Rättsfallssamlingen

FÖRSLAG TILL AVGÖRANDE AV GENERALADVOKAT
YVES BOT
föredraget den 8 september 2016 [1]

Mål C-339/15

Openbaar Ministerie
mot
Luc Vanderborght

(begäran om förhandsavgörande från Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (Bryssels nederländsktalande förstainstansdomstol, Belgien))

”Begäran om förhandsavgörande — Nationell lagstiftning om förbud för den som tillhandahåller tandvård att göra reklam som riktar sig till allmänheten för sina tjänster — Nationell lagstiftning om diskret skyltning av en tandvårdsmottagning — Förenlighet — Artiklarna 49 och 56 FEUF — Etableringsfrihet — Frihet att tillhandahålla tjänster — Koppling till utlandet — Inskränkning — Skydd för folkhälsan — Proportionalitet — Direktiv 2000/31/EG — Elektronisk handel — Tillämpningsområde — Artikel 3.3 — Undantag för nationella folkhälsobestämmelser — Artikel 3.8 — Undantag för nationella bestämmelser om reglerad yrkesverksamhet — Direktiv 2005/29/EG — Otillbörliga affärsmetoder — Artikel 3.1 — Klausul om den inre marknaden — Tillämpligheten av etableringsstatens regelverk — Artikel 8 — Inskränkning i rätten att fritt tillhandahålla informationssamhällets tjänster för att se till att yrkesetiska regler följs”

I – **Inledning**

1. Denna begäran om förhandsavgörande ger domstolen tillfälle att ännu en gång uttala sig om den mycket stränga belgiska lagstiftningen om reklam för tandvård och huruvida den är förenlig med primärrätten, i synnerhet med reglerna om fri etableringsrätt och rätten att fritt tillhandahålla tjänster, och med den sekundärrätt som gäller otillbörliga affärsmetoder och elektronisk handel.

2. Redan i domen av den 13 mars 2008, Doulamis, [2] uttalades sig domstolen nämligen om vissa bestämmelser i denna lagstiftning och huruvida de var förenliga med konkurrensreglerna om förbud mot karteller och samverkan mellan företag.

3. Det nu aktuella målet har sitt ursprung i ett åtal som väckts i Belgien mot Luc Vanderborght, allmäntandläkare, som under perioden 1 mars 2003–24 januari 2014 ska ha gjort reklam för sina tandvårdstjänster på ett sätt som strider mot den belgiska lagstiftningen.

1 — Originalspråk: franska.

2 — C-446/05, EU:C:2008:157. I domen fann domstolen att artikel 81 EG (sedermera artikel 101 FEUF) inte utgör hinder för den belgiska lagstiftning som förbjuder den som tillhandahåller tandvård, som fri yrkesutövare eller på en tandvårdsmottagning, att göra någon som helst reklam inom tandvårdsområdet, i den mån den inte omfattas av någon av de situationer där artikel 81 EG, i förening med artikel 10 EG (sedermera artikel 4.3 FEU), är tillämplig (punkt 21).

4. I artikel 8 quinquies i Koninklijk besluit houdende reglement op de beoefening der tandheelkunde (kunglig förordning om reglering av utövandet av tandvård) av den 1 juni 1934,[3] i den version som var giltig vid tidpunkten för omständigheterna i det nationella målet,[4] anges nämligen vilka krav på diskretion som för att skydda yrkets värdighet ställs på den som tillhandahåller tandvård när vederbörande vid entrén sätter upp en skylt eller en inskrift.

5. I denna bestämmelse föreskrivs följande:

”På den byggnad där en … behörig person utövar tandläkaryrket får, för offentliggörande till allmänheten, endast anbringas en storleks- och utseendemässigt diskret inskrift eller namnskylt, med angivelse av den behöriga personens namn och eventuell yrkestitel, öppetdagar och öppettider samt namnet på det företag eller vårdinrättning som vederbörande utövar sin yrkesverksamhet för. Dessutom får den del av tandvården som tandläkaren utövar (allmänodontologi, tandproteser, ortodonti, käkkirurgi) anges.

…”

6. Luc Vanderborght anklagas för att ha satt upp en reklampelare vid entrén till mottagningen som riktade sig till allmänheten och som till sin storlek och sitt utseende var raka motsatsen till diskretion. Pelaren hade tre sidor med en tryckt skylt, vardera 47 centimeter hög och 75 centimeter bred, med tandläkarens namn, yrkestitel samt tandläkarmottagningens webbplats och telefonnummer.

7. I artikel 1 i Wet bettreffende de publiciteit inzake tandverzorging (lag om reklam för tandvård) av den 15 april 1958,[5] i den version som var giltig vid tidpunkten för omständigheterna i det nationella målet,[6] anges att det är förbjudet för den som tillhandahåller tandvårdstjänster, som fri yrkesutövare eller på en tandvårdsmottagning, att göra någon som helst direkt eller indirekt reklam för sina tjänster.

8. Bestämmelsen har följande lydelse:

”Det är förbjudet att göra någon som helst direkt eller indirekt reklam i avsikt att behandla eller tillhandahålla behandling av sjukdomar, skador eller missbildningar i mun och tänder som utförs av en behörig eller icke-behörig person i Belgien eller utomlands, bland annat genom skyltning eller skyltar, inskrifter eller namnskyltar som kan vara vilseledande beträffande den angivna verksamhetens rättsliga art, eller genom prospekt, cirkulär, flygblad, broschyrer, press, radio och film …”

9. Luc Vanderborght anklagas för att ha annonserat i lokaltidningar och på sin webbplats gjort gällande sitt kunnande inom tandvård och för detta ändamål ha använt foton av typen ”före och efter” samt vittnesmål från patienter i vilka talades om skillnaden jämfört med behandlingar som erbjuds av andra tandläkare.

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

4 — Nedan kallad 1934 års kungliga förordning.

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

6 — Nedan kallad 1958 års lag.

10. I det nu aktuella målet undrar Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (Bryssels nederländsktalande förstainstansdomstol, Belgien), avdelningen för mindre brottmål, huruvida de bestämmelser som ligger till grund för åtalet är förenliga med de unionsrättsliga bestämmelserna om otillbörliga affärsmetoder i direktiv 2005/29/EG,[7] om elektronisk handel i direktiv 2000/31/EG[8] och om fri etableringsrätt och rätt att fritt tillhandahålla tjänster i artiklarna 49 och 56 FEUF.

11. I detta förslag till avgörande anger jag först att den lagstiftning som är aktuell i det nationella målet inte omfattas av tillämpningsområdet för direktivet om otillbörliga affärsmetoder på grund av de uttryckliga avgränsningar som unionslagstiftaren föreskrivit i artikel 3.3 och 3.8 i detta direktiv.

12. Däremot framhåller jag att sådana nationella bestämmelser som artikel 1 i 1958 års lag, som förbjuder alla former av reklam för tandvård på internet omfattas av tillämpningsområdet för direktivet om elektroniska tjänster. Jag förklarar emellertid att jag anser att detta direktiv, med hänsyn till artikel 3.1 och artikel 8.1, inte utgör något hinder för dessa bestämmelser, i och med att de syftar till att säkerställa att de yrkesetiska reglerna följs och de är tillämpliga på alla som tillhandahåller tjänster på medlemsstatens territorium.

13. Jag undersöka sedan om nämnda bestämmelser är förenliga med artiklarna 49 och 56 FEUF om fri etableringsrätt och rätten att fritt tillhandahålla tjänster. I första hand ska jag visa att tvisten i det nationella målet har en koppling till utlandet i den mån den reklam som anförts mot Luc Vanderborght gjordes på en webbplats, ett medium som är avsett för universell spridning och som därmed gjorde det möjligt att nå en publik och följaktligen locka till sig patienter i en annan medlemsstat än den där han själv var etablerad.

14. Därefter redogör jag för skälen till att ett förbud mot alla former av reklam för tandvård som riktar sig till allmänheten utgör en inskränkning i rätten att fritt tillhandahålla tjänster. Jag för i stora drag samma resonemang som det jag för säkerhets skull föreslog i mitt förslag till avgörande i målet Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701). Jag förklarar varför jag anser att denna inskränkning är skälig med hänsyn till skyddet av folkhälsan. Den aktuella nationella lagstiftningen i det nationella målet innebär nämligen inte något förbud för den som tillhandahåller tandvård att – utan att locka eller uppmana – endast ange uppgifter, i en telefonkatalog eller i andra medier som är tillgängliga för allmänheten, som upplyser om att vederbörande finns i egenskap av yrkesutövare.

II – **Tolkningsfrågorna**

15. Inom ramen för det nationella målet har Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (Bryssels nederländsktalande förstainstansdomstol) beslutat att ställa följande tolkningsfrågor till domstolen:

”1) Ska Europaparlamentets och rådets direktiv [om otillbörliga affärsmetoder] tolkas så, att det utgör hinder för nationell lagstiftning som innebär ett absolut förbud mot all reklam, oavsett av vem, på mun- eller tandvårdsområdet, såsom artikel 1 i [1958 års lag]?

