Recueil de la jurisprudence

CONCLUSIONS DE L'AVOCAT GÉNÉRAL
M. YVES BOT
présentées le 8 septembre 2016 [1]

Affaire C-339/15

Openbaar Ministerie
contre
Luc Vanderborght

[demande de décision préjudicielle formée par le Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (tribunal de première instance néerlandophone de Bruxelles, Belgique)]

«Renvoi préjudiciel — Législation nationale interdisant aux prestataires de soins dentaires de faire de la publicité auprès du public pour leurs prestations — Législation nationale définissant les exigences de discrétion auxquelles doit répondre l'enseigne d'un cabinet dentaire — Compatibilité — Articles 49 et 56 TFUE — Liberté d'établissement — Libre prestation des services — Existence d'un élément d'extranéité — Restriction — Protection de la santé publique — Proportionnalité — Directive 2000/31/CE — Commerce électronique — Champ d'application — Article 3, paragraphe 3 — Exclusion des dispositions nationales relatives à la santé — Article 3, paragraphe 8 — Exclusion des dispositions nationales régissant les professions réglementées — Directive 2005/29/CE — Pratiques commerciales déloyales — Article 3, paragraphe 1 — Clause de marché intérieur — Applicabilité du régime juridique de l'État membre d'établissement du prestataire — Article 8 — Restriction de la libre prestation des services de la société de l'information aux fins de garantir le respect des règles professionnelles»

I – Introduction

1. La présente demande de décision préjudicielle offre à la Cour l'occasion de se prononcer une nouvelle fois sur la compatibilité de la législation belge qui encadre, de manière très stricte, la publicité en matière de soins dentaires, au regard tant du droit primaire, et en particulier des règles relatives à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services, que du droit dérivé applicables aux pratiques commerciales déloyales et au commerce électronique.

2. La Cour s'est, en effet, déjà prononcée sur la compatibilité de certaines des dispositions de cette législation au regard des règles de concurrence prohibant les ententes et les pratiques concertées entre entreprises dans son arrêt du 13 mars 2008, Doulamis [2].

1 — Langue originale : le français.

2 — C-446/05, EU:C:2008:157. Dans cet arrêt, la Cour a jugé que l'article 81 CE (qui correspond actuellement à l'article 101 TFUE) ne s'oppose pas à la législation belge qui interdit aux prestataires de soins dentaires, dans le cadre d'une profession libérale ou d'un cabinet dentaire, de se livrer à quelque publicité que ce soit dans le domaine des soins dentaires dans la mesure où une telle législation ne relève d'aucune des hypothèses d'application combinée des articles 10 CE (qui correspond actuellement à l'article 4, paragraphe 3, TUE) et 81 CE (point 21).

3. La présente affaire a pour origine les poursuites pénales engagées en Belgique à l'encontre de M. Luc Vanderborght, dentiste généraliste, à qui il est reproché d'avoir, entre le 1er mars 2003 et le 24 janvier 2014, fait de la publicité pour les prestations de soins dentaires qu'il propose, d'une façon contraire à la législation belge.

4. L'article 8 quinquies du Koninklijk besluit houdende reglement op de beoefening der tandheelkunde (arrêté royal réglementant l'exercice de l'art dentaire), du 1er juin 1934 [3], dans sa version en vigueur à la date des faits au principal [4], détaille, en effet, les exigences de discrétion qui s'imposent aux prestataires de soins dentaires lorsqu'ils apposent, à l'entrée du bâtiment dans lequel ils pratiquent leur art, une plaque ou une inscription, et ce afin de protéger la dignité de la profession.

5. Cette disposition prévoit ce qui suit :

« Pour l'annonce au public, est seule autorisée, sur l'immeuble dans lequel une personne qualifiée [...] exerce l'art dentaire, l'apposition d'une inscription ou d'une plaque de dimensions et d'aspect discrets, portant le nom du praticien et éventuellement sa qualification légale, ses jours et heures de consultations, la dénomination de l'entreprise ou de l'organisme de soins au sein duquel le praticien exerce son activité professionnelle ; elle peut également mentionner la partie de l'art dentaire spécialement exercée par le praticien : dentisterie opératoire, prothèse buccale, orthodontie, chirurgie dentaire.

[...] »

6. En l'occurrence, il est reproché à M. Vanderborght d'avoir, à l'entrée de son cabinet, apposé à l'adresse du public un grand totem publicitaire, de dimensions et d'aspect dénués de discrétion. Ce panneau comportait trois faces imprimées, chacune d'elles faisant 47 centimètres de haut et 75 centimètres de large, sur lesquelles figuraient le nom du praticien, sa qualité de dentiste ainsi que le site Internet et les coordonnées téléphoniques du cabinet dentaire.

7. L'article 1er de la Wet bettreffende de publiciteit inzake tandverzorging (loi relative à la publicité en matière de soins dentaires), du 15 avril 1958 [5], dans sa version en vigueur à la date des faits au principal [6], interdit, quant à lui, aux prestataires de soins dentaires, dans le cadre d'une profession libérale ou d'un cabinet dentaire, de se livrer à quelque publicité que ce soit auprès du public, directement ou indirectement, pour leurs prestations.

8. Cette disposition est libellée comme suit :

« Nul ne peut se livrer directement ou indirectement à quelque publicité que ce soit en vue de soigner ou de faire soigner par une personne qualifiée ou non, en Belgique ou à l'étranger, les affections, lésions ou anomalies de la bouche et des dents, notamment au moyen d'étalages ou d'enseignes, d'inscriptions ou de plaques susceptibles d'induire en erreur sur le caractère légal de l'activité annoncée, de prospectus, de circulaires, de tracts et de brochures, par la voie de la presse, des ondes et du cinéma [...] »

9. En l'occurrence, il est reproché à M. Vanderborght d'avoir inséré des messages publicitaires dans les journaux locaux et préconisé, à travers son site Internet, son savoir-faire dans les soins dentaires, utilisant, à cet effet, des photos « avant et après » ainsi que des témoignages de patients qui évoquent la différence de prestations avec les traitements offerts par d'autres praticiens dentaires.

3 — *Belgisch Staatsblad,* 7 juin 1934, p. 3220.

4 — Ci-après l'« arrêté royal de 1934 ».

5 — *Belgisch Staatsblad,* 5 mai 1958, p. 3542.

6 — Ci-après la « loi de 1958 ».

10. Dans la présente affaire, le Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (tribunal de première instance néerlandophone de Bruxelles, Belgique), jugeant en matière de police correctionnelle, s'interroge sur la compatibilité des dispositions fondant ces poursuites avec les règles du droit de l'Union relatives, premièrement, aux pratiques commerciales déloyales et visées dans la directive 2005/29/CE[7], deuxièmement, au commerce électronique et établies par la directive 2000/31/CE[8] et, troisièmement, à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services, lesquelles sont respectivement consacrées aux articles 49 et 56 TFUE.

11. Dans les présentes conclusions, nous indiquerons, tout d'abord, que les législations en cause au principal n'entrent pas dans le champ d'application de la directive sur les pratiques commerciales déloyales en raison des limitations expressément prévues par le législateur de l'Union à l'article 3, paragraphes 3 et 8, de cette directive.

12. Nous relèverons, en revanche, qu'une réglementation nationale, telle que celle établie par l'article 1er de la loi de 1958, qui interdit toute publicité relative à des prestations de soins dentaires par Internet entre dans le champ d'application de la directive sur le commerce électronique. Nous expliquerons néanmoins que, compte tenu de son article 3, paragraphe 1, et de son article 8, paragraphe 1, cette directive ne semble pas s'opposer à cette réglementation dès lors que celle-ci tend à assurer le respect des règles d'une profession réglementée et s'applique à un prestataire établi sur le territoire national.

13. Enfin, nous examinerons la compatibilité de ladite réglementation au regard des articles 49 et 56 TFUE, relatifs à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services. En premier lieu, nous démontrerons que le litige au principal présente un élément d'extranéité dans la mesure où la publicité reprochée à l'intéressé a été faite sur un site Internet, lequel est un support visant une diffusion universelle, permettant ainsi d'atteindre un public et, par conséquent, d'attirer des patients situés dans un État membre autre que l'État membre d'établissement de l'intéressé.

14. En second lieu, nous exposerons les raisons pour lesquelles une interdiction de toute publicité en matière de soins dentaires auprès du public constitue une restriction à la libre prestation des services, en reprenant les grandes lignes du raisonnement que nous avions proposé, à titre surabondant, dans le cadre de nos conclusions dans l'affaire Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701). Nous expliquerons en quoi cette restriction est, à notre sens, justifiée par la protection de la santé publique, dès lors que la législation nationale en cause au principal n'a pas pour effet d'interdire à un prestataire de soins dentaires de mentionner simplement, sans caractère attractif ou incitatif, dans un annuaire téléphonique ou par d'autres moyens accessibles au public, les indications permettant de connaître son existence en tant que professionnel.

