

EUROOPA KOHTU OTSUS

9. juuli 1997*

[...]

Piirideta televisiooni direktiiv – Liikmesriigist edastatav telereklaam – Eksitava reklaami keeld – Lastele suunatud reklaami keeld

[...]

Liidetud kohtuasjades C-34/95, C-35/95 ja C-36/95,

mille esemeks on kolm Euroopa Kohtule EÜ asutamislepingu artikli 177 alusel Marknadsdomstoleni (Rootsi) esitatud taotlust, millega soovitakse saada selles kohtus pooleli olevas vaidluses järgmiste poolte vahel:

Konsumentombudsmannen (KO)

ja

De Agostini (Svenska) Förlag AB (C-34/95),

ning

Konsumentombudsmannen (KO)

ja

TV-Shop i Sverige AB (C-35/95 et C-36/95),

eelotsust EÜ asutamislepingu artiklite 30 ja 59 ning nõukogu 3. oktoobri 1989. aasta direktiivi 89/552/EMÜ (teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta (EÜT L 298, lk 23; ELT eriväljaanne 06/01, lk 224)) tõlgendamise kohta,

EUROOPA KOHUS,

koosseisus: president G. C. Rodríguez Iglesias, kodade esimehed G. F. Mancini, Moitinho de Almeida, J. L. Murray (ettekandja) ja L. Sevón, kohtunikud C. N. Kakouris, P. J. G. Kapteyn, C. Gulmann, D. A. O. Edward, J.-P. Puissochet, G. Hirsch, P. Jann ja H. Ragnemalm,

kohtujurist: F. G. Jacobs,

kohtusekretär: vanemametnik H. A. Rühl,

arvestades kirjalikke märkusi, mille esitasid:

*Kohtumenetluse keel: rootsi.

- kohtuasjas C-34/95 Konsumentombudsman, esindaja: Axel Edling,
 - kohtuasjades C-35/95 ja C-36/95 Konsumentombudsman, esindaja: *Ställföreträdande konsumentombudsman* Per Eklund,
 - De Agostini (Svenska) Förlag AB, esindajad: advokaat Peter Danowsky ja advokaat Ulf Isaksson, Stockholm,
 - TV-Shop i Sverige AB, esindaja: advokaat Lars-Erik Ström, Malmö,
 - Rootsi valitsus, esindaja: välisministeeriumi väliskaubanduse osakonna õigustalituse juhataja Lotty Nordling,
 - Belgia valitsus, esindaja: välisministeeriumi õigustalituse haldusdirektor Jan Devadder,
 - Kreeka valitsus, esindaja: valitsuse õigusnõukogu õigusnõunik Panagiotis Kamarineas, välisministeeriumi Euroopa õiguse asjade eritalituse sekretär Ioanna Kiki ning ajakirjandus- ja meediaministeeriumi õigusnõunik Sofia Hiniadu,
 - Soome valitsus, esindaja: välisministeeriumi õigusosakonna juhataja suursaadik Holger Rotkirch,
 - Norra valitsus, esindaja: *Regjeringsadvokaten* (tsiviilasjade peaprokurör) Didrik Tønseth,
 - Euroopa Ühenduste Komisjon, esindaja: õigustalituse ametnik Berend Jan Drijber,
- arvestades kohtuistungil ettekannet,

olles 11. juuni 1996. aasta kohtuistungil ära kuulanud suulised märkused, mille esitasid Konsumentombudsman (esindaja: Axel Edling), De Agostini (Svenska) Förlag AB (esindajad: Peter Danowsky ja Ulf Isaksson), TV-Shop i Sverige AB (esindaja: Lars-Erik Ström), Rootsi valitsus (esindaja: Lotty Nordling), Kreeka valitsus (esindaja: valitsuse õigusnõukogu abiõigusnõunik Georgios Kanellopoulos), Soome valitsus (esindaja: välisministeeriumi õigusnõunik Tuula Pynnä), Norra valitsus (esindaja: Didrik Tønseth) ja komisjon (esindajad: Berend Jan Drijber ja peaõigusnõunik Karin Oldfelt),

olles 17. septembri 1996. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Marknadsdomstolen esitas kolme 7. veebruari 1995. aasta määrusega, mis saabusid Euroopa Kohtu kantseleisse 13. veebruaril 1995, EÜ asutamislepingu artikli 177 alusel kaks eelotsuse küsimust EÜ asutamislepingu artiklite 30 ja 59 ning nõukogu 3. oktoobri 1989. aasta direktiivi 89/552/EMÜ (teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta (EÜT L 298, lk 23; ELT eriväljaanne 06/01, lk 224, edaspidi "direktiiv")) tõlgendamise kohta.

2 Need küsimused kerkisid esile seoses kolme taotlusega, mille esitas Konsumentombudsman (tarbijate *ombudsman*), et De Agostini (Svenska) Förlag AB-l (edaspidi "De Agostini") ja TV-Shop i Sverige AB-l (edaspidi "TV-Shop") keelataks teatavad turundusvõtted lasteajakirja (kohtuasi C-34/95), nahahooldusvahendite (kohtuasi C-35/95) ja puhastusvahendi (kohtuasi C-36/95) telereklaamis.