2) Ska ett förbud mot reklam på mun- och tandvårdsområdet betraktas som en ’bestämmelse på gemenskapsnivå eller nationell nivå avseende produkters hälso- och säkerhetsaspekter’ i den mening som avses i artikel 3.3 i [direktivet om otillbörliga affärsmetoder]?

7 — Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (direktiv om otillbörliga affärsmetoder) (EUT L 149, 2005, s. 22).

8 — Europaparlamentets och rådets direktiv av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden (”direktiv om elektronisk handel”) (EGT L 178, 2000, s. 1).

3) Ska [direktivet om otillbörliga affärsmetoder] tolkas så, att det utgör hinder för en nationell bestämmelse med detaljerade krav på hur diskret en för allmänheten avsedd skylt utanför en tandläkarpraktik måste vara, såsom artikel 8 quinquies i [1934 års kungliga förordning]?

4) Ska [direktivet om elektronisk handel] tolkas så, att det utgör hinder för nationell lagstiftning som innebär ett absolut förbud mot all reklam, oavsett av vem, på mun- eller tandvårdsområdet, inklusive ett förbud mot kommersiell reklam på elektronisk väg (webbplats), såsom artikel 1 i [1958 års lag]?

5) Hur ska begreppet 'informationssamhällets tjänster' i artikel 2 a i [direktivet om elektronisk handel] tolkas, som innehåller en hänvisning till artikel 1.2 direktiv 98/34/EG[9], i dess lydelse enligt [Europaparlamentets och rådets] direktiv 98/48/EG [av den 20 juli 1998][10]?

6) Ska artiklarna 49 och 56 FEUF tolkas så, att de utgör hinder för nationell lagstiftning som den som är i fråga i det nationella målet, där ett absolut förbud mot reklam på tandvårdsområdet har införts i syfte att skydda folkhälsan?"

III – **Tillämpliga unionsbestämmelser**

A – *Direktivet om otillbörliga affärsmetoder*

16. I skälen 6, 8 och 9 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder anges följande:

"(6) Genom detta direktiv tillnärmas … medlemsstaternas lagstiftning om otillbörliga affärsmetoder, inklusive otillbörlig reklam, som direkt skadar konsumenternas ekonomiska intressen och därigenom indirekt skadar legitima konkurrenters ekonomiska intressen.

…

(8) Genom detta direktiv skyddas direkt konsumenternas ekonomiska intressen mot otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter …

(9) Detta direktiv påverkar inte … heller tillämpningen av gemenskapsbestämmelser och nationella bestämmelser om … produkters hälso- och säkerhetsaspekter … Medlemsstaterna kommer alltså fortfarande att kunna behålla eller införa restriktioner och förbud mot affärsmetoder för att skydda sina konsumenters hälsa och säkerhet oavsett var näringsidkaren är etablerad, till exempel i fråga om alkohol, tobak eller farmaceutiska produkter. …"

17. Enligt artikel 1 i direktivet är syftet "att bidra till att den inre marknaden fungerar korrekt och att säkerställa en hög konsumentskyddsnivå genom att tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar avseende otillbörliga affärsmetoder som skadar konsumenternas ekonomiska intressen".

18. I artikel 2 d i direktivet definieras otillbörliga affärsmetoder som "en näringsidkares handling, underlåtenhet, beteende, företrädande eller kommersiella meddelande (*inklusive reklam* och saluföring) i direkt relation till marknadsföring, försäljning eller leverans av en produkt till en konsument".[11]

9 — Europaparlamentets och rådets direktiv av den 22 juni 1998 om ett informationsförfarande beträffande tekniska standarder och föreskrifter (EGT L 204, 1998, s. 37).

10 — EGT L 217, 1998, s. 18.

11 — Min kursivering.

19. I artikel 3 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder, i vilken fastställs direktivets tillämpningsområde, anges följande:

”1. Detta direktiv skall tillämpas på otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på det sätt som anges i artikel 5, före, under och efter en affärstransaktion som gäller en produkt.

…

3. Detta direktiv skall inte påverka några bestämmelser på gemenskapsnivå eller nationell nivå avseende produkters hälso- och säkerhetsaspekter.

…

8. Detta direktiv skall inte påverka de villkor som medlemsstaterna enligt gemenskapslagstiftningen får ålägga yrkesutövare för etablering eller auktorisation, etiska uppförandekoder eller andra särskilda bestämmelser för reglerade yrken som syftar till att vidmakthålla högt ställda integritetsnormer för yrkesutövaren.

…”

20. Enligt artikel 5.2 i direktivet ska en affärsmetod vara otillbörlig om den strider mot god yrkessed och om den innebär, eller sannolikt kommer att innebära, avsevärd snedvridning av det ekonomiska beteendet i förhållande till produkten hos den genomsnittskonsument som affärsmetoden riktar sig till eller som nås av metoden, eller den genomsnittliga gruppmedlemmen om affärsmetoden riktar sig till en viss konsumentgrupp.

B – *Direktivet om elektronisk handel*

21. Skälen 7, 17, 18, 22, 32 och 33 i direktivet om elektronisk handel har följande lydelse:

”(7) För att garantera rättssäkerhet och konsumenternas förtroende måste detta direktiv fastställa en tydlig allmän ram som omfattar vissa rättsliga aspekter på den elektroniska handeln på den inre marknaden.

…

(17) Definitionen av informationssamhällets tjänster … omfattar alla tjänster som normalt utförs mot ersättning, på distans, med hjälp av utrustning för elektronisk behandling (inbegripet digital signalkomprimering) och lagring av information, och på individuell begäran av en tjänstemottagare. …

(18) Informationssamhällets tjänster omfattar en mängd näringsverksamheter som bedrivs online. … [De] begränsas inte enbart till tjänster som föranleder avtal online utan gäller även tjänster, i den mån de utgör näringsverksamhet, som inte betalas av de som mottar dem, exempelvis tillhandahållande av information eller kommersiella meddelanden online …

…

(22) Tillsyn över informationssamhällets tjänster bör ske vid verksamhetens källa för att se till att allmänintressets syften verkligen skyddas. … För att friheten att tillhandahålla tjänster och rättssäkerheten för leverantörer och mottagare av tjänster verkligen skall tryggas bör informationssamhällets tjänster i princip vara underkastade rätten i den medlemsstat där tjänsteleverantören är etablerad.

…

(32) För att undanröja hinder för utvecklingen av gränsöverskridande tjänster inom gemenskapen som utövare av reglerad yrkesverksamhet skulle kunna erbjuda via internet är det nödvändigt att se till att de yrkesetiska regler som särskilt syftar till att skydda konsumenterna och folkhälsan följs på gemenskapsnivå. …

(33) Detta direktiv kompletterar gemenskapslagstiftningen och nationell lagstiftning om reglerad yrkesverksamhet för att upprätta en sammanhängande uppsättning tillämpliga regler på detta område.”

22. Enligt artikel 1.1 i direktivet är syftet med direktivet om elektronisk handel ”att bidra till att den inre marknaden fungerar väl genom att säkerställa den fria rörligheten för informationssamhällets tjänster mellan medlemsstaterna”.

23. Enligt artikel 1.2 i direktivet ”tillnärmas [genom direktivet] vissa nationella bestämmelser om informationssamhällets tjänster som rör den inre marknaden, tjänsteleverantörers etablering, kommersiella meddelanden, avtal slutna på elektronisk väg, mellanhänders ansvar, uppförandekoder, utomrättslig lösning av tvister, möjlighet att föra talan inför domstol samt samarbete mellan medlemsstaterna”.

24. I artikel 2 a i nämnda direktiv definieras ”informationssamhällets tjänster”, genom en hänvisning till artikel 1.2 i direktiv 98/34, i dess ändrade lydelse, vilken avser ”tjänster som vanligtvis utförs mot ersättning på distans, på elektronisk väg och på individuell begäran av en tjänstemottagare”.

25. Begreppet kommersiellt meddelande definieras i artikel 2 f i direktivet om elektronisk handel som ”varje form av meddelande som syftar till att direkt eller indirekt främja varor eller tjänster från ett företag, en organisation eller en person som bedriver handels-, industri- eller hantverksverksamhet, eller utövar reglerad yrkesverksamhet, eller till att direkt eller indirekt främja ovan nämnda företags, organisationers eller personers anseende”.

26. I artikel 2 h i detta direktiv definieras begreppet det samordnade området. Bestämmelsen har följande lydelse:

”*det samordnade området*: de krav som har fastställts i medlemsstaternas rättssystem och som är tillämpliga på tjänsteleverantörer av informationssamhällets tjänster eller på informationssamhällets tjänster, oberoende av om de är av allmän natur eller särskilt utformade för dem.

i) Det samordnade området gäller de krav som tjänsteleverantören måste uppfylla när det gäller

— startande av verksamhet som gäller någon av informationssamhällets tjänster, såsom krav i fråga om behörighet, tillstånd eller anmälningar,

— utövande av verksamhet som gäller någon av informationssamhällets tjänster, såsom krav i fråga om tjänsteleverantörens beteende, kvaliteten på eller innehållet i tjänster, inbegripet sådana krav som är tillämpliga på reklam och avtal, eller krav som gäller tjänsteleverantörens ansvar.

