SENTENZA DELLA CORTE (Quinta Sezione)
25 marzo 2004 *

Nel procedimento C-71/02,

avente ad oggetto una domanda di pronuncia pregiudiziale sottoposta alla Corte, a norma dell'art. 234 CE, dall'Oberster Gerichtshof (Austria) nella causa dinanzi ad esso pendente tra

Herbert Karner Industrie-Auktionen GmbH

e

Troostwijk GmbH,

domanda vertente sull'interpretazione dell'art. 28 CE,

* Lingua processuale: il tedesco.

LA CORTE (Quinta Sezione),

composta dai sigg. C.W.A. Timmermans, facente funzione di presidente della Quinta Sezione, dai sigg. A. Rosas (relatore) e S. von Bahr, giudici,

avvocato generale: sig. S. Alber
cancelliere: sig.ra M.F. Contet, amministratore principale

viste le osservazioni scritte presentate:

— per la Herbert Karner Industrie-Auktionen GmbH, dal sig. M. Kajaba, Rechtsanwalt;

— per la Troostwijk GmbH, dal sig. A. Frauenberger, Rechtsanwalt;

— per il governo austriaco, dalla sig.ra C. Pesendorfer, in qualità di agente;

— per il governo svedese, dalla sig.ra A. Falk, in qualità di agente;

— per la Commissione delle Comunità europee, dai sigg. U. Wölkere e J.C. Schieferer, in qualità di agenti,

vista la relazione d'udienza,

sentite le osservazioni orali della Herbert Karner Industrie-Auktionen GmbH, rappresentata dal sig. M. Kajaba, della Troostwijk GmbH, rappresentata dal sig. A. Frauenberger, del governo austriaco, rappresentato dal sig. T. Kramler, in qualità di agente, del governo svedese, rappresentato dalla sig.ra A. Falk, e della Commissione, rappresentata dal sig. J.C. Schieferer, all'udienza del 26 febbraio 2003,

sentite le conclusioni dell'avvocato generale, presentate all'udienza dell'8 aprile 2003,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

1 Con ordinanza 29 gennaio 2002, pervenuta alla Corte il 4 marzo seguente, l'Oberster Gerichtshof ha proposto, ai sensi dell'art. 234 CE, una questione pregiudiziale relativa all'interpretazione dell'art. 28 CE.

2 Tale questione è stata sollevata nell'ambito di una controversia tra la Herbert Karner Industrie-Auktionen GmbH (in prosieguo: la «Karner») e la Troostwijk GmbH (in prosieguo: la «Troostwijk»), società autorizzate a procedere alla vendita all'asta di beni mobili, in merito alla pubblicità fatta dalla Troostwijk per la vendita di merci provenienti da un fallimento.

Contesto normativo

La normativa comunitaria

3 In forza dell'art. 28 CE sono vietate fra gli Stati membri le restrizioni quantitative all'importazione nonché qualsiasi misura di effetto equivalente. Tuttavia, secondo l'art. 30 CE, tali divieti o restrizioni all'importazione sono autorizzati quando sono giustificati da taluni motivi rientranti tra le esigenze fondamentali riconosciute dal diritto comunitario e quando non costituiscono un mezzo di discriminazione arbitraria o una restrizione dissimulata al commercio tra gli Stati membri.

4 La direttiva del Consiglio 10 settembre 1984, 84/450/CEE, in materia di pubblicità ingannevole (GU L 250, pag. 17), come modificata dalla direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 6 ottobre 1997, 97/55/CE (GU L 290, pag. 18; in prosieguo: la «direttiva 84/450»), all'art. 1, definisce il suo scopo nel modo seguente:

«La presente direttiva ha lo scopo di tutelare il consumatore e le persone che esercitano un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, nonché gli interessi del pubblico in generale, dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali (...)».

5 L'art. 2, punto 2, della direttiva 84/450 definisce «pubblicità ingannevole» «qualsiasi pubblicità che in qualsiasi modo, compresa la sua presentazione, induca in errore o possa indurre in errore le persone alle quali è rivolta o che essa

raggiunge e che, dato il suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il comportamento economico di dette persone o che, per questo motivo, leda o possa ledere un concorrente».

6 L'art. 3 della direttiva 84/450 precisa che, per determinare se una pubblicità sia ingannevole, se ne devono considerare tutti gli elementi. Tale disposizione elenca una serie di riferimenti da prendere in considerazione a tale proposito, come, in particolare, l'origine geografica commerciale del bene di cui si tratta.

