



Zbierka súdnych rozhodnutí

NÁVRHY GENERÁLNEHO ADVOKÁTA
YVES BOT
prednesené 8. septembra 2016¹

Vec C-339/15

**Openbaar Ministerie
proti
Lucovi Vanderborghtovi**

[návrh na začatie prejudiciálneho konania, ktorý podal Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (holandskojazyčný súd prvého stupňa v Bruseli, Belgicko)]

„Návrh na začatie prejudiciálneho konania — Vnútroštátna právna úprava zakazujúca poskytovateľom zubnej starostlivosti robiť reklamu na svoje služby, určenú verejnosti — Vnútroštátna právna úprava vymedzujúca požiadavky na nenápadnosť, ktoré musí spĺňať vývesná tabuľa na ordinácii zubného lekára — Zlučiteľnosť — Články 49 a 56 ZFEÚ — Sloboda usadiť sa — Slobodné poskytovanie služieb — Existencia cudzieho prvku — Obmedzenie — Ochrana verejného zdravia — Proporcionalita — Smernica 2000/31/ES — Elektronický obchod — Pôsobnosť — Článok 3 ods. 3 — Vylúčenie vnútroštátnych predpisov týkajúcich sa zdravia — Článok 3 ods. 8 — Vylúčenie vnútroštátnych predpisov upravujúcich regulované povolania — Smernica 2005/29/ES — Nekalé obchodné praktiky — Článok 3 ods. 1 — Klauzula vnútorného trhu — Uplatniteľnosť právnej úpravy členského štátu, v ktorom je poskytovateľ usadený — Článok 8 — Obmedzenie slobodného poskytovania služieb informačnej spoločnosti s cieľom zaručiť dodržiavanie pravidiel príslušnej profesie“

I – Úvod

1. Tento návrh na začatie prejudiciálneho konania ponúka Súdnemu dvoru možnosť znovu sa vyjadriť k súladu belgickej právnej úpravy, ktorá veľmi prísnym spôsobom upravuje reklamu v oblasti zubnej starostlivosti, z hľadiska práva uplatniteľného na nekalé obchodné praktiky a elektronický obchod, a to tak primárneho, konkrétne pravidiel týkajúcich sa slobody usadiť sa a slobodného poskytovania služieb, ako aj sekundárneho.

2. Súdny dvor sa totiž už vyjadril k súladu určitých ustanovení tejto právnej úpravy z hľadiska pravidiel hospodárskej súťaže zakazujúcich kartely a zosúladené postupy medzi podnikmi, a to vo svojom rozsudku z 13. marca 2008, Doulamis².

¹ — Jazyk prednesu: francúzština.

² — C-446/05, EU:C:2008:157. V tomto rozsudku Súdny dvor rozhodol, že článok 81 ES (ktorý v súčasnosti zodpovedá článku 101 ZFEÚ) nebráni belgickej právnej úprave, ktorá zakazuje poskytovateľom zubnej starostlivosti v rámci slobodného povolania alebo zubnej ordinácie, aby robili akúkoľvek reklamu v oblasti zubnej starostlivosti, keďže na túto právnu úpravu sa nevzťahuje žiadna z domnienok uplatnenia článku 10 ES (ktorý v súčasnosti zodpovedá článku 4 ods. 3 ZFEÚ) v spojení s článkom 81 ES (bod 21).

3. Prejednávaná vec má pôvod v trestnom konaní začatom v Belgicku proti pánovi Lucovi Vanderborghtovi, všeobecnému zubnému lekárovi, ktorému sa kladie za vinu, že v čase od 1. marca 2003 do 24. januára 2014 robil reklamu na ním ponúkané služby zubnej starostlivosti spôsobom, ktorý je v rozpore s belgickou právnou úpravou.

4. Článok 8d Koninklijk besluit houdende reglement op de beoefening der tandheelkunde (kráľovské nariadenie, ktorým sa upravuje vykonávanie zubného lekárstva) z 1. júna 1934³, v znení účinnom v čase skutkových okolností veci samej⁴, totiž podrobne stanovuje požiadavky na nenápadnosť, ktoré musia dodržať poskytovatelia zubnej starostlivosti, keď pri vstupe do budovy, v ktorej poskytujú výkony zubného lekárstva, umiestnia tabuľu alebo nápis, a to na účel ochrany profesijnej cti.

5. Toto ustanovenie znie takto:

„Na účely informovania verejnosti možno na budove, v ktorej... kvalifikovaná [osoba]... poskytuje výkony zubného lekárstva, umiestniť iba nápis alebo nenápadnú tabuľu malej veľkosti a s nenápadným vzhľadom, na ktorej sa uvedie meno lekára, a prípadne jeho právna kvalifikácia, jeho ordináčny dni a hodiny, označenie spoločnosti alebo zariadenia starostlivosti, v ktorých vykonáva svoju profesijnú činnosť; takisto možno uviesť odbor zubného lekárstva, na ktorý sa lekár špecializuje: operatívne zubné lekárstvo, zubné náhrady, ortodoncia, zubná chirurgia.

...“

6. V predmetnom prípade sa pánovi Vanderborghtovi kladie za vinu, že pri vstupe do svojej ordinácie umiestnil na účely informovania verejnosti reklamný stĺp, ktorého veľkosť bola nezanedbateľná a ktorý mal nápadný vzhľad. Tento pútač pozostával z troch vertikálnych častí s potlačou, pričom každá z nich mala výšku 47 centimetrov a šírku 75 centimetrov a bolo na nich uvedené meno lekára, ďalej to, že je zubným lekárom, ako aj internetová stránka a telefonické kontaktné údaje zubnej ordinácie.

7. Pokiaľ ide o článok 1 Wet betreffende de publiciteit inzake tandverzorging (zákon o reklame v oblasti zubnej starostlivosti) z 15. apríla 1958⁵, v znení účinnom v čase skutkových okolností veci samej⁶, ten zakazuje poskytovateľom zubnej starostlivosti v rámci slobodného povolania alebo zubnej ordinácie, aby priamo alebo nepriamo robili akúkoľvek reklamu na svoje služby, určenú verejnosti.

8. Toto ustanovenie znie:

„Nikto nesmie priamo či nepriamo robiť akúkoľvek reklamu týkajúcu sa liečenia ochorení, poranení alebo anomálií ústnej dutiny a chrupu alebo sprostredkovania liečenia kvalifikovanou alebo nekvalifikovanou osobou v Belgicku alebo v zahraničí, najmä prostredníctvom výkladov alebo vývesných tabúľ, nápisov alebo tabúľ, ktoré môžu uvádzať do omylu, pokiaľ ide o zákonnosť propagovanej činnosti, prostredníctvom prospektov, obežníkov, letákov a brožúr, prostredníctvom tlače, v rádiu alebo kine...“

9. V predmetnom prípade sa pánovi Vanderborghtovi kladie za vinu, že v miestnych denníkoch uverejnil inzeráty a prostredníctvom svojej internetovej stránky propagoval svoje odborné vedomosti a zručnosti v oblasti zubnej starostlivosti, pričom na tento účel použil fotografie „pred a po“, ako aj svedectvá pacientov, ktorí poukazujú na rozdiel poskytnutých služieb v porovnaní so starostlivosťou ponúkanou inými zubnými lekármi.

3 — *Belgisch Staatsblad*, 7. jún 1934, s. 3220.

4 — Ďalej len „kráľovské nariadenie z roku 1934“.

5 — *Belgisch Staatsblad*, 5. máj 1958, s. 3542.

6 — Ďalej len „zákon z roku 1958“.

10. V prejednávanej veci sa Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (holandskojazyčný súd prvého stupňa v Bruseli, Belgicko), rozhodujúci v trestnoprávnej oblasti, zamýšľa nad súladom ustanovení, na ktorých je založené toto trestné stíhanie, s pravidlami práva Únie týkajúcimi sa po prvé nekalých obchodných praktík, ktoré upravuje smernica 2005/29/ES⁷, po druhé elektronického obchodu, ktoré stanovuje smernica 2000/31/ES⁸, a po tretie slobody usadiť sa a slobodného poskytovania služieb, ktoré sú zakotvené v článkoch 49 a 56 ZFEÚ.

11. V týchto návrhoch v prvom rade uvediem, že právne predpisy, o aké ide vo veci samej, nepatria do pôsobnosti smernice o nekalých obchodných praktikách z dôvodu obmedzení výslovne stanovených normotvorcom Únie v článku 3 ods. 3 a 8 tejto smernice.

12. Naopak, uvediem, že vnútroštátna právna úprava, akou je tá, ktorú stanovuje článok 1 zákona z roku 1958, ktorá zakazuje akúkoľvek reklamu, ktorá sa týka poskytovania zubnej starostlivosti, prostredníctvom internetu, patrí do pôsobnosti smernice o elektronickom obchode. Vysvetlím však, že vzhľadom na článok 3 ods. 1 a článok 8 ods. 1 tejto smernice sa nezdá, že by bola táto smernica v rozpore s touto právnou úpravou, keďže snahou tejto právnej úpravy je zabezpečiť dodržiavanie pravidiel regulovaného povolania a uplatňuje sa na poskytovateľa, ktorý je usadený na vnútroštátnom území.

13. Napokon preskúmam súlad uvedenej právnej úpravy z hľadiska článkov 49 a 56 ZFEÚ, ktoré sa týkajú slobody usadiť sa a slobodného poskytovania služieb. V prvom rade preukážem, že v spore vo veci samej je prítomný cudzí prvok v tom zmysle, že k reklame, ktorá sa dotknutej osobe kladie za vinu, došlo na internetovej stránke, ktorá je prostriedkom zameraným na celosvetové šírenie, čím umožňuje osloviť verejnosť, a teda pritiahnuť pacientov nachádzajúcich sa v inom členskom štáte, ako je členský štát, v ktorom je dotknutá osoba usadená.

14. V druhom rade predstavím dôvody, na základe ktorých zákaz akejkoľvek reklamy v oblasti zubnej starostlivosti, určenej verejnosti, predstavuje obmedzenie slobodného poskytovania služieb, a urobím to tak, že v hlavných črtách prevezmem zdôvodnenie, ktoré som nad rámec nevyhnutého navrhoval v rámci návrhov, ktoré som predniesol vo veci Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701). Vysvetlím, prečo je podľa môjho názoru toto obmedzenie odôvodnené ochranou verejného zdravia, pokiaľ vnútroštátna právna úprava, o akú ide vo veci samej, nemá za cieľ zakázať poskytovateľovi zubnej starostlivosti uviesť jednoduchým, neatraktívnym a nepodnecujúcim spôsobom v telefónnom zozname alebo v iných informačných prostriedkoch prístupných verejnosti údaje umožňujúce dozvedieť sa o ňom ako o odborníkovi.

