ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ
της 10ης Ιουλίου 1980 *

Στην υπόθεση 152/78,

Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, εκπροσωπούμενη από το νομικό της σύμβουλο René-Christian Béraud, με αντίκλητο στο Λουξεμβούργο το νομικό της σύμβουλο Mario Cervino, κτίριο Jean Monnet, Kirchberg,

προσφεύγουσα,

κατά

Γαλλικής Δημοκρατίας, εκπροσωπούμενης, στην έγγραφη διαδικασία από τον Guy Ladreit de Lacharrière, διευθυντή, και στην προφορική διαδικασία από τον Noël Museux, διευθυντή της διευθύνσεως νομικών υποθέσεων του Υπουργείου Εξωτερικών, με τόπο επιδόσεων στο Λουξεμβούργο την Πρεσβεία της Γαλλίας,

καθής,

που έχει ως αντικείμενο να αναγνωριστεί ότι η Γαλλική Δημοκρατία, ρυθμίζουσα, κατά τρόπο εισάγοντα διακρίσεις, τη διαφήμιση των οινοπνευματωδών ποτών, παρέβη τις υποχρεώσεις που υπέχει από το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ,

συγκείμενο από τους: H. Kutscher, πρόεδρο, A. O'Keeffe και A. Touffait, προέδρους τμήματος, J. Mertens de Wilmars, P. Pescatore, Mackenzie Stuart, G. Bosco, T. Koopmans και O. Due, δικαστές,

* Γλώσσα διαδικασίας: η γαλλική.

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΤΑ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

γενικός εισαγγελέας: G. Reischl
γραμματέας: A. Van Houtte

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

(Το μέρος που περιέχει τα περιστατικά παραλείπεται)

Σκεπτικό

1 Με δικόγραφο της 6ης Ιουλίου 1978, η Επιτροπή άσκησε, δυνάμει του άρθρου 169 της Συνθήκης ΕΟΚ, προσφυγή με την οποία ζητείται να αναγνωριστεί ότι η Γαλλική Δημοκρατία, ρυθμίζουσα κατά τρόπο εισάγοντα διακρίσεις τη διαφήμιση των οινοπνευματωδών ποτών και διατηρούσα, έτσι, εμπόδια στην ελευθερία του ενδοκοινοτικού εμπορίου, παρέβη τις υποχρεώσεις που υπέχει από το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ.

2 Η προσφυγή αφορά ειδικότερα τα άρθρα L 17 και L 18 του «κώδικα περί ποτοπωλείων και μέτρων κατά του αλκοολισμού» (στο εξής ο κώδικας), που έχουν ως αντικείμενο τη ρύθμιση της διαφημίσεως των οινοπνευματωδών ποτών. Η Επιτροπή ισχυρίζεται ότι το εν λόγω σύστημα ρυθμίστηκε κατά τέτοιο τρόπο ώστε η διαφήμιση υπέρ ορισμένων εισαγομένων οινοπνευματωδών ποτών απαγορεύεται ή υπάγεται σε περιορισμούς, ενώ είναι εντελώς ελεύθερη για τα ανταγωνιστικά εγχώρια προϊόντα. Αυτή η διάκριση είναι συνέπεια της κατανομής σε κατηγορίες των οινοπνευματωδών ποτών με το άρθρο L 1 του κώδικα και της διαφορετικής εφαρμογής, σ' αυτές τις κατηγορίες, των προαναφερθεισών διατάξεων περί ρυθμίσεως της διαφημίσεως. Αυτοί οι περιορισμοί στη διάθεση στο εμπόριο των εν λόγω προϊόντων, καταγωγής άλλων κρατών μελών, πρέπει να χαρακτηρισθούν ως μέτρα ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικούς περιορισμούς και, ως τοιαύτα, απαγορεύονται από το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ.