II – Les questions préjudicielles

15. C'est dans le cadre du litige pendant devant lui que le Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (tribunal de première instance néerlandophone de Bruxelles) a décidé de poser à la Cour les questions préjudicielles suivantes :

« 1) Faut-il interpréter la directive [sur les pratiques commerciales déloyales] en ce sens qu'elle s'oppose à une loi nationale qui interdit de manière absolue toute publicité, quel qu'en soit l'auteur, pour des soins buccaux et dentaires, tel l'article 1er de la loi [de] 1958 [...] ?

7 — Directive du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) nº 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (« directive sur les pratiques commerciales déloyales ») (JO 2005, L 149, p. 22).

8 — Directive du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000, relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique ») (JO 2000, L 178, p. 1).

2) L'interdiction de la publicité pour des soins buccaux ou dentaires doit-elle être assimilée à une "disposition relative à la santé et à la sécurité des produits", au sens de l'article 3, paragraphe 3, de la directive [sur les pratiques commerciales déloyales] ?

3) Faut-il interpréter la directive [sur les pratiques commerciales déloyales] en ce sens qu'elle s'oppose à une disposition nationale détaillant les exigences de discrétion auxquelles doit répondre l'enseigne du cabinet d'un dentiste destinée au public, tel l'article 8 quinquies de l'arrêté royal [de] 1934 [...] ?

4) Faut-il interpréter la directive [sur le commerce électronique] en ce sens qu'elle s'oppose à une loi nationale qui interdit de manière absolue toute publicité, quel qu'en soit l'auteur, pour des soins buccaux ou dentaires, y compris la publicité commerciale par voie électronique (website), tel l'article 1er de la loi [de] 1958 [...] ?

5) Comment faut-il interpréter la notion de "services de la société de l'information" telle que définie à l'article 2, sous a), de la directive [sur le commerce électronique] qui renvoie à l'article 1er, paragraphe 2, de la directive 98/34/CE [9], telle que modifiée par la directive 98/48/CE [du Parlement européen et du Conseil, du 20 juillet 1998 [10]] ?

6) Faut-il interpréter les articles 49 et 56 TFUE en ce sens qu'ils s'opposent à une réglementation nationale, telle que celle en cause dans la procédure au principal, qui, pour protéger la santé publique, impose une interdiction complète de publicité pour les soins dentaires ? »

III – Le cadre juridique de l'Union

A – *La directive sur les pratiques commerciales déloyales*

16. Les considérants 6, 8 et 9 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales se lisent comme suit :

« (6) La présente directive a [...] pour objet de rapprocher les législations des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales, y compris la publicité déloyale, portant atteinte directement aux intérêts économiques des consommateurs et, par conséquent, indirectement aux intérêts économiques des concurrents légitimes [...]

[...]

(8) La présente directive protège expressément les intérêts économiques des consommateurs contre les pratiques commerciales déloyales des entreprises à leur égard [...]

(9) La présente directive s'applique [...] également sans préjudice des règles communautaires et nationales relatives [...] aux questions de santé et de sécurité liées aux produits [...] Les États membres pourront ainsi maintenir ou instaurer sur leur territoire des mesures de restriction ou d'interdiction de pratiques commerciales pour des motifs de protection de la santé et de la sécurité des consommateurs, quel que soit le lieu d'établissement du professionnel, par exemple pour ce qui concerne l'alcool, le tabac ou les produits pharmaceutiques [...] »

9 — Directive du Parlement européen et du Conseil du 22 juin 1998, prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques (JO 1998, L 204, p. 37).

10 — JO 1998, L 217, p. 18.

17. Aux termes de son article 1er, cette directive a pour objectif « de contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur et d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en rapprochant les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs ».

18. L'article 2, sous d), de ladite directive définit les « pratiques commerciales » comme visant « toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, *y compris la publicité* et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs» [11].

19. L'article 3 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, lequel définit le champ d'application de celle-ci, dispose :

« 1. La présente directive s'applique aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs, telles que définies à l'article 5, avant, pendant et après une transaction commerciale portant sur un produit.

[...]

3. La présente directive s'applique sans préjudice des dispositions communautaires ou nationales relatives à la santé et à la sécurité des produits.

[...]

8. La présente directive s'applique sans préjudice des conditions d'établissement ou des régimes d'autorisation ou des codes de déontologie ou de toute autre disposition spécifique régissant les professions réglementées que les États membres peuvent imposer aux professionnels, conformément à la législation communautaire, pour garantir que ceux-ci répondent à un niveau élevé d'intégrité.

[...] »

20. Aux termes de l'article 5, paragraphe 2, de cette directive, une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et si elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique, par rapport au produit, du consommateur moyen qu'elle touche ou auquel elle s'adresse, ou du membre moyen du groupe lorsqu'une pratique commerciale est ciblée vers un groupe particulier de consommateurs.

B – *La directive sur le commerce électronique*

21. Les considérants 7, 17, 18, 22, 32 et 33 de la directive sur le commerce électronique se lisent comme suit :

« (7) Pour garantir la sécurité juridique et la confiance du consommateur, il y a lieu que la présente directive établisse un cadre général clair pour couvrir certains aspects juridiques du commerce électronique dans le marché intérieur.

[...]

11 — Italique ajouté par nos soins.

(17) La définition des services de la société de l'information [...] couvre tout service fourni, normalement contre rémunération, à distance au moyen d'équipement électronique de traitement (y compris la compression numérique) et de stockage des données, à la demande individuelle d'un destinataire de services [...]

(18) Les services de la société de l'information englobent un large éventail d'activités économiques qui ont lieu en ligne [...] [Ils] ne se limitent pas exclusivement aux services donnant lieu à la conclusion de contrats en ligne, mais, dans la mesure où ils représentent une activité économique, ils s'étendent à des services qui ne sont pas rémunérés par ceux qui les reçoivent, tels que les services qui fournissent des informations en ligne ou des communications commerciales [...]

[...]

(22) Le contrôle des services de la société de l'information doit se faire à la source de l'activité pour assurer une protection efficace des objectifs d'intérêt général [...] En outre, afin d'assurer efficacement la libre prestation des services et une sécurité juridique pour les prestataires et leurs destinataires, ces services de la société de l'information doivent être soumis en principe au régime juridique de l'État membre dans lequel le prestataire est établi.

[...]

(32) Pour supprimer les entraves au développement des services transfrontaliers dans la Communauté que les membres des professions réglementées pourraient proposer sur l'Internet, il est nécessaire que le respect des règles professionnelles prévues pour protéger notamment le consommateur ou la santé publique soit garanti au niveau communautaire [...]

(33) La présente directive complète le droit communautaire et le droit national relatif aux professions réglementées en maintenant un ensemble cohérent de règles applicables dans ce domaine. »

22. Conformément à son article 1er, paragraphe 1, la directive sur le commerce électronique a pour objectif « de contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur en assurant la libre circulation des services de la société de l'information entre les États membres ».

23. Aux termes de l'article 1er, paragraphe 2, de cette directive, celle-ci « rapproche [...] certaines dispositions nationales applicables aux services de la société de l'information et qui concernent le marché intérieur, l'établissement des prestataires, les communications commerciales, les contrats par voie électronique, la responsabilité des intermédiaires, les codes de conduite, le règlement extrajudiciaire des litiges, les recours juridictionnels et la coopération entre États membres ».

24. L'article 2, sous a), de ladite directive définit les « services de la société de l'information » par référence à l'article 1er, point 2, de la directive 98/34, telle que modifiée, qui vise « tout service presté normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services ».

25. L'article 2, sous f), de la directive sur le commerce électronique définit une « communication commerciale » comme visant « toute forme de communication destinée à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services, ou l'image d'une entreprise, d'une organisation ou d'une personne ayant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou exerçant une profession réglementée ».

26. L'article 2, sous h), de cette directive, lequel définit le « domaine coordonné », est libellé comme suit :

« "domaine coordonné" : les exigences prévues par les systèmes juridiques des États membres et applicables aux prestataires des services de la société de l'information ou aux services de la société de l'information, qu'elles revêtent un caractère général ou qu'elles aient été spécifiquement conçues pour eux.

i) Le domaine coordonné a trait à des exigences que le prestataire doit satisfaire et qui concernent :

— l'accès à l'activité d'un service de la société de l'information, telles que les exigences en matière de qualification, d'autorisation ou de notification,

— l'exercice de l'activité d'un service de la société de l'information, telles que les exigences portant sur le comportement du prestataire, la qualité ou le contenu du service, y compris en matière de publicité et de contrat, ou sur la responsabilité du prestataire.

[...] »

27. L'article 3 de ladite directive dispose :

« 1. Chaque État membre veille à ce que les services de la société de l'information fournis par un prestataire établi sur son territoire respectent les dispositions nationales applicables dans cet État membre relevant du domaine coordonné.

2. Les États membres ne peuvent, pour des raisons relevant du domaine coordonné, restreindre la libre circulation des services de la société de l'information en provenance d'un autre État membre.

[...]

4. Les États membres peuvent prendre, à l'égard d'un service donné de la société de l'information, des mesures qui dérogent au paragraphe 2 si les conditions suivantes sont remplies :

a) les mesures doivent être :

i) nécessaires pour une des raisons suivantes :

[...]