…”

27. Artikel 3 i nämnda direktiv har följande lydelse:

”1. Varje medlemsstat skall se till att de av informationssamhällets tjänster som en på dess territorium etablerad tjänsteleverantör tillhandahåller överensstämmer med de nationella bestämmelser som är tillämpliga i denna medlemsstat och som omfattas av det samordnade området.

2. Medlemsstaterna får inte av skäl som omfattas av det samordnade området begränsa den fria rörligheten för de av informationssamhällets tjänster som har ursprung i en annan medlemsstat.

…

4. Medlemsstaterna får vidta åtgärder för undantag från punkt 2 när det gäller någon av informationssamhällets tjänster om följande villkor uppfylls:

a) Åtgärderna skall

i) vara nödvändiga av någon av följande anledningar:

…

— skydd av folkhälsan,

…

— skydd av konsumenter …

ii) vidtas med avseende på någon av informationssamhällets tjänster som är till förfång för de mål som avses i punkt i eller utgör en allvarlig risk för att dessa mål inte uppnås,

iii) vara proportionerliga i förhållande till dessa mål.

…”

28. I artikel 8 i direktivet om elektronisk handel, med rubriken ”Reglerad yrkesverksamhet”, föreskrivs följande i punkt 1:

”Medlemsstaterna skall se till att användningen av kommersiella meddelanden som ingår i eller utgör en av informationssamhällets tjänster som tillhandahålls av en utövare av en reglerad yrkesverksamhet är tillåten, förutsatt att de yrkesetiska reglerna följs, särskilt beträffande yrkesverksamhetens oberoende, värdighet och heder samt tystnadsplikt och ärlighet gentemot kunder och andra utövare av yrket.”

IV – **Min bedömning**

A – *Huruvida de omtvistade bestämmelserna i 1958 års lag och i 1934 års kungliga förordning är förenliga med direktivet om otillbörliga affärsmetoder*

29. Den hänskjutande domstolen har ställt frågorna 1–3 för att få klarhet i huruvida sådana nationella bestämmelser som de omtvistade bestämmelserna i 1958 års lag och i 1934 års kungliga förordning kan omfattas av direktivet om otillbörliga affärsmetoder och om detta i så fall utgör hinder för sådana bestämmelser.

30. Frågan ställs i den mån direktivet om otillbörliga affärsmetoder har sitt ursprung i en fullständig harmonisering av de nationella bestämmelserna om illojala affärsmetoder. Följaktligen får medlemsstaterna inte bibehålla eller införa nationella bestämmelser i sin lagstiftning som är strängare än de som fastställs i detta direktiv, inte ens för att höja nivån på konsumentskyddet. [12]

31. Det följer av fast rättspraxis att direktivet om otillbörliga affärsmetoder kännetecknas av ett synnerligen vitt materiellt tillämpningsområde, innefattande ”samtliga affärsmetoder i direkt anknytning till marknadsföring, försäljning eller leverans av en produkt till en konsument”. [13] Med ”otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter” avses enligt artikel 2 d i direktivet ”en näringsidkares handling, underlåtenhet, beteende, företrädande eller kommersiella meddelande (*inklusive reklam* och saluföring) i direkt relation till marknadsföring, försäljning eller leverans av en produkt till en konsument”. [14] Med begreppet produkt avses, i enlighet med artikel 2 c i nämnda direktiv, alla typer av varor och tjänster.

32. I artikel 3.1 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder har unionslagstiftaren dessutom på ett positivt sätt fastställt direktivets tillämpningsområde och angett att direktivet ska tillämpas på otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter före, under och efter en affärstransaktion som gäller en produkt.

33. I princip ska direktivet om otillbörliga affärsmetoder således tillämpas på alla transaktioner mellan företag och konsumenter och i alla verksamhetssektorer.

34. Unionslagstiftaren har emellertid begränsat tillämpningen av direktivet i vissa avseenden.

35. Enligt artikel 3.3 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder ska direktivet ”inte påverka några bestämmelser på gemenskapsnivå eller *nationell* nivå avseende produkters *hälso-* och säkerhetsaspekter”. [15] I skäl 9 i direktivet har unionslagstiftaren därför angett följande: ”Medlemsstaterna kommer … fortfarande att kunna behålla eller införa restriktioner och förbud mot affärsmetoder för att skydda sina konsumenters hälsa.”

36. Även om direktivet om otillbörliga affärsmetoder syftar till en fullständig harmonisering av de nationella bestämmelserna om sådana metoder, behåller medlemsstaterna ändå rätten att anta restriktivare åtgärder när det gäller reklam som riskerar konsumenternas hälsa. I ett sådant fall ska dessa nationella åtgärder syfta till att skydda intressen som går utöver det skydd av konsumenternas ekonomiska intressen som avses i skälen 6 och 8 samt i artikel 1 i detta direktiv.

37. Såväl i riktlinjerna för genomförandet och tillämpningen av direktivet om otillbörliga affärsmetoder [16] som i den första rapporten om tillämpning av detta direktiv [17] underströk Europeiska kommissionen att åtgärder som antas av medlemsstaterna i syfte att skydda andra intressen än de ekonomiska inte omfattas av direktivets tillämpningsområde. Kommissionen angav att direktivet således inte påverkar medlemsstaternas rätt att anta strängare bestämmelser om affärsmetoder för att skydda konsumenternas hälsa. [18]

12 — Se dom av den 23 april 2009, VTB-VAB och Galatea (C-261/07 och C-299/07, EU:C:2009:244), dom av den 14 januari 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12), och dom av den 9 november 2010, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, EU:C:2010:660).

13 — Dom av den 16 juli 2015, Abcur (C-544/13 och C-545/13, EU:C:2015:481, punkt 74 och där angiven rättspraxis).

14 — Min kursivering.

15 — Min kursivering.

16 — SEC(2009) 1666.

17 — COM(2013) 139 final.

18 — Se punkt 1.6 och punkt 3.2.

38. Å andra sidan föreskrivs i artikel 3.8 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder att direktivet ”[inte ska] påverka de villkor som medlemsstaterna enligt gemenskapslagstiftningen får ålägga yrkesutövare för etablering eller auktorisation, etiska uppförandekoder eller andra särskilda bestämmelser för reglerade yrken som syftar till att vidmakthålla högt ställda integritetsnormer för yrkesutövaren”.

39. Följaktligen har medlemsstaterna fortfarande rätt att anta strängare bestämmelser om affärsmetoder för utövare av en reglerad yrkesverksamhet, som tandläkare i det nu aktuella fallet.

40. För att en produkt ska omfattas av direktivet om otillbörliga affärsmetoder måste följaktligen villkoren i artikel 3.1 i detta direktiv vara uppfyllda, samtidigt som produkten inte ska omfattas av någon av de begränsningar som direkt angetts av unionslagstiftaren i artikel 3.3 och 3.8 i direktivet.

41. Således är det ostridigt att den aktuella tjänsten i det nationella målet i enlighet med artikel 2 d i nämnda direktiv utgör en affärsmetod som ett företag tillämpar gentemot konsumenter, i den mån det rör sig om reklam för tandvård, men den hänskjutande domstolen har framhållit att de omtvistade bestämmelserna i 1958 års lag och i 1934 års kungliga förordning syftar till att skydda folkhälsan respektive tandläkaryrkets värdighet. Därför tycks begränsningarna i artikel 3.3 och 3.8 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder vara tillämpliga.

42. Ett förbud mot alla typer av reklam för tandvård, såsom förbudet i artikel 1 i 1958 års lag, och kraven på diskretion i artikel 8 quinquies i 1934 års kungliga förordning har således en större betydelse för hälsan än för ekonomin. Som den belgiska regeringen har framhållit i sitt yttrande bidrar förbuden till tandläkaryrkets värdighet. Förbuden förhindrar att vårdens kvalitet, tandläkarnas integritet och det förtroende som måste finnas mellan vårdgivare och patient undergrävs av sådana marknadsföringsmetoder som de i det nationella målet aktuella, vilka är avsedda att locka till sig patienter med propaganda.

43. Mot denna bakgrund föreslår jag följaktligen att domstolen ska slå fast att direktivet om otillbörliga affärsmetoder ska tolkas så, att det på grund av de direkta begränsningar som unionslagstiftaren föreskrivit i artikel 3.3 och 3.8 i direktivet inte ska tillämpas på en sådan nationell bestämmelse som artikel 1 i 1958 års lag, vilken förbjuder alla typer av reklam för tandvård, eller på en sådan nationell bestämmelse som artikel 8 quinquies i 1934 års kungliga förordning, i vilken fastställs krav på diskret skyltning vid en tandvårdsmottagning.

B – *Huruvida de omtvistade bestämmelserna i 1958 års lag är förenliga med direktivet om elektronisk handel*

44. Den hänskjutande domstolen har ställt frågorna 4 och 5 för att få klarhet i huruvida en sådan nationell bestämmelse som artikel 1 i 1958 års lag, som förbjuder alla typer av reklam för tandvård, även på elektronisk väg, kan omfattas av direktivet om elektronisk handel och i så fall om bestämmelsen utgör en inskränkning i rätten att fritt tillhandahålla tjänster avseende elektronisk handel, i den mening som avses i direktivet.