3 Το άρθρο L 1 του κώδικα κατανέμει τα ποτά, προς το σκοπό της ρυθμίσεως της παραγωγής τους, της διαθέσεώς τους προς πώληση και της καταναλώσεώς τους σε πέντε ομάδες, από τις οποίες η πρώτη περιλαμβάνει τα μη οινοπνευματώδη ποτά, ενώ οι άλλες ομάδες περιλαμβάνουν οινοπνευματώδη ποτά. Οι τελευταίες αυτές ομάδες ορίζονται ως εξής από το άρθρο L 1:

«2. ποτά υποστάντα ζύμωση όχι αποσταγμένα, ήτοι: ο οίνος, ο ζύθος, ο μηλίτης οίνος, ο αχλαδίτης, το υδρόμελι, στα οποία προστίθενται οι φυσικοί γλυκοί οίνοι που απολαύουν του φορολογικού συστήματος των οίνων, καθώς και το σιρόπι φραγκοσταφυλής και ο χυμός φρούτων ή λαχανικών υποστάντων ζύμωση περιεκτικότητας 1 έως 3 αλκοόλης·

3. φυσικοί γλυκοί οίνοι, εκτός αυτών που ανήκουν στην ομάδα 2, vin de liqueurs, απεριτίφ με βάση τον οίνο και τα liqueur από φράουλες, βατόμουρα, φραγκοσταφυλή ή κεράσια των οποίων η περιεκτικότητα σε καθαρή αλκοόλη δεν υπερβαίνει τους 18°·

4. το ρούμι, η ταφία, οι αλκοόλες που προέρχονται από την απόσταξη οίνων, μηλίτη οίνου, αχλαδίτη ή φρούτων και που δεν υφίστανται καμία προσθήκη αρωματικής ουσίας, καθώς και τα liqueurs που έχουν γλυκανθεί με την προσθήκη ζάχαρης, γλυκόζης ή μελιού σε αναλογία 400 γραμμαρίων τουλάχιστον ανά λίτρο για τα αρωματισμένα με γλυκάνισο liqueurs και σε αναλογία 200 γραμμαρίων τουλάχιστον ανά λίτρο για τα άλλα liqueurs και που δεν περιλαμβάνουν πλέον του ημίσεος γραμμαρίου αρωματικής ουσίας ανά λίτρο·

5. όλα τα λοιπά οινοπνευματώδη ποτά.»

4 Ως προς το σύστημα διαφημίσεως, όπως προκύπτει από το άρθρο L 17 του κώδικα, απαγορεύεται η οποιασδήποτε μορφής διαφήμιση, υπέρ των ποτών της πέμπτης ομάδας. Λαμβανομένου υπόψη του συστήματος του άρθρου L 1 απαγορεύεται, συνεπώς, η διαφήμιση όλων των οινοπνευματωδών ποτών που δεν αναφέρονται ρητώς στις ομάδες 2, 3 ή 4.

5 Κατά το άρθρο L 18, η σχετική με τα ποτά της ομάδας 3 διαφήμιση είναι ελεύθερη όταν αναφέρει αποκλειστικά την ονομασία και τη σύνθεση του προϊόντος, το όνομα και τη διεύθυνση του παραγωγού, των αντιπροσώπων και αποθηκαρίων. Η συσκευασία αυτών των ποτών δεν μπορεί να περιέχει άλλες ενδείξεις παρά μόνο αυτές που προαναφέρθηκαν. Όπως προκύπτει από το άρθρο L 1, αυτή η περιοριστική της διαφημίσεως κανονιστική ρύθμιση αφορά τους γλυκείς φυσικούς οίνους, εκτός αυτών που κατατάσσονται στην ομάδα 2, τους vins de liqueur, τα απεριτίφ με βάση τον οίνο και τα liqueurs από φράουλες, βατόμουρα, φραγκοσταφυλή ή κεράσια, των οποίων η περιεκτικότητα σε καθαρή αλκοόλη δεν υπερβαίνει τους 18°.

6 Ελλείψει οποιουδήποτε περιορισμού, η διαφήμιση είναι ελεύθερη για τα οινοπνευματώδη ποτά των ομάδων 2 και 4, δηλαδή, αφενός, για τον οίνο, το ζύθο, το μηλίτη οίνο, τους γλυκείς φυσικούς οίνους που απολαύουν του φορολογικού συστήματος των οίνων, καθώς και για τα σιρόπια φραγκοσταφυλής και τους χυ-

μούς φρούτων που έχουν υποστεί ζύμωση και, αφετέρου, για το ρούμι, την τάφια, τις αλκοόλες που προέρχονται από την απόσταξη οίνων, μηλίτου οίνου, αχλαδίτη ή φρούτων, καθώς για τα liqueurs που έχουν υποστεί γλύκανση.

