GEMEENTE Arnhem

Besluit van 25 februari 2026

Zaaknummer 4798142

DE RAAD VAN DE GEMEENTE ARNHEM;

gelezen het initiatiefvoorstel van het lid Simonis van de fractie van GroenLinks; het lid Hogenhout van de fractie Partij voor de Dieren en het lid Neutkens van de fractie Volt;
nummer 4798142,

gelet op artikel 147, 147a en 149 van de Gemeentewet;

BESLUIT

Fossiele reclame in de openbare ruimte van de gemeente Arnhem te verbieden door de Algemene plaatselijke verordening van Arnhem als volgt te wijzigen:

I. Na artikel 5.9.5 wordt afdeling 10 met artikel 5.10.1 ingevoegd en vastgesteld, luidende:
"**Afdeling 10 Verboden reclame**

Artikel 5.10.1

1. In dit artikel wordt verstaan onder Fossiele reclame: handelsreclame, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen, voor de volgende producten en diensten: fossiele brandstoffen, vliegvakanties, vliegtickets, grijze stroomcontracten, gascontracten, cruisereizen of auto's met een fossiele of hybride brandstofmotor.
2. Het is verboden op een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is fossiele reclame aan te brengen, tenzij het gaat om:
   a. bedrijfsnamen, bedrijfslogo's en reclames aan of in de directe nabijheid van het pand waar de activiteiten plaatsvinden waar de reclame betrekking op heeft;
   b. bedrijfsnamen en bedrijfslogo's op wegwijzers op bedrijventerreinen en wegen."

Met als toelichting:
"Dit artikel beoogt een verbod op het aanbrengen van handelsreclame die ziet op reclame ten behoeve van het gebruik van fossiele producten. Voor het tegengaan van klimaatverandering en ter bescherming van de volksgezondheid van de inwoners en bezoekers van de gemeente Arnhem is het van belang om juist dit gebruik tegen te gaan. Gelet hierop mag er in de openbare ruimte van de gemeente Arnhem geen reclame worden gemaakt voor fossiele producten. Gebruik van bedrijfsnamen en bedrijfslogo's op eigen panden, reclame direct in de omgeving van het pand waarin bijvoorbeeld de verkoop plaats vindt en op bewegwijzering is wel toegestaan. Deze uitzondering geldt eveneens voor marktkramen en standplaatshouders. Hoewel bedrijfsnamen en bedrijfslogo's strikt genomen geen reclameboodschappen zijn, bestaat er met sommige logo's een dusdanige associatie dat men hierover zou kunnen discussiëren. Vandaar dat dit in het artikel nadrukkelijk is geregeld. Bij

bedrijfsauto's die gebruikt worden om de activiteiten te verrichten, is geen sprake van het aanbrengen van reclame op een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak, zodat deze ook niet onder het verbod vallen."

II. Na artikel 5.10.1 wordt artikel 5.10.2 ingevoegd en vastgesteld, luidende:

"**Artikel 5.10.2**

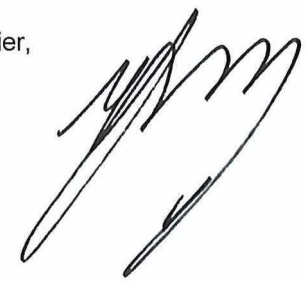
1. In dit artikel wordt verstaan onder Vlees- of visreclame (hierna vleesreclame): handelsreclame waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen, voor vlees- of visproducten en maaltijden voor menselijke consumptie waar vlees of vis in verwerkt is.
2. Het is verboden op een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is vleesreclame aan te brengen, tenzij het gaat om:
   a. bedrijfsnamen, bedrijfslogo's en reclames aan of in de directe nabijheid van het pand waar de activiteiten plaatsvinden waar de reclame betrekking op heeft;
   b. bedrijfsnamen en bedrijfslogo's op wegwijzers op bedrijventerreinen en wegen."

