



## Raccolta della giurisprudenza

CONCLUSIONI DELL'AVVOCATO GENERALE  
YVES BOT  
presentate l'8 settembre 2016<sup>1</sup>

**Causa C-339/15**

**Openbaar Ministerie  
contro  
Luc Vanderborgh**

[domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dal Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (tribunale di primo grado neerlandofono di Bruxelles, Belgio)]

«Rinvio pregiudiziale — Normativa nazionale che vieta ai prestatori di cure dentistiche di effettuare pubblicità rivolta al pubblico delle loro prestazioni — Normativa nazionale che definisce i requisiti di discrezione che l'insegna di uno studio dentistico deve soddisfare — Compatibilità — Articoli 49 e 56 TFUE — Libertà di stabilimento — Libera prestazione dei servizi — Esistenza di un elemento di estraneità — Restrizione — Tutela della sanità pubblica — Proporzionalità — Direttiva 2000/31/CE — Commercio elettronico — Ambito di applicazione — Articolo 3, paragrafo 3 — Esclusione delle disposizioni nazionali relative alla salute — Articolo 3, paragrafo 8 — Esclusione delle disposizioni nazionali che disciplinano le professioni regolamentate — Direttiva 2005/29/CE — Pratiche commerciali sleali — Articolo 3, paragrafo 1 — Clausola del mercato interno — Applicabilità del regime giuridico dello Stato membro di stabilimento del prestatore — Articolo 8 — Restrizione della libera prestazione dei servizi della società dell'informazione al fine di garantire il rispetto delle regole professionali»

### I – Introduzione

1. La presente domanda di pronuncia pregiudiziale offre alla Corte l'occasione per pronunciarsi nuovamente sulla compatibilità della normativa belga che delimita, in maniera estremamente restrittiva, la pubblicità in materia di cure dentistiche, sia con il diritto primario, e in particolare con le norme relative alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, sia con le norme del diritto derivato applicabili alle pratiche commerciali sleali e al commercio elettronico.
2. La Corte, infatti, si è già pronunciata sulla compatibilità di talune delle disposizioni di tale normativa con le regole di concorrenza che vietano le intese e le pratiche concordate fra imprese nella sua sentenza del 13 marzo 2008, *Doulamis*<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> — Lingua originale: il francese.

<sup>2</sup> — C-446/05, EU:C:2008:157. In tale sentenza la Corte ha dichiarato che l'articolo 81 CE (che corrisponde attualmente all'articolo 101 TFUE) non osta alla legislazione belga che vieta ai prestatori di cure dentistiche, nell'ambito di una libera professione o di uno studio dentistico, di effettuare qualsivoglia pubblicità nel settore delle cure dentistiche, nella misura in cui una siffatta legislazione non rientra in alcuna delle ipotesi di applicazione combinata degli articoli 10 CE (che corrisponde attualmente agli articoli 4, paragrafo 3, TUE) e 81 CE (punto 21).

3. La presente causa prende le mosse dai procedimenti penali avviati in Belgio nei confronti del sig. Luc Vanderborght, dentista generico, al quale viene addebitato di avere pubblicizzato in modo contrario alla legislazione belga, fra il 1° marzo 2003 e il 24 gennaio 2014, le prestazioni di cure dentistiche offerte.

4. L'articolo 8 quinquies del Koninklijk besluit houdende reglement op de beoefening der tandheelkunde (regio decreto recante disciplina dell'esercizio dell'odontoiatria), del 1° giugno 1934<sup>3</sup>, nella sua versione in vigore alla data dei fatti di cui al procedimento principale<sup>4</sup>, specifica, infatti, i requisiti di discrezione che i prestatori di cure dentistiche devono rispettare allorché appongono, all'ingresso dell'edificio in cui praticano il loro mestiere, una targa o un'iscrizione, al fine di tutelare la dignità della professione.

5. Tale disposizione prevede quanto segue:

«Per l'annuncio al pubblico, sull'edificio dove una persona qualificata (...) esercita l'odontoiatria può essere apposta soltanto un'iscrizione o una targa di dimensioni e aspetto non appariscenti, recanti il nome dello specialista ed eventualmente il suo titolo ai sensi di legge, i giorni e gli orari di ricevimento, la denominazione dell'azienda o dell'ente sanitario per il quale egli esercita la sua attività professionale; su di essa può del pari essere indicato il ramo dell'odontoiatria in cui pratica lo specialista: odontoiatria chirurgica, protesi dentarie, ortodonzia, chirurgia dentistica.

(...)».

6. Nella specie, al sig. Vanderborght viene addebitato di avere apposto per il pubblico, all'ingresso del proprio studio, un grande totem pubblicitario, di dimensioni e di aspetto appariscenti. Tale pannello constava di tre superfici stampate, ciascuna alta 47 centimetri e larga 75 centimetri, sulle quali figuravano il nome dello specialista, la sua qualità di dentista, nonché il sito Internet e i recapiti telefonici dello studio dentistico.

7. L'articolo 1 della Wet betreffende de publiciteit inzake tandverzorging (legge relativa alla pubblicità in materia di cure dentistiche), del 15 aprile 1958<sup>5</sup>, nella versione in vigore alla data dei fatti di cui al procedimento principale<sup>6</sup>, vieta, da parte sua, ai prestatori di cure dentistiche, i quali esercitino la libera professione o gestiscano uno studio dentistico, di fare qualsiasi pubblicità presso il pubblico, direttamente o indirettamente, alle loro prestazioni.

8. Tale disposizione è formulata come segue:

«È vietata qualsiasi pubblicità, diretta o indiretta, al fine di curare o di far curare da una persona qualificata o meno, in Belgio o all'estero, le patologie, le lesioni o le anomalie del cavo orale e dei denti, segnatamente per mezzo di affissioni o insegne, iscrizioni o targhe idonei ad indurre in errore circa la legalità dell'attività indicata, di prospetti, di circolari, di opuscoli illustrativi e di pieghevoli, a mezzo stampa, via etere o a mezzo cinematografico (...)».

9. Nella specie, viene addebitato al sig. Vanderborght di avere inserito messaggi pubblicitari nei giornali locali e di avere raccomandato, attraverso il suo sito Internet, le sue competenze nelle cure dentistiche, utilizzando, a tal fine, foto «prima e dopo», nonché testimonianze di pazienti che menzionano la differenza di prestazioni con i trattamenti offerti da altri medici dentisti.

3 — *Belgisch Staatsblad*, 7 giugno 1934, pag. 3220.

4 — In prosieguo: il «regio decreto del 1934».

5 — *Belgisch Staatsblad*, 5 maggio 1958, pag. 3542.

6 — In prosieguo: la «legge del 1958».

10. Nella presente causa, il *Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg te Brussel* (tribunale di primo grado neerlandofono di Bruxelles, Belgio), competente in materia penale, si interroga sulla compatibilità delle disposizioni alla base di tali procedimenti con le norme del diritto dell'Unione relative, in primo luogo, alle pratiche commerciali sleali, previste nella direttiva 2005/29/CE<sup>7</sup>; in secondo luogo, al commercio elettronico, fissate dalla direttiva 2000/31/CE<sup>8</sup> e, in terzo luogo, alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, sancite rispettivamente agli articoli 49 e 56 TFUE.

11. Nelle presenti conclusioni, indicherò, anzitutto, che le legislazioni di cui al procedimento principale non ricadono nell'ambito di applicazione della direttiva sulle pratiche commerciali sleali, a causa delle limitazioni espressamente previste dal legislatore dell'Unione all'articolo 3, paragrafi 3 e 8, di tale direttiva.

12. Rileverò, per contro, che una normativa nazionale come quella stabilita dall'articolo 1 della legge del 1958, che vieta qualsiasi pubblicità relativa a prestazioni di cure dentistiche tramite Internet, rientra nell'ambito di applicazione della direttiva sul commercio elettronico. Spiegherò cionondimeno che, alla luce del suo articolo 3, paragrafo 1, e del suo articolo 8, paragrafo 1, tale direttiva non sembra ostare a detta normativa, allorché essa è intesa ad assicurare il rispetto delle norme di una professione regolamentata e si applica ad un prestatore stabilito nel territorio nazionale.

13. Infine, esaminerò la compatibilità di detta normativa con gli articoli 49 e 56 TFUE, relativi alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi. In primo luogo, dimostrerò che la controversia di cui al procedimento principale presenta un elemento di estraneità, nella misura in cui la pubblicità addebitata all'interessato è stata fatta su un sito Internet, il quale è un supporto mirante ad una diffusione universale che consente pertanto di raggiungere un pubblico, e di conseguenza attirare pazienti situati in uno Stato membro diverso dallo Stato membro in cui l'interessato è stabilito.

14. In secondo luogo, illustrerò le ragioni per cui un divieto di qualsiasi pubblicità rivolta al pubblico in materia di cure dentistiche costituisce una restrizione alla libera prestazione dei servizi, riprendendo le linee essenziali del ragionamento proposto, ad *abundantiam*, nella conclusione nella causa *Doulamis* (C-446/05, EU:C:2007:701). Spiegherò perché, secondo me, tale restrizione è giustificata per ragioni di tutela della sanità pubblica, giacché la normativa nazionale di cui al procedimento principale non ha l'effetto di vietare ad un prestatore di cure dentistiche la semplice menzione, senza il proposito di attrarre o di esortare il pubblico, all'interno di un elenco telefonico o di altri mezzi di informazione accessibili al pubblico, di informazioni che permettano al pubblico di conoscerlo come professionista.

7 — Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio («direttiva sulle pratiche commerciali sleali») (GU 2005, L 149, pag. 22).

8 — Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno («direttiva sul commercio elettronico») (GU 2000, L 178, pag. 1).

