

HOTĂRÂREA CURȚII  
DIN 24 NOIEMBRIE 1982\*

**Comisia Comunităților Europene  
împotriva  
Irlandei**

„Măsuri cu efect echivalent: promovarea produselor naționale”

**Cauza 249/81**

În cauza 249/81,

COMISIA COMUNITĂȚILOR EUROPENE, reprezentată de Rolf Wägenbaur, consilier juridic, în calitate de agent, asistat de Peter Oliver, membru al Serviciului juridic, cu domiciliul ales în Luxemburg, la biroul lui Oreste Montalto, clădirea Jean Monnet, Kirchberg,

reclamantă,

împotriva

IRLANDEI, reprezentată de Louis J. Dockery, Chief State Solicitor, asistat de John D. Cooke, Senior Counsel și de H. J. O’Flaherty, Senior Counsel, cu domiciliul ales în Luxemburg, la sediul ambasadei Irlandei,

pârâtă,

având ca obiect constatarea faptului că, prin adoptarea unor măsuri în favoarea promovării produselor irlandeze în Irlanda, acest stat nu și-a îndeplinit obligațiile care îi revin în temeiul articolului 30 din Tratatul CEE,

CURTEA,

compusă din J. Mertens de Wilmars, președinte, P. Pescatore, A. O’Keeffe și U. Everling, președinți de cameră, Mackenzie Stuart, G. Bosco și T. Koopmans, judecători,

avocat general: F. Capotorti,  
grefier: P. Heim,

pronunță prezenta

**Hotărâre**

I Prin cererea depusă la grefa Curții la 15 septembrie 1981, Comisia Comunităților Europene a introdus, în temeiul articolului 169 din Tratatul CEE, o acțiune în constatarea neîndeplinirii de către Irlanda a obligațiilor care îi revin în temeiul tratatului prin organizarea unei campanii de promovare a vânzării și cumpărării de produse irlandeze pe teritoriul său.

I — Obiectul litigiului

---

\* Limba de procedură: engleza.

2 În avizul motivat adresat Irlandei la 25 februarie 1981 cu privire la campania desfășurată pe tema „Cumpărați produse irlandeze” („Buy Irish”), Comisia a precizat că, în ianuarie 1978, guvernul irlandez a pus în aplicare un program pe trei ani pentru promovarea produselor irlandeze. Această campanie a fost lansată la 18 ianuarie 1978 printr-un discurs al ministrului irlandez al industriei, comerțului și energiei. Cu această ocazie, ministrul a declarat că obiectivul campaniei constă în „înlocuirea produselor importate cu produse irlandeze până la o valoare de 3% din totalul cheltuielilor de consum” și că respectiva campanie reprezintă „un ansamblu atent studiat de inițiative care constituie un program integrat pentru promovarea produselor irlandeze și care conține propuneri specifice pentru producători, distribuitori și consumatori”.

3 Conform acestor declarații, guvernul irlandez luase și continua să ia o serie de măsuri pentru promovarea produselor irlandeze. Avizul motivat a citat următoarele măsuri:

(a) organizarea unui serviciu gratuit de informare a consumatorilor care doresc să afle, în ceea ce privește o anumită categorie de mărfuri, care sunt produsele de fabricație irlandeză și de unde le pot achiziționa („Shoplinc-Service”);

(b) punerea la dispoziție, în scopul de a prezenta numai produse irlandeze, a unor facilități pentru expoziții într-un mare centru de expoziții în Dublin gestionat de Irish Goods Council, care este o autoritate publică irlandeză;

(c) promovarea utilizării unei etichete „garantată irlandeză” („guaranteed Irish”) pentru produsele de fabricație irlandeză și organizarea concomitentă de către Irish Goods Council a unui sistem special pentru examinarea reclamațiilor privind produsele marcate cu această etichetă;

(d) organizarea unei ample campanii de publicitate pentru promovarea produselor irlandeze de către Irish Goods Council, în special prin publicarea și distribuirea, de către acest organism, a unor documente care să îi încurajeze pe consumatori să cumpere numai produse naționale.

4 În cererea sa, Comisia precizează că guvernul irlandez a renunțat între timp la activitățile legate de „Shoplinc-Service” și de facilitățile pentru expoziții în Dublin. Pe de altă parte, celelalte două activități au fost continuate chiar și după încheierea perioadei de trei ani prevăzută ca durată a campaniei. De asemenea, campania de publicitate s-a extins progresiv, în special printr-o publicitate amplă pentru promovarea produselor irlandeze în presă și la televiziune.