Met als toelichting:
"Dit artikel beoogt een verbod op het aanbrengen van handelsreclame die ziet op reclame ten behoeve van consumptie van vlees en visproducten. Voor het tegengaan van klimaatverandering en ter bescherming van de volksgezondheid is het van belang om juist deze consumptie tegen te gaan. Gelet hierop mag er in de openbare ruimte van de gemeente Arnhem geen reclame worden gemaakt voor de consumptie van vlees, vis én producten waarin nadrukkelijk vlees en vis is verwerkt. Gebruik van bedrijfsnamen en bedrijfslogo's op eigen panden, reclame direct in de omgeving van het pand waarin bijvoorbeeld de verkoop plaats vindt en op bewegwijzering is wel toegestaan. Deze uitzondering geldt eveneens voor marktkramen en standplaatshouders. Hoewel bedrijfsnamen en bedrijfslogo's strikt genomen geen reclameboodschappen zijn, bestaat er met sommige logo's een dusdanige associatie dat men hierover zou kunnen discussiëren. Vandaar dat dit in het artikel nadrukkelijk is geregeld. Bij bedrijfsauto's die gebruikt worden om de activiteiten te verrichten, is geen sprake van het aanbrengen van reclame op een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak, zodat deze ook niet onder het verbod vallen. "

III. Inwerkingtreding

1. Dit besluit treedt in werking op 1 jaar na datum bekendmaking.
2. Dit besluit wordt aangehaald als: "Wijziging van de APV in verband met verbod van reclame voor fossiele brandstoffen en vleesreclames "

De griffier,



De voorzitter,



GEMEENTE Arnhem

Bijlage 1

De onderbouwing van het voorstel

De grenzen van verordenende bevoegdheid

In de gemeente Arnhem wordt de aan- of afwezigheid van reclame in diverse artikelen van de Algemene Plaatselijke Verordening voor Arnhem (APV) geregeld. De juridische grondslag voor de APV is artikel 147 van de Gemeentewet. De gemeenteraad kan zaken regelen in een verordening als deze bevoegdheid niet ligt bij de burgemeester, het college van burgemeester en wethouders of een hogere wetgever. In artikel 149 van de Gemeentewet wordt aangegeven waarover die verordenende bevoegdheid zich uitstrekt: de raad maakt de verordeningen die hij in het belang van de gemeente nodig oordeelt (huishouding van de gemeente).

Deze verordenende bevoegdheid van de raad kent een aantal grenzen. Zo mag de verordening alleen zien op het grondgebied van de gemeente Arnhem (de territoriale grens). Verder mag de verordening niet zien op bijzondere belangen van de Arnhemse burger (de ondergrens), maar moet zich richten op het openbaar belang van de gemeente. Dat kan eventueel via het uitstralingseffect dat gedragingen in de particuliere sfeer op de omgeving hebben. Tot slot moet rekening gehouden worden met de inhoud van artikel 121 en 122 van de Gemeentewet; deze beantwoorden of een gemeentelijke verordening de hogere regelgeving nog nader mag aanvullen (bovengrens). Hierbij zijn het object van de regeling (de genormeerde gedraging) en het motief van de regeling van belang.

Huishouding van de gemeente

Volgens de indiener van het voorstel behoort het reguleren van fossiele reclame en vleesreclame tot de huishouding van de gemeente. Het verbod richt zich in eerste instantie op een hoger doel, namelijk het verder beperken en voorkomen van klimaatschade en daarmee het bevorderen van de (volks)gezondheid. Fossiele reclame heeft als doel dat consumenten meer producten afnemen die gebaseerd zijn op fossiele brandstoffen (kolen, olie en gas). Fossiele producten zoals voertuigen op verbrandingsmotoren en grijze energie veroorzaken uitstoot van stoffen als CO_2 en fijnstof. Dit heeft een directe en negatieve invloed op klimaatverandering en luchtkwaliteit, en daarmee op de gezondheid van de inwoners en bezoekers van Arnhem. Ook heeft het gebruik van fossiele verbrandingsmotoren in Arnhem een directe impact op het stikstof probleem waardoor de natuur zwaar onder druk staat. Ook vlees- en visreclames dragen bij aan klimaatverandering, slechte luchtkwaliteit en andere milieuproblemen[24] en hebben daarmee effect op de volksgezondheid.
In overeenstemming met de Urgenda jurisprudentie[25] heeft niet alleen ieder land, maar ook de gemeente een verantwoordelijk voor de reductie van de eigen uitstoot. Daarom kan het argument dat de eigen uitstoot, op wereldschaal bezien, een relatief geringe omvang heeft en dat een reductie van de eigen uitstoot op wereldschaal slechts een gering effect heeft, ook een gemeente naar het oordeel van initiatiefnemer niet ontslaan om te bezien of zij lokaal maatregelen in dit verband kan nemen.