II – Prejudiciálne otázky

15. V rámci sporu, ktorý mu bol predložený, Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (holandskojazyčný súd prvého stupňa v Bruseli) rozhodol položiť Súdnemu dvoru tieto prejudiciálne otázky:

„1. Má sa smernica [o nekalých obchodných praktikách] vykladať v tom zmysle, že bráni takému vnútroštátnemu zákonu, ktorý stanovuje všeobecný zákaz akejkoľvek reklamy týkajúcej sa starostlivosti o ústnu dutinu alebo chrup bez ohľadu na to, kto je jej autorom, ako vyplýva z článku 1... zákona z [roku] 1958...?

7 — Smernica Európskeho parlamentu a Rady z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (smernica o nekalých obchodných praktikách) (Ú. v. EÚ L 149, 2005, s. 22).

8 — Smernica Európskeho parlamentu a Rady z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode) (Ú. v. ES L 178, 2000, s. 1; Mim. vyd. 13/025, s. 399).

2. Má sa zákaz reklamy týkajúcej sa starostlivosti o ústnu dutinu a chrup považovať za „právny predpis týkajúci sa zdravotných a bezpečnostných požiadaviek na produkty“ v zmysle článku 3 ods. 3 smernice [o nekalých obchodných praktikách]?
3. Má sa smernica [o nekalých obchodných praktikách] vykladať v tom zmysle, že bráni takej vnútroštátnej úprave, akou je článok 8d kráľovského nariadenia z [roku] 1934...[,] v ktorom sa podrobne stanovuje, aké požiadavky na nenápadnosť musí spĺňať vývesná tabuľa na ambulancii zubného lekára určená verejnosti?
4. Má sa smernica [o elektronickom obchode] vykladať v tom zmysle, že bráni vnútroštátnemu zákonu, ktorý stanovuje všeobecný zákaz akejkoľvek reklamy týkajúcej sa starostlivosti o ústnu dutinu alebo chrup bez ohľadu na to, kto je jej autorom, a zakazuje aj komerčnú reklamu elektronickou formou (internetovú stránku) tak, ako vyplýva z článku 1... zákona z [roku] 1958...?
5. Ako sa má vykladať pojem „služby informačnej spoločnosti“ definovaný v článku 2 písm. a) smernice [o elektronickom obchode], ktorý odkazuje na článok 1 ods. 2 smernice 98/34/ES^[9], zmenenej a doplnenej smernicou [Európskeho parlamentu a Rady] 98/48/ES [z 20. júla 1998^[10]]
6. Majú sa články 49 a 56 ZFEÚ vykladať v tom zmysle, že bránia takej vnútroštátnej právnej úprave, o akú ide v konaní vo veci samej, ktorou sa na účely ochrany verejného zdravia stanovuje úplný zákaz reklamy týkajúcej sa stomatologickej starostlivosti?“

III – Právny rámec Únie

A – Smernica o nekalých obchodných praktikách

16. Odôvodnenia 6, 8 a 9 smernice o nekalých obchodných praktikách znejú:

„(6) Táto smernica... aproximuje právne predpisy členských štátov o nekalých obchodných praktikách vrátane nekalej reklamy, ktoré priamo poškodzujú ekonomické záujmy spotrebiteľov, a tým nepriamo poškodzujú ekonomické záujmy oprávnených účastníkov hospodárskej súťaže...

...

(8) Táto smernica priamo ochraňuje ekonomické záujmy spotrebiteľov pred nekalými obchodnými praktikami podnikateľov voči spotrebiteľom...

(9) Táto smernica sa nedotýka... taktiež... predpisov Spoločenstva a vnútroštátnych právnych predpisov... o zdravotných a bezpečnostných požiadavkách na produkty... Členské štáty si preto budú môcť zachovať alebo zaviesť na svojom území obmedzenia a zákazy obchodných praktík z dôvodov ochrany zdravia a bezpečnosti spotrebiteľov bez ohľadu na to, kde má obchodník sídlo, napríklad vo vzťahu k alkoholu, tabaku alebo liečivám...”

17. V zmysle článku 1 tejto smernice je jej cieľom „prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu a dosiahnuť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa aproximáciou zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov o nekalých obchodných praktikách poškodzujúcich ekonomické záujmy spotrebiteľov“.

9 — Smernica európskeho parlamentu a Rady z 22. júna 1998 ktorou sa stanovuje postup pri poskytovaní informácií v oblasti technických noriem a predpisov (Ú. v. ES L 204, 1998, s. 37; Mim. vyd. 13/020, s. 337).

10 — Ú. v. ES L 217, 1998, s. 18; Mim. vyd. 13/021, s. 8.

18. Článok 2 písm. d) uvedenej smernice definuje „obchodné praktiky“ ako „akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu spotrebiteľom“¹¹.

19. Článok 3 smernice o nekalých obchodných praktikách, ktorý vymedzuje rozsah pôsobnosti tejto smernice, stanovuje:

„1. Táto smernica sa uplatňuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom tak, ako sú ustanovené v článku 5, pred, počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu.

...

3. Táto smernica sa nedotýka právnych predpisov Spoločenstva alebo vnútroštátnych právnych predpisov týkajúcich sa zdravotných a bezpečnostných požiadaviek na produkty.

...

8. Táto smernica sa nedotýka podmienok usadenia sa alebo režimov vydávania povolení alebo deontologických kódexov správania alebo iných osobitných predpisov upravujúcich regulované povolania s cieľom zachovať vysokú mieru mravnej bezúhonnosti odborníkov, ktoré môžu členské štáty vyžadovať od odborníkov v súlade s právom Spoločenstva.

...“

20. V zmysle článku 5 ods. 2 tejto smernice je obchodná praktika nekalá, ak je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti a podstatne narušuje alebo je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak je obchodná praktika orientovaná na určitú skupinu spotrebiteľov.

B – Smernica o elektronickom obchode

21. Odôvodnenia 7, 17, 18, 22, 32 a 33 smernice o elektronickom obchode znejú:

„(7) S cieľom zabezpečiť právnu istotu a dôveru zákazníkov musí táto smernica ustanoviť jasný a všeobecný rámec, ktorý by sa vzťahoval na určité právne aspekty elektronického obchodu na vnútornom trhu.

...

(17) Definícia služieb informačnej spoločnosti... sa vzťahuje na každú službu, ktorá sa bežne poskytuje za odmenu na diaľku prostredníctvom elektronického zariadenia na spracovanie (vrátane digitálnej kompresie) a záznam údajov a na individuálnu žiadosť príjemcu služby...

(18) Služby informačnej spoločnosti zahŕňajú celú škálu ekonomických činností, ku ktorým dochádza on-line... Nie sú výlučne obmedzené na služby, ktoré vedú k vzniku zmluvného vzťahu on-line, ale sa rozširujú aj na služby, ktoré nie sú platené ich príjemcami, pokiaľ predstavujú ekonomickú činnosť, ako sú napríklad služby poskytujúce on-line informácie alebo komerčnú komunikáciu...

...

11 — Kurzívou zvýraznil generálny advokát.

(22) Dohľad nad službami informačnej spoločnosti by sa mal vykonávať u zdroja tejto činnosti, s cieľom zabezpečiť efektívnu ochranu cieľov verejného záujmu... okrem toho, za účelom efektívneho zabezpečenia slobody poskytovania služieb a právnej istoty pre dodávateľov a príjemcov služieb, takéto služby informačnej spoločnosti by mali v zásade podliehať zákonom toho členského štátu, v ktorom má poskytovateľ služby sídlo.

...

(32) S cieľom odstrániť bariéry rozvoja cezhraničných služieb v rámci spoločenstva, ktoré by členovia regulovaných profesií mohli ponúkať na internete, je potrebné, aby bolo na úrovni spoločenstva zabezpečené dodržiavanie predpisov týkajúcich sa určitej profesie zameraných najmä na ochranu spotrebiteľov alebo zdravie obyvateľstva...

(33) Táto smernica dopĺňa právo spoločenstva a vnútroštátne právo týkajúce sa regulovaných profesií, ktoré udržiavajú ucelený súbor pravidiel uplatniteľných v tejto oblasti.“

22. Podľa článku 1 ods. 1 smernice o elektronickom obchode je jej cieľom „prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu zabezpečením voľného pohybu služieb informačnej spoločnosti medzi členskými štátmi“.

23. V zmysle článku 1 ods. 2 uvedenej smernice táto smernica „harmonizuje... určité vnútroštátne ustanovenia o službách informačnej spoločnosti týkajúce sa vnútorného trhu, sídla poskytovateľov služieb, komerčných oznámení, elektronických zmlúv, zodpovednosti sprostredkovateľov, spravovacích poriadkov, mimosúdneho riešenia sporov [mimosúdneho riešenia sporov, súdnych konaní – *neoficiálny preklad*] a spolupráce medzi členskými štátmi“.

24. Článok 2 písm. a) uvedenej smernice definuje „služby informačnej spoločnosti“ odkazom na článok 1 ods. 2 smernice 98/34, v znení zmien a doplnení, v ktorom sa uvádza „každá služba poskytovaná informačnou spoločnosťou, to jest každá služba, ktorá sa bežne poskytuje za odmenu, na diaľku, elektronickým spôsobom a na základe individuálnej žiadosti príjemcu služieb“.

25. Článok 2 písm. f) smernice o elektronickom obchode definuje „komerčnú komunikáciu“ tak, že ňou je „každá forma komunikácie určená priamo alebo nepriamo na propagáciu tovaru, služieb alebo imidžu spoločnosti, organizácie alebo osoby, ktorá vykonáva komerčnú, priemyselnú alebo umeleckú činnosť alebo vykonáva regulované povolanie“.

26. Článok 2 písm. h) tejto smernice, ktorý definuje „koordinovanú oblasť“, znie:

„koordinovaná oblasť“: požiadavky ustanovené v právnych systémoch členských štátov uplatniteľné na poskytovateľov služieb informačnej spoločnosti alebo na služby informačnej spoločnosti, bez ohľadu na to, či sú všeobecnej povahy alebo či sú pre ne špeciálne navrhnuté.

i) Koordinovaná oblasť sa týka požiadaviek, ktoré musí poskytovateľ služieb spĺňať pokiaľ ide o:

- začatie činnosti súvisiacej so službou informačnej spoločnosti, ako napríklad požiadavky týkajúce sa kvalifikácie, udeľovania oprávnení alebo oznamovania,
- vykonávanie činnosti služby informačnej spoločnosti, ako napríklad požiadavky týkajúce sa správania sa poskytovateľa služieb, požiadavky týkajúce sa kvality alebo obsahu služby, vrátane tých, ktoré sa uplatňujú na reklamu a zmluvy alebo požiadavky týkajúce sa zodpovednosti poskytovateľa služieb;

...“

27. Článok 3 uvedenej smernice stanovuje:

„1. Každý členský stát zabezpečí, aby služby informačnej spoločnosti poskytované poskytovateľom služieb, ktorý má sídlo na jeho území, boli v súlade s vnútroštátnymi ustanoveniami, ktoré sa uplatňujú v príslušnom členskom štáte a ktoré spadajú do koordinovanej oblasti.