45. Direktivet om elektronisk handel syftar till att bidra till en utveckling av ”informationssamhällets tjänster” och till att de möjligheter som den inre marknaden innebär för den elektroniska handeln utnyttjas. Syftet med detta är att öka den ekonomiska tillväxten och de europeiska företagens konkurrenskraft. [19]

19 — Se artikel 1 och skälen 2 och 3 i detta direktiv samt dom av den 16 oktober 2008, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände (C-298/07, EU:C:2008:572, punkt 19).

46. Direktivet omfattar endast vissa rättsliga aspekter av den elektroniska handeln. [20] Som domstolen angav i domen av den 25 oktober 2011, eDate Advertising m.fl., [21] syftar direktivet nämligen inte till någon harmonisering av de materiella bestämmelserna, utan det definierar ett ”samordnat område” som gäller de krav som tjänsteleverantören måste uppfylla. [22]

47. I enlighet med artikel 2 h i direktivet om elektronisk handel avser det ”samordnade området” samtliga krav i den nationella lagstiftningen som tjänsteleverantören måste uppfylla och som rör såväl startande av verksamhet som gäller någon av informationssamhällets tjänster som utövande av sådan verksamhet, såsom krav i fråga om tjänsteleverantörens beteende, kvaliteten på eller innehållet i tjänster, inbegripet sådana krav som är tillämpliga på reklam och avtal, eller krav som gäller tjänsteleverantörens ansvar i fråga om behörighet, tillstånd eller anmälningar.

48. I artikel 2 a i detta direktiv definieras informationssamhällets tjänster som ”tjänster som vanligtvis utförs mot ersättning på distans, på elektronisk väg och på individuell begäran av en tjänstemottagare”. [23] Det följer av skäl 18 i direktivet om elektronisk handel och av domstolens praxis [24] att dessa tjänster omfattar tjänster som tillhandahålls på distans med hjälp av utrustning för elektronisk behandling och lagring av information och inbegriper tjänster som inte betalas av dem som mottar dem, exempelvis tillhandahållande av information eller kommersiella meddelanden online. [25]

49. I det nu aktuella fallet anser jag att den reklam för tandvård som Luc Vanderborght gjorde på en egen webbplats omfattas av tillämpningsområdet för direktivet om elektronisk handel.

50. Sådan reklam utgör inte endast ett ”kommersiellt meddelande” online, i den mening som avses i artikel 2 f i detta direktiv, utan den görs av en utövare av en reglerad yrkesverksamhet, vilket unionslagstiftaren uttryckligen har tillåtit i artikel 8.1 i nämnda direktiv. I samma bestämmelse anges nämligen principen att medlemsstaterna ska se till att utövare av en reglerad yrkesverksamhet kan göra reklam på internet, förutsatt att de yrkesetiska reglerna följs.

51. Följaktligen kan en sådan nationell bestämmelse som den i det nationella målet aktuella mycket väl ses mot bakgrund av de bestämmelser som lagstiftaren föreskrivit inom ramen för direktivet om elektronisk handel.

52. Jag ska nu undersöka direktivets materiella bestämmelser.

53. Jag anser att frågan huruvida de aktuella bestämmelserna i det nationella målet är förenliga med unionsrätten måste prövas mot bakgrund av artikel 3.1 och artikel 8.1 i nämnda direktiv.

54. Artikel 3 i direktivet om elektronisk handel, med rubriken ”Allmänna bestämmelser”, utgör nämligen direktivets hörnsten. [26]

20 — Se rubriken, artikel 1.2 och skälen 6 och 7 i direktivet om elektronisk handel.

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

22 — Punkt 57 i den domen.

23 — Se även skäl 17 i nämnda direktiv, i vilket följande anges: ”Definitionen omfattar alla tjänster som normalt utförs mot ersättning, på distans, med hjälp av utrustning för elektronisk behandling … och lagring av information, och på individuell begäran av en tjänstemottagare.”

24 — Dom av den 23 mars 2010, Google France och Google (C-236/08–C-238/08, EU:C:2010:159, punkt 110), dom av den 12 juli 2011, L’Oréal m.fl. (C-324/09, EU:C:2011:474, punkt 109), och dom av den 11 september 2014, Papasavvas (C-291/13, EU:C:2014:2209, punkterna 28 och 29).

25 — Kommissionens avsikt var att på så sätt inbegripa informationstjänster online, exempelvis onlinetidningar, onlineförsäljning av produkter och tjänster (böcker, finansiella tjänster, resor), onlinereklam, nöjestjänster och baslagringstjänster (åtkomst till internet och överföring och lagring av information), yrkesmässiga tjänster online (advokater, läkare, revisorer, fastighetsmäklare), underhållningstjänster såsom hyrfilm online, onlinetjänser för direktreklam och marknadsföring samt tjänster som ger åtkomst till ett världsomfattande nät. Även gratistjänster som finansieras exempelvis med reklam eller sponsring var avsedda att ingå (se bland annat kommissionens pressmeddelande av den 8 december 1999 (dokument IP/99/952) och s. 4 i kommissionens rapport till Europaparlamentet, rådet och Europeiska ekonomiska och sociala kommittén – första rapporten om tillämpningen av direktivet om elektronisk handel (KOM(2003) 702 slutlig) (nedan kallad första rapporten om tillämpningen av direktivet om elektronisk handel).

26 — Se s. 4 i första rapporten om tillämpningen av direktivet om elektronisk handel.

55. I artikel 3.1 i nämnda direktiv fastställs principen att informationssamhällets tjänster ska underkastas rätten i den medlemsstat där tjänsteleverantören är etablerad. [27]

56. Bestämmelsen innebär således att varje medlemsstat ska se till att tjänster som tillhandahålls av en tjänsteleverantör som är etablerad på medlemsstatens territorium uppfyller kraven i de nationella bestämmelser som är tillämpliga i den medlemsstaten och som hör till det ”samordnade området”. Enligt unionslagstiftaren ska en sådan mekanism göra det möjligt att kontrollera informationssamhällets tjänster vid verksamhetens källa för att säkerställa ett effektivt skydd av målen av allmänintresse. [28]

57. I domen av den 25 oktober 2011, eDate Advertising m.fl., [29] fastställde domstolen således, med hänsyn till det ”samordnade området” enligt direktivet om elektronisk handel, att civilrättsliga bestämmelser och bestämmelser om tjänsteleverantörens ansvar ska hänföra sig till rätten i den medlemsstat där tjänsteleverantören är etablerad. I avsaknad av harmoniserade bestämmelser på unionsnivå fann domstolen således att dessa materiella bestämmelser, vilka medlemsstaten hade beslutat att tjänsteleverantörerna och deras tjänster skulle vara underkastade, var tvingande. [30]

58. Detta resonemang kan enligt min mening tillämpas analogt när det gäller ett kommersiellt meddelande på internet, i den mån det ”samordnade området” enligt direktivet om elektronisk handel, i enlighet med vad som föreskrivs i artikel 2 h i) andra strecksatsen, även omfattar krav i fråga om tjänsteleverantörens beteende, kvaliteten på eller innehållet i reklamen.

59. Under dessa förutsättningar anser jag att den mekanism som föreskrivs i artikel 3.1 i detta direktiv, när det gäller reklam på internet, innebär att de materiella bestämmelser som gäller i den medlemsstat där tjänsteleverantören är etablerad är tillämpliga.

60. Följaktligen tycks det i det nu aktuella målet inte finnas något som hindrar att den belgiska lagstiftningen tillämpas. Den tjänst som är aktuell i det nationella målet härrör inte från någon annan medlemsstat är Konungariket Belgien, i och med att Luc Vanderborght är etablerad på belgiskt territorium.

61. Det rör sig följaktligen inte om ett sådant fall som avses i artikel 3.2 i direktivet om elektronisk handel. [31]

62. Hänsyn ska nu tas till de bestämmelser som unionslagstiftaren uttryckligen fastställt i artikel 8.1 i direktivet avseende kommersiella meddelanden som görs just av en utövare av en reglerad yrkesverksamhet.

27 — Dom av den 25 oktober 2011, eDate Advertising m.fl. (C-509/09 och C-161/10, EU:C:2011:685, punkt 57). Se även skäl 22 i nämnda direktiv.

28 — Se skäl 22 i direktivet om elektronisk handel.

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

30 — Punkterna 58 och 59 i den domen.

31 — Bestämmelsen förbjuder medlemsstaterna att av skäl som hänför sig till det samordnade området inskränka den fria rörligheten för informationssamhällets tjänster med ursprung i en annan medlemsstat. I det nu aktuella fallet kan nämnda bestämmelse enligt min mening inte vara tillämplig i den mån den tjänst som är aktuell i det nationella målet inte har sitt ursprung i någon annan medlemsstat än Konungariket Belgien, utan levereras av en tjänsteleverantör som är etablerad i Belgien (se, analogt, dom av den 11 september 2014, Papasavvas, C-291/13, EU:C:2014:2209, punkt 35). I vart fall är det intressant att framhålla att medlemsstaterna enligt artikel 3.4 a i direktivet om elektronisk handel får göra undantag från detta principförbud om åtgärden är nödvändig för skyddet av folkhälsan, av den allmänna säkerheten och av konsumenter, om den vidtas med avseende på någon av informationssamhällets tjänster som är till förfång för dessa mål eller utgör en risk att dessa mål inte uppnås och om åtgärden är proportionerlig i förhållande till nämnda mål. Således, även om tillhandahållaren av någon av informationssamhällets tjänster är etablerad i en annan medlemsstat än Konungariket Belgien, skulle denna medlemsstat ha rätt att anta åtgärder som inskränker det fria tillhandahållet av elektroniska handelstjänster av sådana skäl som de i förevarande mål aktuella, vilka avser skyddet av folkhälsan och konsumenterna, förutsatt, emellertid, att dessa undantag uppfyller villkoren i artikel 3.4 a i detta direktiv. Med hänsyn till det resonemang som förs nedan i punkt 93 och följande punkter, tycks det sannolikt att dessa villkor är uppfyllda.