Direktiivi üldsätted

3 Nagu Euroopa Kohus tõdes 9. veebruari 1995. aasta otsuses (kohtuasjas C-412/93: Leclerc-Siplec, EKL 1995, lk I-179), on EMÜ asutamislepingu artikli 57 lõike 2 ja artikli 55 alusel vastu võetud direktiivi peamine eesmärk teleringhäälingusaadete edastamise vabaduse tagamine. Nagu nähtub kolmeteistkümnendast ja neljateistkümnendast põhjendusest, on direktiivis sätestatud miinimumnormid, mida tuleb täita kõikide ühendusest pärinevate ja seal vastuvõtmiseks mõeldud ringhäälingusaadete puhul (punktid 28 ja 29).

4 Direktiivi artiklis 1 on teleringhääling määratletud kui avalikkusele vastuvõtmiseks mõeldud kodeerimata või kodeeritud teleprogrammide esialgne edastus kaabli või eetri, sealhulgas satelliidi kaudu. Samuti on seal määratletud telereklaam nii, et see hõlmab igasuguseid kaubanduse, äri, käsitöö või kutsealaga seotud teadaandeid, mida avalik-õiguslik isik või eraettevõtja edastab tasu või samalaadse hüvitise eest, et reklaamida tasu eest pakutavaid kaupu või osutatavaid teenuseid. Viimaks lisatakse selles sättes, et see ei hõlma avalikkusele suunatud otsepakkumisi toodete müügiks, ostmiseks või rentimiseks ega teenuste osutamiseks tasu eest, välja arvatud artikli 18 kohaldamisel.

5 Järgmiseks sätestab direktiivi artikkel 2:

"1. Iga liikmesriik tagab, et kõik telesaated, mida edastavad:

- tema jurisdiktsiooni all olevad ringhäälinguorganisatsioonid

[...]

täidavad kõnealuses liikmesriigis avalikkusele mõeldud ringhäälingusaadete suhtes kohaldatavaid õigusakte.

2. Liikmesriigid tagavad teistest liikmesriikidest pärinevate telesaadete vastuvõtmisvabaduse ja ei piira nende taasedastamist oma territooriumil põhjustel, mis kuuluvad käesoleva direktiiviga kooskõlastavatesse valdkondadesse. Liikmesriigid võivad telesaadete taasedastamise ajutiselt peatada, kui on täidetud järgmised tingimused:

a) teisest liikmesriigist edastatav telesaade rikub selgelt, oluliselt ja raskelt artikli 22 sätteid;

b) eelnenud 12 kuu jooksul on ringhäälinguorganisatsioon kõnealust sätet rikkunud vähemalt kaks korda;

c) asjaomane liikmesriik on ringhäälinguorganisatsioonile ja komisjonile kirjalikult teatanud väidetavatest rikkumistest ja oma kavatsusest piirata taasedastamist, kui taoline rikkumine toimub uuesti;

d) nõupidamised edastava riigi ja komisjoniga ei ole andud rahuldavat lahendust 15 päeva jooksul alates punktis c nimetatud teatamisest ja väidetav rikkumine on jätkuv.

Komisjon tagab, et peatamine on kooskõlas ühenduse õigusega. Komisjon võib nõuda asjaomaselt liikmesriigilt ühenduse õigusega vastuolus oleva peatamise viivitamatut lõpetamist. Käesolev säte ei piira ühegi menetluse, õiguskaitsevahendi ega sanktsiooni kohaldamist kõnealuse rikkumise suhtes selles liikmesriigis, kelle jurisdiktsiooni alla asjaomane ringhäälinguorganisatsioon kuulub.

[...]"

6) Viimaks annab direktiivi artikli 3 lõige 1 liikmesriikidele õiguse kohaldada nende jurisdiktsiooni all olevate televisiooniorganisatsioonide suhtes direktiiviga reguleeritud valdkondades üksikasjalikumaid või rangemaid eeskirju. Artikli 3 lõike 2 kohaselt peavad liikmesriigid tagama, et nende jurisdiktsiooni all olevad televisiooniorganisatsioonid täidaksid selle direktiivi sätteid.

Rootsi õigus

7 Marknadsföringslagi (1975:1418, edaspidi "äritavade seadus") § 2 esimese lõigu kohaselt võib Marknadsdomstolen juhul, kui ettevõtja tegeleb toote, teenuse või muude hüvede turustamisel reklaami või muu tegevusega, mis on heade äritavadega vastuolus või tarbijate või teiste ettevõtjate suhtes ebaaus, keelata tal seda jätkata või tegeleda muu sarnase tegevusega. Seda sätet saab kohaldada ka telesaadete suhtes, mida saab vastu võtta ükskõik millises Euroopa Majanduspiirkonna lepinguga ühinenud riigis.