Het Internationaal Gerechtshof heeft in juli 2025 nog bevestigd dat overheden alles dienen te doen wat binnen hun mogelijkheden ligt. Dat vereist een palet aan effectieve maatregelen.[26] Uit een eerder

---

[24] Initiatiefvoorstel "Stunt niet met het klimaat", Leonie Gerritsen, PvdD, De Haag: 8 juli 2024.
[25] HR 20 december 2019, ECLI:NL:HR:2019:2006.
[26] https://www.icj-cij.org/case/187

advies blijkt dat een verbod op fossiele reclame noodzakelijk is als onderdeel van klimaatbeleid.[27] Aangezien gemeenten over de openbare ruimte gaan, is het logisch dat een maatregelenpakker ook een verbod op klimaatschadelijke reclames in de openbare ruimte omvat. Ook de rechtbank Den Haag heeft in de uitspraak over fossiele reclame benadrukt dat "alle beetjes helpen" en dat een afname van CO_2-uitstoot door vermindering van vliegbewegingen, in combinatie met andere door de Gemeente genomen milieumaatregelen, een bijdrage kan leveren aan verbetering van het leefklimaat, waarvan ook de inwoners van Den Haag zullen profiteren. [28]

Zoals hierboven reeds uiteengezet zijn deze maatregelen ook te vertalen in een lokaal belang, de gemeente Arnhem heeft immers duidelijke ambities om een gezonde leefstijl te bevorderen. De bescherming van de (volks)gezondheid van de inwoners van Arnhem is van groot belang. Deze (volks) gezondheid wordt in vergaande mate beïnvloed door negatieve klimaatverandering. De voorgestelde maatregel kan positief bijdragen aan het tegengaan hiervan en van de directe negatieve gevolgen op de (volks)gezondheid van de verbranding van fossiele brandstoffen. Door instanties als het IPCC[29] wordt de regulering van reclame als een van de maatregelen genoemd om de klimaattransitie te versnellen. Ook uit het wetenschappelijke advies naar aanleiding van het commissiedebat "Klimaat en energie" volgt dat fossiele reclame de transitie naar een duurzame samenleving tegenhoudt en een verbod op fossiele reclame duurzame transities stimuleert.[30] Uit een rapport van Greenpeace volgt dat de vleesindustrie elk jaar enorme hoeveelheden geld in campagnes pompt om mensen verslaafd te houden aan zijn producten, vaak ondersteund door publieke fondsen.[31] Om de klimaatdoelen te halen is meer nodig dan nieuwe technologie voor energieopwekking en voor een grotere energie-efficiëntie, aldus TNO in een verkenning.[32]

Onder- en bovengrens

De voorgestelde regeling geldt alleen binnen de grenzen van de gemeente Arnhem (territoriale grens) en ziet alleen op reclame die zichtbaar is in de openbare ruimte (ondergrens) en niet in de private sfeer. Dus aan die grenzen wordt voldaan.

Vrijheid van meningsuiting

Voor de toetsing aan de bovengrens is van belang dat er geen wet in formele zin is die ziet op fossiele en vleesreclame, dit is bijvoorbeeld anders bij tabak waarbij de Tabakswet het een en ander uitputtend regelt. Het maken van reclame valt wel onder het (grond)recht op de vrijheid van meningsuiting. In artikel 7 van de Grondwet is in het vierde lid handelsreclame van de werking van dat artikel uitgesloten, maar dat is niet het geval in artikel 10 van het Europees Verdrag voor de Rechten

---

[27] https://open.overheid.nl/documenten/19b34bce-d4eb-4b7a-8fea-3aa9e269bf44/file
[28] Rechtbank Den Haag, 25 april 2025, ECLI:NL:RBDHA:2025:6874.
[29] IPCC (2022). Climate Change 2022, Mitigation of Climate Change, Working Group III contribution tot the WGIII Sixth Assesment Report of Intergovernmental Panel on Climate Chage, Cambridge: Cambrigde University Press. Chapter4, p. 455.
[30] Bouwman e.a., *Wetenschappelijk advies een verbod op fossiele reclame essentieel, maar niet voldoende,* p. 3 e.v. (Advies in reactie op debat Tweede Kamer) TK 2022-2023, 36200 XII, nr. 122.
[31] N. Delliston e.a., *The 7 Myths of Big Meat's Marketing*, (Greenpeace Denmark) november 2021, p. 8 e.v. https://www.greenpeace.org/static/planet4-denmark-stateless/2021/11/dd8034bf-greenpeace_meat_report_en_final.pdf en Sini Eräjää (Greenpeace EU), MARKETING MEAT, april 2021.
[32] G. Paradies & R. van den Brink, *Verkenning, Anders consumeren om klimaatdoelen te halen*, (TNO rapport 2023).