5 Guvernul irlandez recunoaște că a existat un program pe trei ani pentru promovarea cumpărării de produse irlandeze în Irlanda. După renunțarea, la cererea Comisiei, la „Shoplinc-Service” și la facilitățile pentru expoziții în Dublin, acest program nu a constat decât în campania de publicitate în presă și la televiziune, în publicarea unor afișe și broșuri, precum și în utilizarea etichetei „garantată irlandeză”, cu scopul de a îmbunătăți cunoștințele consumatorilor irlandezi cu privire la produsele fabricate în Irlanda și de a-i determina pe acești consumatori să conștientizeze legătura existentă între comercializarea acestor produse în Irlanda și problema locurilor de muncă în acest stat.

6 În ceea ce privește campania publicitară, guvernul irlandez susține că aceasta face parte din activitățile desfășurate de Irish Goods Council. Totuși, acest organism nu poate fi considerat autoritate publică irlandeză; acesta nu este decât un grup care permite diferitelor industrii irlandeze să coopereze în interesul lor comun. Nicio dispoziție oficială nu stă la baza

activităților Irish Goods Council care, de altfel, nu beneficiază de alt sprijin din partea guvernului decât acordarea asistenței financiare și a susținerii morale.

7 Comisia nu contestă că activitățile desfășurate de Irish Goods Council sunt imputabile guvernului irlandez. Aceasta subliniază în special că membrii consiliului de conducere al respectivului Council sunt numiți, în temeiul statutului acestui organism, de ministrul industriei, comerțului și energiei.

8 În opinia Comisiei, campania de promovare a vânzării și cumpărării de produse irlandeze în Irlanda trebuie să fie considerată o măsură cu efect echivalent unei restricții cantitative la import. Irlanda susține în primul rând că guvernul irlandez nu a luat niciodată „măsuri” care ar putea intra sub incidența articolului 30 din tratat și, în al doilea rând, că asistența financiară acordată Irish Goods Council trebuie să fie apreciată în raport cu articolele 92 și 93 din tratat, și nu în raport cu articolul 30.

9 Înainte de a examina aceste argumente, trebuie să se examineze în primul rând poziția avută de Irish Goods Council.

## II — Irish Goods Council

10 Din dosar reiese că Irish Goods Council a fost înființat la 25 august 1978, la câteva luni după ce a fost lansată campania în litigiu, sub forma unei societăți cu răspundere limitată, la garanția oferită de asociați și fără capital social; a fost înregistrat în conformitate cu Legea irlandeză privind societățile („Companies Act”, 1963). Council rezultă în fapt din fuzionarea a două organisme, National Development Council, societate cu răspundere limitată și înregistrată în conformitate cu „Companies Act”, și grupul de lucru pentru promovarea și vânzarea de produse irlandeze.

11 Conform guvernului irlandez, crearea Irish Goods Council a fost sponsorizată („sponsored”) de guvern pentru a încuraja industria irlandeză să își depășească problemele. Council a fost înființat pentru a crea un cadru în care diversele industrii să se poată grupa în scopul de a coopera în interes comun.

12 Comitetul executiv al Irish Goods Council este alcătuit, conform statutului acestei instituții, din zece membri numiți în mod individual de ministrul industriei, comerțului și energiei; același ministru numește președintele dintre membrii comitetului executiv. Acești membri, ca și președintele, sunt numiți pe o perioadă de trei ani, mandatele acestora putând fi reînnoite. În practică, membrii comitetului executiv sunt aleși de ministru astfel încât aceștia să reprezinte sectoarele relevante ale economiei irlandeze.

13 Din informațiile comunicate de guvernul irlandez la cererea Curții reiese că activitățile Irish Goods Council sunt finanțate prin subvenții acordate de guvernul irlandez și de industria privată. Valorile subvențiilor de stat și private sunt de 1 005 000 IRL și respectiv de 175 000 IRL pentru perioada august 1978 - decembrie 1979, de 940 000 IRL și 194 000 IRL pentru anul 1980, și de 922 000 IRL și 238 000 IRL pentru anul 1981.