7 Secondo l'art. 7 della direttiva 84/450, essa non si oppone al mantenimento o all'adozione da parte degli Stati membri di disposizioni che abbiano lo scopo di garantire una più ampia tutela, in materia di pubblicità ingannevole, dei consumatori e delle altre persone considerate da tale direttiva.

La normativa nazionale

8 L'art. 2, n. 1, del Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (legge in materia di repressione della concorrenza sleale) del 16 novembre 1984 (BGBl. 1984/448; in prosieguo: l'«UWG») stabilisce un divieto generale di fornire, nei rapporti commerciali, indicazioni suscettibili di indurre il pubblico in errore.

9 L'art. 30, n. 1, dell'UWG vieta gli avvisi pubblici o le comunicazioni destinate ad un numero rilevante di persone che si riferiscono al fatto che una merce proviene da un fallimento, qualora la merce considerata, pur avendo tale provenienza, non faccia tuttavia più parte della massa fallimentare.

Causa principale e questione pregiudiziale

10 Le società Karner e Troostwijk svolgono la loro attività nel settore delle vendite all'asta di beni industriali e dell'acquisizione di beni di imprese in liquidazione.

11 Con contratto di vendita in data 26 marzo 2001, la Troostwijk, ha ottenuto, dietro autorizzazione del giudice fallimentare, i beni di un'impresa edile fallita. La Karner aveva anch'essa manifestato il suo interesse all'acquisizione di tali beni.

12 La Troostwijk aveva intenzione di liquidare tali beni provenienti dalla massa fallimentare nel corso di una vendita all'asta che doveva svolgersi il 14 maggio 2001. Essa pubblicizzava tale vendita in un catalogo commerciale, specificando che si trattava di una vendita all'asta in seguito ad un fallimento e che le merci provenivano dalla massa fallimentare dell'impresa interessata. L'opuscolo pubblicitario veniva anche pubblicato su Internet.

13 Secondo la Karner, gli annunci pubblicitari della Trostwijk sono contrari all'art. 30, n. 1, dell'UWG in quanto danno l'impressione al pubblico interessato che si tratti di una vendita della massa fallimentare organizzata dal curatore fallimentare. Indipendentemente da un eventuale rischio di indurre il pubblico in errore, simili annunci sarebbero contemporaneamente contrari alle regole di concorrenza previste dal Trattato CE e ingannevoli ai sensi dell'art. 2 dell'UWG.

14 Il 10 maggio 2001 lo Handelsgericht Wien (Austria) ha pronunciato, su domanda della Kerner, un provvedimento provvisorio che ingiungeva alla Troostwijk, da un lato, di astenersi dal promuovere la vendita di merci facendo riferimento alla loro provenienza da un fallimento, laddove tali merci non facevano più parte della massa fallimentare, e, dall'altro, di effettuare, in occasione della vendita all'asta, una dichiarazione pubblica destinata ai potenziali acquirenti per segnalare ad essi, in particolare, che tale vendita non si svolgeva in nome e per conto del curatore fallimentare.

15 La Troostwijk ha interposto appello contro tale provvedimento provvisorio dinanzi all'Oberlandesgericht Wien (Austria), invocando numerosi motivi contro il medesimo e mettendo in dubbio, in particolare, la compatibilità dell'art. 30, n. 1, dell'UWG con l'art. 28 CE.

16 Poiché il suo appello è stato respinto, la Troostwijk ha presentato, il 14 novembre 2001, un ricorso dinanzi all'Oberster Gerichtshof. Essa sostiene che il divieto di cui all'art. 30, n. 1, dell'UGW è contrario all'art. 28 CE ed è incompatibile con l'art. 10 della Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali, firmata a Roma il 4 novembre 1950 (in prosieguo: la «CEDU»), relativo alla libertà di espressione.

17 L'Oberster Gerichtshof, giudicando che la Corte non si fosse ancora pronunciata sulla questione della compatibilità di una norma nazionale come l'art. 30, n. 1, dell'UGW con l'art. 28 CE, ha deciso di sospendere la decisione e di proporre alla Corte la questione pregiudiziale seguente:

«Se l'art. 28 CE debba essere interpretato nel senso che esso osta ad una normativa nazionale che, indipendentemente dalla veridicità della comunicazione, vieti ogni riferimento alla provenienza della merce da un fallimento, allorché, in

pubblici avvisi o in comunicazioni destinate ad un numero rilevante di persone, si annunci la vendita di merci che, pur provenendo da un fallimento, non facciano più parte della massa fallimentare».