van de Mens (hierna: EVRM), via jurisprudentie van het Europese Hof voor de Rechten van de Mens. Dit verdrag geldt ook in Nederland en het artikel luidt als volgt:

1. *Eenieder heeft recht op vrijheid van meningsuiting. Dit recht omvat de vrijheid een mening te koesteren en de vrijheid om inlichtingen of denkbeelden te ontvangen of te verstrekken, zonder inmenging van enig openbaar gezag en ongeacht grenzen. Dit artikel belet Staten niet radio- omroep-, bioscoop- of televisieondernemingen te onderwerpen aan een systeem van vergunningen.*
2. *Daar de uitoefening van deze vrijheden plichten en verantwoordelijkheden met zich brengt, kan zij worden onderworpen aan bepaalde formaliteiten, voorwaarden, beperkingen of sancties, die bij de wet zijn voorzien en die in een democratische samenleving noodzakelijk zijn in het belang van de nationale veiligheid, territoriale integriteit of openbare veiligheid, het voorkomen van wanordelijkheden en strafbare feiten, de bescherming van de gezondheid of de goede zeden, de bescherming van de goede naam of de rechten van anderen, om de verspreiding van vertrouwelijke mededelingen te voorkomen of om het gezag en de onpartijdigheid van de rechterlijke macht te waarborgen.*

Artikel 10 van het EVRM heeft betrekking op alle uitingen, waaronder reclame, zodat het beperken van de mogelijkheid van het maken van reclame alleen kan door te voldoen aan de eisen van het tweede lid. Daarin wordt een inbreuk op de commerciële uitingsvrijheid - om redenen als genoemd in lid 2 - ook sneller toelaatbaar geacht dan die op individuele uitingsvrijheid.

Bij de wet voorzien

Gemeentelijke verordeningen vallen onder het criterium "bij de wet voorzien" van het EVRM. Hierbij geldt dat maatregelen toegankelijk moeten zijn en de gevolgen voorzienbaar moeten zijn voor betrokkenen. Wanneer de raad besluit tot deze APV-wijziging dan wordt deze bekendgemaakt in het Gemeenteblad en is terug te vinden op www.overheid.nl. Hierbij kan eenieder kennisnemen van deze regels en voorzien wat de gevolgen zijn wanneer deze niet worden opgevolgd.

Legitiem doel - Volksgezondheid

De beperking van het recht op vrije meningsuiting moet verder een legitiem doel dienen. In dit geval is het de bescherming van de (volks)gezondheid. De grote gevaren die klimaatverandering en fossiele brandstoffen zelf met zich brengen, heeft ook effect op de gezondheid van de inwoners, dieren en bezoekers van de gemeente Arnhem. Niet voor niets is de gemeente Arnhem één van de organisaties van het netwerk 'Arnhem Klimaatbestendig', dat Arnhemmers leert over hoe we de stad samen meer klimaatbestendig kunnen maken. En niet voor niets heeft de gemeente een klimaatplan opgesteld om zelf het voortouw te nemen. Allemaal met de doelstelling van de gemeente Arnhem; de schone lucht, de gezonde bodem en de goede waterkwaliteit maken dat mens en dier in een prettige leefomgeving wonen. [33]

Daarnaast is de beperking van belang omdat klimaatverandering bijvoorbeeld ook overstromingen met zich mee kan brengen. In dit verband valt op te merken dat binnen de gemeente Arnhem regelmatig overlast ontstaat door ernstige regenbuien. Hierbij was bijvoorbeeld de regenbui in juli 2014 als ernstig aan te merken.[34]

---

[33] Arnhems coalitieakkoord 2022-2026, p. 2.

[34] Arnhem strijdt tegen wateroverlast - Kanaal 13 Nieuws - YouTube, Alliantie tegen wateroverlast in Arnhem | Arnhem | gelderlander.nl, Hoogwater rond Arnhem, zo ziet dat eruit, Het is hoogwater in Arnhem, en er komt nog een metertje bij - Arnhemsche Courant.