7 Η Επιτροπή θεωρεί ότι η κατάταξη του άρθρου L 1, σε συνδυασμό με τα άρθρα L 17 και L 18, είναι δυσμενής, ως προς τη διαφήμιση, για πολλά εισαγόμενα προϊόντα σε σχέση με τα ανταγωνιστικά εγχώρια προϊόντα.

8 Τονίζει, ειδικότερα, ότι δυνάμει αυτού του συστήματος οι γλυκοί φυσικοί οίνοι που απολαύουν του φορολογικού σύστήματος των οίνων — πλεονέκτημα του οποίου απολαύουν μόνο οι εθνικοί γλυκοί οίνοι — απολαύουν επίσης του πλεονεκτήματος εντελώς ελεύθερης διαφήμισης, ενώ οι φυσικοί γλυκοί οίνοι και οι εισαγόμενοι vins de liqueur υπάγονται σε σύστημα διαφημίσεως που επιβάλλει περιορισμούς.

9 Υποστηρίζει επίσης ότι το ρούμι και οι αλκοόλες που προέρχονται από την απόσταξη οίνων, μηλίτη οίνου, αχλαδίτη ή φρούτων, καθώς και τα liqueurs που έχουν υποστεί γλύκανση απολαύουν παντελούς ελευθερίας όσον αφορά τη διαφήμιση, ενώ πλείστα ανταγωνιστικά προϊόντα, μεταξύ των οποίων ιδίως οι αλκοόλες από σπόρους, όπως το ουίσκι και η τζινέβρα, των οποίων η συνολική σχεδόν ποσότητα εισάγεται, πλήττονται από απαγόρευση διαφημίσεως.

10 Η Γαλλική Κυβέρνηση προβάλλει προς άμυνά της δύο επιχειρήματα: αφενός, ισχυρίζεται ότι η κανονιστική ρύθμιση της διαφημίσεως δεν είναι, στο σύνολό της, ευνοϊκότερη για τα γαλλικά προϊόντα από ό,τι για τα εισαγόμενα και, επομένως δεν παραβαίνει το άρθρο 30 της Συνθήκης· αφετέρου, προβάλλει ότι το εν λόγω σύστημα έχει ως σκοπό την προστασία της δημόσιας υγείας και τον αγώνα κατά του αλκοολισμού και υπάγεται, συνεπώς, στο άρθρο 36 της Συνθήκης.

Επί της εφαρμογής του άρθρου 30 της Συνθήκης

11 Πρέπει να παρατηρηθεί, προκαταρκτικώς, ότι δεν αμφισβητείται από τους διαδίκους ότι ο περιορισμός των δυνατοτήτων διαφημίσεως για ορισμένα προϊόντα μπορεί να συνιστά μέτρο ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό κατά την έννοια του άρθρου 30 της Συνθήκης. Ένας τέτοιος περιορισμός, παρ' όλον ότι δεν εξαρτώνται απ' ευθείας από αυτόν οι εισαγωγές, είναι ωστόσο ικανός να περιορίσει τον όγκο των εισαγωγών, λόγω του ότι επηρεάζει τις δυνατότητες διαθέσεως στο εμπόριο των εισαγομένων προϊόντων. Το αμφισβητούμενο σημείο συνίσταται, συνεπώς, στο αν οι απαγορεύσεις και οι περιορισμοί διαφημίσεως που θέτει η γαλλική κανονιστική ρύθμιση είναι δυσμενείς για την εισαγωγή οινοπνευματωδών προϊόντων άλλων κρατών μελών.