Sulla ricevibilità

Osservazioni presentate alla Corte

18 La Karner afferma che la domanda di decisione pregiudiziale è irricevibile. A suo giudizio, i fatti sui quali verte la causa principale riguardano una situazione puramente interna, dal momento che le parti nella causa principale hanno la loro sede in Austria, che le merci di cui si tratta sono state acquistate da una massa proveniente da un fallimento avvenuto sul territorio di tale Stato membro e che le disposizioni dell'art. 30, n. 1, dell'UWG riguardano le forme di pubblicità presenti in Austria.

Giudizio della Corte

19 Occorre ricordare che l'art. 28 CE non può essere disatteso per il solo fatto che, nella fattispecie concreta sottoposta all'esame del giudice nazionale, tutti gli elementi si collocano all'interno di un solo Stato membro (v. sentenza 7 maggio 1997, cause riunite da C-321/94 a C-324/94, Pistre e a., Racc. pag. I-2343, punto 44).

20 Tale principio è stato confermato dalla Corte non soltanto in cause riguardanti una situazione in cui la norma nazionale esaminata creava una discriminazione contro le merci importate da altri Stati membri (sentenza Pistre e a., cit., punto 44), ma altresì in situazioni in cui la norma nazionale era indistintamente

applicabile ai prodotti nazionali ed ai prodotti importati e poteva costituire un ostacolo potenziale al commercio intracomunitario rientrante nell'art. 28 CE (v., in tal senso, sentenza 5 dicembre 2000, causa C-448/98, Guimont, Racc. pag. I-10663, punti 21 e 22).

21 Nel caso di specie non risulta in modo manifesto che l'interpretazione sollecitata del diritto comunitario non sarebbe necessaria per il giudice nazionale (v. sentenza Guimont, cit., punto 23). Infatti, una risposta siffatta potrebbe essergli utile per stabilire se un divieto come quello previsto all'art. 30, n. 1, dell'UWG possa costituire un ostacolo potenziale al commercio intracomunitario che rientra nell'ambito di applicazione dell'art. 28 CE (v., anche, sentenza 13 gennaio 2000, causa C-254/98, TK-Heimdeinst, Racc. pag. I-151, punto 14).

22 Dalle considerazioni che precedono risulta che la domanda di pronuncia pregiudiziale è ricevibile.

Sul merito

Osservazioni sottoposte alla Corte

23 La Kerner, i governi austriaco e svedese, nonché la Commissione, sostengono che il divieto previsto all'art. 30, n. 1, dell'UWG costituisce una modalità di vendita

nel senso attribuito a tale nozione nella sentenza 24 novembre 1993, cause riunite C-267/91 e C-268/91, Keck e Mithouard (Racc. pag. I-6097). Tale disposizione sarebbe indistintamente applicabile ai prodotti nazionali e ai prodotti importati e non sarebbe tale da ostacolare maggiormente l'accesso al mercato di questi ultimi rispetto a quello dei prodotti nazionali. Pertanto, essa non rientrerebbe nell'ambito di applicazione dell'art. 28 CE.

24 Nell'ipotesi in cui la Corte dovesse tuttavia ritenere che l'art. 30, n. 1, dell'UWG costituisce una misura di effetto equivalente ai sensi dell'art. 28 CE, la Karner, sostenuta dai governi austriaco e svedese, considera che tale disposizione è giustificata da una ragione imperativa di tutela dei consumatori alla luce della giurisprudenza inaugurata con la sentenza 20 febbraio 1979, causa 120/78, Rewe-Zentral, detta «Cassis de Dijon» (Racc. pag. 649). Il governo svedese invoca altresì la lealtà dei negozi commerciali.

25 Il governo austriaco, richiamandosi ai termini dell'art. 7 della direttiva 84/450, afferma che l'art. 30, n. 1, dell'UWG è diretto a contrastare la pubblicità ingannevole, nell'interesse sia dei consumatori che delle imprese in situazione di concorrenza, nonché del pubblico in generale.

26 La Troostwijk sostiene che l'art. 30, n. 1, dell'UWG è incompatibile sia con l'art. 28 CE che con la direttiva 84/450. Infatti, tale disposizione di diritto interno impedirebbe al consumatore di beneficiare di informazioni veritiere e sarebbe idonea a danneggiare il commercio intracomunitario. Il riferimento alla provenienza di una merce riguarderebbe una delle sue qualità e non la sua commercializzazione. Un simile riferimento non potrebbe, di conseguenza, essere considerato come una modalità di vendita ai sensi della sentenza Keck e Mithouard, precedentemente citata.

