαμβανομένων υπόψη των κινδύνων που ενέχει για την υγεία η κατανάλωση οиноπνεύματος, πρέπει η προώθηση της εμπορίας των οиноπνευματωδών να γίνεται με μέτρο. Ειδικότερα, η διαφήμιση ή κάθε άλλο μέτρο για την προώθηση της εμπορίας δεν πρέπει να είναι πιεστική, δεν πρέπει να συνίσταται στην κατ' οίκον αναζήτηση πελατών και δεν πρέπει να προτρέπει στην κατανάλωση οиноπνεύματος.

Για την προώθηση της εμπορίας των οиноπνευματωδών ποτών απαγορεύονται τα διαφημιστικά μηνύματα στο ραδιόφωνο ή στην τηλεόραση. Η απαγόρευση αυτή

ισχύει επίσης για τις εκπομπές μέσω δορυφόρου, στις οποίες έχει εφαρμογή ο νόμος (1996:844) περί ραδιοφωνίας και τηλεοράσεως.

Για την προώθηση της εμπορίας των ισχυρών οινοπνευματωδών ποτών, του κρασιού και της ενισχυμένης μπίρας απαγορεύεται η καταχώριση διαφημιστικών μηνυμάτων σε περιοδικά έντυπα ή σε άλλα έντυπα στα οποία έχει εφαρμογή η συνηδική κανονιστική απόφαση περί της ελευθερίας του Τύπου και τα οποία εξομοιώνονται, από πλευράς οργανώσεως της εκδόσεως, με τα περιοδικά έντυπα. Ωστόσο, τούτο δεν ισχύει στην περίπτωση των εντύπων που διατίθενται αποκλειστικώς στα σημεία πωλήσεως τέτοιων ποτών. Νόμος (1996:851).»

- 5 Από τη διάταξη περί παραπομπής προκύπτει ότι, ενόψει του σκοπού του alkoholreklamlagen, ο οποίος συνίσταται στον περιορισμό των δυνατοτήτων προώθησεως της εμπορίας των οινοπνευματωδών ποτών που απευθύνεται στους καταναλωτές, η απαγόρευση καταχωρίσεως διαφημίσεων στα περιοδικά έντυπα δεν ισχύει για τις διαφημίσεις τις καταχωριζόμενες στον ειδικευμένο Τύπο, δηλαδή τον απευθυνόμενο στους επαγγελματίες, κυρίως βιομηχάνους και εστιάτορες.
- 6 Από τη διάταξη περί παραπομπής προκύπτει επίσης ότι ως διαφημιστικά μέσα που δεν ανταποκρίνονται στην επιταγή του alkoholreklamlagen περί τηρήσεως του μέτρου θεωρούνται π.χ. η υπαίθρια διαφήμιση και η απευθείας αποστολή διαφημιστικού υλικού σε ιδιώτες.

Η διαφορά της κύριας δίκης

- 7 Η GIP εκδίδει το περιοδικό Gourmet. Το προοριζόμενο για τους συνδρομητές τεύχος αριθ. 4 (Αυγούστου-Οκτωβρίου 1997) περιείχε τρεις σελίδες διαφημίσεων οινοπνευματωδών ποτών, μία για κόκκινο κρασί και δύο για ούισκι. Το πωλούμενο στο εμπόριο τεύχος δεν περιείχε καμία από τις σελίδες αυτές. Κατά την απόφαση περί παραπομπής, το 90 % των 9 300 συνδρομητών είναι επαγγελματίες, βιομήχανοι ή έμποροι, και το υπόλοιπο 10 % ιδιώτες.