12 Σχετικώς, η Γαλλική Κυβέρνηση ισχυρίζεται ότι οι απαγορεύσεις και οι περιορισμοί διαφημίσεως, τους οποίους επικρίνει η Επιτροπή, αφορούν επίσης σημαντικές κατηγορίες γαλλικών ποτών. Έτσι, απαγορεύεται εντελώς η διαφήμιση των αρωματισμένων με γλυκάνισο ποτών, των οποίων η κατανάλωση είναι εξαιρετικά σημαντική στη Γαλλία, όπως και των άλλων ποτών που κατατάσσονται στην πέμπτη κατηγορία. Ως προς τους περιορισμούς διαφημίσεως που επιβάλλονται στα ποτά της τρίτης κατηγορίας, η Γαλλική Κυβέρνηση υποστηρίζει ότι πολλά απεριτίφ με βάση τον οίνο, ακόμα και αν φέρουν αλλοδαπά σήματα, είναι στην πραγματικότητα γαλλικά προϊόντα. Δεν μπορεί, επομένως, να γίνεται εδώ λόγος περί διακρίσεων, ενώ οι προβλεπόμενες από τον κώδικα κατηγορίες εφαρμόζονται αντικειμενικώς ανάλογα με τις ιδιότητες των διαφόρων προϊόντων, οι δε απαγορεύσεις και περιορισμοί διαφημίσεως αφορούν σημαντικό αριθμό γαλλικών προϊόντων, όπως συμβαίνει και με εισαγόμενα προϊόντα.

13 Αυτή η άμυνα της Γαλλικής Κυβερνήσεως δεν μπορεί να γίνει δεκτή. Πράγματι, παρ' όλον ότι είναι αληθές ότι το θεσπισθέν με τον κώδικα σύστημα έχει ως αποτέλεσμα να επιβάλλει απαγορεύσεις ή περιορισμούς διαφημίσεως σε ορισμένο αριθμό εγχωρίων προϊόντων, και μεταξύ αυτών σε προϊόντα μεγάλης καταναλώσεως, εν τούτοις περιλαμβάνει συγχρόνως αναμφισβήτητα χαρακτηριστικά διακρίσεων.

Ειδικότερα, πρέπει να τονιστεί το γεγονός ότι χάρις στη φορολογική τους εξομοίωση προς τους οίνους, οι γαλλικοί φυσικοί γλυκοί οίνοι απολαύουν συστήματος ελεύθερης διαφημίσεως, ενώ οι φυσικοί γαλλικοί οίνοι και οι vins de liqueur που εισάγονται υπόκεινται σε σύστημα διαφημίσεως επιβάλλοντα περιορισμούς. Επίσης, ενώ απεσταγμένες αλκοόλες καθαρώς εγχώριας παραγωγής, ήτοι το ρούμι και οι αλκοόλες που προέρχονται από την απόσταξη οίνων, μηλίτη οίνου ή φρούτων, απολαύουν πλήρους ελευθερίας ως προς τη διαφήμιση, απαγορεύεται η διαφήμιση για ομοειδή προϊόντα, που ουσιωδώς είναι προϊόντα εισαγωγής, ιδίως οι αλκοόλες από σπόρους, όπως είναι το ουίσκι και η τζινέβρα.

Όσον αφορά την ανταγωνιστική σχέση και το ομοειδές μεταξύ των αναφερθέντων προϊόντων, αρκεί να γίνει παραπομπή στην απόφαση που εξέδωσε το Δικαστήριο μεταξύ των ιδίων διαδίκων, στις 27 Φεβρουαρίου 1980, επί της υποθέσεως 168/78, της σχετικής με το φορολογικό σύστημα των αποσταγμάτων.

14 Όπως φαίνεται από τα προεκτεθέντα, ακόμη κι αν γίνει δεκτό ότι επί σημαντικού αριθμού εγχωρίων προϊόντων επιβάλλονται οι απαγορεύσεις και οι περιορισμοί διαφημίσεως που προβλέπουν τα άρθρα L 17 και L 18 του κώδικα, εν τούτοις οι κατατάξεις που καθορίζουν την εφαρμογή αυτών των διατάξεων είναι δυσμενείς για τα εισαγόμενα από άλλα κράτη μέλη προϊόντα σε σχέση με τα εγ-

χώρια και συνιστούν, συνεπώς, μέτρο ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό, απαγορευόμενο από το άρθρο 30 της Συνθήκης.