— la protection de la santé publique,

[...]

— la protection des consommateurs [...]

ii) prises à l'encontre d'un service de la société de l'information qui porte atteinte aux objectifs visés au point i) ou qui constitue un risque sérieux et grave d'atteinte à ces objectifs ;

iii) proportionnelles à ces objectifs ;

[...] »

28. L'article 8 de la directive sur le commerce électronique, intitulé « Professions réglementées », dispose, à son paragraphe 1, ce qui suit :

« Les États membres veillent à ce que l'utilisation de communications commerciales qui font partie d'un service de la société de l'information fourni par un membre d'une profession réglementée, ou qui constituent un tel service, soit autorisée sous réserve du respect des règles professionnelles visant, notamment, l'indépendance, la dignité et l'honneur de la profession ainsi que le secret professionnel et la loyauté envers les clients et les autres membres de la profession. »

IV – Notre analyse

A – *Sur la compatibilité des dispositions litigieuses de la loi de 1958 et de l'arrêté royal de 1934 avec la directive sur les pratiques commerciales déloyales*

29. Par ses première à troisième questions, la juridiction de renvoi demande, en substance, à la Cour si des réglementations nationales telles que celles respectivement prévues par les dispositions litigieuses de la loi de 1958 et de l'arrêté royal de 1934 sont susceptibles de relever de la directive sur les pratiques commerciales déloyales et, le cas échéant, si cette dernière s'oppose à de telles réglementations.

30. La question se pose dans la mesure où la directive sur les pratiques commerciales déloyales procède à une harmonisation complète des règles nationales relatives aux pratiques commerciales déloyales, les États membres n'étant donc pas autorisés à maintenir ou à introduire dans leurs législations des règles nationales plus strictes que celles définies par cette directive, et ce même aux fins d'assurer un degré plus élevé de protection des consommateurs [12].

31. Il ressort d'une jurisprudence constante que la directive sur les pratiques commerciales déloyales se caractérise par un champ d'application très large, la Cour jugeant que celui-ci s'étend « à toute pratique commerciale qui présente un lien direct avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs» [13]. En effet, la notion de « pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs » est définie à l'article 2, sous d), de cette directive comme visant « toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, *y compris la publicité* et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs» [14]. La notion de « produit » vise, quant à elle et conformément à l'article 2, sous c), de ladite directive, tout bien ou service.

32. En outre, à l'article 3, paragraphe 1, de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, le législateur de l'Union détermine, de manière positive, le champ d'application de cette directive en prévoyant que celle-ci s'applique aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs avant, pendant et après une transaction commerciale portant sur un produit.

33. A priori, la directive sur les pratiques commerciales déloyales s'applique donc à la totalité des transactions entre entreprises et consommateurs, tous secteurs d'activité confondus.

34. Or, le législateur de l'Union a expressément prévu certaines limitations à l'application de celle-ci.

12 — Voir arrêts du 23 avril 2009, VTB-VAB et Galatea (C-261/07 et C-299/07, EU:C:2009:244) ; du 14 janvier 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12), ainsi que du 9 novembre 2010, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, EU:C:2010:660).

13 — Arrêt du 16 juillet 2015, Abcur (C-544/13 et C-545/13, EU:C:2015:481, point 74 ainsi que jurisprudence citée).

14 — Italique ajouté par nos soins.

35. D'une part, aux termes de l'article 3, paragraphe 3, de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, celle-ci « s'applique sans préjudice des dispositions communautaires ou *nationales* relatives à *la santé*» [15]. Au considérant 9 de cette directive, le législateur de l'Union précise ainsi que « [l]es États membres pourront [...] maintenir ou instaurer sur leur territoire des mesures de restriction ou d'interdiction de pratiques commerciales pour des motifs de protection de la santé [...] des consommateurs ».

36. Par conséquent, si la directive sur les pratiques commerciales déloyales a pour objectif de procéder à une harmonisation complète des règles nationales relatives à de telles pratiques, les États membres restent, néanmoins, libres d'adopter des mesures plus restrictives lorsqu'il s'agit de pratiques de publicité mettant en jeu la santé des consommateurs. Dans ce cas-là, ces mesures nationales tendent à protéger des intérêts qui vont bien au-delà de la seule protection des intérêts économiques des consommateurs visée par cette directive à ses considérants 6 et 8 ainsi qu'à son article 1er.

37. Dans ses orientations pour la mise en œuvre et l'application de la directive sur les pratiques commerciales déloyales [16] ainsi que dans son premier rapport sur l'application de celle-ci [17], la Commission européenne souligne ainsi que, si les mesures adoptées par les États membres tendent à protéger des intérêts qui ne sont pas de nature économique, celles-ci ne relèvent pas du champ d'application de cette directive. Selon la Commission, ladite directive ne remet donc pas en cause la faculté pour les États membres d'adopter des règles plus restrictives régissant les pratiques commerciales en vue de protéger la santé des consommateurs [18].

38. D'autre part, aux termes de l'article 3, paragraphe 8, de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, il est prévu que « [celle-ci] s'applique sans préjudice [...] des codes de déontologie ou de toute autre disposition spécifique régissant les professions réglementées que les États membres peuvent imposer aux professionnels, conformément à la législation communautaire, pour garantir que ceux-ci répondent à un niveau élevé d'intégrité ».

39. Par conséquent, les États membres restent également libres d'adopter des règles plus strictes s'agissant des pratiques auxquelles se prêtent les membres d'une profession réglementée telle que la profession de dentiste, à laquelle appartient en l'occurrence l'intéressé.

40. Il s'ensuit que, pour relever de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, le produit concerné, d'une part, doit satisfaire aux conditions fixées à l'article 3, paragraphe 1, de cette directive et, d'autre part, ne doit pas relever de l'une des limitations expressément visées par le législateur de l'Union à l'article 3, paragraphes 3 et 8, de celle-ci.

41. Or, s'il est constant que le service en cause au principal constitue, conformément à l'article 2, sous d), de ladite directive, une pratique commerciale d'une entreprise vis-à-vis d'un consommateur dans la mesure où il s'agit de pratiques de publicité relatives à des soins dentaires, la juridiction de renvoi relève que les dispositions litigieuses de la loi de 1958 et de l'arrêté royal de 1934 visent à protéger respectivement la santé publique et la dignité de la profession de dentiste, de sorte que les limitations prévues à l'article 3, paragraphes 3 et 8, de la directive sur les pratiques commerciales déloyales nous semblent applicables.

42. L'interdiction de toute publicité relative à des prestations de soins dentaires, telle que celle établie par l'article 1er de la loi de 1958, et les exigences de discrétion qu'impose l'article 8 quinquies de l'arrêté royal de 1934 présentent donc, avant tout, un enjeu sanitaire avant de présenter un enjeu économique. Elles participent, ainsi que l'a relevé le gouvernement belge dans ses observations, à la dignité de la

15 — Italique ajouté par nos soins.

16 — SEC(2009) 1666.

17 — COM(2013) 139 final.

18 — Voir, respectivement, point 1.6 et point 3.2.

profession en évitant que la qualité des prestations, l'intégrité des praticiens et la confiance qui doit exister entre le prestataire de soins dentaires et son patient ne soient mises à mal par des pratiques publicitaires telles que celles en cause au principal, qui tendent à gagner des patients par la propagande.

43. Au vu de ces éléments, nous proposons donc à la Cour de dire pour droit que la directive sur les pratiques commerciales déloyales doit être interprétée en ce sens qu'elle ne s'applique pas, en raison des limitations expressément prévues par le législateur de l'Union à l'article 3, paragraphes 3 et 8, de celle-ci, à une réglementation nationale, telle que celle établie par l'article 1er de la loi de 1958, qui interdit toute publicité relative à des prestations de soins dentaires ni à une réglementation nationale, telle que celle prévue à l'article 8 quinquies de l'arrêté royal de 1934, qui fixe les exigences de discrétion auxquelles doit répondre l'enseigne d'un cabinet dentaire.

B – *Sur la compatibilité des dispositions litigieuses de la loi de 1958 avec la directive sur le commerce électronique*

44. Par ses quatrième et cinquième questions, la juridiction de renvoi demande à la Cour si une réglementation nationale, telle que celle établie par l'article 1er de la loi de 1958, qui interdit toute publicité relative à des prestations de soins dentaires, y compris par voie électronique, est susceptible de relever de la directive sur le commerce électronique et, le cas échéant, si cette réglementation constitue, au sens de ladite directive, une restriction à la libre prestation des services du commerce électronique.

45. La directive sur le commerce électronique vise à contribuer au développement des « services de la société de l'information » et à la mise en valeur des possibilités offertes au commerce électronique par le marché intérieur, et ce afin de renforcer la croissance économique et la compétitivité des entreprises européennes [19].

46. Ladite directive ne couvre que certains aspects juridiques du commerce électronique [20]. Ainsi que la Cour l'a relevé dans son arrêt du 25 octobre 2011, eDate Advertising e.a. [21], elle ne vise pas, en effet, à une harmonisation des règles matérielles, mais définit un « domaine coordonné » qui a trait aux exigences que le prestataire du service doit satisfaire [22].