- 8 Ο ΚΟ ζήτησε από το Stockholms tingsrätt να απαγορεύσει στην GIP, επ' απειλή χρηματικής ποινής, να συμβάλλει στην απευθυνόμενη στους καταναλωτές προώθηση της εμπορίας οινοπνευματωδών ποτών με τέτοιες διαφημίσεις, οι οποίες αντιβαίνουν στο άρθρο 2 του alkoholreklamlagen.
- 9 Η GIP ζήτησε την απόρριψη του αιτήματος αυτού, ισχυριζόμενη, μεταξύ άλλων, ότι η αγωγή που είχε ασκηθεί κατ' αυτής στηριζόταν σε νομοθεσία αντίθετη προς το κοινοτικό δίκαιο.
- 10 Κατά την εξέταση της αγωγής το tingsrätt αντιμετώπισε ειδικότερα το ζήτημα αν οι εθνικές διατάξεις που επιβάλλουν απόλυτη απαγόρευση ορισμένων διαφημιστικών καταχωρίσεων μπορούν να χαρακτηριστούν μέτρο αποτελέσματος ισοδύναμου με ποσοτικό περιορισμό, υπό την έννοια του άρθρου 30 της Συνθήκης, και, στην περίπτωση αυτή, αν μπορούν να θεωρηθούν νόμιμες, δυνάμει του άρθρου 36 της Συνθήκης, ενόψει του σκοπού τους. Έθεσε επίσης το ζήτημα αν οι εθνικές αυτές διατάξεις συμβιβάζονται με την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών.
- 11 Το Stockholms tingsrätt, κρίνοντας ότι είναι αναγκαία η ερμηνεία των σχετικών διατάξεων της Συνθήκης, ανέστειλε την ενώπιόν του διαδικασία και υπέβαλε στο Δικαστήριο τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:
- «1) Έχουν τα άρθρα 30 και 59 της Συνθήκης ΕΚ την έννοια ότι απαγορεύουν στα κράτη μέλη να προβλέπουν νομοθετικώς γενική απαγόρευση των διαφημίσεων των οινοπνευματωδών ποτών, όπως είναι η απαγόρευση του άρθρου 2 του alkoholreklamlagen;

2) Σε περίπτωση καταφατικής απαντήσεως στο ανωτέρω ερώτημα: Μπορεί η απαγόρευση αυτή να θεωρηθεί δικαιολογημένη και ανάλογη προς τον σκοπό της προστασίας της υγείας και της ζωής των ανθρώπων;»

- 12 Ο ΚΟ άσκησε έφεση κατά της αποφάσεως περί παραπομπής ενώπιον του Marknadsdomstolen (Σουηδία), το οποίο την απέρριψε με απόφαση της 11ης Μαρτίου 1999.

Επί της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων

- 13 Με τα προδικαστικά ερωτήματα, τα οποία ενδείκνυται να συνεξεταστούν, το αιτούν δικαστήριο ερωτά κατ' ουσίαν αν αντιβαίνει στις διατάξεις της Συνθήκης περί ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων η επιβολή απαγορεύσεως των διαφημίσεων για τα οινοπνευματώδη ποτά, όπως είναι η επιβαλλόμενη με το άρθρο 2 του alkoholreklamlagen.
- 14 Ο ΚΟ και οι παρεμβαίνουσες κυβερνήσεις ομολογούν ότι η απαγόρευση των διαφημίσεων στη Σουηδία επηρεάζει αρνητικά τις πωλήσεις οινοπνευματωδών ποτών στη χώρα αυτή, περιλαμβανομένων και των οινοπνευματωδών ποτών που εισάγονται από άλλα κράτη μέλη, αφού σκοπός της σουηδικής νομοθεσίας είναι ακριβώς η μείωση της καταναλώσεως οινοπνεύματος.
- 15 Εντούτοις, υπενθυμίζοντας ότι το Δικαστήριο, με τη σκέψη 16 της αποφάσεως της 24ης Νοεμβρίου 1993, C-267/91 και C-268/91, Keck και Mithouard (Συλλογή 1993, σ. I-6097), δέχτηκε ότι οι εθνικές διατάξεις που περιορίζουν ή απαγορεύουν ορισμένες μορφές πωλήσεως δεν είναι ικανές να επηρεάσουν το ενδοκοινοτικό εμπόριο, υπό την προϋπόθεση ότι εφαρμόζονται σε όλους τους επιχειρηματίες του οικείου τομέα που ασκούν τη δραστηριότητά τους στην εθνική επικράτεια και ότι επηρεάζουν κατά τον ίδιο τρόπο, τόσο από πραγματική όσο και από νομική άποψη, την εμπορία των εγχωρίων προϊόντων και των προϊόντων προελεύσεως άλλων κρατών μελών, ο ΚΟ και οι παρεμβαίνουσες κυβερνήσεις φρονούν ότι η επίμαχη στην κύρια δίκη απαγόρευση διαφημίσεων δεν συνιστά εμπόδιο στο μεταξύ κρατών μελών

εμπόριο, αφού ανταποκρίνεται στα κριτήρια που έθεσε το Δικαστήριο με την ανωτέρω απόφαση.