2. Členské štáty nemôžu z dôvodov spadajúcich do koordinovanej oblasti obmedziť slobodu poskytovania služieb informačnej spoločnosti z iného členského štátu.

...

4. Členské štáty môžu prijať opatrenia na výnimku z odseku 2 v súvislosti s určitou danou službou informačnej spoločnosti, [Členské štáty môžu pre určitú službu informačnej spoločnosti prijať opatrenia odchyľujúce sa od odseku 2 – *neoficiálny preklad*], ak sú splnené tieto podmienky:

a) opatrenia sú:

i) nevyhnutné pre jeden z týchto dôvodov:

...

— ochrany zdravia obyvateľstva,

...

— ochrany spotrebiteľov...

ii) prijaté proti určitej službe informačnej spoločnosti, ktorá škodí cieľom uvedeným v bode i) alebo, ktorá predstavuje skutočné a závažné riziko poškodenia týchto cieľov;

iii) primerané týmto cieľom;

...“

28. Článok 8 smernice o elektronickom obchode, ktorý je nazvaný „Regulované profesie“, vo svojom odseku 1 stanovuje:

„Členské štáty zabezpečia, aby bolo povolené používanie komerčnej komunikácie, ktorá tvorí súčasť alebo predstavuje službu informačnej spoločnosti, ktorá je poskytovaná členom regulovanej profesie pod podmienkou, že bude v súlade s pravidlami príslušnej profesie, ktoré sa týkajú najmä nezávislosti, dôstojnosti a cti danej profesie, profesionálneho tajomstva a slušnosti voči klientom a ostatným členom danej profesie.“

IV – Moja analýza

A – O súlade sporných ustanovení zákona z roku 1958 a kráľovského nariadenia z roku 1934 so smernicou o nekalých obchodných praktikách

29. Svojou prvou a treťou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate Súdneho dvora pýta, či sa na vnútroštátnu právnu úpravu, ktorú tvoria sporné ustanovenia zákona z roku 1958 a kráľovského nariadenia z roku 1934, môže vzťahovať smernica o nekalých obchodných praktikách, a prípadne či táto smernica bráni takejto právnej úprave.

30. Otázka je položená vzhľadom na to, že smernica o nekalých obchodných praktikách pristupuje k úplnej harmonizácii vnútroštátnych pravidiel týkajúcich sa nekalých obchodných praktík, pričom členské štáty tak nemôžu vo svojich právnych poriadkoch zachovať alebo do nich zaviesť vnútroštátne pravidlá, ktoré sú prísnejšie ako tie, ktoré sú definované v tejto smernici, a to ani s cieľom zabezpečiť vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľov.¹²

31. Z ustálenej judikatúry vyplýva, že smernica o nekalých obchodných praktikách sa vyznačuje veľmi širokým rozsahom pôsobnosti, pričom Súdny dvor rozhodol, že táto pôsobnosť sa vzťahuje „na všetky obchodné praktiky, ktoré priamo súvisia s podporou, predajom alebo dodávkou tovaru spotrebiteľom“¹³. Pojem „obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom“ je totiž definovaný v článku 2 písm. d) tejto smernice tak, že sa ním rozumie „akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu spotrebiteľom“¹⁴. Pokiaľ ide o pojem „produkt“, tým sa v zmysle článku 2 písm. c) uvedenej smernice rozumie akýkoľvek tovar alebo služba.

32. Normotvorca Únie navyše v článku 3 ods. 1 smernice o nekalých obchodných praktikách uvádza pozitívne vymedzenie pôsobnosti tejto smernice, keď stanovuje, že táto smernica sa uplatňuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom pred, počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu.

33. Smernica o nekalých obchodných praktikách sa teda *a priori* uplatňuje na všetky transakcie medzi podnikateľmi a spotrebiteľmi a vo všetkých odvetviach činnosti.

34. Normotvorca Únie pritom výslovne stanovil určité obmedzenia vo vzťahu k uplatneniu tejto smernice.

35. Po prvé sa v zmysle článku 3 ods. 3 smernice o nekalých obchodných praktikách táto smernica „nedotýka právnych predpisov Spoločenstva alebo vnútroštátnych právnych predpisov týkajúcich sa [zdravia]“¹⁵. V odôvodnení 9 tejto smernice tak normotvorca Únie uvádza, že „členské štáty si... budú môcť zachovať alebo zaviesť na svojom území obmedzenia a zákazy obchodných praktík z dôvodov ochrany zdravia... spotrebiteľov“.

36. Preto pokiaľ je cieľom smernice o nekalých obchodných praktikách pristúpiť k úplnej harmonizácii vnútroštátnych pravidiel týkajúcich sa takýchto praktík, členské štáty si aj tak naďalej zachovávajú možnosť prijať prísnejšie opatrenia, pokiaľ ide o reklamné praktiky ohrozujúce zdravie spotrebiteľov. V takom prípade je zámerom týchto vnútroštátnych opatrení ochrana záujmov, ktoré značne presahujú len samotný rámec ochrany ekonomických záujmov spotrebiteľov, ktorú táto smernica spomína vo svojich odôvodneniach 6 a 8, ako aj vo svojom článku 1.

37. Európska komisia tak vo svojich usmerneniach pre implementáciu a uplatňovanie smernice o nekalých obchodných praktikách¹⁶, ako aj vo svojej prvej správe o uplatňovaní tejto smernice¹⁷, zdôrazňuje, že pokiaľ je zámerom opatrení prijatých členskými štátmi ochrana záujmov, ktoré nie sú ekonomickej povahy, táto smernica sa na ne nevzťahuje. Podľa Komisie teda uvedená smernica nespochybňuje možnosť členských štátov prijať prísnejšie pravidlá upravujúce obchodné praktiky s cieľom ochraňovať zdravie spotrebiteľov.¹⁸

12 — Pozri rozsudky z 23. apríla 2009, VTB-VAB a Galatea (C-261/07 a C-299/07, EU:C:2009:244); zo 14. januára 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12), ako aj z 9. novembra 2010, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, EU:C:2010:660).

13 — Rozsudok zo 16. júla 2015, Abcur (C-544/13 a C-545/13, EU:C:2015:481, bod 74, ako aj citovaná judikatúra).

14 — Kurzívou zvýraznil generálny advokát.

15 — Kurzívou zvýraznil generálny advokát.

16 — SEK(2009) 1666.

17 — COM(2013) 139 final.

18 — Pozri bod 1.6 a bod 3.2.

38. Po druhé na základe článku 3 ods. 8 smernice o nekalých obchodných praktikách sa stanovuje, že „táto smernica sa nedotýka podmienok... deontologických kódexov správania alebo iných osobitných predpisov upravujúcich regulované povolania s cieľom zachovať vysokú mieru mravnej bezúhonnosti odborníkov, ktoré môžu členské štáty vyžadovať od odborníkov v súlade s právom Spoločenstva“.

39. Preto si členské štáty tiež naďalej zachovávajú možnosť prijať prísnejšie pravidlá, pokiaľ ide o praktiky, ktorým sa venujú členovia regulovaného povolania, akým je povolanie zubára, ktoré v predmetnom prípade vykonáva dotknutá osoba.

40. Z uvedeného vyplýva, že na to, aby sa na daný produkt vzťahovala smernica o nekalých obchodných praktikách, tento produkt musí jednak spĺňať podmienky stanovené v článku 3 ods. 1 tejto smernice a jednak sa na neho nesmie vzťahovať niektorá z výnimiek výslovne upravených normotvorcom Únie v článku 3 ods. 3 a 8 tejto smernice.

41. Aj keď je pritom nesporné, že služba, o akú ide vo veci samej, je podľa článku 2 písm. d) uvedenej smernice obchodnou praktikou podnikateľa voči spotrebiteľovi, keďže ide o reklamné praktiky týkajúce sa zubnej starostlivosti, vnútroštátny súd uvádza, že cieľom sporných opatrení zákona z roku 1958 a kráľovského nariadenia z roku 1934 je ochrana verejného zdravia a dôstojnosti povolania zubára, takže sa podľa môjho názoru uplatňujú obmedzenia stanovené v článku 3 ods. 3 a 8 smernice o nekalých obchodných praktikách.

42. Zákaz akejkoľvek reklamy týkajúcej sa služieb zubnej starostlivosti, tak ako je stanovený v článku 1 zákona z roku 1958, a požiadavky na nenápadnosť, ktoré ukladá článok 8d kráľovského nariadenia z roku 1934, tak predstavujú skôr problematiku z hľadiska zdravia a až v druhom rade ekonomickú problematiku. Tak ako uviedla belgická vláda vo svojich pripomienkach, prispievajú k dôstojnosti povolania tým, že zabráňujú, aby v dôsledku reklamných praktík, o aké ide vo veci samej, ktorých zámerom je získať pacientov prostredníctvom reklamy, nebola ohrozená kvalita služieb, mravná bezúhonnosť lekárov a dôvera, ktorá musí existovať medzi poskytovateľom zubnej starostlivosti a jeho pacientom.

43. Vzhľadom na uvedené skutočnosti tak navrhujem, aby Súdny dvor rozhodol, že smernica o nekalých obchodných praktikách sa má vykladať v tom zmysle, že z dôvodu obmedzení výslovne stanovených normotvorcom Únie v článku 3 ods. 3 a 8 tejto smernice sa neuplatňuje na vnútroštátnu právnu úpravu, akou je tá, ktorú stanovuje článok 1 zákona z roku 1958, ktorý zakazuje akúkoľvek reklamu týkajúcu sa služieb zubnej starostlivosti, ani na vnútroštátnu právnu úpravu, akou je tá, ktorú stanovuje článok 8d kráľovského nariadenia z roku 1934, ktorý stanovuje požiadavky na nenápadnosť, ktoré musí spĺňať vývesná tabuľa na zubnej ordinácii.

B – O súlade sporných ustanovení zákona z roku 1958 so smernicou o elektronickom obchode

44. Svojou štvrtou a piatou otázkou sa vnútroštátny súd Súdneho dvora pýta, či sa na vnútroštátnu právnu úpravu, akou je tá, ktorú stanovuje článok 1 zákona z roku 1958, ktorý zakazuje akúkoľvek reklamu týkajúcu sa služieb zubnej starostlivosti, a to aj v elektronickej podobe, môže vzťahovať smernica o elektronickom obchode, a prípadne či táto právna úprava predstavuje v zmysle uvedenej smernice obmedzenie slobodného poskytovania služieb elektronického obchodu.