47. Conformément à l'article 2, sous h), de la directive sur le commerce électronique, le « domaine coordonné » vise l'ensemble des exigences prévues par les législations nationales que le prestataire doit satisfaire et qui concernent tant l'accès à l'activité d'un service de la société de l'information que l'exercice de celle-ci, telles que les exigences portant sur le comportement du prestataire, la qualité ou le contenu du service, y compris en matière de publicité et de contrat, ou sur la responsabilité du prestataire.

19 — Voir article 1er et considérants 2 et 3 de cette directive ainsi que arrêt du 16 octobre 2008, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände (C-298/07, EU:C:2008:572, point 19).

20 — Voir intitulé, article 1er, paragraphe 2, et considérants 6 et 7 de la directive sur le commerce électronique.

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

22 — Point 57 de cet arrêt.

48. L'article 2, sous a), de cette directive définit les « services de la société de l'information » comme visant « tout service presté normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services» [23]. Il ressort du considérant 18 de la directive sur le commerce électronique et de la jurisprudence de la Cour [24] que ces services englobent les services qui sont fournis à distance au moyen d'équipements électroniques de traitement et de stockage de données et s'étendent à des services qui ne sont pas rémunérés par ceux qui les reçoivent, tels que les services qui fournissent des informations en ligne ou des communications commerciales [25].

49. En l'occurrence, la publicité relative aux prestations de soins dentaires que M. Vanderborght a faite à travers un site Internet qu'il a créé relève, à notre avis, du champ d'application de la directive sur le commerce électronique.

50. Non seulement une telle publicité constitue une « communication commerciale » en ligne, au sens de l'article 2, sous f), de cette directive, mais elle est également faite par un membre d'une profession réglementée, ce qui est expressément autorisé par le législateur de l'Union à l'article 8, paragraphe 1, de ladite directive. En effet, à cette disposition, celui-ci pose le principe selon lequel les États membres doivent s'assurer que les membres d'une profession réglementée peuvent faire de la publicité sur Internet dès lors qu'ils respectent les règles de la profession.

51. Par conséquent, une réglementation nationale telle que celle en cause au principal est bien susceptible d'être appréhendée sous l'angle des dispositions prévues par le législateur de l'Union dans le cadre de la directive sur le commerce électronique.

52. Examinons, à présent, les dispositions de fond de cette directive.

53. Nous pensons que la compatibilité de la réglementation en cause au principal avec le droit de l'Union doit être examinée à la lumière de l'article 3, paragraphe 1, et de l'article 8, paragraphe 1, de ladite directive.

54. L'article 3 de la directive sur le commerce électronique, intitulé « Marché intérieur », constitue, en effet, la « pierre angulaire » de cette directive [26].

55. L'article 3, paragraphe 1, de ladite directive fixe le principe selon lequel les services de la société de l'information sont soumis au régime juridique de l'État membre dans lequel le prestataire est établi [27].

23 — Voir, également, considérant 17 de ladite directive qui précise que « [c]ette définition couvre tout service fourni, normalement contre rémunération, à distance au moyen d'équipement électronique de traitement [...] et de stockage des données, à la demande individuelle d'un destinataire de services ».

24 — Arrêts du 23 mars 2010, Google France et Google (C-236/08 à C-238/08, EU:C:2010:159, point 110) ; du 12 juillet 2011, L'Oréal e.a. (C-324/09, EU:C:2011:474, point 109), ainsi que du 11 septembre 2014, Papasavvas (C-291/13, EU:C:2014:2209, points 28 et 29).

25 — La Commission entendait ainsi viser les services d'information en ligne comme les journaux en ligne, la vente en ligne de produits et de services (livres, services financiers, voyages), la publicité en ligne, les services de loisirs et les services intermédiaires de base (accès à Internet ainsi que transmission et hébergement d'informations), les services professionnels en ligne (avocats, médecins, experts-comptables, agents immobiliers), les services de divertissement en ligne comme la vidéo à la demande, les services en ligne de publicité et de marketing direct ainsi que les services fournissant un accès à la « Toile mondiale ». Étaient également visés les services fournis gratuitement aux bénéficiaires et financés, par exemple, par la publicité ou le parrainage (voir, notamment, communiqué de presse de la Commission du 8 décembre 1999 [document IP/99/952] et p. 4 du rapport de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen – premier rapport sur l'application de la directive sur le commerce électronique [COM(2003) 702 final, ci-après le « premier rapport sur l'application de la directive sur le commerce électronique »]).

26 — Voir p. 4 du premier rapport sur l'application de la directive sur le commerce électronique.

27 — Arrêt du 25 octobre 2011, eDate Advertising e.a. (C-509/09 et C-161/10, EU:C:2011:685, point 57). Voir, également, considérant 22 de ladite directive.

56. Ladite disposition impose ainsi à chaque État membre de veiller à ce que les services fournis par un prestataire établi sur son territoire respectent les dispositions nationales qui sont applicables dans cet État membre et qui relèvent du « domaine coordonné ». Selon le législateur de l'Union, un tel mécanisme doit permettre de contrôler les services de la société de l'information à la source de l'activité afin d'assurer une protection efficace des objectifs d'intérêt général [28].

57. Dans son arrêt du 25 octobre 2011, eDate Advertising e.a. [29], la Cour a ainsi constaté, au vu du « domaine coordonné » visé par la directive sur le commerce électronique, que relèvent du régime juridique de l'État membre d'établissement du prestataire les règles du droit civil ainsi que celles relatives à la responsabilité des prestataires. En l'absence de règles harmonisées au niveau de l'Union européenne, la Cour a ainsi conclu au caractère contraignant de ces règles matérielles auxquelles l'État membre avait décidé de soumettre les prestataires et leurs services [30].

58. Ce raisonnement est, à notre sens, applicable par analogie dans le contexte d'une communication commerciale effectuée par Internet dans la mesure où le « domaine coordonné » visé par la directive sur le commerce électronique couvre également, ainsi que le prévoit l'article 2, sous h), i), second tiret, de celle-ci, les exigences portant sur le comportement du prestataire ainsi que sur la qualité et le contenu d'une publicité.

59. Dans ces conditions, il nous semble que le mécanisme prévu à l'article 3, paragraphe 1, de cette directive prescrit, s'agissant de la publicité par Internet, l'application du droit matériel en vigueur dans l'État membre d'établissement du prestataire.

60. Par conséquent, dans la présente affaire, rien ne semble s'opposer à l'application de la législation belge, le service en cause au principal ne provenant pas d'un État membre autre que le Royaume de Belgique, M. Vanderborght étant établi sur le territoire belge.

61. Nous ne sommes donc pas dans le cas de figure visé à l'article 3, paragraphe 2, de la directive sur le commerce électronique [31].

62. Cela étant dit, il faut, à présent, tenir compte des règles expressément fixées par le législateur de l'Union à l'article 8, paragraphe 1, de ladite directive s'agissant des communications commerciales effectuées spécifiquement par les membres d'une profession réglementée.

28 — Voir considérant 22 de la directive sur le commerce électronique.

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

30 — Points 58 et 59 de cet arrêt.

31 — Cette disposition interdit aux États membres de restreindre, pour des raisons relevant du domaine coordonné, la libre circulation des services de la société de l'information en provenance d'un autre État membre. En l'occurrence, ladite disposition n'est pas susceptible, à notre sens, de s'appliquer dans la mesure où le service en cause au principal ne provient pas d'un État membre autre que le Royaume de Belgique, mais est fourni par un prestataire établi dans cet État (voir, par analogie, arrêt du 11 septembre 2014, Papasavvas, C-291/13, EU:C:2014:2209, point 35). En tout état de cause, il est intéressant de relever que, aux termes de l'article 3, paragraphe 4, sous a), de la directive sur le commerce électronique, les États membres peuvent déroger à cette interdiction de principe lorsque la mesure est, premièrement, nécessaire aux fins de la protection de l'ordre public, de la santé publique, de la sécurité publique et des consommateurs, deuxièmement, prise à l'encontre d'un service de la société de l'information qui porte ou risque de porter une atteinte à ces objectifs et, troisièmement, proportionnelle auxdits objectifs. Ainsi, quand bien même le prestataire du service de la société de l'information serait établi dans un État membre autre que le Royaume de Belgique, cet État membre serait en droit d'adopter des mesures restreignant la libre prestation des services du commerce électronique pour des motifs tels que ceux en cause dans la présente affaire, tenant à la protection de la santé publique et des consommateurs, à condition, néanmoins, que ces dérogations satisfassent aux conditions prévues à l'article 3, paragraphe 4, sous a), de cette directive. Compte tenu des développements que nous consacrons aux points 93 et suiv. des présentes conclusions, de telles conditions seraient vraisemblablement satisfaites.

63. En effet, il ressort de la première partie de cette disposition que les États membres sont, en principe, tenus d'autoriser les membres d'une profession réglementée à recourir, au moyen du commerce électronique, à des communications commerciales. Ainsi que le souligne la Commission dans son premier rapport sur l'application de la directive sur le commerce électronique, cela signifie que les membres des professions réglementées peuvent informer leurs clients par l'intermédiaire de sites Internet, ce qui, relève-t-elle, n'était auparavant pas possible dans un certain nombre d'États membres [32].