- 16 Η GIP φρονεί ότι μια απόλυτη απαγόρευση όπως η επίμαχη στην κύρια δίκη δεν ανταποκρίνεται στα κριτήρια αυτά. Συγκεκριμένα, η απαγόρευση αυτή είναι ενδεχόμενο να επηρεάζει αρνητικότερα τα εισαγόμενα εμπορεύματα απ' ό,τι τα παραγόμενα εντός του οικείου κράτους μέλους.
- 17 Η Επιτροπή αφενός θεωρεί ότι στο εθνικό δικαστήριο απόκειται να εκτιμήσει, βάσει των πραγματικών περιστατικών, αν εμποδίζεται το ενδοκοινοτικό εμπόριο και αφετέρου εκφράζει παρόμοιες αμφιβολίες σχετικά με την εφαρμογή εν προκειμένω των κριτηρίων που υπενθυμίστηκαν ανωτέρω στη σκέψη 15 της παρούσας αποφάσεως.
- 18 Υπενθυμίζεται ότι, σύμφωνα με τα εκτιθέμενα στη σκέψη 17 της προπαρατεθείσας αποφάσεως Keck και Mithouard, για να μην εμπίπτουν οι εθνικές διατάξεις που περιορίζουν ή απαγορεύουν ορισμένες μορφές πωλήσεως στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 30 της Συνθήκης, δεν πρέπει να είναι ικανές να παρεμποδίζουν την πρόσβαση των προϊόντων άλλων κρατών μελών στην αγορά ούτε να τη δυσχεραίνουν περισσότερο απ' ό,τι την πρόσβαση των εγχώριων προϊόντων.
- 19 Το Δικαστήριο έχει επίσης δεχτεί, με τη σκέψη 42 της αποφάσεως της 9ης Ιουλίου 1997, C-34/95 έως C-36/95, De Agostini και TV-Shop (Συλλογή 1997, σ. I-3843), ότι δεν μπορεί να αποκλείεται το ενδεχόμενο η εντός κράτους μέλους πλήρης απαγόρευση μιας μορφής προωθήσεως νομίμως πωλουμένου προϊόντος να έχει σημαντικότερες επιπτώσεις στα προϊόντα προελεύσεως άλλων κρατών μελών.
- 20 Μια όμως απαγόρευση διαφημίσεως όπως η επίμαχη στην κύρια δίκη όχι μόνον απαγορεύει ορισμένη μορφή προωθήσεως ενός προϊόντος, αλλά στην πραγματικό-

τητα απαγορεύει στους παραγωγούς και στους εισαγωγείς να απευθύνουν οποιοδήποτε διαφημιστικό μήνυμα στους καταναλωτές, πλην ορισμένων ελάχιστων και ασήμαντων εξαιρέσεων.

- 21 Χωρίς να χρειάζεται να εξετάσει επακριβώς τις πραγματικές περιστάσεις που προσιδιάζουν στην κατάσταση στη Σουηδία και των οποίων η εξέταση απόκειται στο εθνικό δικαστήριο, το Δικαστήριο διαπιστώνει ότι, δεδομένου ότι πρόκειται για οινοπνευματώδη ποτά, δηλαδή για προϊόντα των οποίων η κατανάλωση συνδέεται με παραδοσιακές μορφές κοινωνικής πρακτικής, καθώς και με τοπικές συνήθειες και τοπικά ήθη, η απαγόρευση κάθε διαφημίσεως προς τους καταναλωτές, είτε με καταχωρίσεις στον Τύπο ή με διαφημίσεις στο ραδιόφωνο ή στην τηλεόραση είτε με άμεση αποστολή διαφημιστικού υλικού σε ιδιώτες ή με υπαίθριες διαφημίσεις, είναι ικανή να δυσχεραίνει την πρόσβαση στην αγορά των προϊόντων προελεύσεως άλλων κρατών μελών περισσότερο απ' ό,τι των εγχώριων, με τα οποία ο καταναλωτής είναι αυτομάτως περισσότερο εξοικειωμένος.
- 22 Η ορθότητα της διαπιστώσεως αυτής δεν αναιρείται από τα στοιχεία που προσκόμισαν ο ΚΟ και η Σουηδική Κυβέρνηση και από τα οποία προκύπτει ότι η κατανάλωση κρασιού και ουίσκι, τα οποία είναι κυρίως εισαγόμενα προϊόντα, αυξάνει στη Σουηδία περισσότερο από την κατανάλωση άλλων προϊόντων, όπως είναι η βότκα, που είναι κυρίως σουηδικής προελεύσεως. Πρώτον, δεν μπορεί να αποκλειστεί το ενδεχόμενο ότι, αν δεν υπήρχε η επίμαχη στην κύρια δίκη νομοθεσία, η αύξηση αυτή θα ήταν ακόμη μεγαλύτερη· δεύτερον, τα στοιχεία αυτά αφορούν ορισμένα μόνο από τα οινοπνευματώδη ποτά, και συγκεκριμένα δεν περιλαμβάνουν την κατανάλωση μπίρας.
- 23 Επισημαίνεται επιπλέον ότι, αν και τα έντυπα που περιέχουν διαφημίσεις μπορούν να διανέμονται στα σημεία πωλήσεως, στην πράξη η Systembolaget AB, ανώνυμη εταιρία που ελέγχεται πλήρως από το Σουηδικό Δημόσιο και έχει το μονοπώλιο της λιανικής πωλήσεως στη Σουηδία, διανέμει στα σημεία πωλήσεών της μόνο το δικό της περιοδικό.