45. Cieľom smernice o elektronickom obchode je prispieť k rozvoju „služieb informačnej spoločnosti“ a využitiu možností, ktoré ponúka vnútorný trh elektronickému obchodu, a to na účely zlepšenia hospodárskeho rastu a konkurencieschopnosti európskeho priemyslu.¹⁹

19 — Pozri článok 1 a odôvodnenia 2 a 3 tejto smernice, ako aj rozsudok zo 16. októbra 2008, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände (C-298/07, EU:C:2008:572, bod 19).

46. Uvedená smernica upravuje iba určité právne aspekty elektronického obchodu.²⁰ Ako Súdny dvor uviedol vo svojom rozsudku z 25. októbra 2011, eDate Advertising a i.²¹, cieľom tejto smernice totiž nie je harmonizácia hmotnoprávnych ustanovení, ale jej cieľom je definovanie „koordinovanej oblasti“, ktorá sa týka požiadaviek, ktoré musí spĺňať poskytovateľ služby.²²

47. Podľa článku 2 písm. h) smernice o elektronickom obchode, „koordinovaná oblasť“ predstavuje všetky požiadavky ustanovené vo vnútroštátnych právnych predpisoch, ktoré musí spĺňať poskytovateľ služieb a ktoré sa týkajú tak začatia činnosti súvisiacej so službou informačnej spoločnosti, ako aj vykonávania tejto činnosti, ako napríklad požiadavky týkajúce sa správania poskytovateľa služieb, požiadavky týkajúce sa kvality alebo obsahu služby vrátane tých, ktoré sa uplatňujú na reklamu a zmluvy, alebo požiadavky týkajúce sa zodpovednosti poskytovateľa služieb.

48. V článku 2 písm. a) tejto smernice sú „služby informačnej spoločnosti“ definované ako „každá služba..., ktorá sa bežne poskytuje za odmenu, na diaľku, elektronickým spôsobom a na základe individuálnej žiadosti príjemcu služieb“²³. Z odôvodnenia 18 smernice o elektronickom obchode a z judikatúry Súdného dvora²⁴ vyplýva, že tieto služby zahŕňajú služby, ktoré sú poskytované na diaľku prostredníctvom elektronických zariadení na spracovanie a uloženie údajov, a rozširujú sa aj na služby, ktoré nie sú platené ich príjemcami, ako sú napríklad služby poskytujúce on-line informácie alebo komerčnú komunikáciu.²⁵

49. V predmetnom prípade reklama týkajúca sa služieb zubnej starostlivosti, ktorú pán Vanderborght urobil prostredníctvom internetovej stránky, ktorú si vytvoril, podľa môjho názoru patrí do pôsobnosti smernice o elektronickom obchode.

50. Takáto reklama nielenže predstavuje on-line „komerčnú komunikáciu“ v zmysle článku 2 písm. f) tejto smernice, ale navyše je jej autorom člen regulovanej profesie, čo normotvorca Únie výslovne umožnil v článku 8 ods. 1 uvedenej smernice. V tomto ustanovení totiž normotvorca Únie stanovuje zásadu, podľa ktorej členské štáty musia zabezpečiť, aby členovia regulovanej profesie mohli robiť reklamu na internete, pokiaľ dodržia pravidlá príslušnej profesie.

51. Preto vnútroštátnu právnu úpravu, o akú ide vo veci samej, je možné posudzovať z hľadiska ustanovení stanovených normotvorcom Únie v rámci smernice o elektronickom obchode.

52. Teraz sa budem venovať preskúmaniu ťažiskových ustanovení tejto smernice.

53. Domnievam sa, že súlad právnej úpravy, o akú ide vo veci samej, s právom Únie musí byť preskúmaný vzhľadom na článok 3 ods. 1 a článku 8 ods. 1 uvedenej smernice.

20 — Pozri názov, článok 1 ods. 2 a odôvodnenia 6 a 7 smernice o elektronickom obchode.

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

22 — Bod 57 tohto rozsudku.

23 — Pozri tiež odôvodnenie 17 uvedenej smernice, v ktorom sa uvádza, že „táto definícia sa vzťahuje na každú službu, ktorá sa bežne poskytuje za odmenu na diaľku prostredníctvom elektronického zariadenia na spracovanie... a záznam údajov a na individuálnu žiadosť príjemcu služby“.

24 — Rozsudky z 23. marca 2010, Google France a Google (C-236/08 až C-238/08, EU:C:2010:159, bod 110); z 12. júla 2011, L'Oréal a i. (C-324/09, EU:C:2011:474, bod 109), ako aj z 11. septembra 2014, Papasavvas (C-291/13, EU:C:2014:2209, body 28 a 29).

25 — Komisia tak chcela pokryť on-line spravodajské služby, ako napríklad on-line časopisy, on-line predaj tovarov a služieb (knihy, finančné služby, cesty), on-line reklamu, služby v oblasti aktivít na voľný čas a základné sprostredkovateľské služby (prístup na internet, ako aj prenos a hosting informácií), on-line odborné služby (advokáti, lekári, odborníci na účtovníctvo, realitní makléri), on-line služby zábavy, ako napríklad video na požiadanie, on-line reklamné služby a služby priameho marketingu, ako aj služby poskytujúce prístup ku „globálnej sieti“. Pokryli sa tiež služby poskytované príjemcom bezplatne a financované napríklad reklamou alebo sponzorstvom (pozri najmä tlačovú správu Komisie z 8. decembra 1999 [dokument IP/99/952] a s. 4 správy Komisie Európskemu parlamentu, Rade a Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru – prvej správy o uplatňovaní smernice o elektronickom obchode [KOM(2003) 702 v konečnom znení, ďalej len „prvá správa o uplatňovaní smernice o elektronickom obchode“]).

54. Článok 3 smernice o elektronickom obchode, nazvaný „Vnútrotný trh“, totiž predstavuje „základný stavebný prvok“ tejto smernice.²⁶

55. Článok 3 ods. 1 uvedenej smernice stanovuje zásadu, podľa ktorej služby informačnej spoločnosti podliehajú právnej úprave členského štátu, v ktorom je ich poskytovateľ usadený.²⁷

56. Uvedené ustanovenie teda ukladá každému členskému štátu povinnosť dbať na to, aby služby poskytované poskytovateľom služby usadeným na jeho území spĺňali vnútroštátne právne predpisy, ktoré sa uplatňujú v tomto členskom štáte a ktoré patria do „koordinovanej oblasti“. Podľa normotvorcu Únie musí takýto mechanizmus umožniť vykonávať dohľad nad službami informačnej spoločnosti pri zdroji tejto činnosti, aby sa zabezpečila efektívna ochrana cieľov verejného záujmu.²⁸

57. Súdny dvor tak vo svojom rozsudku z 25. októbra 2011, eDate Advertising a i.²⁹, s prihliadnutím na „koordinovanú oblasť“, ktorú upravuje smernica o elektronickom obchode, konštatoval, že do právnej úpravy členského štátu, v ktorom je poskytovateľ usadený, patria občianskoprávne predpisy, ako aj predpisy týkajúce sa zodpovednosti poskytovateľov. Vzhľadom na to, že neexistujú harmonizované pravidlá na úrovni Európskej únie, tak Súdny dvor dospel k záveru o záväznosti týchto hmotnoprávnych právnych predpisov, ktorým sa členský štát rozhodol podriaďiť poskytovateľov a ich služby.³⁰

58. Toto odôvodnenie sa podľa môjho názoru analogicky uplatňuje v kontexte komerčnej komunikácie uskutočňovanej cez internet, keďže do „koordinovanej oblasti“, ktorú upravuje smernica o elektronickom obchode, patria v súlade s článkom 2 písm. h) bodom i) druhou zarážkou tejto smernice aj požiadavky týkajúce sa správania poskytovateľa služieb, ako aj požiadavky týkajúce sa kvality a obsahu reklamy.

59. Za týchto podmienok sa domnievam, že mechanizmus upravený v článku 3 ods. 1 tejto smernice stanovuje, pokiaľ ide o reklamu cez internet, uplatňovanie hmotnoprávnych právnych noriem platných a účinných v členskom štáte, v ktorom je poskytovateľ služieb usadený.

60. V dôsledku uvedeného sa v prejednávanej veci zdá, že nič nebráni uplatneniu belgickej právnej úpravy vzhľadom na to, že služba, o akú ide vo veci samej, sa neposkytuje z iného členského štátu ako z Belgického kráľovstva, keďže pán Vanderborght je usadený na území Belgicka.

61. Nejde tu teda o prípad, ktorý upravuje článok 3 ods. 2 smernice o elektronickom obchode.³¹

26 — Pozri s. 4 prvej správy o uplatňovaní smernice o elektronickom obchode.

27 — Rozsudok z 25. októbra 2011, eDate Advertising a i. (C-509/09 a C-161/10, EU:C:2011:685, bod 57). Pozri tiež odôvodnenie 22 tejto smernice.

28 — Pozri odôvodnenie 22 smernice o elektronickom obchode.

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

30 — Body 58 a 59 tohto rozsudku.

31 — Toto ustanovenie zakazuje členským štátom, aby z dôvodov spadajúcich do koordinovanej oblasti obmedzili slobodu poskytovania služieb informačnej spoločnosti z iného členského štátu. V predmetnom prípade sa uvedené ustanovenie podľa môjho názoru nemôže uplatniť, vzhľadom na to, že služba, o akú ide vo veci samej, sa neposkytuje z iného členského štátu, ako z Belgického kráľovstva, ale poskytuje ju poskytovateľ služieb, ktorý je v Belgickom kráľovstve usadený (pozri analogicky rozsudok z 11. septembra 2014, Papasavvas, C-291/13, EU:C:2014:2209, bod 35). V každom prípade je zaujímavé uviesť, že v zmysle článku 3 ods. 4 písm. a) smernice o elektronickom obchode sa členské štáty môžu od tohto zásadného zákazu odchýliť v prípade, že opatrenie je, po prvé, nevyhnutné na účely ochrany verejného poriadku, verejného zdravia, verejnej bezpečnosti a spotrebiteľov, po druhé, prijaté proti určitej službe informačnej spoločnosti, ktorá škodí alebo môže škodiť uvedeným cieľom, a po tretie, primerané týmto cieľom. Preto aj keby bol poskytovateľ služby informačnej spoločnosti usadený v inom členskom štáte ako v Belgickom kráľovstve, tento členský štát by bol oprávnený prijať opatrenia obmedzujúce slobodné poskytovanie služieb elektronického obchodu z dôvodov, o aké ide v prejednávanej veci, týkajúcich sa ochrany verejného zdravia a spotrebiteľov, avšak pod podmienkou, že tieto výnimky spĺňajú podmienky stanovené v článku 3 ods. 4 písm. a) tejto smernice. Vzhľadom na úvahy, ktorým sa venujem v bode 93 a nasl. týchto návrhov, by takéto podmienky boli pravdepodobne splnené.