14 Guvernul irlandez nu a contestat faptul că activitățile Irish Goods Council constau, după renunțarea la „Shoplink-Service” și la facilitățile pentru expoziții în Dublin oferite producătorilor irlandezi, în organizarea campaniei de publicitate pentru promovarea vânzării și cumpărării de produse irlandeze, precum și promovarea utilizării etichetei „garantată irlandez”.

15 Reiese astfel că guvernul irlandez este cel care numește membrii comitetului de conducere al Irish Goods Council, îi acordă subvenții guvernamentale care acoperă majoritatea cheltuielilor și definește obiectivele și principiile generale ale campaniei pentru promovarea vânzării și cumpărării de produse irlandeze pusă în aplicare de această instituție. În aceste împrejurări, guvernul irlandez nu se poate prevala de faptul că o societate de drept privat a pus în aplicare campania respectivă pentru a se exonera de responsabilitatea care i-ar putea reveni în temeiul dispozițiilor tratatului.

### III — Aplicabilitatea articolelor 92 și 93 din tratat

16 Guvernul irlandez susține că respectiva campanie, chiar dacă a avut ca obiect sau ca efect descurajarea importurilor provenind din alte state membre, trebuie să fie apreciată în temeiul articolelor 92 și 93 din tratat referitoare la ajutoarele acordate de state. Aplicabilitatea acestor dispoziții elimină aplicabilitatea articolului 30 din tratat pe care Comisia și-a întemeiat acțiunea.

17 În acest sens, guvernul irlandez susține că respectiva campanie a fost de fapt desfășurată de Irish Goods Council și că rolul guvernului s-a limitat la susținere morală și asistență financiară. Dacă această campanie, așa cum susține Comisia, putea împiedica libera circulație a mărfurilor în interiorul Comunității, favorizând producția națională în raport cu produsele importate, o astfel de împrejurare nu poate fi atribuită decât unei decizii a guvernului, aceea de a subvenționa Irish Goods Council.

18 Cu toate acestea, este necesar să se constate că faptul că o parte substanțială din campania în litigiu a fost finanțată de guvernul irlandez și că articolele 92 și 93 din tratat puteau fi aplicabile acestei metode de finanțare nu implică faptul că campania ca atare poate fi exceptată de la interdicțiile prevăzute la articolul 30.

19 În orice caz, dacă guvernul irlandez considera că această finanțare constituie un ajutor în sensul articolelor 92 și 93, era obligația acestuia să informeze Comisia cu privire la acest ajutor în conformitate cu articolul 93 alineatul (3).

### IV — Aplicarea articolului 30 din tratat

20 În opinia Comisiei, campania „Cumpărați produse irlandeze” și măsurile adoptate pentru punerea în aplicare a acestei campanii trebuie, în ansamblu, să fie considerate măsuri care promovează cumpărarea de produse naționale exclusiv. Aceste măsuri sunt contrare obligațiilor care le revin statelor membre în temeiul articolului 30. Comisia amintește în acest sens prevederile articolului 2 alineatul (3) litera (k) din Directiva 70/50 a Comisiei din 22 decembrie 1969 în temeiul articolului 33 alineatul (7) privind eliminarea măsurilor cu efect echivalent cu cel al restricțiilor cantitative la import care nu sunt reglementate prin alte dispoziții adoptate în temeiul Tratatului CEE (JO L 13, p. 29, Ediție specială, 2/vol. 1, p. 3), conform căruia măsurile care recomandă numai cumpărarea produselor naționale trebuie să fie considerate măsuri contrare interdicțiilor din tratat.

21 Conform guvernului irlandez, interzicerea măsurilor cu efect echivalent prevăzută la articolul 30 nu privește decât „măsurile”, adică actele care au efect obligatoriu și care sunt adoptate de o autoritate publică. Totuși, niciun act din această categorie nu a fost adoptat de guvernul irlandez, acesta limitându-se să acorde susținere morală și asistență financiară pentru activitățile desfășurate de industriile irlandeze.

22 Guvernul irlandez subliniază în continuare că respectiva campanie în litigiu nu a avut efecte restrictive asupra importurilor, întrucât proporția mărfurilor irlandeze vândute pe piața irlandeză, în raport cu totalul mărfurilor vândute pe această piață, a scăzut de la 49,2% în 1977 la 43,4% în 1980.