8 Lisaks sellele annab äritavade seaduse § 3 Marknadsdomstolenile õiguse anda ettevõtjale korralduse edastada oma reklaamis teavet, mida see kohus peab tarbija jaoks oluliseks.

9 Muuseas sätestab Radiolagi (1966:755, edaspidi "ringhäälinguseadus") § 11, et telereklaami jaoks ette nähtud kellaegadel edastatav reklaam ei tohi olla mõeldud alla 12aastaste laste tähelepanu püüdmiseks.

10 Kohtutoimikust selgub, et Marknadsdomstoleni väljakujunenud kohtupraktika kohaselt loetakse äritavasid, mis on siduvate õigusnormidega vastuolus, nagu ka eksitavat reklaami, ebaausaks äritavade seaduse § 2 tähenduses.

Põhikohtuasja faktilised asjaolud

11 TV3 on Ühendkuningriigis asuv äriühing. Ta edastab sealt satelliidi kaudu teleprogramme Taanisse, Rootsi ja Norrassa.

12 TV4 ja Homeshopping Channel on kanalid, mis tegutsevad Rootsis ringhäälinguseadusele vastava tegevusloa alusel.

13 Kolmes kohtuasjas taasedastati kõnealust telereklaami satelliidi kaudu Ühendkuningriigist Rootsi ning näidati TV3-s. Seda reklaami edastati ühtlasi ka TV4 kanalil (kohtuasi C-34/95) ning Homeshopping Channelil (kohtuasjad C-35/95 ja C-36/95), ilma et seda oleks eelnevalt mõnes teises liikmesriigis üle kantud.

Kohtuasi C-34/95

14 1993. aasta septembris näitas Rootsi äriühing De Agostini, mis kuulub Itaalia kontserni Istituto Geografico De Agostini, mille põhitegevusala on ajakirjade väljaandmine, TV3 ja TV4 telekanalitel Rootsi publikule ajakirja "Allt om dinosaurier!" ("Kõik dinosaurustest!") reklaami.

15 Põhikohtuasja toimikust selgub, et see lasteajakiri on entsüklopeediline väljaanne, mis sisaldab teavet dinosauruste kohta ning ajakirja sisuga seotud dinosauruse maketti. Seda avaldatakse seeriate kaupa, millest igauks koosneb mitmest numbrist. Iga numbriga saab kaasa ühe maketi osa: kui kogu seeria on ostetud, on kõik mudeli osad koos. Ajakiri, mida avaldatakse mitmes keeles, on 1993. aastast saadik mitmes liikmesriigis turule toodud. Nähtavasti trükitakse kõik ajakirja eri keeltes ilmuvad versioonid Itaalias.

16 Tarbijate *ombudsman* nõudis äritavade seaduse paragrahvi 2 alusel, et Marknadsdomstolen keelaks De Agostinil trahvi ähvardusel ajakirja "Allt om dinosaurier!" eelkirjeldatud viisil turustamast, kuna see reklaam oli mõeldud alla 12aastaste laste tähelepanu püüdmiseks ning seega vastuolus ringhäälinguseaduse paragrahvi 11. Juhul, kui Marknadsdomstolen ei peaks seda taotlust rahuldama, nõudis tarbijate *ombudsman*, et De Agostinile tehtaks äritavade seaduse paragrahvi 3 alusel korraldus näidata trahvi ähvardusel lastele suunatud reklaamides terve maketi saamiseks vajalike ajakirjade arvu ja selle koguhinda. Viimaks nõudis tarbijate *ombudsman* äritavade seaduse paragrahvi 2 alusel, et De Agostinil keelataks trahvi ähvardusel kasutada oma reklaamides väidet "Iga kahe nädala tagant saad sa koguda helendava dinosaurusemudeli osi ja ajakirju, mis moodustavad kokku entsüklopeedia; kõike seda üksnes 7,50 krooni eest" või mis tahes muid väiteid, millel on sisuliselt sama tähendus.

Kohtuasjad C-35/95 ja C-36/95

17 Kohtuasjad C-35/95 ja C-36/95 puudutavad TV-Shopi, TV-Shop Europe'i Rootsi tütarettevõtja tegevust. See tegevus seisneb turustatavate toodete tutvustamises teleklippidega, mille järel kliendid saavad neid tooteid telefoni teel tellida. Müügi- ja klienditeeninduspunkte asub mitmes vastuvõtjariigis. Tooted toimetatakse kohale posti teel.

18 1993. aastal edastas TV-Shop niiviisi TV3 ja Homeshopping Channel kanalil kaht "inforeklaami" (infomercial) - "Body de Lite'i" nahahooldustoodete ja "Astonishi" puhastusvahendite kohta.