62. Vzhľadom na vyššie uvedené treba teraz prihliadnuť na pravidlá, ktoré normotvorca Únie výslovne stanovil v článku 8 ods. 1 uvedenej smernice, pokiaľ ide o komerčnú komunikáciu uskutočnenú osobitne členmi regulovanej profesie.

63. Z prvej časti tohto ustanovenia totiž vyplýva, že členské štáty sú v zásade povinné umožniť členom regulovanej profesie, aby prostredníctvom elektronického obchodu používali komerčnú komunikáciu. Ako zdôrazňuje Komisia vo svojej prvej správe o uplatňovaní smernice o elektronickom obchode, znamená to, že členovia regulovaných profesií môžu svojich klientov informovať prostredníctvom internetových stránok, čo, ako sa tu uvádza, predtým v niektorých členských štátoch nebolo možné.³²

64. Z tejto zásady však existuje výnimka, ktorá sa týka dodržiavania deontologických pravidiel danej profesie.

65. Normotvorca Únie totiž v druhej časti uvedeného ustanovenia oprávňuje členské štáty, aby prijali osobitné obmedzenia s cieľom zaručiť dodržiavanie pravidiel príslušnej profesie, ktoré sa týkajú „najmä“ nezávislosti, dôstojnosti a cti danej profesie, profesionálneho tajomstva a slušnosti voči klientom a ostatným členom danej profesie. V tomto zmysle je zrejmé, že v súlade s odôvodnením 33 smernice o elektronickom obchode táto smernica „doplňa“ vnútroštátne právo týkajúce sa regulovaných profesií.

66. Normotvorca Únie tým, že umožnil takéto obmedzenia, rozlišuje medzi službami poskytovanými členmi regulovanej profesie a službami ponúkanými zo strany akéhokoľvek iného poskytovateľa služieb, keďže medicína, predaj liekov či právne poradenstvo a spisovanie notárskych zápisníc nepredstavujú obchod ako každý iný. Povaha týchto činností neumožňuje reklamu za rovnakých podmienok, ako ju robí iný poskytovateľ služieb, pretože tento poskytovateľ má možnosť propagovať poskytovanie svojich služieb akoukoľvek formou komunikácie s cieľom podnietiť spotrebiteľa, aby ich využil.

67. Dôvody odôvodňujúce tieto obmedzenia nie sú stanovené taxatívne, ako to preukazuje použitie príslovky „najmä“ v článku 8 ods. 1 smernice o elektronickom obchode. Je pritom nepochybné, že dodržiavanie pravidiel zdravotníckych povolání zahŕňa ochranu verejného zdravia, a osobitne zdravia pacienta, čo predstavuje prvoradú povinnosť zubných chirurgov, ako to vyplýva z deontologického kódexu tejto profesie, ako aj z deontologického kódexu profesie lekára.³³ Vnútroštátna právna úprava, o akú ide vo veci samej, sa teda má vykladať tak, že sa nepochybne podieľa na dodržiavaní deontologických pravidiel, ktorými sa riadi povolanie zubára. Belgické kráľovstvo sa zákazom akejkoľvek formy reklamy týkajúcej sa poskytovania zubnej starostlivosti snaží zabrániť tomu, aby nebola narušená dôvera, ktorú pacienti majú v zubného lekára, čo predstavuje zásah do dôstojnosti danej profesie, a aby v konečnom dôsledku nebola ohrozená kvalita starostlivosti, čo by bolo na ujmu zdravia pacientov. Tiež sa snaží zabrániť tomu, aby bola na základe reklamy narušená mravná bezúhonnosť zubných lekárov a aby takými krokmi, ktoré podnikol pán Vanderborght, ktorý na svojej internetovej stránke rozširuje svedectvá pacientov poukazujúce na rozdiel poskytnutých služieb v porovnaní so starostlivosťou ponúkanou inými zubnými lekármi, došlo k poškodeniu dobrej povesti týchto zubných lekárov.

68. Obmedzenia, ktoré obsahuje článok 1 zákona z roku 1958, teda podľa môjho názoru môžu byť v zmysle článku 8 ods. 1 smernice o elektronickom obchode odôvodnené dôvodmi týkajúcimi sa dodržiavania deontologických pravidiel profesie zubára.

32 — Pozri bod 4.4 tejto správy.

33 — Pozri článok R. 4127-215 deontologického kódexu zubných chirurgov, na základe ktorého sa zakazujú všetky priame alebo nepriame reklamné postupy. Článok R 4127-19 kódexu verejného zdravia, ktorý sa vzťahuje na povolanie lekára, stanovuje: „Medicína sa nesmie vykonávať ako obchod. Zakazujú sa všetky priame alebo nepriame reklamné postupy, a najmä akákoľvek úprava alebo označenie prepožičiavajúce priestorom obchodný vzhľad.“

69. Vzhľadom na uvedené skutočnosti sa domnievam, že smernica o elektronickom obchode, konkrétne jej článok 3 ods. 1 a jej článok 8 ods. 1, sa má vykladať v tom zmysle, že nebráni vnútroštátnej právnej úprave, akou je tá, ktorú stanovuje článok 1 zákona z roku 1958, ktorá zakazuje poskytovateľom zubnej starostlivosti v rámci slobodného povolania alebo zubnej ordinácie, aby robili akúkoľvek reklamu, ktorá sa týka ich služieb, prostredníctvom internetu, keďže snahou tejto právnej úpravy je zabezpečiť dodržiavanie pravidiel povolania a uplatňuje sa na poskytovateľa, ktorý je usadený na vnútroštátnom území.

70. Teraz treba posúdiť súlad uvedenej právnej úpravy s právom Únie z hľadiska primárneho práva.

C – O súlade sporných ustanovení zákona z roku 1958 so slobodou usadiť sa a slobodným poskytovaním služieb

71. Svojou šiestou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate Súdneho dvora pýta, či sa články 49 a 56 ZFEÚ majú vykladať v tom zmysle, že bránia právnej úprave členského štátu, ktorá zakazuje poskytovateľom zubnej starostlivosti v rámci slobodného povolania alebo zubnej ordinácie, aby robili priamo alebo nepriamo akúkoľvek reklamu na svoje služby, určenú verejnosti.

72. Ako vyplýva z ustálenej judikatúry, lekárske a paramedicínske činnosti, najmä tie, ktoré sa týkajú zubnej starostlivosti, patria do pôsobnosti ustanovení Zmluvy zaručujúcich voľný pohyb.³⁴

73. Podľa ustálenej judikatúry sa pritom tieto ustanovenia neuplatňujú na situáciu, v ktorej sa všetky prvky nachádzajú iba na území jedného členského štátu.³⁵ Uplatnenie ustanovení Zmluvy týkajúcich sa slobody usadiť sa a slobodného poskytovania služieb, je tak podmienené existenciou cudzieho prvku.

74. V prejednávanej veci je pravda, že pán Vanderborght vykonáva svoje činnosti v Belgicku, kde je usadený, a tam je aj trestne stíhaný. Trestné stíhanie bolo začaté nielen z dôvodu, že dotknutá osoba pri vstupe do svojej ordinácie umiestnila tabuľu, ktorá nespĺňala požiadavky na nenápadnosť vyžadované vnútroštátnou právnou úpravou, ale tiež z dôvodu, že urobila reklamu v miestnom denníku a prostredníctvom svojej internetovej stránky.

75. Na rozdiel od pána Doulamisa vo veci, v ktorej bol vydaný rozsudok z 13. marca 2008, Doulamis (C-446/05, EU:C:2008:157), ktorý iba uverejnil reklamné oznámenia v národnom papierovom zozname, pritom pán Vanderborght urobil reklamu prostredníctvom nástroja, ktorý už zo svojej povahy nepozná žiadne hranice.

76. Súdny dvor vo svojom rozsudku z 25. októbra 2011, eDate Advertising a i.³⁶, týkajúcom sa namietaného porušenia práv na ochranu osobnosti na základe uverejnenia obsahu na internetovej stránke, uznal, že „uverejnenie obsahu informácií na internetových stránkach sa odlišuje od územne obmedzeného šírenia takého média, ako je tlač, v tom, že cieľom tohto uverejnenia je v zásade všadeprítomnosť obsahu uvedených informácií. S týmto obsahom sa môže okamžite oboznámiť

34 — Pozri najmä, pokiaľ ide o slobodu usadiť sa, rozsudky z 1. februára 2001, Mac Quen a i. (C-108/96, EU:C:2001:67, bod 24), ako aj z 10. marca 2009, Hartlauer (C-169/07, EU:C:2009:141); pokiaľ ide o slobodné poskytovanie služieb v lekárskej oblasti, rozsudok z 31. januára 1984, Luisi a Carbone (286/82 a 26/83, EU:C:1984:35), ako aj, čo sa týka zubnej starostlivosti, konkrétne ortodontickej liečby, rozsudok z 28. apríla 1998, Kohll (C-158/96, EU:C:1998:171).

35 — Pozri najmä rozsudky zo 16. februára 1995, Aubertin a i. (C-29/94 až C-35/94, EU:C:1995:39, bod 9 a citovanú judikatúru); z 21. októbra 1999, Jägerskiöld (C-97/98, EU:C:1999:515, bod 42 a citovanú judikatúru), ako aj z 11. júla 2002, Carpenter (C-60/00, EU:C:2002:434, bod 28).

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

neobmedzený počet užívateľov internetu kdekoľvek na svete nezávisle od toho, či má jeho vydavateľ v úmysle, aby tento obsah bol prístupný mimo členského štátu jeho usadenia“³⁷. Súdny dvor z toho vyvodil záver, že sa „zdá..., že internet znižuje užitočnosť kritéria týkajúceho sa šírenia, keďže rozsah šírenia obsahu informácií na internete je v zásade univerzálny“³⁸.

77. V kontexte internetu tak podľa môjho názoru komerčná reklama v elektronickej podobe, ktorú urobil pán Vanderborght, stačí na to, aby spĺňala kritérium cudzieho prvku, keďže táto reklama je spôsobilá osloviť verejnosť, a teda pritiahnuť pacientov nachádzajúcich sa v inom členskom štáte, ako je členský štát, v ktorom je dotknutá osoba usadená.