- 24 Τέλος, η σουηδική νομοθεσία δεν απαγορεύει την «ενσωματωμένη στο κείμενο διαφήμιση», δηλαδή τη χρησιμοποίηση θετικών σχολίων κατά την περιγραφή, σε άρθρα που αποτελούν μέρος του πληροφοριακού περιεχομένου του εντύπου, προϊόντων για τα οποία απαγορεύεται η καταχώριση άμεσων διαφημίσεων. Η Επιτροπή παρατηρεί ορθώς ότι, για διάφορους λόγους, κυρίως πολιτιστικής φύσεως, οι εγχώριοι παραγωγοί έχουν ευκολότερη πρόσβαση σ' αυτή τη διαφημιστική μέθοδο απ' ό,τι οι εγκατεστημένοι σε άλλα κράτη μέλη ανταγωνιστές τους. Το γεγονός αυτό επιδεινώνει την έλλειψη ισορροπίας που είναι συμφυής προς την απόλυτη απαγόρευση της άμεσης διαφήμισης.
- 25 Πρέπει επομένως να γίνει δεκτό ότι μια απαγόρευση διαφήμισης όπως η επίμαχη στην κύρια δίκη πλήττει περισσότερο την εμπορία των προϊόντων καταγωγής άλλων κρατών μελών απ' ό,τι των εγχώριων και συνιστά, κατά συνέπεια, εμπόδιο στο εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών που εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 30 της Συνθήκης.
- 26 Το εμπόδιο όμως αυτό ενδέχεται να δικαιολογείται προς προστασία της δημόσιας υγείας, η οποία αποτελεί λόγο γενικού συμφέροντος που αναγνωρίζεται από το άρθρο 36 της Συνθήκης.
- 27 Συναφώς, δεν αμφισβητείται ότι η ρύθμιση η οποία περιορίζει τις δυνατότητες διαφήμισης των οινοπνευματωδών ποτών και επομένως συμβάλλει στην καταπολέμηση του αλκοολισμού εξυπηρετεί τη μέριμνα για τη δημόσια υγεία (αποφάσεις της 10ης Ιουλίου 1980, 152/78, Επιτροπή κατά Γαλλίας, Συλλογή τόμος 1980/II, σ. 509, σκέψη 17, και της 25ης Ιουλίου 1991, C-1/90 και C-176/90, Aragonesa de Publicidad Exterior και Publivia, Συλλογή 1991, σ. I-4151, σκέψη 15).
- 28 Επιπλέον, για να δικαιολογείται ένα εμπόδιο όπως αυτό που δημιουργεί η επίμαχη στην κύρια δίκη απαγόρευση διαφήμισης από λόγους αναγόμενους στη μέριμνα για τη δημόσια υγεία, πρέπει το υπό εξέταση μέτρο να είναι ανάλογο προς τον επιδιω-

κόμμενο σκοπό και να μην αποτελεί ούτε μέσο αυθαίρετων διακρίσεων ούτε συγκαλυμμένο περιορισμό του εμπορίου μεταξύ των κρατών μελών.