64. Ce principe connaît, néanmoins, une exception tenant au respect des règles déontologiques de la profession.

65. En effet, dans la seconde partie de ladite disposition, le législateur de l'Union autorise les États membres à adopter des restrictions particulières afin de garantir le respect des règles professionnelles visant, « notamment », l'indépendance, la dignité et l'honneur de la profession ainsi que le secret professionnel et la loyauté envers les clients et les autres membres de la profession. En ce sens, nous voyons donc bien que, conformément au considérant 33 de la directive sur le commerce électronique, celle-ci « complète » le droit national relatif aux professions réglementées.

66. En autorisant de telles restrictions, le législateur de l'Union distingue les services fournis par les membres d'une profession réglementée de ceux offerts par tout autre prestataire, la médecine, la vente de médicaments ou encore le conseil juridique et la rédaction d'actes notariés ne constituant pas un commerce comme un autre. La nature de ces activités n'autorise pas la publicité dans les mêmes conditions que celle faite par un autre prestataire de services, ce dernier étant libre de promouvoir la fourniture de ses services par toute forme de communication afin d'inciter le consommateur à y avoir recours.

67. Les raisons justifiant ces restrictions ne sont pas exhaustives comme le démontre l'emploi, à l'article 8, paragraphe 1, de la directive sur le commerce électronique, de l'adverbe « notamment ». Or, il ne fait pas de doute que le respect des règles des professions de santé inclut la protection de la santé publique, et celle en particulier du patient, ceci constituant le premier devoir des chirurgiens-dentistes ainsi que cela ressort du code de déontologie de cette profession comme de celui de la profession de médecin [33]. Une législation nationale telle que celle en cause au principal doit donc être interprétée comme participant manifestement au respect des règles de déontologie gouvernant la profession de dentiste. En interdisant toute forme de publicité relative à des prestations de soins dentaires, le Royaume de Belgique tend à éviter que ne soit portée une atteinte à la confiance qu'ont les patients dans le praticien dentaire en affectant la dignité de la profession et que ne soit finalement compromise, au détriment de la santé des patients, la qualité des soins. Il tend également à éviter que, par le jeu de la propagande, l'intégrité des praticiens dentaires ne soit affectée et que, par des démarches telles que celles entreprises par M. Vanderborght, qui diffuse sur son site Internet des témoignages de patients évoquant la différence de prestations avec les traitements offerts par d'autres praticiens dentaires, la réputation de ces derniers ne soit atteinte.

68. Les restrictions que contient l'article 1er de la loi de 1958 peuvent donc, à notre sens, être justifiées, au sens de l'article 8, paragraphe 1, de la directive sur le commerce électronique, pour des raisons tenant au respect des règles de déontologie de la profession de dentiste.

32 — Voir point 4.4 de ce rapport.

33 — Voir article R. 4127-215 du code de déontologie des chirurgiens-dentistes, en vertu duquel sont interdits tous procédés directs ou indirects de publicité. L'article R. 4127-19 du code de la santé publique, applicable à la profession de médecin, dispose ce qui suit :
« La médecine ne doit pas être pratiquée comme un commerce.
Sont interdits tous procédés directs ou indirects de publicité et notamment tout aménagement ou signalisation donnant aux locaux une apparence commerciale. »

69. Compte tenu de ces éléments, nous estimons que la directive sur le commerce électronique, et en particulier son article 3, paragraphe 1, et son article 8, paragraphe 1, doit être interprétée en ce sens qu'elle ne s'oppose pas à une réglementation nationale, telle que celle établie par l'article 1er de la loi de 1958, qui interdit aux prestataires de soins dentaires, dans le cadre d'une profession libérale ou d'un cabinet dentaire, de faire, par Internet, quelque publicité que ce soit pour leurs prestations, dès lors que cette réglementation tend à assurer le respect des règles de la profession et s'applique à un prestataire établi sur le territoire national.

70. C'est à l'aune du droit primaire qu'il convient, à présent, d'apprécier la compatibilité de ladite réglementation avec le droit de l'Union.

C – *Sur la compatibilité des dispositions litigieuses de la loi de 1958 avec la liberté d'établissement et la libre prestation des services*

71. Par sa sixième question, la juridiction de renvoi demande, en substance, à la Cour si les articles 49 et 56 TFUE doivent être interprétés en ce sens qu'ils s'opposent à une législation d'un État membre qui interdit à des prestataires de soins dentaires, dans le cadre d'une profession libérale ou d'un cabinet dentaire, de faire quelque publicité que ce soit auprès du public, directement ou indirectement, pour leurs prestations.

72. Ainsi que cela ressort d'une jurisprudence constante, les activités médicales et paramédicales, notamment celles qui concernent les soins dentaires, entrent dans le champ d'application des dispositions du traité garantissant les libertés de circulation [34].

73. Or, selon une jurisprudence constante, ces dispositions ne sont pas applicables à une situation dans laquelle tous les éléments se cantonnent à l'intérieur d'un seul État membre [35]. L'application des dispositions du traité relatives à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services est donc subordonnée à l'existence d'un élément d'extranéité.

74. Dans la présente affaire, il est vrai que M. Vanderborght exerce ses activités en Belgique, où il est établi, et y fait l'objet de poursuites pénales. Ces dernières ont été engagées non seulement parce que l'intéressé a apposé une plaque à l'entrée de son cabinet ne satisfaisant pas aux exigences de discrétion requises par la législation nationale, mais également parce qu'il a fait de la publicité dans un journal local et à travers son site Internet.

75. Or, contrairement à M. Doulamis dans l'affaire ayant donné lieu à l'arrêt du 13 mars 2008, Doulamis (C-446/05, EU:C:2008:157), qui avait uniquement fait paraître des annonces publicitaires dans un annuaire papier national, M. Vanderborght a fait de la publicité à travers un outil qui, par nature, ne connaît aucune frontière.

76. Dans son arrêt du 25 octobre 2011, eDate Advertising e.a. [36], relatif à une atteinte alléguée à des droits de la personnalité au moyen de contenus mis en ligne sur un site Internet, la Cour a reconnu que « la mise en ligne de contenus sur un site Internet se distingue de la diffusion territorialisée d'un média tel un imprimé en ce qu'elle vise, dans son principe, à l'ubiquité desdits contenus. Ceux-ci peuvent être consultés instantanément par un nombre indéfini d'internautes partout dans le monde,

34 — Voir, notamment, s'agissant de la liberté d'établissement, arrêts du 1er février 2001, Mac Quen e.a. (C-108/96, EU:C:2001:67, point 24), ainsi que du 10 mars 2009, Hartlauer (C-169/07, EU:C:2009:141) ; s'agissant de la libre prestation des services dans le domaine médical, arrêt du 31 janvier 1984, Luisi et Carbone (286/82 et 26/83, EU:C:1984:35), ainsi que, en ce qui concerne les soins dentaires, et plus particulièrement un traitement orthodontique, arrêt du 28 avril 1998, Kohll (C-158/96, EU:C:1998:171).

35 — Voir, notamment, arrêts du 16 février 1995, Aubertin e.a. (C-29/94 à C-35/94, EU:C:1995:39, point 9 et jurisprudence citée) ; du 21 octobre 1999, Jägerskiöld (C-97/98, EU:C:1999:515, point 42 et jurisprudence citée), ainsi que du 11 juillet 2002, Carpenter (C-60/00, EU:C:2002:434, point 28).

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

indépendamment de toute intention de leur émetteur visant à leur consultation au-delà de son État membre d'établissement» [37]. La Cour en a déduit qu'« [i]l apparaît [...] que Internet réduit l'utilité du critère tenant à la diffusion, dans la mesure où la portée de la diffusion de contenus mis en ligne est en principe universelle» [38].

77. Dans le contexte d'Internet, la publicité commerciale par voie électronique à laquelle M. Vanderborght s'est prêté suffit donc à satisfaire, à notre sens, le critère de l'extranéité dans la mesure où celle-ci est susceptible d'atteindre un public et, par conséquent, d'attirer des patients situés dans un État membre autre que l'État membre d'établissement de l'intéressé.

78. La Cour a d'ailleurs admis que cet élément d'extranéité peut être le fait non seulement du prestataire lui-même, mais également du destinataire. Dans son arrêt du 11 juin 2015, Berlington Hungary e.a. [39], elle a ainsi conclu à l'existence d'un intérêt transfrontalier dans la mesure où une partie de la clientèle de sociétés commerciales exploitant des machines à sous était composée de citoyens de l'Union en vacances en Hongrie, précisant ainsi que « les services qu'un prestataire établi dans un État membre fournit, sans se déplacer, à un destinataire établi dans un autre État membre constituent une prestation de services transfrontalière, au sens de l'article 56 TFUE» [40].

79. Au vu de ces éléments, nous estimons, par conséquent, que le litige au principal présente des éléments de rattachement suffisants avec le droit de l'Union, permettant ainsi à la Cour d'apprécier la compatibilité de la législation nationale en cause au principal avec les libertés de circulation garanties par le traité FUE.