78. Súdny dvor napokon pripustil, že tento cezhraničný prvok môže existovať nielen na strane samotného poskytovateľa služieb, ale aj na strane príjemcu. Vo svojom rozsudku z 11. júna 2015, *Berlington Hungary a i.*³⁹, tak dospel k záveru o existencii cezhraničného záujmu vzhľadom na to, že časť zákazníkov obchodných spoločností prevádzkujúcich hracie automaty pozostávala z občanov Únie, ktorí boli v Maďarsku na dovolenke, pričom tak uviedol, že „služby, ktoré poskytovateľ usadený v členskom štáte poskytuje bez toho, aby sa premiestnil, prijímateľovi usadenému v inom členskom štáte, predstavujú cezhraničné poskytovanie služieb v zmysle článku 56 ZFEÚ“⁴⁰.

79. Vzhľadom na tieto skutočnosti sa preto domnievam, že spor vo veci samej má dostatočnú väzbu s právom Únie, na základe ktorej tak Súdny dvor môže posúdiť súlad vnútroštátnej právnej úpravy, o akú ide vo veci samej, s voľným pohybom zaručeným Zmluvou o FEÚ.

1. O uplatniteľnom primárnom práve

80. Hneď na úvod je potrebné preskúmať, či sa má vnútroštátna právna úprava, o akú ide vo veci samej, preskúmať z hľadiska slobody usadiť sa, alebo z hľadiska slobodného poskytovania služieb.

81. Z judikatúry Súdneho dvora totiž vyplýva, že pokiaľ sa vnútroštátne opatrenie týka obidvoch týchto základných slobôd zaručených Zmluvou, Súdny dvor ho v zásade skúma z hľadiska iba jednej z týchto slobôd, ak sa ukáže, že za okolností, o ktoré ide vo veci samej, má jedna z nich prednosť pred druhou a môže byť s ňou spojená.⁴¹

82. Podľa môjho názoru je pritom tomu práve tak v prejednávanom prípade. Nazdávam sa totiž, že v tejto veci sa ťažisko nachádza skôr na strane slobodného poskytovania služieb, a to vzhľadom na cieľ, ktorý chcel pán Vanderborght dosiahnuť prostredníctvom reklamy, ktorú urobil nielen v miestnych denníkoch, ale tiež tým, že si zriadil internetovú stránku. Jeho cieľom je na základe uskutočnenia takýchto reklamných praktík získať nových zákazníkov bez ohľadu na to, či sú usadení v členskom štáte, v ktorom je usadený aj on, alebo v inom členskom štáte.⁴²

37 — Bod 45 tohto rozsudku.

38 — Bod 46 uvedeného rozsudku.

39 — C-98/14, EU:C:2015:386.

40 — Body 25 a 26, ako aj citovaná judikatúra.

41 — Rozsudok z 26. mája 2016, *NN (L) International* (C-48/15, EU:C:2016:356, bod 39 a citovaná judikatúra).

42 — Ako rozhodol Súdny dvor vo svojom rozsudku z 8. marca 2001, *Gourmet International Products* (C-405/98, EU:C:2001:135), ktorý sa týkal právnej úpravy zakazujúcej akékoľvek šírenie reklamných správ na alkoholické nápoje smerom k spotrebiteľom, „na právo na slobodné poskytovanie služieb sa môže podnik odvolávať vo vzťahu k členskému štátu, v ktorom je usadený, pokiaľ sa služby poskytujú príjmom usadeným v inom členskom štáte“ (bod 37 a citovaná judikatúra).

83. Hoci na základe zákazu, o aký ide vo veci samej, môže dôjsť k zásahu aj do slobody usadiť sa, vzhľadom na to, že tento zákaz môže pre podnikateľov usadených v inom členskom štáte predstavovať vážnu prekážku vstupu na trh, na ktorom sa ponúka zubná starostlivosť, a teda prekážku výkonu ich činností⁴³, zdá sa, že pred touto slobodou má prednosť slobodné poskytovanie služieb, a podľa môjho názoru s ním táto sloboda môže byť spojená.

84. Za týchto podmienok tak navrhujem, aby Súdny dvor preskúmal súlad vnútroštátnej právnej úpravy, o akú ide vo veci samej, z hľadiska článku 56 ZFEÚ.

2. O existencii obmedzenia slobodného poskytovania služieb

85. Podľa judikatúry Súdneho dvora sa za obmedzenia slobodného poskytovania služieb v zmysle článku 56 ZFEÚ považujú všetky opatrenia, ktoré zakazujú výkon tejto slobody, bránia mu alebo ho robia menej atraktívnym.⁴⁴

86. Medzi takéto opatrenia patria opatrenia, ktoré napriek tomu, že sú uplatňované rovnocenne, obmedzujú právo poskytovateľov služieb usadených na území členského štátu ponúkať služby potenciálnym záujemcom usadeným v iných členských štátoch.

87. Súdny dvor vo svojom rozsudku z 10. mája 1995, *Alpine Investments*⁴⁵, rozhodol, že právna úprava členského štátu, ktorá zakazuje podniku usadenému na jeho území telefonicky kontaktovať jednotlivcov usadených v iných členských štátoch s cieľom ponúkať im rozličné finančné služby, môže predstavovať obmedzenie slobodného poskytovania služieb. Súdny dvor v prvom rade rozhodol, že skutočnosť, že tieto služby predstavujú jednoduché ponuky adresované zo strany poskytovateľa služieb usadeného v členskom štáte príjemcovi usadenému v inom členskom štáte, ktorý zatiaľ nie je určený, nie je prekážkou uplatnenia článku 56 ZFEÚ. Podľa Súdneho dvora by sa totiž slobodné poskytovanie služieb mohlo stať iluzórnym, ak by vnútroštátne predpisy mohli voľne brániť ponúkaniu služieb.⁴⁶ Následne Súdny dvor rozhodol, že takýto zákaz, vzhľadom na to, že zbavuje dotknuté subjekty rýchlej a priamej techniky reklamy a nadviazania kontaktu s potenciálnymi zákazníkmi, ktorí sa nachádzajú v iných členských štátoch, obmedzuje slobodu zaručenú v článku 56 ZFEÚ, a to napriek tomu, že predmetný zákaz vydal členský štát, v ktorom je usadený poskytovateľ služieb. Súdny dvor tak pripomína svoju ustálenú judikatúru. Na právo na slobodné poskytovanie služieb sa môže podnik odvolávať vo vzťahu k členskému štátu, v ktorom je usadený, pokiaľ sa služby poskytujú príjemcom usadeným v inom členskom štáte.⁴⁷

88. Podľa môjho názoru je toto odôvodnenie uplatniteľné aj na vnútroštátnu právnu úpravu, o akú ide vo veci samej, ktorá zakazuje akúkoľvek reklamu, pokiaľ ide o ponuku zubnej starostlivosti.

43 — V tejto súvislosti pozri analýzu Súdneho dvora v jeho rozsudku zo 17. júla 2008, *Corporación Dermoestética* (C-500/06, EU:C:2008:421). Vo veci, v ktorej bol vydaný tento rozsudok, Súdny dvor v skutočnosti preskúmal súlad vnútroštátnej právnej úpravy, ktorá zakazuje, aby sa na televíznych staniciach s celoplošnou pôsobnosťou vysielala reklama na lekárske a chirurgické zákroky vykonávané v súkromných zdravotníckych zariadeniach, tak z hľadiska článku 49 ZFEÚ, ako aj článku 56 ZFEÚ. V tejto veci však bolo podľa môjho názoru takéto preskúmanie plne odôvodnené vzhľadom na osobitné okolnosti prípadu, keďže *Corporación Dermoestética SA* bola spoločnosť usadená v Španielsku a jej cieľom bolo prostredníctvom zmluvy uzavretej s talianskym poskytovateľom služieb vysielanie reklamných správ na talianskej televíznej stanici s celoplošnou pôsobnosťou (pozri body 33 a 34 uvedeného rozsudku).

44 — Rozsudok z 28. januára 2016, *Laezza* (C-375/14, EU:C:2016:60, bod 21 a citovaná judikatúra).

45 — C-384/93, EU:C:1995:126.

46 — Body 18 až 22 tohto rozsudku.

47 — Body 28 až 30 uvedeného rozsudku. Pozri tiež rozsudok z 8. marca 2001, *Gourmet International Products* (C-405/98, EU:C:2001:135, bod 37 a citovanú judikatúru).

89. Reklama⁴⁸ prostredníctvom tlače alebo cez internet sa javí ako základný nástroj umožňujúci hospodárskym subjektom všetkých veľkostí, aby dali o sebe vedieť a informovali spotrebiteľov o službách, ktoré ponúkajú. Hrá teda rozhodujúcu úlohu pri možnosti poskytovateľa služieb rozšíriť okruh svojich zákazníkov. V tejto súvislosti je dnes reklama cez internet výnimočne účinným informačným prostriedkom, ktorý môže zasiahnuť veľmi široký okruh verejnosti a zaujať zákazníkov usadených v iných členských štátoch. Reklama tiež podporuje hospodársku súťaž, keďže predstavuje prostriedok, ktorým sa hospodárske subjekty snažia presvedčiť spotrebiteľov, aby využili práve ich služby, a nie služby ich konkurentov. Napokon, ako zdôraznila Komisia vo svojej prvej správe o uplatňovaní smernice o elektronickom obchode, reklama cez internet ponúka hlavný zdroj príjmov pre mnohých poskytovateľov služieb informačnej spoločnosti.⁴⁹

90. Zákaz akejkoľvek reklamy v oblasti zubnej starostlivosti, tak ako ho stanovuje zákon z roku 1958, teda zbavuje podnikateľa, akým je pán Vanderborght, účinného informačného prostriedku na to, aby so svojimi službami oboznámil potenciálnych zákazníkov usadených v iných členských štátoch. Tento zákaz tak naozaj môže brániť ponuke zubnej starostlivosti určenej pacientom usadeným v iných členských štátoch. Navyše, ako som zdôraznil v návrhoch, ktoré som predniesol vo veci Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701), takáto právna úprava reklamy bráni poskytovateľom reklamy usadeným v iných členských štátoch ako v Belgicku ponúknuť ich služby odborníkom usadeným v Belgicku a takisto bráni odborníkom využívať služby týchto poskytovateľov.⁵⁰

91. Za týchto podmienok tak podľa môjho názoru takýto zákaz predstavuje obmedzenie slobody zaručenej článkom 56 ZFEÚ.

92. Teraz je potrebné preskúmať, či toto obmedzenie môže byť odôvodnené.

3. Odôvodnenie obmedzenia

93. Vo veci, v ktorej bol vydaný rozsudok z 13. marca 2008, Doulamis (C-446/05, EU:C:2008:157), belgická vláda vysvetlila dôvody, ktoré viedli k prijatiu zákazu akejkoľvek reklamy zo strany poskytovateľov zubnej starostlivosti. Podľa tejto vlády reklamná prax zameraná na získanie pacientov prostredníctvom reklamy odporuje požiadavkám ochrany verejného zdravia a dôstojnosti povolania. Takáto prax môže totiž narušiť dôveru, ktorá musí existovať medzi poskytovateľom zubnej starostlivosti a jeho pacientom, ako aj kvalitu a mravnú bezúhonnosť zubných lekárov.