19 Kohtuasjas C-35/95 nõudis tarbijate *ombudsman* äritavade seaduse paragrahvi 2 alusel, et Marknadsdomstolen keelaks TV-Shopil nahahooldustoodete turustamisel

- esitada nende toodete mõju kohta väiteid, ilma et neid saaks turustamise hetkel tõendada,
- kinnitada, et toodetel on tervendavaid või ravivaid omadusi, ilma et nad oleks selleks ettenähtud menetlusega ravimitena kasutusse lubatud,
- kinnitada või mõista anda, et üht nahahooldustoodete partiid ostes saab tarbija tasuta muid täiendavaid tooteid, kui kõnealust partiid ei müüda tavaliselt sama hinnaga kui see hind, millega partiid müüakse siis, kui sellega ei käi kaasas lisatooded,

- võrrelda ilutoodete partii hinda muude kaubamärkide toodetega, kui äriühing ei suuda tõendada, et võrreldakse samasuguseid või sarnaseid tooteid, ning

- vihjata, et teatud lisatoodete saamiseks peab tarbija esitama tellimuse 20 minuti või muu lühikese tähtaja jooksul.

20 Samuti nõudis tarbijate *ombudsman* äritavade seaduse paragrahvi 3 alusel, et Marknadsdomstolen annaks TV-Shopile korraldusele, et see märgiks tooteid televisioonis turustades ära täiendavad saatekulud ning lunaraha, nagu ka kõik muud taolised kulud.

20 Samuti nõudis tarbijate *ombudsman* kohtuasjas C-36/95 äritavade seaduse paragrahvi 2 alusel, et Marknadsdomstolen keelaks TV-Shopil

- teha avaldusi nende puhastusvahendite tõhususe kohta, ilma et nende õigsust saaks turustamise hetkel tõendada,

- kasutada sõna "keskkonnasõbralik" või kasutada sama ebaselgeid väljendeid, mis annavad mõista, et puhastusvahend toob keskkonnale kasu, ning

- kasutada puhastusvahendi kohta väljendit "biolagundatav" või muid samalaadseid väiteid, ilma et nende õigsust saaks turustamise hetkel tõendada.

22 Neil asjaoludel palus Marknadsdomstolen Euroopa Kohtul otsustada järgmiste küsimuste üle:

"Kas asutamislepingu artiklit 30 või artiklit 59 või 3. oktoobri 1989. aasta direktiivi 89/552/EMÜ tuleb tõlgendada nii, et nad

a) keelavad liikmesriigil võtta meetmeid telereklaami vastu, mida reklaamija edastab teisest liikmesriigist (kohtuasjad C-34/95, C-35/95 ja C-36/95);

b) keelavad kohaldada ringhäälinguseaduse § 11 lõikes 1 esitatud eeskirja, mis keelab lastele suunatud reklaami (kohtuasi C-34/95)."

23 Euroopa Kohtu presidendi 20. märtsi 1995. aasta määrusega on kohtuasjad C-34/95, C-35/95 ja C-36/95 kodukorra artikli 43 alusel kirjaliku ja suulise menetluse ning kohtuotsuse huvides liidetud.

Esimene küsimus

Direktiiv

24 Mis puutub sellesse, kas direktiiv on kohaldatav, tuleb esmalt meenutada, et hoolimata puudulikust sõnastusest nähtub selle pealkirjast, et direktiivi eesmärk on teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamine, et kaotada ühenduses ringhäälinguteenuste osutamise vabaduse piirangud.

25 Lisaks selgub direktiivi kaheksandast, üheksandast ja kümnendast põhjendusest, et ühenduse õigusloomeorgani poolt kaotada kavatsetavate piirangud tulenevad

liikmesriikide õigusnormide vahelistest erinevustest teleprogrammide edastamise ja levitamise alal.

26 Järelikult on direktiiviga kooskõlastatavad valdkonnad kooskõlastatud üksnes sedavõrd, kuivõrd need on seotud otseses mõttes teleringhäälinguga, nagu see on määratletud artikli 1 punktis a.

27 Järgmiseks tuleb rõhutada, et telesaadete edastamise vabaduse tagamiseks on direktiivi artiklis 2 sätestatud, et ühendusest pärinevate ja seal vastuvõtmiseks mõeldud ringhäälingusaadete, eelkõige teises liikmesriigis vastuvõtmiseks mõeldud ringhäälingusaadete osas täidetakse päritoluliikmesriigi õigusakte, mida kohaldatakse selle liikmesriigi avalikkusele mõeldud ringhäälingusaadete suhtes, ja direktiivi sätteid. Ühtlasi peavad liikmesriigid, kuigi neile jäävad artiklis 2 sätestatud õigused, tagama liikmesriikidest pärinevate telesaadete vastuvõtmisvabaduse ega tohi piirata nende taasedastamist oma territooriumil põhjustel, mis kuuluvad käesoleva direktiiviga kooskõlastavatesse valdkondadesse.