- 29 Ο ΚΟ και οι παρεμβαίνουσες κυβερνήσεις ισχυρίζονται ότι για την επίμαχη στην κύρια δίκη απαγόρευση διαφημίσεως μπορεί να ισχύσει η προβλεπόμενη στο άρθρο 36 της Συνθήκης εξαίρεση. Ο ΚΟ και η Σουηδική Κυβέρνηση τονίζουν ειδικότερα ότι αυτή η απαγόρευση δεν είναι απόλυτη και δεν εμποδίζει το κοινό να ενημερώνεται, αν το επιθυμεί, και συγκεκριμένα στα εστιατόρια, στο Διαδίκτυο, με τις «ενσωματωμένες στο κείμενο διαφημίσεις» ή ζητώντας από τον παραγωγό ή τον εισαγωγέα την αποστολή διαφημιστικού υλικού. Επιπλέον, η Σουηδική Κυβέρνηση υπενθυμίζει ότι το Δικαστήριο έχει δεχθεί ότι, κατά το παρόν στάδιο της εξέλιξης του κοινοτικού δικαίου, τα κράτη μέλη είναι ελεύθερα, εντός των ορίων που χαράσσει η Συνθήκη, να καθορίζουν το επιθυμητό επίπεδο προστασίας της δημόσιας υγείας και τον τρόπο επιτεύξεως του επιπέδου αυτού (προπαρατεθείσα απόφαση *Aragonesa de Publicidad Exterior και Publivia*, σκέψη 16). Η Σουηδική Κυβέρνηση δηλώνει ότι η επίμαχη στην κύρια δίκη νομοθεσία συνιστά απαραίτητο στοιχείο της πολιτικής που ακολουθεί σε σχέση με το οινόπνευμα.
- 30 Η GIP υποστηρίζει ότι η απόλυτη απαγόρευση της διαφημίσεως που επιβάλλει η επίμαχη στην κύρια δίκη νομοθεσία είναι δυσανάλογη, διότι η επιδιωκόμενη προστασία θα μπορούσε να επιτευχθεί με ηπιότερα απαγορευτικά μέτρα, π.χ. με την απαγόρευση διαφημίσεων σε ορισμένους δημόσιους χώρους ή στα προοριζόμενα για τα παιδιά και τους εφήβους έντυπα. Πρέπει συγκεκριμένα να ληφθεί υπόψη ότι η εφαρμογή της σουηδικής πολιτικής για τον αλκοολισμό διασφαλίζεται με την ύπαρξη του μονοπωλίου λιανικής πωλήσεως, με την απαγόρευση πωλήσεων στα άτομα κάτω των 20 ετών και με ενημερωτικές εκστρατείες.
- 31 Η Επιτροπή φρονεί ότι στο αιτούν δικαστήριο εναπόκειται να εκτιμήσει αν η επίμαχη στην κύρια δίκη απαγόρευση διαφημίσεως είναι δυσανάλογη. Παράλληλα πάντως επισημαίνει ότι η εν λόγω απαγόρευση δεν φαίνεται να είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική, λόγω κυρίως της υπάρξεως της δυνατότητας «ενσωματώσεως διαφημίσεων στο κείμενο» και της πληθώρας έμμεσων διαφημίσεων στο Διαδίκτυο, και ότι η επιβολή ορισμένων προϋποθέσεων ως προς τη μορφή της διαφημίσεως, όπως είναι η υποχρέωση τηρήσεως του μέτρου, την οποία προβλέπει ήδη ο σουηδικός νόμος, θα μπορούσε να αρκεί για την προστασία του εμπλεκόμενου συμφέροντος.