## II – Questioni pregiudiziali

15. È nell'ambito della controversia dinanzi ad esso pendente che il *Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg te Brussel* (tribunale di primo grado neerlandofono di Bruxelles) ha deciso di sottoporre alla Corte le seguenti questioni pregiudiziali:

- «1) Se la direttiva [sulle pratiche commerciali sleali] debba essere interpretata nel senso che osta ad una legge nazionale che vieta in modo assoluto qualsiasi pubblicità, ad opera di chiunque, relativa alla cura del cavo orale e dei denti, quale l'articolo 1 della legge [del] 1958 (...).
- 2) Se il divieto di pubblicità per la cura del cavo orale e dei denti debba essere considerato come una “disposizion[e] (...) relativ[a] agli aspetti sanitari e di sicurezza dei prodotti”, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 3, della direttiva [sulle pratiche commerciali sleali].
- 3) Se la direttiva [sulle pratiche commerciali sleali] debba essere interpretata nel senso che osta ad una disposizione nazionale che descrive in dettaglio a quali requisiti di discrezione debba rispondere un'insegna destinata al pubblico apposta in uno studio dentistico, quale l'articolo 8 quinquies del regio decreto [del] 1934 (...).
- 4) Se la direttiva [sul commercio elettronico] debba essere interpretata nel senso che osta ad una legge nazionale che vieta in modo assoluto qualsiasi pubblicità, ad opera di chiunque, relativa alla cura del cavo orale o dei denti, compreso un divieto di pubblicità commerciale per via elettronica (sito Internet), quale l'articolo 1 della legge [del] 1958 (...).
- 5) In che modo debba essere interpretata la nozione di “servizi della società dell'informazione”, quale definita all'articolo 2, lettera a) della direttiva [sul commercio elettronico], con un rinvio all'articolo 1, paragrafo 2, della direttiva 98/34/CE <sup>[9]</sup>, come modificata dalla direttiva 98/48/CE [del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 luglio 1998 <sup>[10]</sup>?
- 6) Se gli articoli 49 e 56 TFUE debbano essere interpretati nel senso che ostano ad una normativa nazionale come quella controversa nel procedimento principale, nella quale, al fine di tutelare la salute pubblica, viene imposto un divieto assoluto di pubblicità per la cura dei denti».

## III – Contesto normativo dell'Unione

### A – *Direttiva sulle pratiche commerciali sleali*

16. I considerando 6, 8 e 9 della direttiva sulle pratiche commerciali sleali così recitano:

«(6) La presente direttiva ravvicina (...) le legislazioni degli Stati membri sulle pratiche commerciali sleali, tra cui la pubblicità sleale, che ledono direttamente gli interessi economici dei consumatori e, quindi, indirettamente gli interessi economici dei concorrenti legittimi (...)

(...)

(8) La presente direttiva tutela direttamente gli interessi economici dei consumatori dalle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori (...)

9 — Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 22 giugno 1998, che prevede una procedura d'informazione nel settore delle norme e delle regolamentazioni tecniche (GU 1998, L 204, pag. 37).

10 — GU 1998, L 217, pag. 18.

(9) La presente direttiva non pregiudica (...) neppure l'applicazione delle disposizioni comunitarie e nazionali relative (...) agli aspetti sanitari e di sicurezza dei prodotti (...) Gli Stati membri potranno in tal modo mantenere o introdurre limitazioni e divieti in materia di pratiche commerciali, motivati dalla tutela della salute e della sicurezza dei consumatori nel loro territorio ovunque sia stabilito il professionista, ad esempio riguardo ad alcol, tabacchi o prodotti farmaceutici (...).

17. Ai sensi del suo articolo 1, tale direttiva mira a «contribuire al corretto funzionamento del mercato interno e al conseguimento di un livello elevato di tutela dei consumatori mediante l'armonizzazione delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di pratiche commerciali sleali lesive degli interessi economici dei consumatori».

18. L'articolo 2, lettera d), di detta direttiva, definisce le «pratiche commerciali» come «qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale *ivi compresi la pubblicità* e il marketing, posta in essere da un professionista, direttamente connessa alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori»<sup>11</sup>.

19. L'articolo 3 della direttiva sulle pratiche commerciali sleali, il quale definisce l'ambito di applicazione della medesima, dispone quanto segue:

«1. La presente direttiva si applica alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori, come stabilite all'articolo 5, poste in essere prima, durante e dopo un'operazione commerciale relativa a un prodotto.

(...)

3. La presente direttiva non pregiudica l'applicazione delle disposizioni comunitarie o nazionali relative agli aspetti sanitari e di sicurezza dei prodotti.

(...)

8. La presente direttiva non pregiudica le eventuali condizioni relative allo stabilimento, o ai regimi di autorizzazione, o i codici deontologici di condotta o altre norme specifiche che disciplinano le professioni regolamentate, volti a mantenere livelli elevati di integrità dei professionisti, che gli Stati membri possono, conformemente alla normativa comunitaria, imporre a questi ultimi.

(...).

20. Ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 2, di tale direttiva, una pratica commerciale è sleale se è contraria alle norme di diligenza professionale, e falsa o è idonea a falsare in misura rilevante il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori.

## B – *Direttiva sul commercio elettronico*

21. I considerando 7, 17, 18, 22, 32 e 33 della direttiva sul commercio elettronico così recitano:

«(7) Per garantire la certezza del diritto e la fiducia dei consumatori, la presente direttiva deve stabilire un quadro generale chiaro per taluni aspetti giuridici del commercio elettronico nel mercato interno.

<sup>11</sup> — Il corsivo è mio.

(...)

(17) La definizione di “servizi della società dell’informazione” (...) ricopre qualsiasi servizio prestato normalmente dietro retribuzione, a distanza, per via elettronica, mediante apparecchiature elettroniche di elaborazione (compresa la compressione digitale) e di memorizzazione di dati, e a richiesta individuale di un destinatario di servizi (...)

(18) I servizi della società dell’informazione abbracciano una vasta gamma di attività economiche svolte in linea (on line) (...) Non sempre si tratta di servizi che portano a stipulare contratti in linea ma anche di servizi non remunerati dal loro destinatario, nella misura in cui costituiscono un’attività economica, come l’offerta di informazioni o comunicazioni commerciali in linea (...)

(...)

(22) Il controllo dei servizi della società dell’informazione deve essere effettuato all’origine dell’attività, al fine di assicurare una protezione efficace degli obiettivi di interesse pubblico (...) Inoltre, per garantire efficacemente la libera circolazione dei servizi e la certezza del diritto per i prestatori e i loro destinatari, questi servizi devono in linea di principio essere sottoposti alla normativa dello Stato membro nel quale il prestatore è stabilito.

(...)

(32) Per sopprimere gli ostacoli allo sviluppo dei servizi transnazionali nella Comunità che possono essere offerti dalle professioni regolamentate su Internet, è necessario garantire il rispetto a livello comunitario delle regole professionali, in particolare quelle a tutela dei consumatori o della sanità pubblica (...)

(33) La presente direttiva integra il diritto comunitario e il diritto nazionale per quanto riguarda le professioni regolamentate mantenendo una serie coerente di norme applicabili in questo campo».

22. Conformemente al suo articolo 1, paragrafo 1, la direttiva sul commercio elettronico mira a «contribuire al buon funzionamento del mercato interno garantendo la libera circolazione dei servizi della società dell’informazione tra Stati membri».

23. Ai sensi dell’articolo 1, paragrafo 2, di tale direttiva, essa «ravvicina (...) talune norme nazionali sui servizi della società dell’informazione che interessano il mercato interno, lo stabilimento dei prestatori, le comunicazioni commerciali, i contratti per via elettronica, la responsabilità degli intermediari, i codici di condotta, la composizione extragiudiziarie delle controversie, i ricorsi giurisdizionali e la cooperazione tra Stati membri».

24. L’articolo 2, lettera a), di detta direttiva definisce i «servizi della società dell’informazione» tramite il riferimento all’articolo 1, punto 2, della direttiva 98/34, come modificata, il quale prende in considerazione «qualsiasi servizio prestato normalmente dietro retribuzione, a distanza, per via elettronica e a richiesta individuale di un destinatario di servizi».

25. L’articolo 2, lettera f), della direttiva sul commercio elettronico definisce le «comunicazioni commerciali» come «tutte le forme di comunicazione destinate, in modo diretto o indiretto, a promuovere beni, servizi o l’immagine di un’impresa, di un’organizzazione o di una persona che esercita un’attività commerciale, industriale, artigianale o una libera professione».

26. L'articolo 2, lettera h), di tale direttiva, il quale definisce l'«ambito regolamentato», così recita:

«“ambito regolamentato”: le prescrizioni degli ordinamenti degli Stati membri e applicabili ai prestatori di servizi della società dell'informazione o ai servizi della società dell'informazione, indipendentemente dal fatto che siano di carattere generale o loro specificamente destinati.

i) l'ambito regolamentato riguarda le prescrizioni che il prestatore deve soddisfare per quanto concerne:

- l'accesso all'attività di servizi della società dell'informazione, quali ad esempio le prescrizioni riguardanti le qualifiche e i regimi di autorizzazione o notifica;
- l'esercizio dell'attività di servizi della società dell'informazione, quali ad esempio le prescrizioni riguardanti il comportamento del prestatore, la qualità o i contenuti del servizio, comprese le prescrizioni applicabili alla pubblicità e ai contratti, oppure la responsabilità del prestatore.

(...».

27. L'articolo 3 di detta direttiva, dispone quanto segue:

«1. Ogni Stato membro provvede affinché i servizi della società dell'informazione, forniti da un prestatore stabilito nel suo territorio, rispettino le disposizioni nazionali vigenti in detto Stato membro nell'ambito regolamentato.

2. Gli Stati membri non possono, per motivi che rientrano nell'ambito regolamentato, limitare la libera circolazione dei servizi [della]società dell'informazione provenienti da un altro Stato membro.

(...)

4. Gli Stati membri possono adottare provvedimenti in deroga al paragrafo 2, per quanto concerne un determinato servizio della società dell'informazione, in presenza delle seguenti condizioni:

a) i provvedimenti sono:

i) necessari per una delle seguenti ragioni:

(...)