Noodzakelijk in een democratische samenleving
Het is in eerste instantie aan de raad/het gemeentebestuur om te beoordelen of er iets geregeld wordt dat "noodzakelijk" is in een democratische samenleving.[35] Bij maatregelen tegen commerciële uitingen en advertenties bestaat een grote beoordelingsvrijheid van nationale autoriteiten. Hierbij wordt door de rechter gekeken of een maatregel, in het licht van alle omstandigheden van het geval, noodzakelijk is in een democratische samenleving. En verder wordt gekeken of de maatregel niet disproportioneel is.[36]

De vraag of deze maatregel noodzakelijk is in een democratische samenleving moet bevestigend worden beantwoord. Door het gebruik van fossiele brandstoffen worden onder meer de gezondheid, de openbare veiligheid en de openbare orde ernstig bedreigd.[37] Ook het gebruik van vlees en visproducten dragen hieraan bij. Om hier wat tegen te kunnen doen, moet het gebruik van dergelijke producten in een hoog tempo worden verlaagd. Ook in het coalitieakkoord wordt door de coalitiepartijen aangegeven alle kansen aan te grijpen om de klimaatdoelstellingen te halen. Vanuit de maatschappij ontstaat in toenemende druk op overheden om het stimuleren van gebruik van fossiele middelen tegen te gaan.[38]

Het rapport "*Wetenschappelijk advies een verbod op fossiele reclame essentieel, maar niet voldoende*"[39] geeft aan dat een verbod op fossiele reclame essentieel is maar niet voldoende. Er zijn dus naast een verbod, meer beleidsmaatregelen en ingrepen nodig. Maar met het verbod kan de positieve spiraal voor die transitie wel in gang gezet worden en is het daarmee een onmisbare stap, samen met de andere stappen die de gemeente Arnhem al gezet heeft en in de nabije toekomst gaat zetten. [40]

Het Urgenda arrest [41] geeft daarbij aan dat ieder land voor zijn deel verantwoordelijk om de klimaatverandering tegen te gaan. Daarom kan het argument dat de eigen uitstoot, op wereldschaal bezien, een relatief geringe omvang heeft en dat een reductie van de eigen uitstoot op wereldschaal slechts een gering effect heeft, een land niet ontslaan van de op hem rustende deelverantwoordelijkheid om maatregelen te nemen. Dat het effect van de voorgestelde maatregel mogelijk klein is, betekent niet dat de gemeente – gelet op artikel 2 en 8 van het EVRM – gehouden is om maatregelen te nemen. Er bestaat immers een ernstig risico dat een gevaarlijke klimaatverandering plaatsvindt die het leven en het welzijn van velen in Nederland bedreigt. De indiener van het voorstel realiseert zich dat een enkel verbod op dergelijke reclame niet afdoende is om de benodigde transitie te maken, maar zit het als een noodzakelijk stap voorwaarts bij het treffen van benodigde maatregelen.

---

[35] Mr. B. Brouwer en mr. B.M. van Werven, 'Een verbod op fossiele reclame: bittere noodzaak of ongeoorloofde overheidsbemoeienis?', Mediaforum 2023, afl. 4, p. 127. EHRM 20-11-1989, ECLI:NL:XX:1989:AD0950, m.nt. E.A. Alkema.
[36] EHRM 13-07-2012, ECLI:NL:XX:2012:BX9103, m.nt. E.J. Dommering (Mouvement Raëlien Suiss/Zwitserland).
[37] Zie voor verdere uitwerking: Mr. B. Brouwer en mr. B.M. van Werven, 'Een verbod of fossiele reclame: bittere noodzaak of ongeoorloofde overheidsbemoeienis?', Mediaforum 2023, afl.4, p.128-129.
[38] Klimaatactivisten Extinction Rebellion willen zaterdag opnieuw A12 in Den Haag blokkeren | Binnenland | De Gelderlander.nl.
[39] Bouwman e.a., *Wetenschappelijk advies een verbod op fossiele reclame essentieel, maar niet voldoende*, p. 3 e.v. (Advies in reactie op debat Tweede Kamer, 2022-2023) TK 36200 XII, nr. 122).
[40] Bouwman e.a., *Wetenschappelijk advies een verbod op fossiele reclame essentieel, maar niet voldoende*, p. 3 e.v. (Advies in reactie op debat Tweede Kamer, 2022-2023) TK 36200 XII, nr. 122).
[41] HR 20 december 2019, ECLI:NL:HR:2019:2006.