63. Det följer nämligen av den första delen av denna bestämmelse att medlemsstaterna i princip är skyldiga att tillåta utövare av en reglerad yrkesverksamhet att i sin elektroniska handel använda sig av kommersiella meddelanden. Som kommissionen underströk i den första rapporten om tillämpningen av direktivet om elektronisk handel, innebär detta att utövare av reglerad yrkesverksamhet får informera sina kunder genom webbplatser, vilket, såsom kommissionen framhöll, tidigare inte var möjligt i vissa medlemsstater. [32]

64. Undantag från principen medges emellertid avseende iakttagande av yrkesetiska regler.

65. I bestämmelsens andra del har unionslagstiftaren nämligen angett att medlemsstaterna får anta särskilda restriktioner för att garantera att de yrkesetiska reglerna följs, ”särskilt” beträffande yrkesverksamhetens oberoende, värdighet och heder samt tystnadsplikt och ärlighet gentemot kunder och andra utövare av yrket. I den meningen är det tydligt att direktivet, i enlighet med skäl 33 i direktivet om elektronisk handel, ”kompletterar” nationell lagstiftning om reglerad yrkesverksamhet.

66. Genom att tillåta sådana restriktioner har unionslagstiftaren gjort en skillnad mellan tjänster som tillhandahålls av utövare av en reglerad yrkesverksamhet och tjänster som tillhandahålls av andra tjänsteleverantörer. Sjukvård, försäljning av läkemedel eller juridisk rådgivning och upprättande av notariatshandlingar är inte vilken handel som helst. Arten av dessa verksamheter medger inte att reklam görs på samma villkor som reklam som görs av andra tjänsteleverantörer, eftersom de sistnämnda fritt kan marknadsföra sina tjänster genom alla typer av meddelanden som kan locka till sig konsumenter.

67. De skäl som anges för dessa restriktioner är inte uttömmande, vilket framgår av användningen av adverbet ”särskilt” i artikel 8.1 i direktivet om elektronisk handel. Det råder emellertid ingen tvekan om att iakttagandet av de yrkesetiska reglerna för vårdyrken inbegriper skydd av folkhälsan, och i synnerhet patientens hälsa, vilket enligt vad som anges i de yrkesetiska regler är en tandläkares såväl som en läkares främsta skyldighet. [33] Följaktligen ska en sådan nationell lagstiftning som den i det nationella målet aktuella tolkas så, att den uppenbarligen bidrar till att de yrkesetiska reglerna för tandläkare följs. Konungariket Belgien har förbjudit alla former av reklam för tandvård för att undvika att patienterna förlorar förtroendet för tandläkaren och att yrkets värdighet påverkas och vårdens kvalitet försämras, vilket skulle vara till förfång för patienternas hälsa. Avsikten är även att undvika att propaganda påverkar en tandläkares integritet och att andra tandläkares anseende påverkas till följd av sådana handlingar som dem som företogs av Luc Vanderborght, som på sin webbplats lade upp vittnesmål från patienter i vilka talades om skillnaden jämfört med andra tandläkare.

68. Restriktionerna i artikel 1 i 1958 års lag kan således enligt min mening vara berättigade, i den mening som avses i artikel 8.1 i direktivet om elektronisk handel, av skäl som avser iakttagandet av de yrkesetiska reglerna för tandläkare.

69. Med hänsyn till dessa omständigheter anser jag att direktivet om elektronisk handel, särskilt artikel 3.1 och artikel 8.1, ska tolkas så, att det inte hindrar en sådan nationell bestämmelse som artikel 1 i 1958 års lag, vilken förbjuder den som tillhandahåller tandvård, i egenskap av fri yrkesutövare eller tandläkarmottagning, att på internet göra någon som helst reklam för sina tjänster, i och med att denna bestämmelse syftar till att säkerställa iakttagandet av de yrkesetiska reglerna och är tillämplig på en tjänsteleverantör som är etablerad på medlemsstatens territorium.

32 — Se punkt 4.4 i rapporten.

33 — Se artikel R. 4127–215 i Code de déontologie des chirurgiens-dentistes (lag om yrkesetiska regler för tandläkare), enligt vilken all direkt eller indirekt reklam är förbjuden. I artikel R. 4127–19 i Code de la santé publique (lag om folkhälsa), som gäller för läkare, anges följande:
”Sjukvård får inte bedrivas som handel.
All direkt eller indirekt reklam är förbjuden, särskilt sådan inredning eller skyltning som gör att lokalerna uppfattas som näringslokaler.”

70. Jag ska nu, mot bakgrund av primärrätten, pröva huruvida nämnda bestämmelser är förenliga med unionsrätten.

C – *Huruvida de omtvistade bestämmelserna i 1958 års lag är förenliga med den fria etableringsrätten och rätten att fritt tillhandahålla tjänster*

71. Den hänskjutande domstolen har ställt fråga 6 för att få klarhet i huruvida artiklarna 49 och 56 FEUF ska tolkas så, att de hindrar att en nationell bestämmelse i en medlemsstat som förbjuder den som tillhandahåller tandvård, i egenskap av fri yrkesutövare eller tandläkarmottagning, att göra någon som helst direkt eller indirekt reklam, riktad till allmänheten, för sina tjänster.

72. Såsom följer av fast rättspraxis ingår sjukvårdsverksamhet och paramedicinsk verksamhet, däribland tandvård, i tillämpningsområdet för fördragets bestämmelser om fri rörlighet. [34]

73. Enligt fast rättspraxis kan dessa bestämmelser emellertid inte tillämpas på verksamheter där alla omständigheter är begränsade till en enda medlemsstats inre förhållanden. [35] För att fördragets bestämmelser om fri etableringsrätt och rätt att fritt tillhandahålla tjänster krävs följaktligen att det finns en koppling till utlandet.

74. I det nu aktuella målet är det riktigt att Luc Vanderborght bedriver sin verksamhet i Belgien, där han är etablerad och där han har åtalats. Åtalet väcktes inte endast därför att han satt upp en skylt utanför ingången till sin mottagning som inte uppfyllde kraven på diskretion i den nationella lagstiftningen, utan även därför att han gjort reklam i en lokaltidning och på sin webbplats.

75. I motsats till Ioannis Doulamis i det mål i vilket meddelades dom av den 13 mars 2008, Doulamis (C-446/05, EU:C:2008:157), som enbart hade annonserat i en nationell telefonkatalog i papper, gjorde Luc Vanderborght reklam i ett gränsöverskridande medium.

76. I domen av den 25 oktober 2011, eDate Advertising m.fl., [36] avseende påstådda kränkningar av personlighetsskyddet genom innehållet på en webbplats på internet, medgav domstolen att ”publicering av innehåll på en webbplats [särskiljer sig] från territoriell spridning av t.ex. tryckta medier på så sätt att publiceringen av innehåll på en webbplats i princip riktar sig till en obegränsad publik. Innehållet kan ögonblickligen nås av ett obegränsat antal internetanvändare överallt i världen, helt oberoende av avsändarens avsikter avseende tillgängligheten utanför den medlemsstat där avsändaren är etablerad och utom avsändarens kontroll”. [37] Av detta drog domstolen slutsatsen att ”[i]nternet minskar … användbarheten av spridningskriteriet, eftersom räckvidden av en spridning av innehåll på internet i princip är obegränsad”. [38]

77. Med internet som bakgrund är den reklam som Luc Vanderborght gjorde på elektronisk väg enligt min mening tillräcklig för att uppfylla kriteriet om en koppling till utlandet, i den mån reklamen kan nå allmänheten och följaktligen locka till sig patienter i en annan medlemsstat än den där vederbörande är etablerad.

34 — Se, bland annat, beträffande den fria etableringsrätten, dom av den 1 februari 2001, Mac Quen m.fl. (C-108/96, EU:C:2001:67, punkt 24), och dom av den 10 mars 2009, Hartlauer (C-169/07, EU:C:2009:141). Se, beträffande rätten att fritt tillhandahålla sjukvårdstjänster, dom av den 31 januari 1984, Luisi och Carbone (286/82 och 26/83, EU:C:1984:35), och, beträffande tandvård, i synnerhet ortodontibehandling, dom av den 28 april 1998, Kohll (C-158/96, EU:C:1998:171).