- tutela della sanità pubblica;

(...)

- tutela dei consumatori (...)

ii) relativi a un determinato servizio della società dell'informazione lesivo degli obiettivi di cui al punto i) o che costituisca un rischio serio e grave di pregiudizio a tali obiettivi;

iii) proporzionati a tali obiettivi;

(...».

28. L'articolo 8 della direttiva sul commercio elettronico, intitolato «Professioni regolamentate», dispone, al suo paragrafo 1, quanto segue:

«Gli Stati membri provvedono affinché l'impiego di comunicazioni commerciali che costituiscono un servizio della società dell'informazione o ne sono parte, fornite da chi esercita una professione regolamentata, siano autorizzate nel rispetto delle regole professionali relative, in particolare, all'indipendenza, alla dignità, all'onore della professione, al segreto professionale e alla lealtà verso clienti e colleghi».

#### IV – Analisi

*A – Sulla compatibilità delle disposizioni controverse della legge del 1958 e del regio decreto del 1934 con la direttiva sulle pratiche commerciali sleali*

29. Con le questioni dalla prima alla terza, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, alla Corte, se normative nazionali come quelle rispettivamente previste dalle disposizioni controverse della legge del 1958 e del regio decreto del 1934 possano ricadere nell'ambito di applicazione della direttiva sulle pratiche commerciali sleali e, se del caso, se quest'ultima osti a siffatte normative.

30. La questione si pone in quanto la direttiva sulle pratiche commerciali sleali procede ad un'armonizzazione completa delle norme nazionali relative alla pratiche commerciali sleali, cosicché gli Stati membri non sono legittimati a mantenere o ad introdurre nelle loro legislazioni norme nazionali più restrittive di quelle definite da tale direttiva, e ciò anche al fine di garantire un livello più elevato di tutela dei consumatori<sup>12</sup>.

31. Risulta da una giurisprudenza costante che la direttiva sulle pratiche commerciali sleali è caratterizzata da una sfera di applicazione particolarmente ampia, che si estende, secondo quanto dichiarato dalla Corte, «a qualsiasi pratica commerciale che presenti un nesso diretto con la promozione, la vendita o la fornitura di un prodotto ai consumatori»<sup>13</sup>. Infatti, la nozione di «pratiche commerciali tra imprese e consumatori» è definita all'articolo 2, lettera d), di tale direttiva come «qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale *ivi compresi la pubblicità* e il marketing, posta in essere da un professionista, direttamente connessa alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori»<sup>14</sup>. La nozione di «prodotto» comprende, quanto ad essa e in conformità all'articolo 2, lettera c), di detta direttiva, qualsiasi bene o servizio.

32. Inoltre, all'articolo 3, paragrafo 1, della direttiva sulle pratiche commerciali sleali, il legislatore dell'Unione determina, in maniera positiva, l'ambito di applicazione di tale direttiva, prevedendo che essa si applichi alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori, poste in essere prima, durante e dopo un'operazione commerciale relativa a un prodotto.

33. A priori, la direttiva sulle pratiche commerciali sleali si applica dunque a tutte le operazioni commerciali fra imprese e consumatori, in tutti i settori di attività.

34. Orbene, il legislatore dell'Unione ha espressamente previsto taluni limiti all'applicazione della medesima.

12 — V. sentenze del 23 aprile 2009, VTB-VAB e Galatea (C-261/07 e C-299/07, EU:C:2009:244); del 14 gennaio 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12), nonché del 9 novembre 2010, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, EU:C:2010:660).

13 — Sentenza del 16 luglio 2015, Abcur (C-544/13 e C-545/13, EU:C:2015:481, punto 74, nonché la giurisprudenza ivi citata).

14 — Il corsivo è mio.



35. Da un lato, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 3, della direttiva sulle pratiche commerciali sleali, essa «non pregiudica l'applicazione delle disposizioni comunitarie o nazionali relative agli *aspetti sanitari*»<sup>15</sup>. Al considerando 9 di tale direttiva, il legislatore dell'Unione precisa in tal senso che «[g]li Stati membri potranno (...) mantenere o introdurre limitazioni e divieti in materia di pratiche commerciali, motivati dalla tutela della salute (...) dei consumatori nel loro territorio».

36. Di conseguenza, pur se la direttiva sulle pratiche commerciali sleali mira a procedere ad un'armonizzazione completa delle norme nazionali relative a siffatte pratiche, gli Stati membri restano nondimeno liberi di adottare misure più restrittive qualora si sia in presenza di pratiche pubblicitarie che mettono in gioco la salute dei consumatori. In tal caso, tali misure nazionali tendono a proteggere interessi che vanno ben al di là della mera tutela degli interessi economici dei consumatori prevista da tale direttiva ai suoi considerando 6 e 8, nonché al suo articolo 1.

37. Nei suoi orientamenti per l'attuazione/applicazione della direttiva sulle pratiche commerciali sleali<sup>16</sup>, nonché nella sua prima relazione sull'applicazione della medesima<sup>17</sup>, la Commissione europea sottolinea in tal senso che, se le misure adottate dagli Stati membri tendono a tutelare interessi che non rivestono natura economica, esse non rientrano nell'ambito di applicazione di tale direttiva. Secondo la Commissione, detta direttiva non rimette dunque in discussione la facoltà degli Stati membri di adottare norme più restrittive che disciplinano le pratiche commerciali, al fine di tutelare la salute dei consumatori<sup>18</sup>.

38. Dall'altro, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 8, della direttiva sulle pratiche commerciali sleali, è previsto che «[essa] non pregiudica (...) i codici deontologici di condotta o altre norme specifiche che disciplinano le professioni regolamentate, volti a mantenere livelli elevati di integrità dei professionisti, che gli Stati membri possono, conformemente alla normativa comunitaria, imporre a questi ultimi».

39. Di conseguenza, gli Stati membri restano parimenti liberi di adottare norme più restrittive nel caso delle pratiche alle quali si prestano i membri di una professione regolamentata come la professione di dentista, alla quale appartiene, nella specie, l'interessato.

40. Ne consegue che, per rientrare nell'ambito di applicazione della direttiva sulle pratiche commerciali sleali, il prodotto di cui trattasi, da un lato, deve soddisfare le condizioni fissate all'articolo 3, paragrafo 1, di tale direttiva e, dall'altro, non deve ricadere in nessuna delle limitazioni espressamente previste dal legislatore dell'Unione all'articolo 3, paragrafi 3 e 8, della medesima.

41. Orbene, se è pacifico che il servizio di cui al procedimento principale costituisce, in conformità all'articolo 2, lettera d), di detta direttiva, una pratica commerciale di un'impresa nei confronti di un consumatore, nella misura in cui siamo in presenza di pratiche pubblicitarie relative a cure dentistiche, il giudice del rinvio rileva che le disposizioni controverse della legge del 1958 e del regio decreto del 1934 sono intese a tutelare, rispettivamente, la salute pubblica e la dignità della professione di dentista, cosicché le limitazioni previste all'articolo 3, paragrafi 3 e 8, della direttiva sulle pratiche commerciali sleali, mi sembrano applicabili.

42. Il divieto di qualsiasi pubblicità relativa a prestazioni di cure dentistiche, come quello sancito dall'articolo 1 della legge del 1958, e i requisiti di discrezione imposti dall'articolo 8 quinquies del regio decreto del 1934, presentano pertanto, anzitutto, un'importanza sanitaria prima che economica. Essi fanno parte, come rilevato dal governo belga nelle sue osservazioni, della dignità della

15 — Il corsivo è mio.

16 — SEC(2009) 1666.

17 — COM(2013) 139 final.

18 — V., rispettivamente, punto 1.6 e punto 3.2.

professione, evitando che la qualità delle prestazioni, l'integrità degli specialisti e la fiducia che deve esistere fra il prestatore di cure dentistiche e il suo paziente vengano compromesse da pratiche pubblicitarie come quelle di cui al procedimento principale, miranti a guadagnare pazienti attraverso la propaganda.

43. Alla luce di tali elementi, propongo pertanto alla Corte di dichiarare che la direttiva sulle pratiche commerciali sleali deve essere interpretata nel senso che essa non si applica, a causa delle limitazioni espressamente previste dal legislatore dell'Unione all'articolo 3, paragrafi 3 e 8, della medesima, ad una normativa nazionale come quella stabilita dall'articolo 1 della legge del 1958, che vieta qualsiasi pubblicità relativa a cure dentistiche, né ad una normativa nazionale come quella prevista all'articolo 8 quinquies del regio decreto del 1934, che fissa i requisiti di discrezione cui deve rispondere l'insegna di uno studio dentistico.

*B – Sulla compatibilità delle disposizioni controverse della legge del 1958 con la direttiva sul commercio elettronico*

44. Con la quarta e con la quinta questione, il giudice del rinvio chiede alla Corte se una normativa nazionale come quella stabilita dall'articolo 1 della legge del 1958, che vieta qualsiasi pubblicità relativa a prestazioni di cure dentistiche, anche per via elettronica, possa ricadere nell'ambito di applicazione della direttiva sul commercio elettronico e, se del caso, se tale normativa costituisca, ai sensi di detta direttiva, una restrizione alla libera prestazione dei servizi del commercio elettronico.

45. La direttiva sul commercio elettronico mira a contribuire allo sviluppo dei «servizi della società dell'informazione» e alla valorizzazione delle possibilità che il mercato interno offre al commercio elettronico, al fine di rafforzare la crescita economica e la competitività delle imprese europee<sup>19</sup>.

46. Detta direttiva copre unicamente taluni aspetti giuridici del commercio elettronico<sup>20</sup>. Come rilevato dalla Corte nella sentenza del 25 ottobre 2011, eDate Advertising e a.<sup>21</sup>, essa non prevede, infatti, un'armonizzazione delle norme sostanziali, bensì definisce un «ambito regolamentato» che riguarda le prescrizioni che il prestatore del servizio deve soddisfare<sup>22</sup>.