1. Sur le droit primaire applicable

80. À titre liminaire, il convient d'examiner si la législation nationale en cause au principal doit être examinée sous l'angle de la liberté d'établissement ou sous celui de la libre prestation des services.

81. En effet, il ressort de la jurisprudence de la Cour que, lorsqu'une mesure nationale se rattache à deux libertés fondamentales garanties par le traité, la Cour l'examine, en principe, au regard de l'une seulement de ces deux libertés s'il s'avère que, dans les circonstances de l'affaire au principal, l'une d'elles est tout à fait secondaire par rapport à l'autre et peut lui être rattachée [41].

82. Or, à notre sens, tel est le cas en l'espèce. En effet, dans la présente affaire, nous sommes enclin à penser que le centre de gravité se situe davantage du côté de la libre prestation des services, et ce compte tenu du but recherché par M. Vanderborght au travers de la publicité qu'il a faite non seulement dans des journaux locaux, mais également en ouvrant un site Internet. En procédant à de telles pratiques publicitaires, celui-ci vise à conquérir une nouvelle clientèle, que celle-ci soit établie dans l'État membre d'établissement ou dans un autre État membre [42].

37 — Point 45 de cet arrêt.

38 — Point 46 dudit arrêt.

39 — C-98/14, EU:C:2015:386.

40 — Points 25 et 26 ainsi que jurisprudence citée.

41 — Arrêt du 26 mai 2016, NN (L) International (C-48/15, EU:C:2016:356, point 39 et jurisprudence citée).

42 — Ainsi que l'a jugé la Cour dans son arrêt du 8 mars 2001, Gourmet International Products (C-405/98, EU:C:2001:135), relatif à une législation prohibant toute diffusion de messages publicitaires pour les boissons alcooliques en direction des consommateurs, « le droit à la libre prestation des services peut être invoqué par une entreprise à l'égard de l'État membre où elle est établie, dès lors que les services sont fournis à des destinataires établis dans un autre État membre » (point 37 et jurisprudence citée).

83. Si la liberté d'établissement est également susceptible d'être affectée par une interdiction telle que celle en cause au principal, en ce que celle-ci peut constituer, pour les professionnels établis dans un autre État membre, un obstacle sérieux pour pénétrer le marché de l'offre de soins dentaires et, par conséquent, à l'exercice de leurs activités [43], cette liberté apparaît ici secondaire par rapport à la libre prestation des services et peut, à notre avis, lui être rattachée.

84. Dans ces conditions, nous proposons donc à la Cour d'examiner la compatibilité de la réglementation nationale en cause au principal au regard de l'article 56 TFUE.

2. Sur l'existence d'une restriction à la libre prestation des services

85. Conformément à la jurisprudence de la Cour, sont considérées comme des restrictions à la libre prestation des services au sens de l'article 56 TFUE toutes les mesures qui interdisent, gênent ou rendent moins attrayant l'exercice de cette liberté [44].

86. Parmi ces mesures figurent celles qui, tout en étant indistinctement applicables, restreignent le droit qu'ont les prestataires établis sur le territoire de l'État membre d'offrir des services aux intéressés potentiels établis dans d'autres États membres.

87. Dans son arrêt du 10 mai 1995, Alpine Investments [45], la Cour a jugé qu'une réglementation d'un État membre interdisant à une entreprise établie sur son territoire de contacter par téléphone des particuliers établis dans d'autres États membres afin de leur proposer différents services financiers est susceptible de constituer une restriction à la libre prestation des services. La Cour a, tout d'abord, jugé que le fait que ces services constituent de simples offres adressées par un prestataire établi dans un État membre à un destinataire établi dans un autre État membre et qui n'est pas encore déterminé ne fait pas obstacle à l'application de l'article 56 TFUE. Selon la Cour, la libre prestation de services deviendrait en effet illusoire si des réglementations nationales pouvaient librement entraver les offres de services [46]. La Cour a, ensuite, jugé qu'une telle interdiction, en ce qu'elle prive les opérateurs concernés d'une technique rapide et directe de publicité et de prise de contact avec des clients potentiels se trouvant dans d'autres États membres, restreint la liberté garantie à l'article 56 TFUE, et ce alors même que l'interdiction en cause émane de l'État membre dans lequel est établi le prestataire. La Cour rappelle ainsi sa jurisprudence constante. Le droit à la libre prestation des services peut être invoqué par une entreprise à l'égard de l'État membre dans lequel elle est établie, dès lors que les services sont fournis à des destinataires établis dans un autre État membre [47].

88. Ce raisonnement nous semble transposable à une réglementation nationale, telle que celle en cause au principal, qui interdit toute publicité quant à l'offre de soins dentaires.

43 — Voir, sur ce point, analyse de la Cour dans son arrêt du 17 juillet 2008, Corporación Dermoestética (C-500/06, EU:C:2008:421). Dans l'affaire ayant donné lieu à cet arrêt, la Cour a effectivement examiné la compatibilité d'une réglementation nationale interdisant, sur les chaînes de télévision nationales, la publicité relative aux traitements médicaux et chirurgicaux effectués dans des structures médicales privées, au regard tant de l'article 49 TFUE que de l'article 56 TFUE. Or, dans cette affaire, un tel examen était, à notre sens, pleinement justifié au regard des circonstances particulières de l'espèce, Corporación Dermoestética SA étant une société établie en Espagne et ayant pour objectif, à travers le contrat conclu avec un prestataire italien, de diffuser des messages publicitaires sur une chaîne nationale de télévision italienne (voir points 33 et 34 dudit arrêt).

44 — Arrêt du 28 janvier 2016, Laezza (C-375/14, EU:C:2016:60, point 21 et jurisprudence citée).

45 — C-384/93, EU:C:1995:126.

46 — Points 18 à 22 de cet arrêt.

47 — Points 28 à 30 dudit arrêt. Voir, également, arrêt du 8 mars 2001, Gourmet International Products (C-405/98, EU:C:2001:135, point 37 et jurisprudence citée).

89. La publicité [48] par la voie de la presse ou par Internet apparaît bien comme un instrument essentiel permettant aux opérateurs économiques de toute taille de se faire connaître et d'informer les consommateurs des services qu'ils proposent. Elle joue ainsi un rôle déterminant dans la possibilité pour un prestataire d'élargir sa clientèle. À cet égard, la publicité par Internet constitue aujourd'hui un moyen d'information extrêmement efficace susceptible de toucher un très large public et d'intéresser des clients établis dans d'autres États membres. La publicité favorise également la concurrence dans la mesure où elle constitue le moyen par lequel les opérateurs économiques cherchent à convaincre les consommateurs d'avoir recours à leurs services plutôt qu'à ceux de leurs concurrents. Enfin, ainsi que la Commission l'a souligné dans son premier rapport sur l'application de la directive sur le commerce électronique, la publicité par Internet offre une source majeure de recettes pour nombre de prestataires de services de la société de l'information [49].

90. L'interdiction de quelque publicité que ce soit dans le domaine des soins dentaires, telle qu'elle est prévue par la loi de 1958, prive alors un professionnel comme M. Vanderborght d'un moyen d'information efficace pour faire connaître ses prestations à une clientèle potentielle établie dans d'autres États membres. Cette interdiction est donc bien de nature à gêner l'offre de soins dentaires à destination des patients établis dans d'autres États membres. En outre, ainsi que nous l'avions souligné dans nos conclusions dans l'affaire Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701), un tel régime de publicité prive les prestataires de publicité établis dans des États membres autres que le Royaume de Belgique d'offrir leurs services à des professionnels établis en Belgique et empêche également ces professionnels de recourir aux services de tels prestataires [50].

91. Dans ces conditions, une telle interdiction nous semble donc bien constituer une restriction à la liberté garantie par l'article 56 TFUE.

92. Il convient, à présent, d'examiner si cette restriction peut être justifiée.

3. La justification de la restriction

93. Dans l'affaire ayant donné lieu à l'arrêt du 13 mars 2008, Doulamis (C-446/05, EU:C:2008:157), le gouvernement belge a exposé les motifs qui ont conduit à l'adoption de l'interdiction de toute publicité de la part des prestataires de soins dentaires. Selon ce gouvernement, les pratiques publicitaires visant à gagner des patients par la propagande seraient inconciliables avec les exigences de protection de la santé publique et de la dignité de la profession. De telles pratiques seraient, en effet, de nature à porter atteinte à la confiance devant exister entre le prestataire de soins dentaires et son patient ainsi qu'à la qualité et à l'intégrité des praticiens dentaires.

94. Nous sommes d'avis que les États membres sont en droit d'interdire aux prestataires de soins dentaires de faire de la publicité auprès du public pour leurs prestations, dès lors que cette interdiction se limite effectivement à la promotion de celles-ci. Nous fondons cette analyse sur les considérations suivantes.