35 — Se, bland annat, dom av den 16 februari 1995, Aubertin m.fl. (C-29/94–C-35/94, EU:C:1995:39, punkt 9 och där angiven rättspraxis), dom av den 21 oktober 1999, Jägerskiöld (C-97/98, EU:C:1999:515, punkt 42 och där angiven rättspraxis), och dom av den 11 juli 2002, Carpenter (C-60/00, EU:C:2002:434, punkt 28).

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

37 — Punkt 45 i den domen.

38 — Punkt 46 i nämnda dom.

78. Domstolen har för övrigt medgett att såväl tjänsteleverantören som mottagaren kan utgöra denna koppling till utlandet. I domen av den 11 juni 2015, Berlington Hungary m.fl.,[39] fann domstolen således att det fanns ett gränsöverskridande intresse i den mån en del av ett spelautomatsbolags kunder var unionsmedborgare på semester i Ungern, och angav följande: ”När en tjänsteleverantör i en medlemsstat tillhandahåller en mottagare i en annan medlemsstat tjänster utan att förflytta sig, är det … fråga om ett gränsöverskridande tillhandahållande av tjänster, i den mening som avses i artikel 56 FEUF.”[40]

79. Mot ovanstående bakgrund anser jag följaktligen att tvisten i det nationella målet har en tillräcklig anknytning till unionsrätten för att domstolen ska kunna pröva huruvida den aktuella nationella lagstiftningen i det nationella målet är förenlig med de fria rörligheter som garanteras genom FEU.

1. Tillämplig primärrätt

80. Det finns först och främst anledning att pröva huruvida den nationella lagstiftning som är aktuell i den nationella domstolen ska prövas med hänsyn till den fria etableringsrätten eller med hänsyn till rätten att fritt tillhandahålla tjänster.

81. Det följer nämligen av domstolens praxis att när en nationell bestämmelse kan knytas till två av de grundläggande friheter som garanteras genom fördraget, ska domstolen i princip undersöka den aktuella bestämmelsen mot bakgrund av endast en av dessa två friheter om det visar sig att den ena av dem, under omständigheterna i målet vid den nationella domstolen, är helt underordnad den andra och kan anknytas till den.[41]

82. Jag anser att så är fallet i det nu aktuella målet. Jag är nämligen benägen att anse att tyngdpunkten i detta mål ligger närmare rätten att fritt tillhandahålla tjänster, med hänsyn till vad som eftersträvades av Luc Vanderborght med den reklam som han gjorde inte endast i lokaltidningar utan även genom en egen webbplats. Hans syfte med dessa reklammetoder var att finna nya kunder, antingen i den medlemsstat där han var etablerad eller i en annan medlemsstat.[42]

83. Visserligen kan även den fria etableringsrätten påverkas av ett sådant förbud som det i det nationella målet aktuella, i den del detta allvarligt kan hindra yrkesverksamma som är etablerade i en annan medlemsstat från att komma in på tandvårdsmarknaden och följaktligen från att bedriva sin verksamhet.[43] Denna frihet tycks emellertid underordnad i förhållande till rätten att fritt tillhandahålla tjänster och kan därför enligt min mening anknytas till den.

84. Under dessa förutsättningar föreslår jag att domstolen ska pröva huruvida de nationella bestämmelser som är aktuella i det nationella målet är förenliga med artikel 56 FEUF.

39 — C-98/14, EU:C:2015:386.

40 — Punkterna 25 och 26 och där angiven rättspraxis.

41 — Dom av den 26 maj 2016, NN (L) International (C-48/15, EU:C:2016:356, punkt 39 och där angiven rättspraxis).

42 — Som domstolen fann i domen av den 8 mars 2001, Gourmet International Products (C-405/98, EU:C:2001:135), avseende lagstiftning om förbud mot spridning av alkoholreklam riktat till konsumenter, ”kan ett företag åberopa rätten att fritt tillhandahålla tjänster gentemot den medlemsstat i vilken det är etablerat, om tjänsterna tillhandahålls mottagare i en annan medlemsstat” (punkt 37 och där angiven rättspraxis).

43 — Se domstolens bedömning i domen av den 17 juli 2008, Corporación Dermoestética (C-500/06, EU:C:2008:421). I det mål i vilket denna dom meddelades prövade domstolen faktiskt huruvida en nationell bestämmelse om förbud mot reklam i nationella tv-kanaler för medicinska och kirurgiska behandlingar som utförs vid privata vårdinrättningar var förenlig med såväl artikel 49 FEUF som artikel 56 FEUF. I det målet fanns emellertid enligt min mening fullgoda skäl att göra en sådan prövning, med hänsyn till de särskilda omständigheterna i det fallet. Bolaget Corporación Dermoestética SA var etablerat i Spanien och hade som mål att genom avtalet med ett italienskt bolag sprida reklammeddelanden i en nationell italiensk tv-kanal (se punkterna 33 och 34 i nämnda dom).

2. Huruvida en inskränkning i etableringsfriheten föreligger

85. Enligt domstolens praxis ska varje åtgärd som innebär att utövandet av denna frihet förbjuds, hindras eller blir mindre attraktivt anses vara inskränkningar i etableringsfriheten i den mening som avses i artikel 56 FEUF. [44]

86. Sådana åtgärder omfattar åtgärder som, trots att de tillämpas utan åtskillnad, inskränker rätten för tjänsteleverantörer som är etablerade i en medlemsstat att erbjuda sina tjänster till den som kan vara intresserad i en annan medlemsstat.

87. I domen av den 10 maj 1995, Alpine Investments, [45] fann domstolen att en bestämmelse i en medlemsstat som förbjöd ett företag som var etablerat på dess territorium att ringa upp enskilda i andra medlemsstater för att erbjuda olika finansiella tjänster kunde utgöra en inskränkning i rätten att fritt tillhandahålla tjänster. Domstolen slog fast att det förhållandet att tjänsterna endast bestod av erbjudanden som var riktade till en mottagare i en annan medlemsstat som i det skedet inte var bestämd inte utgjorde något hinder för tillämpning av artikel 56 FEUF. Enligt domstolen skulle friheten att tillhandahålla tjänster sakna reell innebörd, om det i nationella regler fritt kunde resas hinder för erbjudanden om tjänster. [46] Domstolen slog därefter fast att ett sådant förbud berövade de berörda företagen en snabb och direkt metod för att marknadsföra sig och ta en inledande kontakt med potentiella kunder i andra medlemsstater och därför utgjorde en inskränkning i den frihet som garanteras genom artikel 56 FEUF, även om det aktuella förbudet härrörde från den medlemsstat där tjänsteleverantören var etablerad. Därmed erinrade domstolen om sin fasta praxis. Ett företag kan åberopa friheten att tillhandahålla tjänster gentemot den medlemsstat där företaget är etablerat, när tjänsterna utförs åt mottagare som är etablerade i en annan medlemsstat. [47]

88. Detta resonemang tycks kunna överföras på sådana nationella bestämmelser som de i det nationella målet aktuella, vilka förbjuder alla typer av reklam för tandvård.

89. Reklam [48] i tidningar och på internet får anses vara ett väsentligt verktyg som gör det möjligt för ekonomiska aktörer, oavsett storlek, att göra sig kända och informera konsumenterna om vilka tjänster de har att erbjuda. Således har reklamen en avgörande betydelse för en tjänsteleverantörs möjligheter att utöka sin kundkrets. I detta hänseende utgör reklam på internet i dag ett i högsta grad effektivt informationsmedel som kan nå en mycket stor publik och beröra kunder i andra medlemsstater. Reklamen främjar även konkurrensen i den mån den utgör det medel som ekonomiska aktörer använder för att försöka övertyga konsumenter om att de bör välja deras tjänster i stället för konkurrenternas. Som kommissionen underströk i den första rapporten om tillämpningen av direktivet om elektronisk handel, utgör också reklam på internet en stor intäktskälla för många leverantörer av informationssamhällets tjänster. [49]

90. Förbudet mot alla typer av reklam på området för tandvård, enligt vad som föreskrivs i 1958 års lag, fråntar därmed en yrkesutövare som Luc Vanderborght ett effektivt informationsmedel för att göra sina tjänster kända för potentiella kunder i andra medlemsstater. Detta förbud är därmed av sådant slag att det kan hindra erbjudandet om tandvård riktat till patienter i andra medlemsstater.

44 — Dom av den 28 januari 2016, Laezza (C-375/14, EU:C:2016:60, punkt 21 och där angiven rättspraxis).

45 — C-384/93, EU:C:1995:126.

46 — Punkterna 18–22 i den domen.

47 — Punkterna 28–30 i nämnda dom. Se även dom av den 8 mars 2001, Gourmet International Products (C-405/98, EU:C:2001:135, punkt 37 och där angiven rättspraxis).

48 — Domstolen har redan understrukit reklamens betydelse för att nå en marknad flera gånger när det gäller fri rörlighet för varor (se dom av den 9 juli 1997, De Agostini och TV-Shop, C-34/95–C-36/95, EU:C:1997:344, dom av den 8 mars 2001, Gourmet International Products, C-405/98, EU:C:2001:135, och dom av den 15 juli 2004, Douwe Egberts, C-239/02, EU:C:2004:445, punkt 53), och när det gäller fri etableringsrätt och rätten att fritt tillhandahålla tjänster (se dom av den 17 juli 2008, Corporación Dermoestética, C-500/06, EU:C:2008:421). Se även, beträffande denna rättspraxis, punkterna 88–92 i mitt förslag till avgörande i målet Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701) och punkterna 75–80 i mitt förslag till avgörande i målet Corporación Dermoestética (C-500/06, EU:C:2008:62).