47. In conformità all'articolo 2, lettera h), della direttiva sul commercio elettronico, l'«ambito regolamentato» comprende tutte le prescrizioni previste dalle legislazioni nazionali che il prestatore deve soddisfare per quanto concerne tanto l'accesso all'attività di servizi della società dell'informazione quanto il suo esercizio, quali ad esempio le prescrizioni riguardanti il comportamento del prestatore, la qualità o i contenuti del servizio, comprese le prescrizioni applicabili alla pubblicità e ai contratti, oppure la responsabilità del prestatore.

19 — V. articolo 1 e considerando 2 e 3 di tale direttiva, nonché sentenza del 16 ottobre 2008, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände (C-298/07, EU:C:2008:572, punto 19).

20 — V. titolo, articolo 1, paragrafo 2, e considerando 6 e 7 della direttiva sul commercio elettronico.

21 — C-509/09 e C-161/10, EU:C:2011:685.

22 — Punto 57 di tale sentenza.

48. L'articolo 2, lettera a), di tale direttiva definisce i «servizi della società dell'informazione» come «qualsiasi servizio prestato normalmente dietro retribuzione, a distanza, per via elettronica e a richiesta individuale di un destinatario di servizi»<sup>23</sup>. Risulta dal considerando 18 della direttiva sul commercio elettronico e dalla giurisprudenza della Corte<sup>24</sup> che tali servizi comprendono i servizi prestati a distanza mediante attrezzature elettroniche di trattamento e di memorizzazione di dati, e si estendono a servizi non remunerati dal loro destinatario, come l'offerta di informazioni o comunicazioni commerciali in linea<sup>25</sup>.

49. Nella specie, la pubblicità relativa alle prestazioni di cure dentistiche effettuata dal sig. Vanderborgh t tramite un sito Internet da questi creato rientra, a mio avviso, nell'ambito di applicazione della direttiva sul commercio elettronico.

50. Non solo una siffatta pubblicità costituisce una «comunicazione commerciale» in linea, ai sensi dell'articolo 2, lettera f), di tale direttiva, ma essa viene inoltre fatta da un membro di una professione regolamentata; ciò è espressamente autorizzato dal legislatore dell'Unione all'articolo 8, paragrafo 1, di detta direttiva. Infatti, a tale disposizione, esso pone il principio secondo il quale gli Stati membri devono assicurare che coloro che esercitano una professione regolamentata possano fare pubblicità su Internet nel rispetto delle regole professionali.

51. Di conseguenza, una normativa nazionale come quella di cui al procedimento principale è certamente idonea ad essere interpretata nell'ottica delle disposizioni previste dal legislatore dell'Unione nell'ambito della direttiva sul commercio elettronico.

52. Esaminerò ora le disposizioni sostanziali di tale direttiva.

53. Ritengo che la compatibilità della normativa di cui al procedimento principale con il diritto dell'Unione debba essere esaminata alla luce dell'articolo 3, paragrafo 1, e dell'articolo 8, paragrafo 1, di detta direttiva.

54. L'articolo 3 della direttiva sul commercio elettronico, intitolato «Mercato interno», costituisce, infatti, la «chiave di volta» di tale direttiva<sup>26</sup>.

55. L'articolo 3, paragrafo 1, di detta direttiva fissa il principio secondo il quale i servizi della società dell'informazione sono soggetti alla normativa dello Stato membro in cui è stabilito il prestatore<sup>27</sup>.

23 — V., parimenti, considerando 17 di detta direttiva, il quale precisa che «[t]ale definizione ricopre qualsiasi servizio prestato normalmente dietro retribuzione, a distanza, per via elettronica, mediante apparecchiature elettroniche di elaborazione (...) e di memorizzazione di dati, e a richiesta individuale di un destinatario di servizi».

24 — Sentenze del 23 marzo 2010, Google France e Google (da C-236/08 a C-238/08, EU:C:2010:159, punto 110); del 12 luglio 2011, L'Oréal e a. (C-324/09, EU:C:2011:474, punto 109), nonché dell'11 settembre 2014, Papasavvas (C-291/13, EU:C:2014:2209, punti 28 e 29).

25 — La Commissione intendeva in tal modo prendere in considerazione i servizi di informazione online come i quotidiani in linea, la vendita in linea di prodotti e servizi (libri, servizi finanziari, viaggi), la pubblicità in linea, i servizi di intrattenimento e i servizi fondamentali di mediazione (accesso ad Internet, nonché trasmissione e hosting di informazioni), i servizi professionali in linea (avvocati, dottori, esperti contabili, agenti immobiliari), i servizi di divertimento in linea come i video su richiesta, i servizi in linea di pubblicità e di marketing diretto, nonché i servizi che forniscono un accesso alla «Rete mondiale». Vi rientravano parimenti i servizi forniti gratuitamente ai beneficiari e finanziati, ad esempio, dalla pubblicità o dalla sponsorizzazione (v., segnatamente, comunicato stampa della Commissione dell'8 dicembre 1999 [documento IP/99/952] e pag. 4 della relazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato Economico e Sociale europeo – prima relazione in merito all'applicazione della direttiva sul commercio elettronico [COM(2003) 702 definitivo; in prosieguo: la «prima relazione sull'applicazione della direttiva sul commercio elettronico»]).

26 — V. pag. 4 della prima relazione sull'applicazione della direttiva sul commercio elettronico.

27 — Sentenza del 25 ottobre 2011, eDate Advertising e a. (C-509/09 e C-161/10, EU:C:2011:685, punto 57). V., parimenti, considerando 22 di detta direttiva.

56. Detta disposizione impone dunque a ciascuno Stato membro di provvedere affinché i servizi forniti da un prestatore stabilito nel suo territorio rispettino le disposizioni nazionali vigenti in detto Stato membro e facenti parte dell'«ambito regolamentato». Secondo il legislatore dell'Unione, un siffatto meccanismo deve consentire di controllare i servizi della società dell'informazione all'origine dell'attività, al fine di assicurare una protezione efficace degli obiettivi di interesse pubblico<sup>28</sup>.

57. Nella sentenza del 25 ottobre 2011, eDate Advertising e a.<sup>29</sup>, la Corte ha in tal senso rilevato, alla luce dell'«ambito regolamentato» previsto dalla direttiva sul commercio elettronico, che fanno parte della normativa dello Stato membro di stabilimento del prestatore le norme del diritto civile, nonché quelle relative alla responsabilità dei prestatori. In mancanza di disposizioni di armonizzazione a livello dell'Unione europea, la Corte ha dunque concluso nel senso del carattere vincolante di tali norme sostanziali alle quali lo Stato membro aveva deciso di sottoporre i prestatori e i loro servizi<sup>30</sup>.

58. A mio avviso, tale ragionamento è applicabile, per analogia, nel contesto di una comunicazione commerciale effettuata tramite Internet, poiché l'«ambito regolamentato» preso in considerazione dalla direttiva sul commercio elettronico copre parimenti, come previsto dall'articolo 2, lettera h), i), secondo trattino, della medesima, le prescrizioni riguardanti il comportamento del prestatore, nonché la qualità e i contenuti di una pubblicità.

59. In tali circostanze, mi sembra che il meccanismo previsto all'articolo 3, paragrafo 1, di tale direttiva prescriva, nel caso della pubblicità tramite Internet, l'applicazione del diritto sostanziale in vigore nello Stato membro di stabilimento del prestatore.

60. Di conseguenza, nella presente causa, nulla sembra ostare all'applicazione della normativa belga, in quanto il servizio di cui al procedimento principale non proviene da uno Stato membro diverso dal Regno del Belgio, essendo il sig. Vanderborght stabilito nel territorio belga.

61. Non si rientra pertanto nella fattispecie contemplata all'articolo 3, paragrafo 2, della direttiva sul commercio elettronico<sup>31</sup>.

62. Ciò premesso, occorre adesso tenere conto delle regole fissate espressamente dal legislatore dell'Unione all'articolo 8, paragrafo 1, di detta direttiva, in relazione alle comunicazioni commerciali effettuate specificamente da coloro che esercitano una professione regolamentata.

28 — V. considerando 22 della direttiva sul commercio elettronico.

29 — C-509/09 e C-161/10, EU:C:2011:685.

30 — Punti 58 e 59 di tale sentenza.

31 — Tale disposizione vieta agli Stati membri di limitare, per motivi che rientrano nell'ambito regolamentato, la libera circolazione dei servizi della società dell'informazione provenienti da un altro Stato membro. Nella specie, detta disposizione non è, a mio avviso, suscettibile di applicazione, in quanto il servizio di cui al procedimento principale non proviene da uno Stato membro diverso dal Regno del Belgio, ma è fornito da un prestatore stabilito in tale Stato (v., per analogia, sentenza dell'11 settembre 2014, Papasavvas, C-291/13, EU:C:2014:2209, punto 35). In ogni caso, è interessante rilevare che, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 4, lettera a), della direttiva sul commercio elettronico, gli Stati membri possono derogare a tale divieto di principio qualora il provvedimento, in primo luogo, sia necessario ai fini della tutela dell'ordine pubblico, della sanità pubblica, della pubblica sicurezza e dei consumatori; in secondo luogo, sia relativo a un determinato servizio della società dell'informazione che pregiudichi o rischi di pregiudicare tali obiettivi e, in terzo luogo, sia proporzionato a detti obiettivi. Pertanto, quand'anche il prestatore del servizio della società dell'informazione fosse stabilito in uno Stato membro diverso dal Regno del Belgio, tale Stato membro sarebbe legittimato ad adottare misure che limitano la libera prestazione dei servizi del commercio elettronico per motivi come quelli di cui alla presente causa, relativi alla tutela della sanità pubblica e dei consumatori, a condizione, cionondimeno, che tali deroghe soddisfino le condizioni previste all'articolo 3, paragrafo 4, lettera a), di tale direttiva. Alla luce delle considerazioni che svolgerò ai paragrafi 93 e segg. delle presenti conclusioni, siffatte condizioni sarebbero verosimilmente soddisfatte.