23 Este necesar să se constate, în primul rând, că respectiva campania în litigiu nu poate fi considerată publicitate făcută de societățile private sau publice ori de un grup de întreprinderi pentru promovarea cumpărării de mărfuri produse de acestea. Campania reflectă, indiferent de metodele folosite pentru punerea în aplicare a acesteia, intenția deliberată a guvernului irlandez de a înlocui pe piața irlandeză produsele importate cu produsele naționale și de a restrânge astfel importurile din celelalte state membre.

24 În această privință, trebuie amintit că purtătorul de cuvânt al guvernului irlandez a precizat, la data la care a fost lansată campania, că aceasta reprezintă un ansamblu atent studiat de inițiative care constituie un program integrat pentru promovarea produselor naționale, că Irish Goods Council a fost creat, la inițiativa guvernului irlandez, câteva luni mai târziu, precum și că punerea în aplicare a programului integrat, astfel cum a fost prevăzut de guvern, a fost acordată sau încredințată acestui Council.

25 Deși este adevărat că cele două elemente ale programului care au urmărit, și anume campania de publicitate și utilizarea etichetei „garantat irlandez”, nu au avut ca efect o contribuție semnificativă la cucerirea pieței irlandeze de către produsele irlandeze, nu poate fi ignorat faptul că aceste două activități, indiferent de eficacitatea lor, fac parte dintr-un program guvernamental care are ca obiect înlocuirea produselor importate cu produsele naționale și care poate aduce atingere volumului comerțului intracomunitar.

26 Astfel, campania de publicitate pentru promovarea vânzării și cumpărării de produse irlandeze nu poate fi separată nici de originea sa în cadrul programului guvernamental, nici de legătura sa cu introducerea etichetei „garantat irlandez” și organizarea unui sistem special pentru examinarea reclamațiilor privind produsele care poartă această etichetă. Instituirea acestui sistem pentru examinarea reclamațiilor privind produsele irlandeze confirmă efectiv nivelul de organizare a campaniei „Cumpărați produse irlandeze” și caracterul discriminatoriu al acesteia.

27 În aceste împrejurări, cele două activități în cauză ajung să instituie o practică națională, introdusă de guvernul irlandez și pusă în aplicare cu sprijinul acestuia, efectul potențial al acesteia asupra importurilor din celelalte state membre fiind asemănător celui care rezultă din măsurile guvernamentale cu caracter obligatoriu.

28 O astfel de practică nu face excepție de la interdicțiile prevăzute la articolul 30 din tratat numai din cauză că aceasta nu se întemeiază pe hotărâri cu caracter obligatoriu pentru întreprinderi. Chiar și măsurile adoptate de un guvern al unui stat membru care nu au caracter obligatoriu pot influența comportamentul comercianților și al consumatorilor pe teritoriul acestui stat și pot avea astfel ca efect obstrucționarea obiectivelor Comunității enunțate la articolul 2 și detaliate la articolul 3 din tratat.

29 Acesta este cazul în care, precum în speță, o astfel de practică restrictivă constituie punerea în aplicare a unui program definit de guvern care afectează întreaga economie națională și care urmărește să restrângă comerțul intracomunitar prin promovarea cumpărării de produse naționale prin intermediul unei campanii de publicitate la scară națională și prin organizarea unor proceduri speciale aplicabile numai produselor naționale, precum și atunci când aceste

activități sunt în totalitate imputabile guvernului și sunt desfășurate în mod organizat pe întregul teritoriu național.

30 Rezultă că Irlanda nu și-a îndeplinit obligațiile care îi revin în temeiul tratatului prin organizarea unei campanii de promovare a vânzării și cumpărării de produse irlandeze pe teritoriul irlandez.

Cu privire la cheltuielile de judecată

31 În conformitate cu articolul 69 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, partea care cade în pretenții este obligată la plata cheltuielilor de judecată. Întrucât pârâta a căzut în pretenții, aceasta trebuie obligată la plata cheltuielilor de judecată.

Pentru aceste motive,

Curtea

hotărăște:

**(1) Irlanda nu și-a îndeplinit obligațiile care îi revin în temeiul tratatului prin organizarea unei campanii de promovare a vânzării și cumpărării de produse irlandeze pe teritoriul irlandez.**

**(2) Obligă pârâta la plata cheltuielilor de judecată.**

Mertens de Wilmars

Pescatore

O'Keeffe

Everling

Mackenzie Stuart

Bosco

Koopmans

Pronunțată în ședință publică la Luxemburg, 24 noiembrie 1982.

Grefier

P. Heim

Președinte

J. Mertens de Wilmars