49 — Se punkt 4.3 i den rapporten.

Som jag underströk i förslaget till avgörande i målet Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701) innebär dessutom ett sådant regelverk för reklam att leverantörer av reklamtjänster som är etablerade i en annan medlemsstat än Belgien fråntas möjligheten att erbjuda sina tjänster till yrkesutövare etablerade i denna medlemsstat. Det hindrar även dessa yrkesutövare från att använda sig av sådana leverantörers tjänster. [50]

91. Under dessa förutsättningar anser jag att ett sådant förbud verkligen inskränker den frihet som garanteras genom artikel 56 FEUF.

92. Således ska det prövas om denna inskränkning kan vara berättigad.

3. Skälen till inskränkningen

93. I det mål i vilket meddelades dom Doulamis (C-446/05, EU:C:2008:157) redogjorde den belgiska regeringen för skälen till att ett förbud hade införts mot alla typer av reklam för tandvård. Enligt den belgiska regeringen är reklam i syfte att få patienter med hjälp av propaganda oförenlig med kravet på skydd av folkhälsan och tandläkaryrkets värdighet. Sådan reklam kan nämligen undergräva såväl det förtroende som måste finnas mellan vårdgivare och patient som vårdens kvalitet och tandläkarnas integritet.

94. Jag anser att medlemsstaterna har rätt att förbjuda den som tillhandahåller tandvård att göra reklam för sina tjänster som riktar sig till allmänheten, i och med att förbudet verkligen är begränsat till marknadsföring av sådana tjänster. Min bedömning bygger på nedanstående överväganden.

95. Enligt fast rättspraxis kan en inskränkning i den fria rörligheten vara skälig om fyra villkor är uppfyllda. Inskränkningen ska tillämpas på ett icke-diskriminerande sätt, vara motiverad av ett tvingande skäl av allmänintresse, ägnad att säkerställa förverkligandet av den eftersträvade målsättningen och inte gå utöver vad som är nödvändigt för att uppnå denna målsättning, då en sådan lagstiftning enligt domstolen endast uppfyller detta villkor om den verkligen tillgodoser behovet av att uppnå målet på ett sammanhängande och systematiskt vis. [51]

96. Det första villkoret är uppfyllt, eftersom det aktuella regelverket för reklam är tillämpligt oberoende av i vilken medlemsstat som de bolag till vilka regelverket riktar sig har sina säten.

97. Det är även obestridligt att det andra villkoret är uppfyllt.

98. Det följer nämligen av fast rättspraxis att skyddet för människors hälsa och liv samt konsumentskyddet är sådana mål som kan anses utgöra tvingande skäl av allmänintresse, vilka kan motivera en inskränkning i friheten att tillhandahålla tjänster. [52] Domstolen har för övrigt slagit fast att människors hälsa och liv intar den främsta platsen bland de intressen som skyddas genom de bestämmelser i fördraget [53] som rör möjliga undantag från förbudet mot inskränkningar i den fria rörligheten.

99. Det tredje villkoret enligt rättspraxis är också uppfyllt enligt min mening.

50 — Se punkt 101 i mitt förslag till avgörande i det målet.

51 — Dom av den 10 mars 2009, Hartlauer (C-169/07, EU:C:2009:141, punkt 55 och där angiven rättspraxis), dom av den 12 september 2013, Konstantinides (C-475/11, EU:C:2013:542, punkt 50 och där angiven rättspraxis), och dom av den 28 januari 2016, Laezza (C-375/14, EU:C:2016:60, punkt 36 och där angiven rättspraxis).

52 — Dom av den 12 september 2013, Konstantinides (C-475/11, EU:C:2013:542, punkt 51 och där angiven rättspraxis).

53 — Dom av den 10 november 1994, Ortscheit (C-320/93, EU:C:1994:379, punkt 16), och dom av den 12 november 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, punkt 118 och där angiven rättspraxis).

100. Det råder nämligen ingen tvekan om att information till allmänheten när det gäller hälsa måste komma från objektiva källor och att reklam som görs av tjänsteleverantörerna själva inte nödvändigtvis uppfyller detta krav på objektivitet. Under dessa förutsättningar är förbudet för tjänsteleverantörer att göra någon som helst reklam riktad till allmänheten för sina tjänster verkligen ägnat att hindra dem från att föra fram propaganda som skulle kunna skada patienternas förtroende för tandläkaren genom att påverka tandläkaryrkets värdighet och således undergräva vårdens kvalitet.

101. Således är den avgörande frågan i det nu aktuella målet egentligen huruvida ett sådant förbud är oproportionerligt mot bakgrund av sådana mål eller, med andra ord, om dessa mål kan nås på ett lika effektivt sätt genom mindre restriktiva åtgärder. [54]

102. Den aktuella lagstiftningen ger således skäl att pröva huruvida skyddet av folkhälsan och yrkets värdighet kan motivera ett förbud för den som tillhandahåller tandvård att göra reklam på samma villkor som andra tjänsteleverantörer, det vill säga att marknadsföra sina tjänster genom alla former av kommunikation i syfte att uppmuntra konsumenter att anlita dem. Frågan är även om dessa skäl kan motivera ett förbud mot alla typer av reklam riktad till allmänheten.

103. Av samma skäl som jag anförde i förslaget till avgörande i målet Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701) anser jag att skyddet av folkhälsa kan motivera ett förbud mot alla typer av lockande eller uppmanande kommunikation riktad till allmänheten. Skälen till detta är följande.

104. Vårdtjänster utgör för det första inte vilka tjänster som helst. De har effekt på mottagarens fysiska integritet och psykiska balans. Dessutom använder sig patienter av vårdtjänster på grund av ett faktiskt behov att återfå hälsan och ibland för att skydda sitt liv. När en patient beslutar om han eller hon ska söka vård har patienten, mot bakgrund av beslutets vikt, inte samma fria val som när det gäller andra tjänster. En patient söker inte vård för att han eller hon har lust, utan för att det är nödvändigt.

105. När det gäller tandvård, och all form av vård, är ”den asymmetriska informationen” mellan tjänsteleverantören och mottagaren – för att använda samma begrepp som kommissionen använde i rapporten om konkurrens inom sektorn för professionella tjänster [55] – som störst. Det betyder att tjänsteleverantören har mer kunskaper än mottagaren, inom sitt verksamhetsområde, och följaktligen kan mottagaren egentligen inte bedöma kvaliteten på tjänsten.

106. Med hänsyn till denna kunskapsasymmetri och den betydelse beslutet att söka vård eller inte har för patienten, anser jag att förtroendeförhållandet mellan patienten och vårdgivaren har en väsentlig betydelse. Patienten måste med andra ord kunna vara övertygad om att en vårdgivare som ger rådet eller rekommendationen att ta emot vård, ger detta råd eller denna rekommendation enbart av hänsyn till patientens hälsa och inte i vinstsyfte.

107. Därför anser jag att det är ofrånkomligt att detta förtroendeförhållande påverkas om vårdgivaren får göra reklam riktad till allmänheten för att marknadsföra sina tjänster. I ett sådant fall skulle patienten ha fog att frukta att en vårdgivares råd eller rekommendation om en viss vårdinsats, åtminstone till viss del, motiveras av vårdgivarens ekonomiska intresse. Patienten skulle då kunna ta lättare på rådet eller rekommendationen och därmed riskera sin hälsa genom att avstå från eller skjuta upp den föreslagna vårdinsatsen.

54 — Se dom av den 12 november 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, punkt 119 och där angiven rättspraxis).

55 — KOM(2004) 83 slutlig/2. Se punkt 25 i rapporten.

108. Blott den omständigheten att priserna anges kan vara förenat med risker. Det kan inte uteslutas att vissa vårdgivare frestas att konkurrera med sina priser, vilket är detsamma som att konkurrera med vårdtjänsten. Det skulle kunna leda till en försämring av kvaliteten på vården i sig, eller i varje fall på det tekniska utförandet av exempelvis ett implantat, något som patienten inte har någon teknisk möjlighet att bedöma.

109. Följaktligen anser jag att skyddet av folkhälsan är ett giltigt skäl för att förbjuda den som tillhandahåller tandvårdstjänster att göra någon form av reklam riktad till allmänheten för att marknadsföra sina tjänster.

110. I och med att unionslagstiftaren inte har antagit några gemensamma eller harmoniserade bestämmelser om reklam för tandvård, har domstolen upprepade gånger funnit att medlemsstaterna själva kan bestämma hur långtgående skyddet för folkhälsan ska vara och hur det ska säkerställas. Eftersom skyddsnivån kan variera mellan medlemsstaterna, anser domstolen att medlemsstaterna ska medges ett utrymme för skönsmässig bedömning. [56]

111. Medlemsstaterna måste naturligtvis utöva denna rätt på ett sådant sätt att åtgärder som vidtas är proportionerliga och nödvändiga. [57]

112. I det nu aktuella fallet anser jag inte att förbudet i artikel 1 i 1958 års lag strider mot artikel 56 FEUF. Förbudet förefaller fullkomligt logiskt, med hänsyn till den särskilda arten av de tjänster som är aktuella i det nationella målet, vad som står på spel för patienten vid beslutet huruvida tandvård ska sökas och det förtroendeförhållande som inte får rubbas mellan den som tillhandahåller tandvården och patienten.