- 32 Πρώτον, επιβάλλεται να τονιστεί ότι από κανένα από τα στοιχεία που διαθέτει το Δικαστήριο δεν μπορεί να συναχθεί ότι οι λόγοι δημόσιας υγείας που επικαλούνται οι σουηδικές αρχές εξετράπησαν του σκοπού τους και χρησιμοποιήθηκαν για τη δημιουργία διακρίσεων σε βάρος εμπορευμάτων καταγωγής άλλων κρατών μελών ή για την έμμεση προστασία ορισμένων εγχώριων προϊόντων (απόφαση της 14ης Δεκεμβρίου 1979, 34/79, Henn et Darby, Συλλογή τόμος 1979/II, σ. 781, σκέψη 21, και προπαρατεθείσα απόφαση Aragonesa de Publicidad Exterior και Publivia, σκέψη 20).
- 33 Δεύτερον, όσον αφορά την εκτίμηση της αναλογικότητας της επίμαχης στην κύρια δίκη απαγορεύσεως διαφημίσεως, και ειδικότερα του ζητήματος αν ο επιδιωκόμενος σκοπός θα μπορούσε να επιτευχθεί με την επιβολή απαγορεύσεων ή περιορισμών μικρότερης εκτάσεως ή που θα επηρέαζαν λιγότερο το ενδοκοινοτικό εμπόριο, η εκτίμηση αυτή προϋποθέτει την ανάλυση των νομικών και πραγματικών στοιχείων που προσιδιάζουν στην κατάσταση του οικείου κράτους μέλους, στην οποία μπορεί να προβεί ευχερέστερα το αιτούν δικαστήριο απ' ό,τι το Δικαστήριο.
- 34 Κατά συνέπεια, πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι, όσον αφορά την ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων, δεν αντιβαίνει στα άρθρα 30 και 36 της Συνθήκης η απαγόρευση των διαφημίσεων των οινόπνευματων ποτών, όπως είναι η προβλεπόμενη στο άρθρο 2 του alkoholreklamlagen, εκτός αν διαπιστώνεται, βάσει των νομικών και πραγματικών στοιχείων που προσιδιάζουν στην κατάσταση του οικείου κράτους μέλους, ότι η προστασία της δημόσιας υγείας από τις ολέθριες συνέπειες του οινόπνευματος μπορεί να διασφαλιστεί με τη λήψη μέτρων που επηρεάζουν λιγότερο το ενδοκοινοτικό εμπόριο.

Επί της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών

- 35 Με τα προδικαστικά ερωτήματα, το αιτούν δικαστήριο ερωτά κατ' ουσίαν, δεύτερον, αν αντιβαίνει στις διατάξεις της Συνθήκης περί ελεύθερης παροχής υπηρεσιών η

επιβολή απαγορεύσεως των διαφημίσεων για τα οινοπνευματώδη ποτά, όπως είναι η επιβαλλόμενη με το άρθρο 2 του *alkoholreklamlagen*.

- 36 Ο ΚΟ, η GIP, η Σουηδική Κυβέρνηση και η Επιτροπή δέχονται ότι η παραχώρηση χώρων διαφημίσεως μπορεί να συνιστά παροχή διασυνοριακών υπηρεσιών εμπίπτουσα στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 59 της Συνθήκης. Οι λοιπές παρεμβαίνουσες κυβερνήσεις υποστηρίζουν, αντίθετα, ότι το άρθρο 59 δεν έχει εφαρμογή στην παρούσα υπόθεση.
- 37 Συναφώς, όπως έχει κρίνει επανειλημμένα το Δικαστήριο, μια επιχείρηση μπορεί να επικαλεστεί, έναντι του κράτους όπου είναι εγκατεστημένη, την ελεύθερη παροχή των υπηρεσιών, εφόσον οι υπηρεσίες παρέχονται σε αποδέκτες εγκατεστημένους σε άλλο κράτος μέλος (βλ., μεταξύ άλλων, τις αποφάσεις της 17ης Μαΐου 1994, C-18/93, *Corsica Ferries*, Συλλογή 1994, σ. I-1783, σκέψη 30, και της 10ης Μαΐου 1995, C-384/93, *Alpine Investments*, Συλλογή 1995, σ. I-1141, σκέψη 30).
- 38 Τούτο συμβαίνει, μεταξύ άλλων, όταν η νομοθεσία κράτους μέλους περιορίζει, όπως στην υπόθεση της κύριας δίκης, το δικαίωμα των εγκατεστημένων στο κράτος αυτό επιχειρήσεων Τύπου να προσφέρουν στους δυνητικά ενδιαφερόμενους που είναι εγκατεστημένοι σε άλλα κράτη μέλη χώρους διαφημίσεως στα έντυπά τους.
- 39 Συγκεκριμένα, ένα μέτρο όπως η επίμαχη στην κύρια δίκη απαγόρευση, έστω και αν δεν εισάγει διακρίσεις, επηρεάζει ιδιαίτερα τη διασυνοριακή προσφορά χώρων διαφημίσεως, αν ληφθεί υπόψη ο διεθνής χαρακτήρας της αγοράς της διαφημίσεως στην κατηγορία των προϊόντων που αφορά η απαγόρευση, και αποτελεί συνεπώς περιορισμό της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών υπό την έννοια του άρθρου 59 της Συνθήκης (βλ. συναφώς την προπαρατεθείσα απόφαση *Alpine Investments*, σκέψη 35).