28 Samuti tuleb rõhutada, et direktiivi kolmeteistkümnendast põhjendusest selgub, et direktiiviga kehtestatakse miinimumnormid, mis on vajalikud ringhäälingusaadete edastamise vabaduse tagamiseks ning seetõttu ei mõjuta direktiiv liikmesriikide ja nende ametiasutuste vastutust programmide korralduse, rahastamise ja sisu eest. Seitsmeteistkümnendast põhjendusest selgub, et direktiiv piirdub ainult teleringhäälingu eeskirjadega, ilma et see piiraks ühenduse edaspidiste ühtlustavate õigusaktide kohaldamist, eriti nende ülekaalukate nõuete täitmiseks, mis käsitlevad tarbijate kaitsmist ning äritehingute ja konkurentsi ausust.

29 Tuleb veel meenutada, et 10. septembri 1996. aasta otsusest (kohtuasjas C-222/94: komisjon vs. Ühendkuningriik, EKL 1996 I-4025, punkt 42) nähtub, et liikmesriigi *ratione personae* jurisdiktsioon televisiooniorganisatsiooni üle saab põhineda ainult organisatsiooni allumisel selle riigi õiguskorrale, mis kattub sisuliselt asumise mõistega asutamislepingu artikli 59 esimese lõigu tähenduses, mille sõnastus eeldab, et teenuse osutaja ja tarbija "asuvad" kahes eri liikmesriigis.

30 Konkreetsemalt reklaami kohta tuleb märkida, et direktiivi IV peatükis, mis käsitleb telereklaami ja sponsorlust, esitatakse teatav hulk põhimõtteid edastamise tingimuste, teatud reklaamitehnikate kasutamise ja saateaja kohta, mida sellisele tegevusele võib pühendada (artiklid 10, 11, 17, 18).

31 Direktiiv puudutab ka telereklaami sisu. Nõnda on artiklis 12 sätestatud, et see ei tohi kahjustada inimväärikust, sisaldada mingisugust diskrimineerimist rassi, soo ega rahvuse põhjal, olla usuliste või poliitiliste veendumuste suhtes solvav, soodustada tervist või ohutust kahjustavat käitumist ega soodustada keskkonnakaitset kahjustavat käitumist. Artiklites 13 ja 14 kehtestatakse absoluutne sigarettide ja muude tubakatoodete ning selliste ravimite ja raviteenuste telereklaami keeld, mis on selles liikmesriigis, kelle jurisdiktsiooni alla ringhäälinguorganisatsioon kuulub, kättesaadavad üksnes arsti ettekirjutuse alusel. Artiklis 15 on sätestatud teatav hulk alkohoolsete jookide telereklaami piiranguid. Artiklis 16 on esitatud mitu põhimõtet, mis on seotud alaealiste kaitsega, mida käsitletakse muuhulgas ka V peatükis, artiklis 22.

32 Seega tuleb nentida, et direktiiv kooskõlastab küll ringhäälingutegevuse ja teleprogrammide valdkonnas teatavaid liikmesriikide õigus- ja haldusnorme, mis käsitlevad telereklaami ja sponsorlust, kuid see kooskõlastamine on siiski vaid osaline.

33 Isegi kui direktiivis on ette nähtud, et liikmesriigid tagavad teistest liikmesriikidest pärinevate telesaadete vastuvõtmisvabaduse ja ei piira nende taasedastamist oma territooriumil telereklaami ja sponsorlusega seotud põhjustel, ei tähenda see veel, et direktiiv välistaks täielikult ja automaatselt muude kui konkreetset programmide edastamist ja levitamist puudutavate eeskirjade kohaldamise.

34 Nii ei keela direktiiv põhimõtteliselt liikmesriigi õigusnormide kohaldamist, mille üldine eesmärk on tarbijakaitse, kui need ei kehtesta telesaadete teistkordset kontrolli lisaks sellele, mida peab tegema edastav liikmesriik.

35 Seega tundub, et selliste liikmesriigi õigusnormide kohaldamine, mida arutatakse põhikohtuasjades ning mis sätestavad tarbijakaitse eesmärgil reklaamijate suhtes rahatrahvi ähvardusel kohaldatava keeldude ja korralduste süsteemi, ei kujuta endast direktiiviga keelatud piirangut.

36 De Agostini, TV-Shopi ja komisjoni väitel kannataks põhimõtte, et telesaateid kontrollib riik, kelle jurisdiktsiooni alla ringhäälinguorganisatsioon kuulub, tõsiselt nii eesmärgi kui õigusmõju osas, kui direktiivi ei kohaldataks reklaamijate suhtes. Reklaamipiirang mõjutaks tegelikult ka telesaateid, olgugi et piirang puudutaks ainult reklaami.