113. Denna kravnivå på vårdområdet har redan lett till mycket stränga bestämmelser för vårdyrken i de olika medlemsstaterna. De många olika bestämmelserna har för övrigt föranlett unionslagstiftaren att på detta verksamhetsområde anta de första sektorspecifika direktiven avseende erkännande av de examensbevis som krävs för utövandet av dessa yrken och harmonisering av den utbildning som är nödvändig för att dessa examensbevis ska utfärdas. [58]

114. Vidare avser förhållandet mellan en patient och en vårdgivare tjänster för vilka kravet på kvalitet uppenbarligen är högre än på andra verksamhetsområden. Hälsa är således ett område där den fria rörligheten för yrkesutövare har mött avsevärda hinder, och det ömsesidiga erkännandet har krävt en omfattande harmonisering från unionslagstiftarens sida.

115. Förbudet i artikel 1 i 1958 års lag får emellertid inte vara obegränsat.

116. Allmänheten måste naturligtvis få veta att tandläkare och andra vårdgivare finns, så att de kan utöva sin verksamhet. Det innebär att allmänheten måste kunna få information om vem vårdgivaren är, om det är en fysisk eller juridisk person, vilken vård vederbörande har rätt att tillhandahålla, var vården tillhandahålls, mottagningens öppettider samt hur vederbörande kan kontaktas, till exempel telefonnummer, faxnummer eller webbplats.

56 — Dom av den 12 november 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, punkt 118 och där angiven rättspraxis).

57 — Dom av den 25 juli 1991, Aragonesa de Publicidad Exterior och Publivía (C-1/90 och C-176/90, EU:C:1991:327, punkt 16), och dom av den 12 november 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, punkterna 119 och 120 och där angiven rättspraxis).

58 — Det första sektorspecifika regelverket om erkännande av examensbevis antogs för läkare redan 1975. Det följdes av fem andra sektorspecifika direktiv, som antogs mellan 1977 och 1985 och gällde sjuksköterskor inom allmän hälso- och sjukvård, tandläkare (med rådets direktiv 78/686/EEG av den 25 juli 1978 om ömsesidigt erkännande av utbildnings-, examens- och andra behörighetsbevis för tandläkare inklusive åtgärder för att underlätta det faktiska utövandet av etableringsrätten och friheten att tillhandahålla tjänster (EGT L 233, 1978, s. 1) och rådets direktiv 78/687/EEG av den 25 juli 1978 om samordning av bestämmelserna i lagar och andra författningar om verksamhet som tandläkare (EGT L 233, 1978, s. 10)), veterinärer, barnmorskor och farmaceuter. De sektorspecifika direktiven upphävdes och ersattes av Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/36/EG av den 7 september 2005 om erkännande av yrkeskvalifikationer (EUT L 255, 2005, s. 22).

117. Allmänheten måste alltså få tillgång till sådana objektiva upplysningar för att den fria rörligheten för utövare av vårdyrken ska kunna genomföras. Detta bidrar även till ett bättre skydd av folkhälsan, genom att patienternas rörlighet inom unionen främjas. Utvecklingen i domstolens praxis sedan de båda domarna av den 28 april 1998, Decker [59] och Kohll [60], visar att patienter i allt högre grad söker vård i andra medlemsstater. [61] Skälen till denna tendens är flera. Patienterna kan vilja dra fördel av lägre vårdavgifter eller vårdtjänster som inte finns att tillgå i deras hemstat eller få vård snabbare än i hemstaten. Denna rörlighet för patienter, i den mån de kan få vård i större utsträckning än i hemstaten, bidrar även till skyddet av folkhälsan.

118. En nationell lag som förbjuder den som tillhandahåller tandvård att direkt eller indirekt göra reklam för sina tjänster som riktar sig till allmänheten bör inte vara så långtgående att den förbjuder den som tillhandahåller tandvård att på ett sätt som inte är lockande eller uppmanande ange uppgifter i en telefonkatalog eller i andra informationsmedier som är tillgängliga för allmänheten, så att det går att få kännedom om att vederbörande finns i egenskap av yrkesutövare, exempelvis namn, vilken verksamhet han eller hon är behörig att utöva, mottagningens adress samt öppettider och kontaktuppgifter.

119. Så tycks inte – med hänsyn till lydelsen i artikel 1 i 1958 års lag och i artikel 8 quinquies i 1934 kungliga förordning – vara fallet.

120. Under alla omständigheter ankommer det på den nationella domstolen att avgöra huruvida Luc Vanderborghts reklammeddelanden i lokaltidningar och på webbplatsen överskrider denna gräns, inte minst mot bakgrund av annonsernas utseende, bilderna på ”före och efter” och återgivandet av vittnesmål från patienter som talar om skillnaden i behandling i jämförelse med andra tandläkare.

121. Mot denna bakgrund föreslår jag att domstolen ska svara den hänskjutande domstolen att en sådan nationell bestämmelse som artikel 1 i 1958 års lag, som förbjuder den som tillhandahåller tandvård, i egenskap av fri yrkesutövare eller tandvårdsmottagning, att göra någon form av direkt eller indirekt reklam, riktad till allmänheten, för sina tjänster utgör en inskränkning i den fria etableringsrätten och rätten att fritt tillhandahålla tjänster, i den mening som avses i artiklarna 49 och 56 FEUF.

122. Denna inskränkning är emellertid skälig med hänsyn till skyddet av folkhälsan, i och med att den nationella lagstiftning som är aktuell i det nationella målet inte innebär något förbud mot att sådana utövare på ett sätt som inte lockande eller uppmanande anger uppgifter, i en telefonkatalog eller i andra informationsmedier som är tillgängliga för allmänheten, som gör det möjligt att få kännedom om att de finns i egenskap av yrkesutövare, exempelvis namn, vilken verksamhet de är behöriga att utöva, mottagningens adress samt öppettider och kontaktuppgifter.

V – **Förslag till avgörande**

123. Mot ovanstående bakgrund föreslår jag att domstolen ska besvara Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (Bryssels nederländsktalande förstainstansdomstol, Belgien) på följande vis:

1) Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (direktiv om otillbörliga affärsmetoder) ska tolkas så, att det på grund av de direkta begränsningar

59 — C-120/95, EU:C:1998:167.

60 — C-158/96, EU:C:1998:171.

61 — Se dom av den 5 oktober 2010, Elchinov (C-173/09, EU:C:2010:581).

som unionslagstiftaren föreskrivit i artikel 3.3 och 3.8 i direktivet inte ska tillämpas på en sådan nationell bestämmelse som artikel 1 i Wet bettreffende de publiciteit inzake tandverzorging (lag om reklam för tandvård) av den 15 april 1958, i den version som var giltig vid tidpunkten för omständigheterna i det nationella målet, vilken förbjuder alla typer av reklam för tandvård. Det ska inte heller tillämpas på en sådan nationell bestämmelse som artikel 8 quinquies i Koninklijk besluit houdende reglement op de beoefening der tandheelkunde (kunglig förordning om reglering av utövandet av tandläkaryrket) av den 1 juni 1934, i den version som var giltig vid tidpunkten för omständigheterna i det nationella målet, i vilken fastställs krav på diskret skyltning vid en tandvårdsmottagning.

2) Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden (”direktiv om elektronisk handel”), i synnerhet artikel 3.1 och artikel 8.1, ska tolkas så, att det inte hindrar en sådan nationell bestämmelse som artikel 1 i 1958 års lag, vilken förbjuder den som tillhandahåller tandvård, i egenskap av fri yrkesutövare eller tandläkarmottagning, att på internet göra någon som helst reklam för sina tjänster, i och med att denna bestämmelse syftar till att säkerställa iakttagandet av de yrkesetiska reglerna och är tillämplig på en tjänsteleverantör som är etablerad på medlemsstatens territorium.

3) En sådan nationell bestämmelse som artikel 1 i 1958 års lag om reklam för tandvård, i den version som var giltig vid tidpunkten, som förbjuder den som tillhandahåller tandvård, i egenskap av fri yrkesutövare eller tandvårdsmottagning, göra någon form av direkt eller indirekt reklam, riktad till allmänheten, för sina tjänster utgör en inskränkning i den fria etableringsrätten och rätten att fritt tillhandahålla tjänster, i den mening som avses i artiklarna 49 och 56 FEUF.

Denna inskränkning är emellertid skälig med hänsyn till skyddet av folkhälsan, i och med att den nationella lagstiftning som är aktuell i det nationella målet inte innebär något förbud mot att sådana utövare på ett sätt som inte lockande eller uppmanande anger uppgifter, i en telefonkatalog eller i andra informationsmedier som är tillgängliga för allmänheten, som gör det möjligt att få kännedom om att de finns i egenskap av yrkesutövare, exempelvis namn, vilken verksamhet de är behöriga att utöva, mottagningens adress samt öppettider och kontaktuppgifter.