63. Infatti, risulta dalla prima parte di tale disposizione che gli Stati membri sono tenuti, in linea di principio, ad autorizzare chi esercita una professione regolamentata a ricorrere a comunicazioni commerciali tramite il commercio elettronico. Come sottolineato dalla Commissione nella sua prima relazione sull'applicazione della direttiva sul commercio elettronico, questo significa che i membri delle professioni regolamentate possono informare i clienti attraverso siti Web, una modalità che in precedenza non era contemplata in numerosi Stati membri, come da essa rilevato<sup>32</sup>.

64. Tale principio conosce, cionondimeno, un'eccezione relativa al rispetto delle regole deontologiche della professione.

65. Infatti, nella seconda parte di detta disposizione, il legislatore dell'Unione autorizza gli Stati membri ad adottare restrizioni particolari al fine di garantire il rispetto delle regole professionali relative, «in particolare», all'indipendenza, alla dignità, all'onore della professione, al segreto professionale e alla lealtà verso clienti e colleghi. In tal senso, è dunque evidente che, in conformità al considerando 33 della direttiva sul commercio elettronico, essa «integra» il diritto nazionale per quanto riguarda le professioni regolamentate.

66. Autorizzando siffatte restrizioni, il legislatore dell'Unione distingue i servizi forniti da chi esercita una professione regolamentata da quelli offerti da qualsiasi altro prestatore, dal momento che la medicina, la vendita di medicinali o, ancora, la consulenza giuridica e la redazione di atti notarili non costituiscono un commercio come un altro. La natura di tali attività non autorizza la pubblicità alle stesse condizioni di quella fatta da un altro prestatore di servizi, dal momento che quest'ultimo è libero di promuovere la fornitura dei propri servizi con qualsiasi forma di comunicazione al fine di indurre il consumatore a ricorrervi.

67. Le ragioni che giustificano tali restrizioni non sono esaustive, come dimostra l'impiego, all'articolo 8, paragrafo 1, della direttiva sul commercio elettronico, dell'avverbio «in particolare». Orbene, è pacifico che il rispetto delle regole delle professioni sanitarie include la tutela della salute pubblica, e quella in particolare del paziente; ciò costituisce, infatti, il primo dovere dei chirurghi dentisti, come emerge dal codice deontologico di tale professione e da quello della professione di medico<sup>33</sup>. Una legislazione nazionale come quella di cui al procedimento principale deve pertanto essere interpretata nel senso che essa rispetta manifestamente le regole di deontologia che disciplinano la professione di dentista. Vietando qualsiasi forma di pubblicità relativa a prestazioni di cure dentistiche, il Regno del Belgio mira a evitare che venga lesa la fiducia riposta dai pazienti nel medico dentista, pregiudicando la dignità della professione, e che venga in definitiva compromessa, a scapito della salute dei pazienti, la qualità delle cure. Esso mira parimenti ad evitare che, tramite la propaganda, venga lesa l'integrità dei medici dentisti e che, con azioni come quelle intraprese dal sig. Vanderborght, il quale diffonde sul suo sito Internet testimonianze di pazienti che menzionano la differenza di prestazioni con i trattamenti offerti da altri medici dentisti, venga pregiudicata la reputazione di questi ultimi.

68. Le restrizioni contenute all'articolo 1 della legge del 1958 possono dunque, a mio avviso, essere giustificate ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 1, della direttiva sul commercio elettronico, per ragioni legate al rispetto delle regole di deontologia della professione di dentista.

32 — V. punto 4.4 di tale relazione.

33 — V. articolo R. 4127-215 del codice deontologico dei chirurghi dentisti, in forza del quale sono vietati tutti i sistemi pubblicitari diretti o indiretti. L'articolo R. 4127-19 del codice della sanità pubblica, applicabile alla professione medica, dispone quanto segue:

«La medicina non deve essere praticata come un commercio.

Sono vietati tutti i sistemi pubblicitari diretti o indiretti, e segnatamente ogni sistemazione o segnalazione che conferisca ai locali un'apparenza commerciale».

69. Tenuto conto di tali elementi, ritengo che la direttiva sul commercio elettronico, e in particolare il suo articolo 3, paragrafo 1, e il suo articolo 8, paragrafo 1, debba essere interpretata nel senso che essa non osta ad una normativa nazionale, come quella stabilita dall'articolo 1 della legge del 1958, la quale vieta ai prestatori di cure dentistiche, i quali esercitino la libera professione o gestiscano uno studio dentistico, di fare qualsiasi pubblicità, tramite Internet, delle loro prestazioni, giacché tale normativa mira ad assicurare il rispetto delle regole della professione e si applica ad un prestatore stabilito nel territorio nazionale.

70. È alla luce del diritto primario che occorre adesso valutare la compatibilità di detta normativa con il diritto dell'Unione.

*C – Sulla compatibilità delle disposizioni controverse della legge del 1958 con la libertà di stabilimento e la libera prestazione dei servizi*

71. Con la sesta questione, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, alla Corte se gli articoli 49 e 56 TFUE debbano essere interpretati nel senso che essi ostano ad una normativa di uno Stato membro che vieta ai prestatori di cure dentistiche, i quali esercitino la libera professione o gestiscano uno studio dentistico, di fare qualsiasi pubblicità presso il pubblico, direttamente o indirettamente, alle loro prestazioni.

72. Come si evince da una giurisprudenza costante, le attività mediche e paramediche, in particolare quelle concernenti le cure dentistiche, ricadono nell'ambito di applicazione delle disposizioni del Trattato che garantiscono le libertà di circolazione<sup>34</sup>.

73. Orbene, secondo una giurisprudenza costante, tali disposizioni non possono essere applicate ad una situazione in cui tutti gli elementi siano circoscritti all'interno di un unico Stato membro<sup>35</sup>. L'applicazione delle disposizioni del Trattato relative alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione di servizi è dunque subordinata all'esistenza di un elemento di estraneità.

74. Nella causa in esame è vero che il sig. Vanderborght esercita le proprie attività in Belgio, ove è stabilito, ed è ivi oggetto di procedimenti penali. Questi ultimi sono stati avviati non solo in quanto l'interessato ha apposto una targa all'ingresso del suo studio, la quale non soddisfa i requisiti di discrezione richiesti dalla legislazione nazionale, ma anche in quanto egli ha fatto della pubblicità in un giornale locale e tramite il suo sito Internet.

75. Orbene, contrariamente al sig. Doulamis nella causa sfociata nella sentenza del 13 marzo 2008, Doulamis (C-446/05, EU:C:2008:157), il quale si era limitato ad inserire degli annunci pubblicitari in un elenco telefonico nazionale, il sig. Vanderborght ha fatto della pubblicità tramite uno strumento che, per sua natura, non conosce frontiere.

76. Nella sentenza del 25 ottobre 2011, eDate Advertising e a.<sup>36</sup>, relativa ad un'asserita violazione dei diritti della personalità per mezzo di contenuti messi in rete su un sito Internet, la Corte ha riconosciuto che «la messa in rete di contenuti su un sito Internet si distingue dalla diffusione circoscritta territorialmente di un mezzo di comunicazione quale una stampa, giacché, in via di principio, essa mira all'ubiquità di detti contenuti. Questi possono essere consultati istantaneamente

34 — V., segnatamente, per quanto riguarda la libertà di stabilimento, sentenze del 1° febbraio 2001, Mac Quen e a. (C-108/96, EU:C:2001:67, punto 24), nonché del 10 marzo 2009, Hartlauer (C-169/07, EU:C:2009:141); per quanto riguarda la libera prestazione dei servizi nel settore medico, sentenza del 31 gennaio 1984, Luisi e Carbone (286/82 e 26/83, EU:C:1984:35), nonché, con riguardo alla prestazione di cure dentistiche, e, più in particolare, di un trattamento odontoiatrico, sentenza del 28 aprile 1998, Kohll (C-158/96, EU:C:1998:171).

35 — V., segnatamente, sentenze del 16 febbraio 1995, Aubertin e a. (da C-29/94 a C-35/94, EU:C:1995:39, punto 9 e la giurisprudenza ivi citata); del 21 ottobre 1999, Jägerskiöld (C-97/98, EU:C:1999:515, punto 42 e la giurisprudenza ivi citata), nonché dell'11 luglio 2002, Carpenter (C-60/00, EU:C:2002:434, punto 28).

36 — C-509/09 e C-161/10, EU:C:2011:685.

da un numero indefinito di internauti, ovunque al mondo, indipendentemente da qualsiasi intenzione del loro emittente in ordine alla loro consultazione al di là del proprio Stato membro di stabilimento»<sup>37</sup>. La Corte ne ha desunto che «[s]embra (...) che Internet riduca l'utilità del criterio inerente alla diffusione, poiché la portata della diffusione di contenuti messi in rete, in linea di principio, è universale»<sup>38</sup>.

77. Nell'ambito di Internet, la pubblicità commerciale per via elettronica alla quale si è prestato il sig. Vanderborgh t è pertanto sufficiente a soddisfare, a mio avviso, il criterio dell'estraneità, in quanto essa è idonea a raggiungere un pubblico e, di conseguenza, ad attirare pazienti situati in uno Stato membro diverso dallo Stato membro di stabilimento dell'interessato.

78. La Corte ha peraltro ammesso che tale elemento di estraneità può riguardare non solo il prestatore stesso, bensì anche il destinatario. Nella sentenza dell'11 giugno 2015, *Berlington Hungary e a.*<sup>39</sup>, essa ha in tal senso concluso per l'esistenza di un interesse transfrontaliero poiché una parte della clientela di società commerciali che gestivano slot machine era composta da cittadini dell'Unione in vacanza in Ungheria, precisando pertanto che «i servizi forniti da un prestatore stabilito in uno Stato membro, senza spostarsi, a un destinatario stabilito in un altro Stato membro costituiscono una prestazione transfrontaliera di servizi ai sensi dell'articolo 56 TFUE»<sup>40</sup>.