37 Sellele vastuväitele vastamiseks piisab sellest, kui märkida, et nõukogu 10. septembri 1984. aasta direktiiv 84/450/EMÜ, mis käsitleb eksitava reklaamiga seotud liikmesriikide õigus- ja haldusnormide ühtlustamist (EÜT L 250, lk 17, ELT eriväljaanne 15/01, lk 227-230), mis sätestab eriti oma artikli 4 lõikes 1, et liikmesriigid tagavad asjakohased ja tõhusad meetmed eksitava reklaami kontrollimiseks nii tarbijate kui ka konkurentide ja üldsuse huvides, võiks jääda telereklaami valdkonnas täiesti sisutuks, kui vastuvõtjaliikmesriigilt võetaks igasugune võimalus reklaamijate vastu meetmeid võtta, ning see oleks vastuolus ühenduse õigusloomeorgani väljendatud sooviga (vt selle kohta Euroopa Vabakaubanduse Assotsiatsiooni Kohtu 16. juuni 1995. aasta otsust liidetud kohtuasjades E-8/94 ja E-9/94: Forbrukerombudet vs. Mattel Scandinavia ja Lego Norge, Report of the EFTA Court 1 January 1994 - 30 June 1995, 113, punktid 54-56 ning 58).

38 Eelnevast järeldub, et direktiiv ei keela liikmesriikidel üldiste õigusnormide kohaselt, mis käsitlevad tarbijate kaitset eksitava reklaami eest, reklaamija vastu teisest liikmesriigist edastatava telereklaami tõttu meetmeid võtta, kui need meetmed ei takista iseenesest sellest teisest liikmesriikidest pärinevate telesaadete taasedastamist tema territooriumil.

Asutamislepingu artikkel 30

39 Eespool viidatud kohtuotsuse Leclerc-Siplec punktis 22 otsustas Euroopa Kohus, et õigusakt, mis keelab telereklaami ühes konkreetses sektoris, puudutab sinna kuuluvate toodete müügitingimusi, keelates toodete ühe teatava turustusmeetodi puhul ühe teatava reklaamivormi.

40 24. novembri 1993. aasta otsusega (liidetud kohtuasjades C-267/91 ja C-268/91: Keck ja Mithouard, EKL 1993, lk I-6097, punkt 16) leidis Euroopa Kohus, et liikmesriigi meetmed, mis piiravad või keelavad teatud müügingimusi, ei kuulu asutamislepingu artikli 30 kohaldamisalasse, kui neid esiteks kohaldatakse kõigi liikmesriigis tegutsevate ettevõtjate suhtes ja kui nad teiseks mõjutavad õiguslikult ja faktiliselt ühtemoodi nii kodumaiste toodete kui ka teistest liikmesriikidest pärinevate toodete turustamist.

41 Esimene tingimus on põhikohtuasjades vaieldamatult täidetud.

42 Mis puutub teise tingimusse, siis ei saa välistada, et kui ühes liikmesriigis on seal seaduslikult müüdava toote reklaamimisel üks reklaamivorm täielikult keelatud, võib see teistest liikmesriikidest pärinevaid tooteid rohkem mõjutada.

43 Olgugi et eri reklaamimisviiside tõhusus on faktiline küsimus, mille hindamine on põhimõtteliselt eelotsusetaotluse esitanud kohtu ülesanne, tuleb sellega seoses rõhutada, et oma märkustes väitis De Agostini, et telereklaam on ainus tõhus reklaamivorm, mis võimaldab tal Rootsi turule pääseda, kuna tema käsutuses ei ole teisi reklaamivõimalusi, millega lasteni ja nende vanemateni jõuda.

44 Seega ei kuulu alla 12aastastele lastele suunatud reklaami ning Rootsi õigusaktide tähenduses eksitava reklaami täielik keeld asutamislepingu artikli 30 kohaldamisalasse, kui ei tõendata, et see keeld ei mõjuta õiguslikult ja faktiliselt ühtemoodi nii kodumaiste toodete kui ka teistest liikmesriikidest pärinevate toodete turustamist.

45 Viimasel juhul kuulub selle kontrollimine, kas keeld on ülekaaluka üldhuviga või mõne EÜ asutamislepingu artiklis 36 loetletud eesmärgi täitmisega seotud nõuete täitmiseks vajalik, kas ta on selle eesmärgiga proportsionaalne ning kas neid ülekaalukaid eesmärke või nõudeid ei saaks täita meetmetega, mis piiravad ühendusesisest kaubandust vähem, eelotsusetaotluse esitanud kohtu pädevusse.

46 Tuleb ka rõhutada, et väljakujunenud kohtupraktika kohaselt kujutavad äritehingute ausus ja tarbijakaitse endast ülekaalukast üldisest huvist tingitud nõudeid, mis võivad kaupade vaba liikumise piiranguid õigustada (20. veebruari 1979. aasta otsus kohtuasjas 120/78: Rewe-Zentral (Cassis de Dijon'i kohtuotsus), EKL 1979, lk 649, punkt 8).