27 Secondo la Troostwijk, tale disposizione limita la possibilità di diffondere informazioni pubblicitarie il cui impiego è consentito in altri Stati membri. Sarebbe evidente che la pubblicità di un'offerta di vendita, come quella di cui alla causa principale, non potrebbe essere limitata al territorio di un solo Stato membro. Infatti una distinzione di tali informazioni in funzione degli Stati membri interessati sarebbe impossibile su Internet dal momento che il ricorso a tale sistema di comunicazione non potrebbe essere limitato ad una sola regione.

28 Per quanto riguarda la compatibilità dell'art. 30, n. 1, dell'UGW con la direttiva 84/450, la Troostwijk fa valere che tale direttiva realizza un'armonizzazione parziale e permette agli Stati membri di mantenere e di adottare disposizioni dirette ad assicurare una tutela più ampia dei consumatori. La disposizione in parola non realizzerebbe l'obiettivo della tutela dei consumatori nei limiti in cui «vieta affermazioni pubblicitarie veritiere».

29 Infine, la Troostwijk sostiene che la disposizione in parola non è compatibile con l'art. 10 della CEDU, relativo alla libertà di espressione, poiché la limitazione di essa può essere esclusivamente giustificata qualora l'espressione della verità rischi, anche in una società democratica, di arrecare un serio pregiudizio ad un diritto individuale o collettivo di primaria importanza.

Risposta della Corte

30 A titolo preliminare, occorre rilevare che dal fascicolo trasmesso alla Corte dal giudice del rinvio risulta che l'art. 30, n. 1, dell'UWG si basa sulla presunzione che

i consumatori preferiscono acquistare merci che sono vendute da un curatore fallimentare in occasione di un fallimento perché sperano di acquistare a prezzi convenienti. A fronte di una pubblicità relativa ad una vendita di merci provenienti da un fallimento, sarebbe difficile stabilire se tale vendita è organizzata dal curatore fallimentare o da una persona che ha acquistato la merce dalla massa fallimentare. Tale disposizione avrebbe la finalità di evitare che gli operatori economici approfittino di tale tendenza dei consumatori.

31 Se è vero che le norme nazionali disciplinanti la tutela dei consumatori rispetto alla vendita di merci provenienti da un fallimento non sono state armonizzate a livello comunitario, ciononostante taluni aspetti relativi alla pubblicità fatta in occasione di tali vendite possono rientrare nell'ambito di applicazione della direttiva 84/450.

32 Occorre ricordare che la detta direttiva intende fissare criteri minimi e obiettivi sulla base dei quali è possibile stabilire se una pubblicità è ingannevole. Tra le disposizioni di tale direttiva figurano l'art. 2, n. 2, che definisce la nozione di «pubblicità ingannevole» e l'art. 3 che precisa gli elementi di cui si deve tener conto per stabilire se una pubblicità presenti tale carattere.

33 Senza che sia necessario analizzare in modo approfondito il grado di armonizzazione realizzato dalla direttiva 84/450, è pacifico che gli Stati membri hanno il potere, sul fondamento dell'art. 7 di quest'ultima, di mantenere o di adottare disposizioni che abbiano lo scopo di garantire una più ampia tutela dei consumatori rispetto a quella prevista dalla detta direttiva.

34 Occorre tuttavia rammentare che tale possibilità dev'essere esercitata nel rispetto del principio fondamentale della libera circolazione delle merci che trova espressione nel divieto, enunciato all'art. 28 CE, di restrizioni quantitative all'esportazione e di qualsiasi misura di effetto equivalente tra gli Stati membri (v., in tale senso, sentenza 26 settembre 2000, causa C-23/99, Commissione/Francia, Racc. pag. I-7653, punto 33).

35 In primo luogo si deve stabilire se una normativa nazionale come quella dell'art. 30, n. 1, dell'UWG, che vieta qualsiasi riferimento al fatto che la merce di cui trattasi proviene da un fallimento, mentre in pubblici avvisi o in comunicazioni destinate ad un numero rilevante di persone viene annunciata la vendita di merci che provengono da un fallimento, ma che non fanno più parte della massa fallimentare, rientri nell'ambito di applicazione dell'art. 28 CE.

36 A tale proposito occorre ricordare che, secondo una costante giurisprudenza, ogni normativa commerciale degli Stati membri che possa ostacolare direttamente o indirettamente, in atto o in potenza, gli scambi intracomunitari dev'essere considerata come una misura d'effetto equivalente a restrizioni quantitative e, pertanto, vietata dall'art. 28 CE (v., in particolare, sentenze 11 luglio 1974, causa 8/74, Dassonville, Racc. pag. 837, punto 5; 19 giugno 2003, causa C-420/01, Commissione/Italia, Racc. pag. I-6445, punto 25, e TK-Heimdienst, cit., punto 22).