79. Alla luce di tali elementi, ritengo, pertanto, che la controversia di cui al procedimento principale presenti elementi di collegamento sufficienti con il diritto dell'Unione, i quali consentono dunque alla Corte di valutare la compatibilità della normativa nazionale di cui al procedimento principale con le libertà di circolazione garantite dal Trattato FUE.

#### 1. Sul diritto primario applicabile

80. In via preliminare, occorre verificare se la normativa nazionale di cui al procedimento principale debba essere esaminata sotto il profilo della libertà di stabilimento o della libera prestazione dei servizi.

81. Infatti, si evince dalla giurisprudenza della Corte che, quando un provvedimento nazionale si riferisce a due libertà fondamentali garantite dal Trattato, la Corte l'esamina, in linea di principio, con riferimento ad una sola delle due libertà qualora risulti che, nelle circostanze di cui al procedimento principale, una di esse sia del tutto secondaria rispetto all'altra e possa esserle ricollegata<sup>41</sup>.

82. Orbene, a mio avviso, ciò avviene nella specie. Infatti, nella presente causa, sono incline a pensare che il centro di gravità si situi prevalentemente dal lato della libera prestazione dei servizi, alla luce dell'obiettivo perseguito dal sig. Vanderborgh t attraverso la pubblicità da questi fatta non solo su giornali locali, ma anche aprendo un sito Internet. Procedendo a siffatte pratiche pubblicitarie, egli mira a conquistare una nuova clientela, a prescindere che essa sia stabilita nello Stato membro di stabilimento o in un altro Stato membro<sup>42</sup>.

37 — Punto 45 di tale sentenza.

38 — Punto 46 di detta sentenza.

39 — C-98/14, EU:C:2015:386.

40 — Punti 25 e 26, nonché la giurisprudenza ivi citata.

41 — Sentenza del 26 mai 2016, *NN (L) International* (C-48/15, EU:C:2016:356, punto 39 e la giurisprudenza ivi citata).

42 — Come statuito dalla Corte nella sentenza dell'8 marzo 2001, *Gourmet International Products* (C-405/98, EU:C:2001:135), relativa ad una normativa che proibiva qualsiasi diffusione di messaggi pubblicitari per le bevande alcoliche diretti ai consumatori, «il diritto alla libera prestazione di servizi può essere fatto valere da un'impresa nei confronti dello Stato [membro] in cui essa è stabilita quando i servizi sono forniti a destinatari stabiliti in un altro Stato membro» (punto 37 e la giurisprudenza ivi citata).

83. Anche se la libertà di stabilimento può parimenti essere compromessa da un divieto come quello di cui al procedimento principale, in quanto esso può costituire, per i professionisti stabiliti in un altro Stato membro, un ostacolo serio alla penetrazione nel mercato dell'offerta di cure dentistiche e, di conseguenza, all'esercizio delle loro attività<sup>43</sup>, tale libertà sembra qui secondaria rispetto alla libera prestazione dei servizi e può, a mio avviso, esserle ricollegata.

84. In tali circostanze, propongo pertanto alla Corte di esaminare la compatibilità della normativa nazionale di cui al procedimento principale con l'articolo 56 TFUE.

## 2. Sull'esistenza di una restrizione alla libera prestazione dei servizi

85. Conformemente alla giurisprudenza della Corte, sono considerate restrizioni alla libera prestazione dei servizi ai sensi dell'articolo 56 TFUE tutte le misure che vietano, ostacolano o scoraggiano l'esercizio di tale libertà<sup>44</sup>.

86. Fra queste misure figurano quelle che, pur essendo applicabili indistintamente, limitano il diritto dei prestatori stabiliti nel territorio di uno Stato membro di offrire servizi a potenziali interessati stabiliti in altri Stati membri.

87. Nella sentenza del 10 maggio 1995, *Alpine Investments*<sup>45</sup>, la Corte ha statuito che una normativa di uno Stato membro che vieta ad un'impresa stabilita nel suo territorio di contattare telefonicamente dei privati stabiliti in altri Stati membri al fine di proporre loro diversi servizi finanziari è idonea a costituire una restrizione alla libera prestazione dei servizi. La Corte ha anzitutto dichiarato che il fatto che tali servizi costituiscano semplici offerte rivolte da un prestatore stabilito in uno Stato membro ad un destinatario stabilito in un altro Stato membro e non ancora determinato non osta all'applicazione dell'articolo 56 TFUE. Secondo la Corte, la libera prestazione di servizi diverrebbe infatti illusoria se normative nazionali potessero liberamente ostacolare le offerte di servizi<sup>46</sup>. La Corte ha poi statuito che un siffatto divieto, poiché priva gli operatori interessati di una tecnica rapida e diretta per farsi pubblicità e contattare potenziali clienti che si trovano in altri Stati membri, restringe la libertà garantita all'articolo 56 TFUE, anche qualora il divieto in questione emani dallo Stato membro di stabilimento del prestatore. La Corte richiama in tal senso la sua giurisprudenza costante. Il diritto alla libera prestazione dei servizi può essere fatto valere da un'impresa nei confronti dello Stato membro in cui essa è stabilita quando i servizi sono forniti a destinatari stabiliti in un altro Stato membro<sup>47</sup>.

88. Tale ragionamento mi sembra trasponibile ad una normativa nazionale, come quella di cui al procedimento principale, la quale vieta qualsiasi pubblicità quanto all'offerta di cure dentistiche.

43 — V., su tale punto, l'analisi della Corte nella sentenza del 17 luglio 2008, *Corporación Dermoestética* (C-500/06, EU:C:2008:421). Nella causa sfociata in tale sentenza la Corte ha effettivamente esaminato la compatibilità di una normativa nazionale che vietava, sulle reti televisive nazionali, la pubblicità relativa ai trattamenti medico-chirurgici effettuati in strutture sanitarie private, alla luce tanto dell'articolo 49 TFUE quanto dell'articolo 56 TFUE. Orbene, in tale causa, un siffatto esame era, a mio avviso, pienamente giustificato alla luce delle particolari circostanze della specie, in quanto la *Corporación Dermoestética SA* era una società stabilita in Spagna, la quale mirava, tramite un contratto concluso con un prestatore italiano, a diffondere messaggi pubblicitari su una rete televisiva nazionale italiana (v. punti 33 e 34 di detta sentenza).

44 — Sentenza del 28 gennaio 2016, *Laezza* (C-375/14, EU:C:2016:60, punto 21, e la giurisprudenza ivi citata).

45 — C-384/93, EU:C:1995:126.

46 — Punti da 18 a 22 di tale sentenza.

47 — Punti da 28 a 30 di detta sentenza. V., parimenti, sentenza dell'8 marzo 2001, *Gourmet International Products* (C-405/98, EU:C:2001:135, punto 37 e la giurisprudenza ivi citata).



89. La pubblicità<sup>48</sup> tramite stampa o Internet risulta certamente uno strumento essenziale che consente agli operatori economici di qualsiasi dimensione di farsi conoscere e di informare i consumatori dei servizi da essi proposti. Essa svolge dunque un ruolo determinante nella possibilità, per un prestatore, di ampliare la sua clientela. A tal riguardo, la pubblicità tramite Internet costituisce oggi un mezzo di informazione estremamente efficace, idoneo a raggiungere un pubblico molto ampio e a interessare clienti stabiliti in altri Stati membri. La pubblicità favorisce parimenti la concorrenza, nella misura in cui essa costituisce il mezzo tramite il quale gli operatori economici tentano di convincere i consumatori a fare ricorso ai loro servizi piuttosto che a quelli dei loro concorrenti. Infine, come sottolineato dalla Commissione nella sua prima relazione sull'applicazione della direttiva sul commercio elettronico, la pubblicità tramite Internet costituisce un'importante fonte di reddito per molti fornitori di servizi della società dell'informazione<sup>49</sup>.

90. Il divieto di qualsiasi pubblicità nel settore delle cure dentistiche, come previsto dalla legge del 1958, priva pertanto un professionista come il sig. Vanderborgh di un mezzo di informazione efficace per far conoscere le sue prestazioni ad una potenziale clientela stabilita in altri Stati membri. Tale divieto è dunque certamente idoneo ad ostacolare l'offerta di cure dentistiche destinate a pazienti stabiliti in altri Stati membri. Inoltre, come sottolineato nelle mie conclusioni nella causa Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701), un siffatto regime di pubblicità priva i prestatori di servizi pubblicitari stabiliti in Stati membri diversi dal Regno del Belgio della possibilità di offrire i propri servizi a professionisti stabiliti in Belgio e impedisce altresì a tali professionisti di avvalersi dei servizi forniti da detti prestatori<sup>50</sup>.

91. In tali circostanze, un siffatto divieto mi sembra certamente costituire una restrizione alla libertà garantita dall'articolo 56 TFUE.

92. Occorre adesso esaminare se tale restrizione possa essere giustificata.

### 3. La giustificazione della restrizione

93. Nella causa sfociata nella sentenza del 13 marzo 2008, Doulamis (C-446/05, EU:C:2008:157), il governo belga ha illustrato i motivi che hanno portato all'adozione del divieto di qualsiasi pubblicità da parte dei prestatori di cure dentistiche. Secondo tale governo, le pratiche pubblicitarie miranti a guadagnare pazienti attraverso la propaganda sarebbero inconciliabili con le esigenze di tutela della sanità pubblica e della dignità professionale. Tali pratiche potrebbero infatti compromettere il rapporto di fiducia che deve esistere tra il prestatore di cure dentistiche ed il paziente, nonché la qualità e l'integrità dei medici dentisti.

94. Ritengo che gli Stati membri abbiano il diritto di imporre ai prestatori di cure dentistiche il divieto di pubblicizzare le proprie prestazioni presso il pubblico, allorché tale divieto si limita effettivamente alla promozione delle prestazioni medesime. Quest'analisi si fonda sulle seguenti considerazioni.