48 — L'importance de la publicité pour accéder à un marché a déjà été soulignée par la Cour à plusieurs reprises dans le domaine de la libre circulation des marchandises (voir, à cet égard, arrêts du 9 juillet 1997, De Agostini et TV-Shop, C-34/95 à C-36/95, EU:C:1997:344 ; du 8 mars 2001, Gourmet International Products, C-405/98, EU:C:2001:135, ainsi que du 15 juillet 2004, Douwe Egberts, C-239/02, EU:C:2004:445, point 53) et dans le domaine de la liberté d'établissement et de la libre prestation des services (voir arrêt du 17 juillet 2008, Corporación Dermoestética, C-500/06, EU:C:2008:421). Voir, également, sur cette jurisprudence, points 88 à 92 de nos conclusions dans l'affaire Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701) ainsi que points 75 à 80 de nos conclusions dans l'affaire Corporación Dermoestética (C-500/06, EU:C:2008:62).

49 — Voir point 4.3 de ce rapport.

50 — Voir point 101 de nos conclusions dans cette affaire.

95. Conformément à une jurisprudence constante, une restriction à l'exercice d'une liberté de circulation peut être justifiée si quatre conditions sont satisfaites, à savoir que cette restriction doit s'appliquer de manière non discriminatoire, qu'elle doit être justifiée par une raison impérieuse d'intérêt général, qu'elle doit être propre à garantir la réalisation de l'objectif poursuivi et qu'elle ne doit pas aller au-delà de ce qui est nécessaire pour atteindre cet objectif, étant donné qu'une telle législation ne remplit cette condition, selon la Cour, que si elle répond véritablement au souci de l'atteindre d'une manière cohérente et systématique [51].

96. La première de ces conditions est satisfaite puisque le régime de publicité en cause au principal s'applique indépendamment de l'État membre d'établissement des prestataires auxquels il s'adresse.

97. Il n'est pas non plus contestable que la deuxième condition est également remplie.

98. En effet, il ressort d'une jurisprudence constante que la protection de la santé et de la vie des personnes ainsi que celle des consommateurs sont des objectifs figurant au nombre de ceux qui peuvent être considérés comme constituant des raisons impérieuses d'intérêt général susceptibles de justifier une restriction à la libre prestation de services [52]. La Cour ajoute d'ailleurs, à cet égard, que la santé et la vie des personnes occupent le premier rang parmi les intérêts protégés par les dispositions du traité [53] prévoyant les dérogations possibles à l'interdiction des restrictions aux libertés de circulation.

99. La troisième condition requise par la jurisprudence est également remplie à notre sens.

100. En effet, il ne fait pas de doute que l'information du public dans le domaine de la santé doit être faite à partir de sources objectives et que la publicité effectuée par les prestataires eux-mêmes ne remplit pas nécessairement cette condition d'objectivité. Dans ces conditions, l'interdiction faite aux prestataires d'effectuer quelque publicité que ce soit auprès du public pour leurs prestations est bien propre à les empêcher de se livrer à des actions de propagande qui pourraient porter atteinte à la confiance qu'ont les patients dans le praticien dentaire en affectant la dignité de leur profession et compromettre ainsi la qualité des soins.

101. La question qui se trouve au centre de la présente affaire porte donc, en réalité, sur le point de savoir si une telle interdiction n'est pas disproportionnée au regard de tels objectifs ou, en d'autres termes, si ces objectifs peuvent être atteints de manière aussi efficace par des mesures moins restrictives [54].

102. L'existence de cette législation nous conduit donc à examiner si la protection de la santé publique et celle de la dignité de la profession peuvent justifier d'interdire à des prestataires de soins dentaires de faire de la publicité dans les mêmes conditions que n'importe quel autre prestataire de services, c'est-à-dire de promouvoir la fourniture de leurs services par toute forme de communication afin d'inciter le consommateur à y avoir recours. Il s'agit également de savoir si ces motifs peuvent justifier une interdiction de toute forme de publicité auprès du public.

103. Pour les mêmes raisons que celles exposées dans nos conclusions dans l'affaire Doulamis (C-446/05, EU:C:2007:701), nous estimons que la protection de la santé publique peut justifier une interdiction de toute forme de communication attractive ou incitative auprès du public, et ce pour les motifs suivants.

51 — Arrêts du 10 mars 2009, Hartlauer (C-169/07, EU:C:2009:141, point 55 et jurisprudence citée) ; du 12 septembre 2013, Konstantinides (C-475/11, EU:C:2013:542, point 50 et jurisprudence citée), ainsi que du 28 janvier 2016, Laezza (C-375/14, EU:C:2016:60, point 36 et jurisprudence citée).

52 — Arrêt du 12 septembre 2013, Konstantinides (C-475/11, EU:C:2013:542, point 51 et jurisprudence citée).

53 — Arrêts du 10 novembre 1994, Ortscheit (C-320/93, EU:C:1994:379, point 16), ainsi que du 12 novembre 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, point 118 et jurisprudence citée).

54 — Voir, à cet égard, arrêt du 12 novembre 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, point 119 et jurisprudence citée).

104. En premier lieu, les prestations de soins ne constituent pas des prestations de services comme les autres. Elles produisent leurs effets sur l'intégrité physique du bénéficiaire et sur son équilibre psychique. En outre, le patient qui y recourt répond à un véritable besoin qui tient au rétablissement de sa santé et, le cas échéant, à la protection de sa vie. Compte tenu de l'importance de cet enjeu, le patient ne dispose pas, lorsqu'il doit décider de recourir ou non à des prestations de soins, du même libre arbitre que celui dont il dispose à l'égard d'autres services. Lorsqu'il recourt à des prestations de soins, le patient ne satisfait pas une envie, il répond à une nécessité.

105. En second lieu, le domaine des soins dentaires, comme l'ensemble des activités dans le domaine de la santé, constitue l'un de ceux dans lesquels, à notre avis, le niveau d'« asymétrie de l'information » entre le prestataire et le bénéficiaire de la prestation, selon l'expression employée par la Commission dans son rapport sur la concurrence dans le secteur des professions libérales [55], est le plus élevé. Cela signifie que le prestataire dispose, dans son secteur d'activité, d'un niveau de compétence très supérieur à celui du bénéficiaire, de sorte que ce dernier n'est pas en mesure d'apprécier réellement la qualité du service proposé.

106. Dès lors, compte tenu de cette asymétrie du niveau de compétence et de l'enjeu que représente pour le patient la décision de recourir ou non à des prestations de soins, nous estimons que la relation de confiance entre le patient et le membre d'une profession de santé revêt un caractère essentiel. En d'autres termes, le patient doit pouvoir être convaincu que, lorsque ce praticien lui conseille ou lui recommande de recourir à une prestation de soins, ce conseil ou cette recommandation sont motivés uniquement par la protection de sa santé et non par le lucre.

107. C'est pourquoi nous pensons que cette relation de confiance serait nécessairement atteinte si les prestataires de soins dentaires étaient autorisés à faire de la publicité auprès du public afin de promouvoir leurs services. Dans un tel cas de figure, le patient pourrait craindre légitimement que, lorsque le praticien lui conseille ou lui recommande de recourir à une prestation de soins, ce conseil ou cette recommandation sont motivés, à tout le moins en partie, par l'intérêt économique de ce praticien. Le patient pourrait alors relativiser la valeur dudit conseil ou de ladite recommandation et compromettre ainsi son état de santé en refusant ou en différant la prestation proposée.

108. L'indication du tarif n'est pas, en elle-même, absente de danger. Il ne peut être exclu que des professionnels soient tentés de se livrer une concurrence sur le prix correspondant à une concurrence sur la prestation dont le résultat pourrait être une diminution de la qualité même, sinon de l'acte technique, en tout cas, par exemple, de la prothèse implantée, ce que le patient n'est pas techniquement apte à mesurer.

109. Par conséquent, nous sommes d'avis que la protection de la santé publique peut valablement justifier d'interdire aux prestataires de soins dentaires toute forme de publicité auprès du public pour la promotion de leurs prestations.

110. Dans la mesure où le législateur de l'Union n'a adopté aucune règle commune ou harmonisée concernant la publicité dans le domaine des soins dentaires, la Cour juge itérativement qu'il appartient aux États membres de décider du niveau auquel ils entendent assurer la protection de la santé publique et de la manière dont ce niveau doit être atteint. Celui-ci pouvant varier d'un État membre à l'autre, la Cour estime qu'il convient de reconnaître aux États membres une marge d'appréciation [56].

55 — COM(2004) 83 final/2. Voir point 25 de ce rapport.

56 — Arrêt du 12 novembre 2015, Visnapuu (C-198/14, EU:C:2015:751, point 118 et jurisprudence citée).

111. Bien entendu, les États membres doivent exercer ce pouvoir en s'assurant de la proportionnalité et de la nécessité des mesures adoptées [57].

112. En l'occurrence, l'interdiction visée à l'article 1er de la loi de 1958 n'est pas contraire, à notre sens, à l'article 56 TFUE. Compte tenu de la particularité des prestations en cause au principal, de l'enjeu que représente pour le patient la décision de recourir ou non à des prestations de soins dentaires et de la relation de confiance qu'il est indispensable de sauvegarder entre le prestataire de soins dentaires et le patient, cette interdiction nous semble parfaitement cohérente.