Επί της εφαρμογής του άρθρου 36 της Συνθήκης

15 Δεύτερον, η Γαλλική Κυβέρνηση επισύρει την προσοχή επί του ρόλου που διαδραματίζουν οι απαγορεύσεις και οι περιορισμοί διαφημίσεως στον αγώνα κατά του αλκοολισμού και στην προστασία της δημόσιας υγείας. Η Γαλλική Κυβέρνηση είναι της γνώμης ότι η αμφισβητούμενη νομοθεσία καλύπτεται από το άρθρο 36 της Συνθήκης ΕΟΚ, κατά το οποίο οι σχετικές με την ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων διατάξεις δεν αντιτίθενται στις απαγορεύσεις ή στους περιορισμούς εισαγωγών που δικαιολογούνται από λόγους προστασίας της υγείας και της ζωής των ανθρώπων. Η Γαλλική Κυβέρνηση επεξηγεί σχετικώς ότι η αμφισβητούμενη από την Επιτροπή νομοθεσία βασίζεται στη διάκριση μεταξύ των ποτών που καταναλίσκονται συνήθως ως «απεριτίφ» και των ποτών που καταναλίσκονται ως «χωνευτικά», νοουμένου ότι κυρίως τα πρώτα είναι εκείνα που, λόγω του ότι λαμβάνονται με άδειο το στομάχι, συνιστούν κίνδυνο για τη δημόσια υγεία. Όμως, το σύστημα του κώδικα είναι τέτοιο, ώστε οι απαγορεύσεις και οι περιορισμοί διαφημίσεως εφαρμόζονται κατά πρώτον στην κατηγορία των απεριτίφ, όπως είναι τα απεριτίφ με βάση τον εμπλουτισμένο οίνο, τα pastis και το ουίσκι. Ως προς τα απεσταγμένα ποτά της τετάρτης κατηγορίας, των οποίων η διαφήμιση είναι ελεύθερη, πρόκειται περί ποτών που καταναλίσκονται ως χωνευτικά και, από την ιδιότητα αυτή, είναι λιγότερο βλαπτικά για την υγεία.

16 Μια προκαταρκτική παρατήρηση επιβάλλεται όσον αφορά τη διάκριση μεταξύ ποτών «απεριτίφ» και «χωνευτικών». Όπως είτε την ευκαιρία το Δικαστήριο να παρατηρήσει, στην απόφαση της 27ης Φεβρουαρίου 1980 που προαναφέρθηκε, αυτή η διάκριση δεν αποτελεί πρόσφορο κριτήριο για την εκτίμηση της ανταγωνιστικής σχέσεως μεταξύ των διαφόρων κατηγοριών των οινοπνευματωδών ποτών. Αυτές οι παρατηρήσεις, που έχουν διατυπωθεί στο πλαίσιο διαφοράς σχετικής με το φορολογικό σύστημα των εν λόγω ποτών, εφαρμόζονται, για τους ίδιους λόγους, στην εκτίμηση των εμποδίων εμπορικού χαρακτήρα, που αφορούν τα άρθρα 30 και 36 της Συνθήκης.

17 Αντιθέτως, η ύπαρξη της σχέσεως που προβάλλει η Γαλλική Κυβέρνηση μεταξύ της ρυθμίσεως της διαφημίσεως των οινοπνευματωδών ποτών και του αγώνα κατά του αλκοολισμού πρέπει να γίνει δεκτή. Δεν αμφισβητείται, πράγματι, ότι η διαφήμιση αποτελεί προτροπή προς κατανάλωση και ότι η ένδικη κανονιστική ρύθμιση δεν είναι, συνεπώς, αδιάφορη από την άποψη των αναγκών της δημόσιας υγείας, που αναγνωρίζει το άρθρο 36 της Συνθήκης. Πρέπει, ωστόσο, να παρατηρηθεί ότι ρητώς διευκρινίζεται, στο ίδιο άρθρο, ότι οι απαγορεύσεις ή περιορισμοί αυτού του είδους «δεν δύνανται πάντως να αποτελούν ούτε μέσο

αυθαιρέτων διακρίσεων ούτε συγκεκαλυμμένο περιορισμό στο εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών».