48 — L'importanza della pubblicità per accedere ad un mercato è già stata sottolineata dalla Corte a più riprese nel settore della libera circolazione delle merci (v., a tal riguardo, sentenze del 9 luglio 1997, De Agostini e TV-Shop, da C-34/95 a C-36/95, EU:C:1997:344; dell'8 marzo 2001, Gourmet International Products, C-405/98, EU:C:2001:135, nonché del 15 luglio 2004, Douwe Egberts, C-239/02, EU:C:2004:445, punto 53) e nel settore della libertà di stabilimento e della libera prestazione dei servizi (v. sentenza del 17 luglio 2008, Corporación Dermoestética, C-500/06, EU:C:2008:421). V., parimenti, su tale giurisprudenza, paragrafi da 88 a 92 delle mie conclusioni nella causa Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701), nonché paragrafi da 75 a 80 delle mie conclusioni nella causa Corporación Dermoestética (C-500/06, EU:C:2008:62).

49 — V. punto 4.3 di tale relazione.

50 — V. paragrafo 101 delle mie conclusioni in tale causa.

95. In conformità ad una costante giurisprudenza, una restrizione all'esercizio di una libertà di circolazione può essere giustificata se sono soddisfatte quattro condizioni, ossia, tale restrizione deve applicarsi in modo non discriminatorio; deve essere giustificata da una ragione imperativa d'interesse pubblico; deve essere idonea a garantire la realizzazione dell'obiettivo perseguito e non deve eccedere quanto necessario per raggiungere detto obiettivo, dato che una siffatta normativa soddisfa tale condizione, secondo la Corte, solo qualora essa risponda effettivamente all'intento di raggiungerlo in modo coerente e sistematico<sup>51</sup>.

96. La prima di tali condizioni è soddisfatta, in quanto il regime di pubblicità di cui alla causa principale si applica indipendentemente dallo Stato membro di stabilimento dei prestatori ai quali si rivolge.

97. È parimenti pacifico che anche la seconda condizione è soddisfatta.

98. Infatti, si evince da una giurisprudenza costante che la tutela della salute e della vita delle persone, nonché quella dei consumatori, sono obiettivi che compaiono tra quelli che possono essere considerati motivi imperativi di interesse generale idonei a giustificare una restrizione alla libera prestazione di servizi<sup>52</sup>. La Corte aggiunge peraltro, a tal riguardo, che la salute e la vita delle persone occupano il primo posto fra gli interessi tutelati dalle disposizioni del Trattato<sup>53</sup> che prevedono le possibili deroghe al divieto di restrizioni alle libertà di circolazione.

99. A mio avviso, anche la terza condizione richiesta dalla giurisprudenza è soddisfatta.

100. Infatti, è pacifico che l'informazione del pubblico nell'ambito della salute deve provenire da fonti oggettive, e che la pubblicità effettuata dagli stessi prestatori di servizi non soddisfa necessariamente tale condizione di oggettività. In tali circostanze, il divieto per i prestatori di effettuare qualsiasi pubblicità presso il pubblico delle loro prestazioni è certamente idoneo a impedire loro di compiere azioni propagandistiche capaci di compromettere la fiducia riscossa dal medico dentista presso i pazienti, pregiudicando la dignità della loro professione e compromettendo in tal modo la qualità delle cure.

101. Pertanto, la questione sulla quale verte la presente causa consiste, in realtà, nello stabilire se un siffatto divieto non risulti sproporzionato rispetto a tali obiettivi ovvero, in altri termini, se tali obiettivi possano essere raggiunti altrettanto efficacemente con l'impiego di misure meno restrittive<sup>54</sup>.

102. L'esistenza di tale normativa mi induce dunque ad esaminare se la tutela della sanità pubblica e quella della dignità della professione possano giustificare il divieto per i prestatori di cure dentistiche di farsi pubblicità alle stesse condizioni di qualsiasi altro prestatore di servizi, ossia di promuovere la fornitura dei loro servizi con qualsiasi forma di comunicazione, al fine di indurre il consumatore a ricorrervi. Si tratta altresì di stabilire se tali motivi possano giustificare un divieto di effettuare qualsiasi forma di pubblicità rivolta al pubblico.

103. Per le stesse ragioni illustrate nelle mie conclusioni nella causa *Doulamis* (C-446/05, EU:C:2007:701), ritengo che la tutela della sanità pubblica possa giustificare un divieto di ogni forma di comunicazione capace di attrarre o di incitare il pubblico, per le seguenti ragioni.

51 — Sentenze del 10 marzo 2009, *Hartlauer* (C-169/07, EU:C:2009:141, punto 55 e la giurisprudenza ivi citata); del 12 settembre 2013, *Konstantinides* (C-475/11, EU:C:2013:542, punto 50 e la giurisprudenza ivi citata), nonché del 28 gennaio 2016, *Laezza* (C-375/14, EU:C:2016:60, punto 36 e la giurisprudenza ivi citata).

52 — Sentenza del 12 settembre 2013, *Konstantinides* (C-475/11, EU:C:2013:542, punto 51 e la giurisprudenza ivi citata).

53 — Sentenze del 10 novembre 1994, *Ortscheit* (C-320/93, EU:C:1994:379, punto 16), nonché del 12 novembre 2015, *Visnapuu* (C-198/14, EU:C:2015:751, punto 118 e la giurisprudenza ivi citata).

54 — V., a tal riguardo, sentenza del 12 novembre 2015, *Visnapuu* (C-198/14, EU:C:2015:751, punto 119 e la giurisprudenza ivi citata).

104. Anzitutto, le prestazioni di cure non sono prestazioni di servizi come le altre. Esse producono i loro effetti sull'integrità fisica del beneficiario e sul suo equilibrio psicologico. Inoltre, il paziente vi ricorre per far fronte ad un'esigenza effettiva di ristabilire la propria salute o, se del caso, di salvaguardare la sua stessa vita. Data l'importanza degli interessi in gioco, il paziente, nel momento in cui decide di ricorrere o meno alla prestazione di cure, non dispone della medesima libertà di scelta di cui dispone con riguardo ad altri servizi. Quando ricorre alla prestazione di cure, il paziente non soddisfa un desiderio, ma fa fronte ad una necessità.

105. In secondo luogo, la prestazione di cure dentistiche, come l'insieme delle attività svolte nel settore della sanità, costituisce uno di quegli ambiti in cui, a mio parere, si raggiunge il livello massimo di «asimmetria dell'informazione» tra il prestatore e il beneficiario della prestazione, secondo l'espressione utilizzata dalla Commissione nella relazione sulla concorrenza nei servizi professionali<sup>55</sup>. Ciò significa che il prestatore dispone, nel proprio settore di attività, di un livello di competenza nettamente superiore a quello del beneficiario, sicché quest'ultimo non è in grado di valutare effettivamente la qualità del servizio proposto.

106. Di conseguenza, alla luce di tale asimmetria nel livello di competenza e tenuto conto dell'importanza che la decisione di ricorrere o meno a prestazioni sanitarie riveste per il paziente, ritengo che il rapporto di fiducia tra il paziente ed un professionista della salute rivesta carattere essenziale. In altri termini, il paziente deve poter essere convinto del fatto che, allorché tale specialista gli consiglia o gli raccomanda di ricorrere ad una prestazione sanitaria, tale consiglio o tale raccomandazione siano motivate unicamente da esigenze di tutela della salute e non da lucro.

107. È per questo motivo che ritengo che tale rapporto di fiducia verrebbe necessariamente compromesso qualora i prestatori di cure dentistiche fossero autorizzati a fare pubblicità presso il pubblico allo scopo di promuovere i loro servizi. In tale ipotesi, un paziente potrebbe legittimamente temere che, allorché lo specialista gli consiglia o raccomanda di ricorrere ad una prestazione sanitaria, tale consiglio o raccomandazione siano motivati, almeno parzialmente, dall'interesse economico di tale specialista. Il paziente potrebbe allora relativizzare il valore di detto consiglio o di detta raccomandazione e quindi compromettere il proprio stato di salute rifiutando o rinviando la prestazione proposta.

108. L'indicazione della tariffa non è, di per sé, scevra da rischi. Non può escludersi che dei professionisti siano tentati di entrare in concorrenza sul prezzo, corrispondente ad una concorrenza sulla prestazione, il cui risultato potrebbe essere una diminuzione della qualità stessa, se non dell'atto tecnico, in ogni caso, ad esempio, della protesi impiantata, circostanza che il paziente non è tecnicamente in grado di valutare.

109. Di conseguenza, ritengo che la tutela della sanità pubblica possa costituire una valida giustificazione del divieto, per i prestatori di cure dentistiche, di effettuare qualsiasi forma di pubblicità rivolta al pubblico allo scopo di promuovere le loro prestazioni.

110. Poiché il legislatore dell'Unione non ha adottato alcuna regola comune o armonizzata che disciplini la pubblicità nel settore delle cure dentistiche, la Corte ha statuito a più riprese che spetta agli Stati membri stabilire il livello di protezione che desiderano accordare alla sanità pubblica e le modalità in base alle quali questo livello deve essere raggiunto. Poiché tale livello può variare da uno Stato membro all'altro, la Corte reputa che occorra riconoscere agli Stati membri un margine di discrezionalità<sup>56</sup>.

55 — COM(2004) 83 definitivo /2. V. punto 25 di tale relazione.

56 — Sentenza del 12 novembre 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, punto 118 e la giurisprudenza ivi citata).

111. Naturalmente, gli Stati membri devono esercitare tale potere assicurandosi che le misure adottate siano proporzionate e necessarie<sup>57</sup>.

112. Nella specie, il divieto previsto all'articolo 1 della legge del 1958 non è contrario, a mio avviso, all'articolo 56 TFUE. Alla luce della peculiarità delle prestazioni di cui al procedimento principale, dell'importanza che la decisione di ricorrere o meno a prestazioni di cure dentistiche riveste per il paziente, e del rapporto di fiducia che è indispensabile salvaguardare fra il prestatore di cure dentistiche e il paziente, tale divieto mi sembra perfettamente coerente.