94. Domnievam sa, že členské štáty sú oprávnené zakázať poskytovateľom zubnej starostlivosti robiť reklamu na svoje služby, určenú verejnosti, pokiaľ sa tento zákaz skutočne vzťahuje len na propagáciu týchto služieb. Toto stanovisko zakladám na nasledujúcich úvahách.

48 — Význam reklamy pre vstup na trh už Súdny dvor viackrát zdôraznil v oblasti voľného pohybu tovaru (pozri v tejto súvislosti rozsudky z 9. júla 1997, De Agostini a TV-Shop, C-34/95 až C-36/95, EU:C:1997:344; z 8. marca 2001, Gourmet International Products, C-405/98, EU:C:2001:135, ako aj z 15. júla 2004, Douwe Egberts, C-239/02, EU:C:2004:445, bod 53), a v oblasti slobody usadiť sa a slobodného poskytovania služieb (pozri rozsudok zo 17. júla 2008, Corporación Dermoestética, C-500/06, EU:C:2008:421). K tejto judikatúre tiež pozri body 88 až 92 návrhov, ktoré som predniesol vo veci Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701), ako aj body 75 až 80 návrhov, ktoré som predniesol vo veci Corporación Dermoestética (C-500/06, EU:C:2008:62).

49 — Pozri bod 4.3 tejto správy.

50 — Pozri bod 101 návrhov, ktoré som predniesol v tejto veci.

95. Podľa ustálenej judikatúry môže byť obmedzenie výkonu slobodného pohybu odôvodnené, pokiaľ sú splnené štyri podmienky, konkrétne, že sa toto obmedzenie musí uplatňovať nediskriminačne, že musí byť odôvodnené naliehavým dôvodom všeobecného záujmu, že musí byť vhodné na zabezpečenie dosiahnutia sledovaného cieľa a že nesmie ísť nad rámec toho, čo je nevyhnutné na dosiahnutie tohto cieľa, keďže takáto právna úprava podľa Súdneho dvora spĺňa túto podmienku len vtedy, ak skutočne zodpovedá úsiliu dosiahnuť ho koherentne a systematicky.⁵¹

96. Prvá z týchto podmienok je splnená, pretože právna úprava reklamy, o akú ide vo veci samej, sa uplatní nezávisle od toho, v ktorom členskom štáte majú sídlo poskytovatelia služby, ktorých sa týka.

97. Nedá sa spochybniť ani to, že druhá podmienka je tiež splnená.

98. Z ustálenej judikatúry totiž vyplýva, že ochrana zdravia a života osôb a ochrana spotrebiteľov sú cieľmi, ktoré možno považovať za naliehavé dôvody všeobecného záujmu spôsobilé odôvodniť obmedzenie slobodného poskytovania služieb.⁵² V tejto súvislosti Súdny dvor napokon dodáva, že zdravie a život ľudí patria medzi prvoradé záujmy chránené ustanoveniami Zmluvy⁵³, ktoré stanovujú možné výnimky zo zákazu obmedzenia voľného pohybu.

99. Tretia podmienka vyžadovaná judikatúrou je podľa môjho názoru tiež splnená.

100. Je totiž nepochybné, že informovanie verejnosti v oblasti zdravia musí byť uskutočnené na základe objektívnych zdrojov a reklama uskutočnená samotnými poskytovateľmi služby túto podmienku objektivity nevyhnutne nespĺňa. Za týchto podmienok zákaz uložený poskytovateľom služby robiť akúkoľvek reklamu na svoje služby, určenú verejnosti, im môže zabrániť v tom, aby použili reklamu, ktorá by mohla narušiť dôveru, ktorú pacienti majú v zubného lekára, čím by došlo k zásahu do dôstojnosti ich povolania, a ktorá by tak mohla ohroziť kvalitu starostlivosti.

101. Otázka, ktorá je v prejednávanej veci kľúčová, teda v skutočnosti znie tak, či takýto zákaz nie je neprimeraný s ohľadom na takéto ciele, alebo inými slovami, či môžu byť tieto ciele rovnako účinne dosiahnuté menej obmedzujúcimi opatreniami.⁵⁴

102. Existencia tejto právnej úpravy ma teda vedie k preskúmaniu toho, či ochrana verejného zdravia a ochrana dôstojnosti povolania môžu odôvodňovať zákaz uložený poskytovateľom zubnej starostlivosti robiť reklamu za tých istých podmienok ako akýkoľvek iný poskytovateľ služieb, to znamená propagovať poskytovanie ich služieb akoukoľvek formou oznámenia, s cieľom podnietiť spotrebiteľa, aby tieto služby využil. Takisto ide o to, či tieto dôvody môžu odôvodniť zákaz akejkoľvek formy reklamy, určenej verejnosti.

103. Z rovnakých dôvodov, ako sú dôvody predstreté v návrhoch, ktoré som predniesol vo veci Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701), sa domnievam, že ochrana verejného zdravia môže odôvodniť zákaz akejkoľvek formy atraktívneho alebo podnecujúceho oznámenia určeného verejnosti, a to z týchto dôvodov.

51 — Rozsudky z 10. marca 2009, Hartlauer (C-169/07, EU:C:2009:141, bod 55 a citovaná judikatúra); z 12. septembra 2013, Konstantinides (C-475/11, EU:C:2013:542, bod 50 a citovaná judikatúra), ako aj z 28. januára 2016, Laezza (C-375/14, EU:C:2016:60, bod 36 a citovaná judikatúra).

52 — Rozsudok z 12. septembra 2013, Konstantinides (C-475/11, EU:C:2013:542, bod 51 a citovaná judikatúra).

53 — Rozsudky z 10. novembra 1994, Ortscheit (C-320/93, EU:C:1994:379, bod 16), ako aj z 12. novembra 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, bod 118 a citovaná judikatúra).

54 — Pozri v tejto súvislosti rozsudok z 12. novembra 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, bod 119 a citovanú judikatúru).

104. Po prvé v prípade poskytnutia lekárskej starostlivosti nejde o poskytnutie služby ako každej inej. Tieto služby majú vplyv na telesnú integritu príjemcu a na jeho psychickú rovnováhu. Navyše pacient, ktorý ich využíva, tým reaguje na skutočnú potrebu, ktorá súvisí s jeho uzdravením, a prípadne s ochranou jeho života. Vzhľadom na dôležitosť tohto plnenia nemá pacient, ktorý sa musí rozhodnúť, či využije poskytnutie starostlivosti, alebo nie, slobodnú vôľu, ktorú má, pokiaľ ide o iné služby. Pacient využívajúci poskytnutie starostlivosti tým neuspokojuje túžbu, ale potrebu.

105. Po druhé sa domnievam, že oblasť zubnej starostlivosti, tak ako všetky činnosti v oblasti zdravia, predstavuje jednu z tých oblastí, v ktorých je, podľa výrazu použitého Komisiou v jej správe o hospodárskej súťaži v sektore slobodných povolání⁵⁵, „asymetria informácií“ medzi poskytovateľom a príjemcom služby najvyššia. To znamená, že poskytovateľ disponuje vo svojom odbore oveľa vyššou úrovňou kompetencie ako príjemca, takže tento príjemca nie je reálne schopný posúdiť kvalitu ponúkanej služby.

106. Vzhľadom na túto asymetriu úrovne kvalifikácie a význam, ktorý pre pacienta predstavuje rozhodnutie využiť či nevyužiť poskytnutie starostlivosti, sa teda domnievam, že tým najdôležitejším je vzťah dôvery medzi pacientom a zdravotníckym odborníkom. Inými slovami, pacient musí mať možnosť sa presvedčiť, že ak mu tento lekár poradí alebo odporučí, aby využil poskytnutie starostlivosti, táto rada alebo odporúčanie sú motivované výlučne ochranou jeho zdravia, a nie ziskom.

107. Práve preto si myslím, že tento vzťah dôvery by bol nevyhnutne narušený, ak by poskytovatelia zubnej starostlivosti boli oprávnení robiť reklamu určenú verejnosti s cieľom propagovať svoje služby. V takom prípade by sa pacient mohol oprávnene obávať, že keď mu lekár poradí alebo odporučí využiť poskytnutie starostlivosti, táto rada alebo toto odporúčanie sú prinajmenšom sčasti motivované hospodárskym záujmom tohto lekára. Pacient by vtedy mohol relativizovať hodnotu uvedenej rady alebo uvedeného odporúčania a odmietnutím alebo oddialením ponúkanej starostlivosti ohroziť svoj zdravotný stav.

108. Ani len samotné uvedenie ceny nie je úplne bez rizika. Nedá sa vylúčiť, že lekárov láka konkurovanie cenou, čo zodpovedá konkurovaniu pri poskytovaní služby, čoho výsledkom by mohlo byť zníženie samotnej kvality, ak už nie technického prevedenia, v každom prípade napríklad implantovanej protézy, čo pacient nie je technicky schopný posúdiť.

109. V dôsledku uvedeného sa domnievam, že ochrana verejného zdravia môže platne odôvodňovať zákaz uložený poskytovateľom zubnej starostlivosti robiť akúkoľvek formu reklamy na svoje služby, určenú verejnosti.

110. Vzhľadom na to, že normotvorca Únie neprijal žiadne spoločné alebo harmonizované pravidlo, ktoré by sa týkalo reklamy v oblasti zubnej starostlivosti, Súdny dvor opakovane rozhoduje, že prináleží členským štátom rozhodnúť, na akej úrovni chcú zabezpečiť ochranu verejného zdravia, ako aj rozhodnúť o spôsobe, akým sa má táto úroveň dosiahnuť. Keďže sa táto úroveň môže v jednotlivých členských štátoch líšiť, Súdny dvor usudzuje, že členským štátom treba priznať určitú mieru voľnej úvahy.⁵⁶

111. Samozrejme, členské štáty musia túto voľnú úvahu uplatňovať tak, že sa súčasne ubezpečia o primeranosti a nevyhnutnosti prijatých opatrení.⁵⁷

55 — KOM(2004) 83 v konečnom znení/2. Pozri bod 25 tejto správy.

56 — Rozsudok z 12. novembra 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, bod 118 a citovaná judikatúra).