113. D'une part, ce niveau d'exigence dans le domaine des soins s'est déjà traduit par une réglementation très stricte encadrant les professions de la santé dans les différents États membres. Cette réglementation abondante a d'ailleurs conduit le législateur de l'Union à adopter, dans ce domaine d'activité, les premières directives sectorielles en ce qui concerne la reconnaissance des diplômes nécessaires à l'exercice de ces professions et l'harmonisation de la formation nécessaire à l'obtention de ces diplômes [58].

114. D'autre part, la relation qui unit le patient à un prestataire de soins concerne des prestations pour lesquelles l'exigence de qualité est évidemment plus élevée que dans d'autres secteurs d'activité. La santé constitue donc un domaine dans lequel la libre circulation des professionnels s'est heurtée à des obstacles importants et la reconnaissance mutuelle a nécessité une harmonisation très large de la part du législateur de l'Union.

115. Pour autant, l'interdiction visée à l'article 1er de la loi de 1958 ne saurait être sans limite.

116. L'exercice de leurs activités par les prestataires de soins dentaires comme par les autres membres des professions de la santé exige naturellement que le public puisse avoir connaissance de leur existence. Cela implique que le public puisse connaître l'identité du prestataire, personne physique ou morale, les prestations qu'il est en droit d'exercer, le lieu où il les exerce, les heures de consultations ainsi que les moyens d'entrer en contact avec lui, tels que des numéros de téléphone et de fax ou une adresse Internet.

117. L'accès du public à de tels renseignements objectifs est donc nécessaire à la mise en œuvre de la libre circulation des professionnels de la santé. Il concourt également à une meilleure protection de la santé publique, en favorisant la mobilité des patients au sein de l'Union. Le développement de la jurisprudence de la Cour, depuis les arrêts du 28 avril 1998, Decker [59] et Kohll [60], démontre que les patients cherchent de plus en plus à se faire soigner dans d'autres États membres [61]. Cette tendance répond à des motivations diverses. Ils peuvent vouloir ainsi bénéficier de soins à des tarifs moins onéreux ou de prestations qui n'existent pas dans leur État membre de résidence, ou encore être soignés plus rapidement que dans celui-ci. Cette mobilité des patients, en ce qu'elle leur permet d'accéder à des soins plus largement que dans leur État membre de résidence, concourt également à la protection de la santé publique.

57 — Arrêts du 25 juillet 1991, Aragonesa de Publicidad Exterior et Publivía (C-1/90 et C-176/90, EU:C:1991:327, point 16), et du 12 novembre 2015, Visnapuu, C-198/14, EU:C:2015:751, points 119 et 120 ainsi que jurisprudence citée).

58 — Le premier régime sectoriel de reconnaissance des diplômes a été adopté pour les médecins dès 1975. Il a été suivi de cinq autres régimes sectoriels, adoptés entre 1977 et 1985, concernant les infirmiers de soins généraux, les praticiens de l'art dentaire [avec la directive 78/686/CEE du Conseil, du 25 juillet 1978, visant à la reconnaissance mutuelle des diplômes, certificats et autres titres du praticien de l'art dentaire et comportant des mesures destinées à faciliter l'exercice effectif du droit d'établissement et de libre prestation de services (JO 1978, L 233, p. 1), et la directive 78/687/CEE du Conseil, du 25 juillet 1978, visant à la coordination des dispositions législatives, réglementaires et administratives concernant les activités du praticien de l'art dentaire (JO 1978, L 233, p. 10)], les vétérinaires, les sages-femmes et les pharmaciens. Les directives sectorielles ont été abrogées et remplacées par la directive 2005/36/CE du Parlement européen et du Conseil, du 7 septembre 2005, relative à la reconnaissance des qualifications professionnelles (JO 2005, L 255, p. 22).

59 — C-120/95, EU:C:1998:167.

60 — C-158/96, EU:C:1998:171.

61 — Voir, à cet égard, arrêt du 5 octobre 2010, Elchinov (C-173/09, EU:C:2010:581).

118. Une loi nationale interdisant aux prestataires de soins dentaires de faire, directement ou indirectement, de la publicité auprès du public pour leurs prestations ne devrait pas aller jusqu'à interdire la simple mention, sans caractère attractif ou incitatif, par de tels prestataires, dans un annuaire téléphonique ou par d'autres moyens d'information accessibles au public, des indications permettant de connaître leur existence en tant que professionnels, telles que leur identité, les activités qu'ils sont en droit d'exercer, le lieu où ils les exercent, leurs horaires de travail et les moyens d'entrer en contact avec eux.

119. Tel ne nous semble pas être le cas si nous tenons compte des termes de l'article 1er de la loi de 1958 et de ceux de l'article 8 quinquies de l'arrêté royal de 1934.

120. En tout état de cause, c'est au juge national qu'il appartient d'apprécier si, en l'espèce, les messages publicitaires que M. Vanderborght a insérés dans les journaux locaux et sur son site Internet sortent du cadre de cette limite, au regard, notamment, de la présentation de ces annonces, de l'insertion de photos « avant et après » et de la reproduction de témoignages de patients évoquant la différence de prestations avec les traitements offerts par d'autres praticiens dentaires.

121. C'est au vu de ces considérations que nous proposons à la Cour de répondre à la juridiction de renvoi qu'une réglementation nationale, telle que celle établie par l'article 1er de la loi de 1958, qui interdit aux prestataires de soins dentaires, dans le cadre d'une profession libérale ou d'un cabinet dentaire, de faire quelque publicité que ce soit auprès du public, directement ou indirectement, pour leurs prestations constitue une restriction à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services, au sens des articles 49 et 56 TFUE.

122. Cependant, cette restriction est justifiée par la protection de la santé publique dès lors que la législation nationale en cause au principal n'a pas pour effet d'interdire la simple mention, sans caractère attractif ou incitatif, par de tels prestataires, dans un annuaire téléphonique ou par d'autres moyens d'information accessibles au public, des indications permettant de connaître leur existence en tant que professionnels, telles que leur identité, les activités qu'ils sont en droit d'exercer, le lieu où ils les exercent, leurs horaires de travail et les moyens d'entrer en contact avec eux.

V – Conclusion

123. À la lumière des considérations qui précèdent, nous proposons à la Cour de répondre comme suit au Nederlandstalige rechtbank van eerste aanleg Brussel (tribunal de première instance néerlandophone de Bruxelles, Belgique) :

1) La directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) nº 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (« directive sur les pratiques commerciales déloyales »), doit être interprétée en ce sens qu'elle ne s'applique pas, en raison des limitations expressément prévues par le législateur de l'Union à l'article 3, paragraphes 3 et 8, de cette directive, à une réglementation nationale, telle que celle établie par l'article 1er de la Wet bettreffende de publiciteit inzake tandverzorging (loi relative à la publicité en matière de soins dentaires), du 15 avril 1958, dans sa version en vigueur à la date des faits au principal, qui interdit toute publicité relative à des prestations de soins dentaires, ni à une réglementation nationale, telle que celle prévue à l'article 8 quinquies du Koninklijk besluit houdende reglement op de beoefening der tandheelkunde (arrêté royal réglementant l'exercice de l'art dentaire), du 1er juin 1934, dans sa version en vigueur à la date des faits au principal, qui fixe les exigences de discrétion auxquelles doit répondre l'enseigne d'un cabinet dentaire.

2) La directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil, du 8 juin 2000, relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique »), et en particulier son article 3, paragraphe 1, et son article 8, paragraphe 1, doit être interprétée en ce sens qu'elle ne s'oppose pas à une réglementation nationale, telle que celle établie par l'article 1er de la loi du 15 avril 1958 relative à la publicité en matière de soins dentaires, dans sa version en vigueur à la date des faits au principal, qui interdit aux prestataires de soins dentaires, dans le cadre d'une profession libérale ou d'un cabinet dentaire, de faire, par Internet, quelque publicité que ce soit pour leurs prestations, dès lors que cette réglementation tend à assurer le respect des règles de la profession et s'applique à un prestataire établi sur le territoire national.

3) Une réglementation nationale, telle que celle établie par l'article 1er de la loi du 15 avril 1958 relative à la publicité en matière de soins dentaires, dans sa version en vigueur à la date des faits au principal, qui interdit aux prestataires de soins dentaires, dans le cadre d'une profession libérale ou d'un cabinet dentaire, de faire quelque publicité que ce soit auprès du public, directement ou indirectement, pour leurs prestations constitue une restriction à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services, au sens des articles 49 et 56 TFUE.

Cette restriction est justifiée par la protection de la santé publique dès lors que la législation nationale en cause au principal n'a pas pour effet d'interdire la simple mention, sans caractère attractif ou incitatif, par de tels prestataires, dans un annuaire téléphonique ou par d'autres moyens d'information accessibles au public, des indications permettant de connaître leur existence en tant que professionnels, telles que leur identité, les activités qu'ils sont en droit d'exercer, le lieu où ils les exercent, leurs horaires de travail et les moyens d'entrer en contact avec eux.