Proportioneel

Organisaties als het IPCC, TNO, de Wetenschappelijk Klimaatraad, de Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid en de Raad voor Leefomgeving en Infrastructuur geven aan dat voor klimaatverandering allerlei mogelijke maatregelen moeten worden ingezet, waaronder regulering van (fossiele) reclame. Het verbieden van fossiele en vlees- &visreclame kan bijdragen aan het gedrag van mensen door het tegengaan van het beeld dat in de reclame vaak wordt geschetst dat fossiele brandstof en de fossiele industrie acceptabel en normaal zijn.

Ook gaat het verbod onbelemmerd gebruik van PR-tactieken tegen om consumenten te manipuleren om bijvoorbeeld meer vlees te consumeren dan gezond is voor henzelf of voor de planeet.

Omdat het verbod alleen geldt voor de openbare ruimte, wordt de vrijheid die adverteerders hebben beperkt, maar niet helemaal verboden. Zij kunnen immers nog op andere plekken wel hun reclameboodschap kwijt. Daarbij gaat het hierbij om uitingen met een (louter) commercieel oogmerk die omwille van het halen van de belangrijke klimaatdoelstellingen worden beperkt. De maatregelen hebben tot gevolg dat het aantal mogelijkheden om voor fossiele, vlees en visproducten – met een (louter) commercieel oogmerk – te adverteren wordt beperkt. Dit leidt ertoe dat de vraag of de maatregelen proportioneel zijn, positief beantwoord dient te worden.[42]

EU-recht: Interne markt

Tot slot is het reclameverbod niet in strijd met de interne marktregel van de EU. Voor zover er al een relevante beperking zou zijn van de vrije verkeer regels, is de beperking gerechtvaardigd. Het reclameverbod dient namelijk een legitiem doel en voldoet aan het proportionaliteitsvereiste.[43] Het reclameverbod draagt bij een de bescherming van het milieu (waaronder het zoveel mogelijk tegengaan van gevaarlijke klimaatverandering), alsook de bescherming van de volksgezondheid. [44] Het reclameverbod is geschikt voor het genoemde doel en ook noodzakelijk gelet op het belang van het beperken van de consumptie van fossiele producten.[45] De maatregel gaat niet verder dan nodig is voor dat doel. Integendeel: er zijn ook aanvullende maatregelen nodig ter bescherming van de betrokken belangen. Het reclameverbod is onmisbaar, maar op zichzelf niet voldoende. Er is geen reden om aan te nemen dat het Reclameverbod een discriminerende werking zou hebben of enige belemmering zou vormen voor toegang tot de markt.

---

[42] Mr. B. Brouwer en mr. B.M. van Werven, 'Een verbod of fossiele reclame: bittere noodzaak of ongeoorloofde overheidsbemoeienis?', Mediaforum 2023, afl.4, p. 129.

[43] Bij deze toets kan ook in ogenschouw worden genomen dat de EU zelf een hoog niveau van bescherming van de volksgezondheid en het milieu nastreeft. Zie o.a. artikel 114(3) VWEU (gezondheid, milieu en consumentenbescherming); artikel 9 en 168(1) VWEU en artikel 35 Handvest Grondrechten EU (gezondheid); artikel 191 lid 2 VWEU en artikel 37 Handvest Grondrechten EU (milieubescherming).

[44] Artikel 36 VWEU. Zie ook o.a. HvJEU 20 september 1988, zaak 302/86, ECLI:EU:C:1988:421 (*Commissie/Denemarken).*

[45] Zie o.a. HvJEU 25 juli 1991, gevoegde zaken C-1/90 en C-176/90, ECLI:EU:C:1991:327 (*Aragonesa de Publicidad Exterior)*; HvJEU 9 juli 1997, gevoegde zaken C-34/95, C-35/95 and C-36/95, ECLI:EU:C:1997:344 (*De Agostini)*. In zaak C-429/02 oordeelde het Hof van Justitie dat lidstaten een vrij ruime beoordelingsmarge hebben bij het vaststellen van Reclameverbod; HvJEU 13 juli 2004, zaak C-429/02, ECLI:EU:C:2004:432 (*Bacardi France/ TF1).*