57 — Rozsudky z 25. júla 1991, Aragonesa de Publicidad Exterior et Publivia (C-1/90 a C-176/90, EU:C:1991:327, bod 16), a z 12. novembra 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, body 119 a 120, ako aj citovaná judikatúra).

112. V predmetnom prípade podľa môjho názoru zákaz podľa článku 1 zákona z roku 1958 nie je v rozpore s článkom 56 ZFEÚ. Vzhľadom na osobitný charakter služieb, o aké ide vo veci samej, význam, ktorý pre pacienta predstavuje rozhodnutie využiť či nevyužiť poskytnutie zubnej starostlivosti, a vzťah dôvery, ktorý je nevyhnutné zachovať medzi poskytovateľom zubnej starostlivosti a pacientom, si myslím, že tento zákaz je plne v súlade s uvedeným ustanovením.

113. Na jednej strane táto miera požiadaviek v oblasti starostlivosti sa už prejavila veľmi prísnou reguláciou zdravotníckych povolání v rôznych členských štátoch. Táto značná regulácia napokon viedla normotvorcu Únie k tomu, aby v tejto oblasti činnosti prijal prvé sektorové smernice týkajúce sa vzájomného uznávania diplomov potrebných na výkon týchto povolání a harmonizácie vzdelávania potrebného na získanie týchto diplomov.⁵⁸

114. Na druhej strane vzťah medzi pacientom a poskytovateľom starostlivosti sa týka služieb, pri ktorých je požiadavka kvality jednoznačne väčšia ako v iných sektoroch činnosti. Zdravie teda predstavuje oblasť, v ktorej voľný pohyb odborníkov narazil na významné prekážky a vzájomné uznávanie si vyžiadalo širokú harmonizáciu zo strany normotvorcu Únie.

115. Preto zákaz podľa článku 1 zákona z roku 1958 nemôže byť neobmedzený.

116. Výkon činností poskytovateľmi zubnej starostlivosti, ako aj inými zdravotníckymi odborníkmi si prirodzene vyžaduje, aby sa verejnosť o ich existencii mohla dozvedieť. Z toho vyplýva požiadavka, aby verejnosť mohla poznať totožnosť poskytovateľa služby, fyzickej alebo právnickej osoby, služby, ktoré je oprávnený poskytovať, miesto, kde ich poskytuje, ordinačné hodiny, ako aj spôsob, ako sa s ním skontaktovať, ako napríklad telefónne alebo faxové číslo, alebo internetovú adresu.

117. Prístup verejnosti k týmto objektívnym informáciám je teda na účely realizácie voľného pohybu zdravotníckych odborníkov nevyhnutný. Prispieva tiež k lepšej ochrane verejného zdravia tým, že podporuje pohyb pacientov v rámci Únie. Vývoj judikatúry Súdneho dvora od času vydania rozsudkov z 28. apríla 1998, Decker⁵⁹ a Kohll⁶⁰, ukazuje, že pacienti čoraz viac vyhľadávajú ošetrovanie v inom členskom štáte.⁶¹ Táto tendencia súvisí s rôznymi dôvodmi. Pacienti tým môžu sledovať poskytnutie starostlivosti za výhodnejších cenových podmienok alebo poskytnutie služieb, ktoré neexistujú v štáte ich bydliska, alebo sa nechať ošetriť rýchlejšie ako v štáte bydliska. Táto mobilita pacientov tým, že umožňuje pacientom širší prístup k starostlivosti, ako v ich členskom štáte, tiež prispieva k ochrane verejného zdravia.

118. Vnútroštátny zákon zakazujúci poskytovateľom zubnej starostlivosti robiť priamo alebo nepriamo reklamu na svoje služby, určenú verejnosti, by nemal viesť až k zákazu, aby títo poskytovatelia uviedli v telefónnom zozname alebo iných informačných prostriedkoch prístupných verejnosti jednoduchým, neatraktívnym a nepodnecujúcim spôsobom údaje umožňujúce dozvedieť sa o nich ako o odborníkoch, akými sú ich totožnosť, činnosti, ktoré sú oprávnení vykonávať, miesto, kde ich vykonávajú, ich ordinačné hodiny a spôsob, ako sa s nimi skontaktovať.

119. Vzhľadom na znenie článku 1 zákona z roku 1958 a znenie článku 8d kráľovského nariadenia z roku 1934 sa domnievam, že tomu tak v danom prípade nie je.

58 — Prvá sektorová úprava uznávania diplomov bola prijatá pre lekárov už v roku 1975. Po nej nasledovalo päť ďalších sektorových úprav prijatých v rokoch 1977 až 1985, týkajúcich sa zdravotných sestier, zubných lekárov [smernicou Rady 78/686/EHS z 25. júla 1978 o vzájomnom uznávaní diplomov, osvedčení a iných dokladov o formálnych kvalifikáciách zubných lekárov vrátane opatrení na uľahčenie efektívneho uplatňovania práva usadiť sa a slobody poskytovať služby (Ú. v. ES L 233, 1978, s. 1; Mim. vyd. 06/001, s. 67)], a smernicou Rady 78/687/EHS z 25. júla 1978 o koordinácii zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení týkajúcich sa činností zubných lekárov (Ú. v. ES L 233, 1978, s. 10; Mim. vyd. 06/001, s. 76)], veterinárov, pôrodných asistentiek a lekárníkov. Sektorové smernice boli zrušené a nahradené smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2005/36/ES zo 7. septembra 2005 o uznávaní odborných kvalifikácií (Ú. v. EÚ L 255, 2005, s. 22).

59 — C-120/95, EU:C:1998:167.

60 — C-158/96, EU:C:1998:171.

61 — Pozri v tejto súvislosti rozsudok z 5. októbra 2010, Elčinov (C-173/09, EU:C:2010:581).

120. V každom prípade prináleží vnútroštátnemu súdu posúdiť, či v prejednávacom prípade reklamné správy, ktoré pán Vanderborght uverejnil v miestnych denníkoch a na svojej internetovej stránke, prekračujú rámec tohto obmedzenia, najmä s ohľadom na prevedenie týchto oznámení, uverejnenie fotografií „pred a po“ a reprodukovanie svedectiev pacientov, ktorí poukazujú na rozdiel poskytnutých služieb v porovnaní so starostlivosťou ponúkanou inými zubnými lekármi.

121. Práve vzhľadom na tieto úvahy navrhujem, aby Súdny dvor vnútroštátnemu súdu odpovedal, že vnútroštátna právna úprava, akou je tá, ktorú stanovuje článok 1 zákona z roku 1958, ktorá zakazuje poskytovateľom zubnej starostlivosti v rámci slobodného povolania alebo zubnej ordinácie, aby robili priamo alebo nepriamo akúkoľvek reklamu na svoje služby, predstavuje obmedzenie slobody usadiť sa a slobodného poskytovania služieb v zmysle článkov 49 a 56 ZFEÚ.

122. Toto obmedzenie je však odôvodnené ochranou verejného zdravia, pokiaľ vnútroštátna právna úprava, o akú ide vo veci samej, nemá za cieľ zakázať takýmto poskytovateľom uviesť jednoduchým, neatraktívnym a nepodnecujúcim spôsobom v telefónnom zozname alebo v iných informačných prostriedkoch prístupných verejnosti údaje umožňujúce dozvedieť sa o nich ako o odborníkoch, akými sú ich totožnosť, činnosti, ktoré sú oprávnení vykonávať, miesto, kde ich vykonávajú, ich ordináčne hodiny a spôsoby, ako sa s nimi skontaktovať.

V – Návrh

123. Vzhľadom na vyššie uvedené úvahy navrhujem, aby Súdny dvor odpovedal Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (holandskojazyčnému súdu prvého stupňa v Bruseli, Belgicko) takto:

1. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“), sa má vykladať v tom zmysle, že z dôvodu obmedzení výslovne stanovených normotvorcom Únie v článku 3 ods. 3 a 8 tejto smernice sa neuplatňuje na vnútroštátnu právnu úpravu, akou je tá, ktorú stanovuje článok 1 Wet betreffende de publiciteit inzake tandverzorging (zákon o reklame v oblasti zubnej starostlivosti) z 15. apríla 1958, v znení účinnom v čase skutkových okolností veci samej, ktorý zakazuje akúkoľvek reklamu týkajúcu sa služieb zubnej starostlivosti, ani na vnútroštátnu právnu úpravu, akou je tá, ktorú stanovuje článok 8d Koninklijk besluit houdende reglement op de beoefening der tandheelkunde (kráľovské nariadenie, ktorým sa upravuje vykonávanie zubného lekárstva) z 1. júna 1934, v znení účinnom v čase skutkových okolností veci samej, ktorý stanovuje požiadavky na nenápadnosť, ktoré musí spĺňať vývesná tabuľa na zubnej ordinácii.
2. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode), konkrétne jej článok 3 ods. 1 a jej článok 8 ods. 1, sa má vykladať v tom zmysle, že nebráni vnútroštátnej právnej úprave, akou je tá, ktorú stanovuje článok 1 zákona z 15. apríla 1958 o reklame v oblasti zubnej starostlivosti, v znení účinnom v čase skutkových okolností veci samej, ktorá zakazuje poskytovateľom zubnej starostlivosti v rámci slobodného povolania alebo zubnej ordinácie, aby robili akúkoľvek reklamu, ktorá sa týka ich služieb, prostredníctvom internetu, keďže snahou tejto právnej úpravy je zabezpečiť dodržiavanie pravidiel povolania a uplatňuje sa na poskytovateľa, ktorý je usadený na vnútroštátnom území.

3. Vnútroštátna právna úprava, akou je tá, ktorú stanovuje článok 1 zákona z 15. apríla 1958 o reklame v oblasti zubnej starostlivosti, v znení účinnom v čase skutkových okolností veci samej, ktorá zakazuje poskytovateľom zubnej starostlivosti v rámci slobodného povolania alebo zubnej ordinácie, aby robili priamo alebo nepriamo akúkoľvek reklamu na svoje služby, predstavuje obmedzenie slobody usadiť sa a slobodného poskytovania služieb v zmysle článkov 49 a 56 ZFEÚ.

Toto obmedzenie je odôvodnené ochranou verejného zdravia, pokiaľ vnútroštátna právna úprava, o akú ide vo veci samej, nemá za cieľ zakázať takýmto poskytovateľom uviesť jednoduchým, neatraktívnym a nepodnecujúcim spôsobom v telefónnom zozname alebo v iných informačných prostriedkoch prístupných verejnosti údaje umožňujúce dozvedieť sa o nich ako o odborníkoch, akými sú ich totožnosť, činnosti, ktoré sú oprávnení vykonávať, miesto, kde ich vykonávajú, ich ordinačné hodiny a spôsoby, ako sa s nimi skontaktovať.