40 Ο περιορισμός αυτός μπορεί εντούτοις να δικαιολογείται για την προστασία της δημόσιας υγείας, η οποία αποτελεί λόγο γενικού συμφέροντος αναγνωριζόμενο από το άρθρο 56 της Συνθήκης που έχει εφαρμογή στην ελεύθερη παροχή υπηρεσιών σύμφωνα με το άρθρο 66 της Συνθήκης ΕΚ (νυν άρθρο 55 ΕΚ).

41 Όπως υπενθυμίστηκε με τη σκέψη 33 της παρούσας αποφάσεως σε σχέση με τα εμπόδια στην ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων, στο αιτούν δικαστήριο εναπόκειται να εκτιμήσει αν, βάσει των νομικών και πραγματικών στοιχείων που προσιδιάζουν στην κατάσταση του οικείου κράτους μέλους, η επίμαχη στην κύρια δίκη απαγόρευση διαφημίσεως ανταποκρίνεται στην προϋπόθεση περί αναλογικότητας, η οποία πρέπει να πληρούται για να μπορεί να δικαιολογηθεί η παρέκκλιση από την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών.

42 Κατά συνέπεια, πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι, όσον αφορά την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών, δεν αντιβαίνει στα άρθρα 56 και 59 της Συνθήκης η απαγόρευση των διαφημίσεων των οινόπνευματων ποτών, όπως είναι η προβλεπόμενη στο άρθρο 2 του alkoholreklamlagen, εκτός αν διαπιστώνεται, βάσει των νομικών και πραγματικών στοιχείων που προσιδιάζουν στην κατάσταση του οικείου κράτους μέλους, ότι η προστασία της δημόσιας υγείας από τις ολέθριες συνέπειες του οινοπνεύματος μπορεί να διασφαλιστεί με τη λήψη μέτρων που επηρεάζουν λιγότερο το ενδοκοινοτικό εμπόριο.

Επί των δικαστικών εξόδων

43 Τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκαν η Σουηδική, η Γαλλική, η Φινλανδική και η Νορβηγική Κυβέρνηση, καθώς και η Επιτροπή, που κατέθεσαν παρατηρήσεις στο Δικαστήριο, δεν αποδίδονται. Δεδομένου ότι η παρούσα διαδικασία έχει ως προς τους διαδίκους της κύριας δίκης τον χαρακτήρα παρεμπίπτοντος που ανέκυψε ενώπιον του εθνικού δικαστηρίου, σ' αυτό εναπόκειται να αποφανθεί επί των δικαστικών εξόδων.

Για τους λόγους αυτούς,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (έκτο τμήμα),

κρίνοντας επί των ερωτημάτων που του υπέβαλε με απόφαση της 18ης Σεπτεμβρίου 1998 το Stockholms tingsrätt, αποφαινεται:

Δεν αντιβαίνει ούτε στα άρθρα 30 και 36 της Συνθήκης ΕΚ (νυν, κατόπιν τροποποίησης, άρθρα 28 ΕΚ και 30 ΕΚ) ούτε στα άρθρα 56 και 59 της Συνθήκης ΕΚ (νυν, κατόπιν τροποποίησης, άρθρα 46 ΕΚ και 49 ΕΚ) η απαγόρευση των διαφημίσεων των οινοπνευματωδών ποτών, όπως είναι η προβλεπόμενη στο άρθρο 2 του lagen (1978:763) med vissa bestämmelser om marknadsföring av alkoholdrycker (σουηδικού νόμου περί ορισμένων ρυθμίσεων σχετικά με την εμπορία των οινοπνευματωδών ποτών), όπως έχει τροποποιηθεί, εκτός αν διαπιστώνεται, βάσει των νομικών και πραγματικών στοιχείων που προσιδιάζουν στην κατάσταση του οικείου κράτους μέλους, ότι η προστασία της δημόσιας υγείας από τις ολέθριες συνέπειες του οινοπνεύματος μπορεί να διασφαλιστεί με τη λήψη μέτρων που επηρεάζουν λιγότερο το ενδοκοινοτικό εμπόριο.

Gulmann

Σκουρής

Puissochet

Schintgen

Macken

Δημοσιεύθηκε σε δημόσια συνεδρίαση στο Λουξεμβούργο στις 8 Μαρτίου 2001.

Ο Γραμματέας

Ο Πρόεδρος του έκτου τμήματος

R. Grass

C. Gulmann