47 Järelikult tuleb vastata, et asutamislepingu artiklit 30 tuleb tõlgendada nii, et see ei keela liikmesriikidel reklaamija vastu teisest liikmesriigist edastatava telereklaami tõttu oma õigusnormide kohaselt meetmeid võtta, välja arvatud juhul, kui need õigusnormid ei mõjuta õiguslikult ja faktiliselt ühtemoodi nii kodumaiste toodete kui ka teistest liikmesriikidest pärinevate toodete turustamist, ei ole ülekaaluka üldhuviga või mõne EÜ asutamislepingu artiklis 36 loetletud eesmärgi täitmisega seotud nõuete täitmiseks vajalikud, ei ole selle eesmärgiga proportsionaalsed või kui neid ülekaalukaid eesmärke või nõudeid saaks täita meetmetega, mis piiraksid ühendusesisest kaubandust vähem.

Asutamislepingu artikkel 59

48 Nagu otsustati 26. aprilli 1988. aasta kohtuotsuses (kohtuasjas 352/85: Bond van Adverteerders jt, EKL 1988, lk 2085), on reklaam, mida ühes liikmesriigis asuv televisiooniorganisatsioon edastab tasu eest teises liikmesriigis asuva reklaamija heaks, teenus asutamislepingu artikli 59 tähenduses.

49 Seega tuleb uurida, kas sellised liikmesriigi eeskirjad, nagu põhikohtuasjades käsitletakse, kujutavad endast teenuste osutamise vabaduse piirangut, mis on asutamislepingu artikliga 59 keelatud.

50 Seoses sellega tuleb nentida, et kuna need eeskirjad piiravad edastavas liikmesriigis asuvate televisiooniorganisatsioonide võimalusi edastada vastuvõtjariigis asuvate reklaamijate kasuks telereklaami, mis on suunatud just selle viimase riigi avalikkusele, on sellised õigusnormid, nagu põhikohtuasjades käsitletakse, teenuste osutamise vabaduse piirang.

51 Kuna teenuste suhtes kohaldatavad eeskirjad on ühtlustamata, võivad selle asutamislepinguga tagatud vabaduse piirangud nimetatud valdkonnas tuleneda sellest, kui liikmesriikide õigusnorme, mis kehtivad kõigile riigi territooriumil asuvatele isikutele, kohaldatakse teise liikmesriigi territooriumil asuvate teenuseosutajate suhtes, kes juba peavad täitma selle riigi õigusaktide nõudeid (25. juuli 1991. aasta otsus kohtuasjas C-288/89: Collectieve Antennevoorziening Gouda jt, EKL 1991, lk I-4007, punkt 12).

52 Sellisel juhul kuulub selle kontrollimine, kas need õigusnormid on ülekaaluka üldhuviga või mõne EÜ asutamislepingu artiklis 56 mainitud eesmärgi täitmisega seotud nõuete täitmiseks vajalikud, kas nad on selle eesmärgiga proportsionaalsed ning kas neid ülekaalukaid eesmärke või nõudeid ei saaks täita vähem piiravate meetmete abil, eelotsusetaotluse esitanud kohtu pädevusse.

53 Tuleb ka rõhutada, et väljakujunenud kohtupraktika kohaselt kujutavad äritehingute ausus ja tarbijakaitse endast ülekaalukast üldisest huvist tingitud nõudeid, mis võivad kaupade vaba liikumise piiranguid õigustada (vt eriti eespool viidatud kohtuotsuse Collectieve Antennevoorziening Gouda jt punkti 14 ja 10. mai 1995. aasta kohtuotsust kohtuasjas C-384/93: Alpine Investments, EKL 1995, lk I-1141).

54 Seega tuleb vastata, et asutamislepingu artiklit 59 tuleb tõlgendada nii, et see ei keela liikmesriigil oma õigusnormide alusel reklaamija vastu telereklaami tõttu meetmeid võtta. Selle kontrollimine, kas need õigusnormid on ülekaaluka üldhuviga või mõne asutamislepingu artiklis 56 nimetatud eesmärgi täitmisega seotud nõuete täitmiseks vajalik, kas nad on selle eesmärgiga proportsionaalsed ning kas neid ülekaalukaid eesmärke või nõudeid ei saaks täita meetmetega, mis piiraksid ühendusesisest kaubandust vähem, kuulub eelotsusetaotluse esitanud kohtu pädevusse.

Teine küsimus

55 Teine liikmesriigi kohtu küsimus Euroopa Kohtule puudutab ühenduse õiguse tõlgendamist seoses liikmesriigi ringhäälinguseaduse sättega, kus on ette nähtud, et telereklaami jaoks ette nähtud kellaegadel edastatav reklaam ei tohi olla mõeldud alla 12aastaste laste tähelepanu püüdmiseks.

56 Esmalt tuleb rõhutada, et selliste liikmesriigi õigusnormide kohaldamine samas riigis asuva televisiooniorganisatsiooni edastatava reklaami suhtes ei ole direktiiviga vastuolus, kuna selle artikli 3 lõikes 1 ei ole huve, mida liikmesriigid peavad nende territooriumil asuvate televisiooniorganisatsioonidele rangemaid eeskirju kehtestades arvesse võtma, kuidagi piiratud. Sama ei kehti siiski teises liikmesriigis asuvate televisiooniorganisatsioonide kohta.

