



PRESSEMELDING 01/2005
Luxembourg, 25. februar 2005

EFTA-domstolen avgir rådgivende uttalelse om det norske alkoholreklameforbudet

(Sak E-4/04 *PediceL AS v Sosial- og helsedirektoratet*)

Bakgrunnen for saken som er forelagt EFTA-domstolen av Markedsrådet er det norske forbudet mot reklame for alkoholholdige drikkevarer. I 2003 publiserte *Vinforum*, "et magasin for gourmeter og vinelskere", vinreklame. Sosial- og helsedirektoratet ila deretter utgiveren en forhåndsfastsatt tvangsmulkt. Utgiveren klaget vedtaket inn for Markedsrådet med påstand om at forbudet mot alkoholreklame var i strid med EØS-avtalens bestemmelser om fri bevegelse for varer og tjenester.

EFTA-domstolen fant at EØS-avtalens produktdekning skiller seg fra EF-traktatens når det gjelder landbruksprodukter generelt, og vin spesielt. EØS-avtalens bestemmelser om det frie varebytte er derfor ikke anvendelige på omsetning av vin. Videre uttalte EFTA-domstolen at vinreklame, som er uløselig knyttet til vinhandel, ikke omfattes av EØS-avtalens regler om fri bevegelse av tjenester, ettersom reklamens fremste formål er å fremme salg av vin.

Alkoholreklameforbudet gjelder også øl og brennevin, produkter som generelt faller innenfor EØS-avtalens anvendelsesområde. EFTA-domstolen fant at forbudet i dette henseende utgjør en restriksjon for den frie bevegelse for varer og tjenester under EØS-retten, ettersom det potensielt kan ha større innvirkning på markedsadgangen for varer fra andre EØS-stater enn for innenlandske varer. Forbudet medfører også en begrensning av retten til å tilby annonseplass i publikasjoner til potensielle annonsører som er etablert i andre EØS-stater. Slike restriksjoner kan likevel i prinsippet rettferdiggjøres av hensyn til folkehelsen.

Spørsmålet om det generelle forbudet mot alkoholreklame er forholdsmessig i forhold til sitt siktemål, og om beskyttelsen av folkehelsen like effektivt kan oppnås ved mindre restriktive virkemidler, beror på en analyse av de rettslige og faktiske omstendighetene som kjennetegner situasjonen i Norge. EFTA-domstolen finner at en nasjonal domstol vil være i bedre stand til å foreta en slik analyse, og gir bare generell veiledning om hvilke elementer som må tas i betraktning. Det såkalte føre var-prinsippet, som definert av EFTA-domstolen i tidligere saker, er ikke anvendelig i en sak der det er usikkerhet om reklamens virkning.

Dommen finnes i fulltekst på internett på: www.eftacourt.lu

Denne pressemeddelelsen er ikke et offisielt dokument.
Vennligst merk at EFTA-domstolen ikke kan kommentere saken.