18 Και, δεν μπορεί να αμφισβητηθεί το γεγονός ότι πλείστα οινοπνευματώδη ποτά των οποίων η διαφήμιση είναι ελεύθερη κατά τη γαλλική νομοθεσία έχουν, από την άποψη της δημόσιας υγείας, τα ίδια βλαπτικά αποτελέσματα, σε περίπτωση υπερβολικής καταναλώσεως, με τα ομοειδή εισαγόμενα προϊόντα τα οποία, ως τοιαύτα, υπόκεινται σε απαγορεύσεις ή περιορισμούς ως προς τη διαφήμιση. Παρ' όλον ότι είναι αληθές ότι υφίστανται στην επικρινόμενη νομοθεσία αιτιολογίες σχετικές με την προστασία της δημόσιας υγείας, εν τούτοις είναι βέβαιο ότι αυτή η νομοθεσία έχει ως αποτέλεσμα να μεταφέρει κυρίως στα εισαγόμενα προϊόντα την προσπάθεια περιορισμού της υπερβολικής καταναλώσεως ποτών. Φαίνεται, επομένως, ότι η αμφισβητούμενη νομοθεσία, παρ' όλον ότι, από απόψεως αρχής, είναι δικαιολογημένη από σκέψεις συμφυείς προς την προστασία της δημόσιας υγείας, συνιστά εν τούτοις αυθαίρετη διάκριση στο εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, στο μέτρο που επιτρέπει τη διαφήμιση υπέρ ορισμένων εγχωρίων προϊόντων, ενώ περιορίζει ή εντελώς απαγορεύει τη διαφήμιση προϊόντων που παρουσιάζουν συγκρίσιμα χαρακτηριστικά, αλλά είναι καταγωγής άλλων κρατών μελών. Μια νομοθεσία που περιορίζει τη διαφήμιση των οινοπνευματωδών ποτών δεν είναι σύμφωνη προς τις απαιτήσεις του άρθρου 36, παρά μόνο αν εφαρμόζεται κατά τον ίδιο ακριβώς τρόπο σε όλα τα σχετικά ποτά, οποιαδήποτε κι αν είναι η καταγωγή τους.

19 Αυτή η άμυνα της Κυβερνήσεως της Γαλλικής Δημοκρατίας πρέπει, συνεπώς, να απορριφθεί.

20 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η παράβαση της Γαλλικής Δημοκρατίας πρέπει να διαπιστωθεί λόγω του ότι η κανονιστική ρύθμιση της διαφημίσεως των οινοπνευματωδών ποτών που προβλέπουν τα άρθρα L 17 κα L 18 του γαλλικου κώδικα περί ποτοπωλείων, σε συνδυασμό με το άρθρο L 1 του ιδίου κώδικα, είναι αντίθετη προς το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ κατά το ότι περιλαμβάνει έμμεσο περιορισμό των εισαγωγών οινοπνευματωδών προϊόντων καταγωγής άλλων κρατών μελών, στο μέτρο που η διάθεση στο εμπόριο αυτών των προϊόντων υπάγεται σε αυστηρότερες διατάξεις, από νομικής και πραγματικής απόψεως, από τις διατάξεις που εφαρμόζονται στα ομοειδή ή ανταγωνιστικά εγχώρια προϊόντα.

Για τους λόγους αυτούς,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ

αποφασίζει:

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΤΑ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

1) Η Γαλλική Δημοκρατία, ρυθμίζουσα κατά τρόπο εισάγοντα διακρίσεις τη διαφήμιση των οινοπνευματωδών ποτών και διατηρώντας, έτσι, εμπόδια στην ελευθερία του ενδοκοινοτικού εμπορίου, παρέβη τις υποχρεώσεις που υπέχει από το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ.

2) Καταδικάζει τη Γαλλική Δημοκρατία στα δικαστικά έξοδα.

Kutscher O'Keeffe Touffait Mertens de Wilmars

Pescatore Mackenzie Stuart Bosco

Koopmans Due

Δημοσιεύτηκε σε δημόσια συνεδρίαση στο Λουξεμβούργο στις 10 Ιουλίου 1980.

Ο Γραμματέας
A. Van Houtte

Ο Πρόεδρος
H. Kutscher