113. Da un lato, tale livello di esigenza in campo sanitario ha già fatto sì che le professioni sanitarie siano state oggetto di una regolamentazione estremamente restrittiva nei diversi Stati membri. Tale abbondante regolamentazione ha peraltro indotto il legislatore dell'Unione ad adottare, in tale ambito di attività, le prime direttive settoriali in materia di riconoscimento dei diplomi necessari per l'esercizio di tali professioni e di armonizzazione della formazione richiesta per il conseguimento di tali diplomi<sup>58</sup>.

114. Dall'altro, il rapporto che lega un paziente ad un prestatore di assistenza sanitaria riguarda prestazioni per le quali l'esigenza di qualità è evidentemente più elevata che in altri settori di attività. La salute costituisce pertanto un settore nel quale la libera circolazione dei professionisti ha incontrato ostacoli significativi e in cui il sistema del reciproco riconoscimento ha reso necessario un ampio intervento di armonizzazione da parte del legislatore dell'Unione.

115. Tuttavia, il divieto previsto all'articolo 1 della legge del 1958 non può essere illimitato.

116. L'esercizio delle loro attività da parte dei prestatori di cure dentistiche, come avviene per gli altri professionisti della salute, esige naturalmente che il pubblico sia in grado di conoscere la loro esistenza. Ciò implica che il pubblico deve poter conoscere l'identità del prestatore, persona fisica o morale, le prestazioni che egli ha il diritto di svolgere, il luogo in cui queste ultime vengono eseguite, l'orario di consultazione nonché le informazioni necessarie per contattarlo, come un numero di telefono o di fax, o un indirizzo Internet.

117. L'accesso del pubblico a tali informazioni oggettive è dunque una condizione necessaria per la realizzazione della libera circolazione dei professionisti della salute. Esso contribuisce altresì a garantire una migliore tutela della sanità pubblica, facilitando la mobilità dei pazienti all'interno dell'Unione. Lo sviluppo della giurisprudenza della Corte, a partire dalle sentenze del 28 aprile 1998, *Decker*<sup>59</sup> e *Kohll*<sup>60</sup>, dimostra che i pazienti sono sempre più propensi a farsi curare in altri Stati membri<sup>61</sup>. Tale tendenza risponde a motivazioni diverse. Può darsi che i pazienti vogliano ottenere cure con costi meno elevati, ovvero ricevere prestazioni che non vengono eseguite nel loro Stato di residenza, o, ancora, che desiderino essere curati più rapidamente rispetto ai tempi di cura previsti in quest'ultimo paese. Tale mobilità dei pazienti, in quanto aumenta le loro possibilità di accedere alle cure sanitarie rispetto a quanto otterrebbero nello Stato membro di residenza, contribuisce parimenti alla tutela della sanità pubblica.

57 — Sentenze del 25 luglio 1991, *Aragonesa de Publicidad Exterior e Publivia* (C-1/90 e C-176/90, EU:C:1991:327, punto 16), e del 12 novembre 2015, *Visnapuu*, C-198/14, EU:C:2015:751, punti 119 e 120, nonché la giurisprudenza ivi citata).

58 — Il primo regime settoriale di riconoscimento dei diplomi è stato adottato relativamente ai medici nel 1975. Vi hanno fatto seguito altre cinque discipline di settore, adottate tra il 1977 ed il 1985, con riguardo agli infermieri di cure generiche, agli specialisti in odontoiatria [con la direttiva 78/686/CEE del Consiglio del 25 luglio 1978, concernente il reciproco riconoscimento dei diplomi, certificati ed altri titoli di dentista e comportante misure destinate ad agevolare l'esercizio effettivo del diritto di stabilimento e di libera prestazione dei servizi (GU 1978, L 233, pag. 1), e la direttiva 78/687/CEE del Consiglio del 25 luglio 1978, concernente il coordinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative per le attività di dentista (GU 1978, L 233, pag. 10)], i veterinari, le ostetriche e i farmacisti. Le direttive settoriali sono state abrogate e sostituite dalla direttiva 2005/36/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 7 settembre 2005, relativa al riconoscimento delle qualifiche professionali (GU 2005, L 255, pag. 22).

59 — C-120/95, EU:C:1998:167.

60 — C-158/96, EU:C:1998:171.

61 — V., a tal riguardo, sentenza del 5 ottobre 2010, *Elchinov* (C-173/09, EU:C:2010:581).

118. Una legge nazionale che vieti ai prestatori di cure dentistiche di fare pubblicità presso il pubblico, direttamente o indirettamente, delle loro prestazioni, non dovrebbe arrivare a vietare la possibilità, per i detti prestatori, di inserire all'interno di un elenco telefonico o di altri mezzi d'informazione accessibili al pubblico, la semplice menzione, senza carattere attrattivo o incitativo, di informazioni che consentano loro di farsi conoscere come professionisti, come la loro identità, le attività che essi hanno il diritto di svolgere, il luogo in cui le esercitano, l'orario di lavoro ed i recapiti ai quali il pubblico può contattarli.

119. Ciò non sembra avvenire se si prende in considerazione il dettato dell'articolo 1 della legge del 1958 e quello dell'articolo 8 quinquies del regio decreto del 1934.

120. In ogni caso, spetta al giudice nazionale valutare se, nella specie, i messaggi pubblicitari inseriti dal sig. Vanderborcht nei giornali locali e sul suo sito Internet fuoriescano dall'ambito di tale limite, alla luce, segnatamente, della presentazione di tali annunci, dell'inserimento di foto «prima e dopo» e della riproduzione di testimonianze di pazienti che menzionano la differenza di prestazioni con i trattamenti offerti da altri medici dentisti.

121. È alla luce di tali considerazioni che propongo alla Corte di rispondere al giudice del rinvio che una normativa nazionale come quella stabilita dall'articolo 1 della legge del 1958, la quale vieta ai prestatori di cure dentistiche, i quali esercitano la libera professione o gestiscano uno studio dentistico, di effettuare qualsiasi pubblicità presso il pubblico, direttamente o indirettamente, delle loro prestazioni, costituisce una restrizione alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, ai sensi degli articoli 49 e 56 TFUE.

122. Tale restrizione è tuttavia giustificata per ragioni di tutela della sanità pubblica giacché la normativa nazionale di cui al procedimento principale non ha l'effetto di vietare la possibilità, per i detti prestatori, di inserire all'interno di un elenco telefonico o di altri mezzi d'informazione accessibili al pubblico, la semplice menzione, senza carattere attrattivo o incitativo, di informazioni che consentano loro di farsi conoscere come professionisti, come la loro identità, le attività che essi hanno il diritto di svolgere, il luogo in cui le esercitano, l'orario di lavoro ed i recapiti ai quali il pubblico può contattarli.

## V – Conclusione

123. Alla luce delle considerazioni che precedono, propongo alla Corte di rispondere nei seguenti termini al *Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg te Brussel* (tribunale di primo grado neerlandofono di Bruxelles, Belgio):

- 1) La direttiva 2005/29/CE del Parlamento e del Consiglio dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio («direttiva sulle pratiche commerciali sleali»), deve essere interpretata nel senso che essa non si applica, a causa delle limitazioni espressamente previste dal legislatore dell'Unione all'articolo 3, paragrafi 3 e 8, di tale direttiva, ad una normativa nazionale come quella stabilita dall'articolo 1 della *Wet betreffende de publiciteit inzake tandverzorging* (legge relativa alla pubblicità in materia di cure dentistiche), del 15 aprile 1958, nella sua versione in vigore alla data dei fatti di cui al procedimento principale, la quale vieta qualsiasi pubblicità relativa a prestazioni di cure dentistiche, né ad una normativa nazionale come quella prevista all'articolo 8 quinquies del *Koninklijk besluit houdende reglement op de beoefening der tandheeskunde* (regio decreto recante disciplina dell'esercizio dell'odontoiatria), del 1° giugno 1934, nella sua versione in vigore alla data dei fatti di cui al procedimento principale, la quale fissa i requisiti di discrezione cui deve rispondere l'insegna di uno studio dentistico.

- 2) La direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno («direttiva sul commercio elettronico»), e in particolare il suo articolo 3, paragrafo 1, e il suo articolo 8, paragrafo 1, deve essere interpretata nel senso che essa non osta ad una normativa nazionale come quella stabilita dall'articolo 1 della legge del 1958, relativa alla pubblicità in materia di cure dentistiche, nella versione in vigore alla data dei fatti di cui al procedimento principale, la quale vieta ai prestatori di cure dentistiche, i quali esercitano la libera professione o gestiscano uno studio dentistico, di fare qualsiasi pubblicità, tramite Internet, delle loro prestazioni, giacché tale normativa mira ad assicurare il rispetto delle regole della professione e si applica ad un prestatore stabilito nel territorio nazionale.
- 3) Una normativa nazionale come quella stabilita dall'articolo 1 della legge del 15 aprile 1958, relativa alla pubblicità in materia di cure dentistiche, nella versione in vigore alla data dei fatti di cui al procedimento principale, che vieta ai prestatori di cure dentistiche, i quali esercitano la libera professione o gestiscano uno studio dentistico, di effettuare qualsiasi pubblicità presso il pubblico, direttamente o indirettamente, delle loro prestazioni, costituisce una restrizione alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, ai sensi degli articoli 49 e 56 TFUE.

Tale restrizione è giustificata per ragioni di tutela della sanità pubblica giacché la normativa nazionale di cui al procedimento principale non ha l'effetto di vietare la possibilità, per i detti prestatori, di inserire all'interno di un elenco telefonico o di altri mezzi d'informazione accessibili al pubblico, la semplice menzione, senza carattere attrattivo o incitativo, di informazioni che consentano loro di farsi conoscere come professionisti, come la loro identità, le attività che essi hanno il diritto di svolgere, il luogo in cui le esercitano, l'orario di lavoro ed i recapiti ai quali il pubblico può contattarli.