57 Järgmiseks tuleb rõhutada, et direktiiv sisaldab oma artiklite 16 ja 22 näol tervet õigusnormide kogumit, mis on pühendatud just alaealiste kaitsele seoses teleprogrammidega üldiselt ning eriti seoses telereklaamiga.

58 Nende sätete täitmise peab tagama edastav riik.

59 Sellel asjaolul puudub kahtlemata selline mõju, et oleks keelatud kohaldada vastuvõtjariigi õigusnorme, mille üldine eesmärk on tarbijate või alaealiste kaitse, kui see kohaldamine ei takista iseenesest teisest liikmesriigist pärinevate telesaadete taasedastamist tema territooriumil.

60 Siiski ei tohi vastuvõtjariik enam mingil juhul kohaldada sätteid, mille eesmärk oleks just alaealistele suunatud reklaami sisu kontrollimine.

61 Kui teistest liikmesriikidest pärinevate saadete suhtes kohaldataks vastuvõtjariigi õigusnorme, mis reguleerivad telesaadete sisu alaealiste kaitsmise tõttu seoses reklaamiga, oleks tulemuseks teistkordse kontrolli kehtestamine lisaks sellele, mida peab tegema edastav liikmesriik.

62 Järelikult tuleb direktiivi tõlgendada nii, et ta keelab kohaldada teistest liikmesriikidest pärinevate telesaadete suhtes liikmesriigi ringhäälinguseaduse sätet, kus on ette nähtud, et telereklaami jaoks ette nähtud kellaegadel edastatav reklaam ei tohi olla mõeldud alla 12aastaste laste tähelepanu püüdmiseks.

Kohtukulud

63 Euroopa Kohtule märkusi esitanud Rootsi valitsuse, Belgia valitsuse, Kreeka valitsuse, Soome valitsuse ja Norra valitsuse ning Euroopa Ühenduste Komisjoni kohtukulud ei hüvitata. Et põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus siseriiklikus kohtus poolelioleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse see kohus.

Esitatud põhjendustest lähtudes,

EUROOPA KOHUS,

vastuseks Marknadsdomstoleni 7. veebruari 1995. aasta määrustega esitatud küsimustele, otsustab:

1) Nõukogu 3. oktoobri 1989. aasta direktiiv 89/552/EMÜ (teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta ei keela liikmesriikidel võtta üldiste õigusnormide kohaselt, mis käsitlevad tarbijate kaitset eksitava reklaami eest, meetmeid reklaamija suhtes teisest liikmesriigist edastatava telereklaami tõttu, kui need meetmed ei takista iseenesest sellest teisest liikmesriikidest pärinevate telesaadete taasedastamist tema territooriumil.

2) EÜ asutamislepingu artiklit 30 tuleb tõlgendada nii, et see ei keela liikmesriikidel reklaamija vastu teisest liikmesriigist edastatava telereklaami tõttu oma õigusnormide alusel meetmeid võtta, välja arvatud juhul, kui need õigusnormid ei mõjuta õiguslikult ja faktiliselt ühtemoodi nii kodumaiste toodete kui ka teistest liikmesriikidest pärinevate toodete turustamist, ei ole ülekaaluka üldhuviga või mõne

EÜ asutamislepingu artiklis 36 loetletud eesmärgi täitmisega seotud nõuete täitmiseks vajalikud, ei ole selle eesmärgiga proportsionaalsed või kui neid ülekaalukaid eesmärke või nõudeid saaks täita meetmetega, mis piiraksid ühendusesisest kaubandust vähem.

3) EÜ asutamislepingu artiklit 59 tuleb tõlgendada nii, et see ei keela liikmesriigil oma õigusnormide alusel reklaamija vastu telereklaami tõttu meetmeid võtta. Selle kontrollimine, kas need õigusnormid on ülekaaluka üldhuviga või mõne EÜ asutamislepingu artiklis 56 nimetatud eesmärgi täitmisega seotud nõuete täitmiseks vajalik, kas nad on selle eesmärgiga proportsionaalsed ning kas neid ülekaalukaid eesmärke või nõudeid ei saaks täita meetmetega, mis piiraksid ühendusesisest kaubandust vähem, kuulub eelotsusetaotluse esitanud kohtu pädevusse.

4) Direktiivi 89/552 tuleb tõlgendada nii, et ta keelab kohaldada teistest liikmesriikidest pärinevate teleaadete suhtes liikmesriigi ringhäälinguseaduse sätet, kus on ette nähtud, et telereklaami jaoks ette nähtud kellaaegadel edastatav reklaam ei tohi olla mõeldud alla 12aastaste laste tähelepanu püüdmiseks.

Rodríguez Iglesias

Mancini

Moitinho de Almeida

Murray

Sevón

Kakouris

Kapteyn

Gulmann

Edward

Puissochet

Hirsch

Jann

Ragnemalm

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 9. juulil 1997 Luxembourgis.

Kohtusekretär

President

R. Grass

G. C. Rodríguez Iglesias