37 La Corte ha precisato, al punto 16 della citata sentenza Keck e Mithouard, che disposizioni nazionali che limitano o vietano talune modalità di vendita, che, da un lato, valgono nei confronti di tutti gli operatori interessati che svolgono la propria attività sul territorio nazionale e, dall'altro, incidono in egual misura, tanto sotto il profilo giuridico quanto sotto quello sostanziale, sullo smercio dei

prodotti sia nazionali sia provenienti da altri Stati membri non possono costituire ostacolo diretto o indiretto, in atto o in potenza, agli scambi commerciali tra gli Stati membri ai sensi della giurisprudenza inaugurata dalla citata sentenza Dassonville.

38 Successivamente, la Corte ha considerato disposizioni disciplinanti modalità di vendita ai sensi della citata sentenza Keck e Mithouard disposizioni riguardanti in particolare il luogo e gli orari di vendita di taluni prodotti, nonché la pubblicità fatta per i medesimi e taluni metodi di commercializzazione (v., in particolare, sentenze 15 dicembre 1993, causa C-292/92, Hünermund e a., Racc. pag. I-6787, punti 21 e 22; 2 giugno 1994, cause riunite C-401/92 e C-402/92, Tankstation 't Heukske e Boermans, Racc. pag I-2199, punti 12-14, e TK-Heimdienst, cit., punto 24).

39 Occorre ricordare che l'art. 30, n. 1, dell'UWG è diretto a disciplinare i riferimenti pubblicitari che possono essere compiuti in merito all'origine commerciale delle merci provenienti da un fallimento qualora esse non facciano più parte della massa fallimentare. Pertanto, occorre constatare che una disposizione di tal genere non concerne i requisiti a cui tali merci devono rispondere, ma disciplina la commercializzazione di esse. Di conseguenza, detta disposizione dev'essere considerata come riguardante modalità di vendita ai sensi della citata sentenza Keck e Mithouard.

40 Come risulta dalla citata sentenza Keck e Mithouard, una simile modalità di vendita può tuttavia sfuggire al divieto previsto all'art. 28 CE solo se soddisfa le due condizioni enunciate al punto 37 della presente sentenza.

41 Per quanto riguarda la prima di tali condizioni, occorre rilevare che l'art. 30, n 1, dell'UWG si applica indistintamente a tutti gli operatori interessati che esercitano le loro attività sul territorio austriaco, a prescindere dal fatto che siano operatori nazionali o stranieri.

42 Per quanto riguarda la seconda condizione, occorre ricordare che l'art. 30, n. 1, dell'UWG non prevede, contrariamente alle disposizioni nazionali controverse nelle cause che hanno dato origine alle sentenze 9 luglio 1997, cause riunite da C-34/95 a C-36/95, De Agostini e TV-Shop (Racc. pag. I-3843), e 8 marzo 2001, causa C-405/98, Gourmet International Products (Racc. pag. I-1795), un divieto assoluto di forme promozionali di un prodotto in uno Stato membro in cui esso è legalmente commercializzato. Essa vieta soltanto di riferirsi, indirizzandosi ad un numero rilevante di persone, al fatto che una merce proviene da un fallimento qualora tale merce non faccia più parte della massa fallimentare, e ciò per motivi di tutela dei consumatori. Se è vero che un simile divieto è, in linea di principio, idoneo a limitare il volume totale di vendite nello Stato membro interessato e, di conseguenza, a ridurre altresì il volume delle vendite di merci provenienti da altri Stati membri, tuttavia esso non colpisce in maniera più rigorosa la commercializzazione dei prodotti originari di tali paesi rispetto a quella dei prodotti nazionali. Comunque, il fascicolo trasmesso alla Corte dal giudice del rinvio non contiene alcun elemento che permetta di stabilire che il divieto in esame produrrebbe tale effetto.

43 Pertanto, occorre constatare che, come ha rilevato l'avvocato generale al paragrafo 66 delle sue conclusioni, le due condizioni previste dalla citata sentenza Keck e Mithouard, quali ricordate al punto 37 della presente sentenza, sono pienamente soddisfatte nella causa principale. Quindi una normativa nazionale quale l'art. 30, n. 1, dell'UWG non ricade nel divieto stabilito all'art. 28 CE.

44 In secondo luogo, è opportuno esaminare gli argomenti della Troostwijk secondo cui l'art. 30, n. 1, dell'UWG, da un lato, limita la diffusione di messaggi pubblicitari consentiti in altri Stati membri e, dall'altro, è incompatibile con il principio della libertà di espressione, sancito dall'art. 10 della CEDU.

45 Per quanto riguarda il primo argomento, occorre interpretarlo come relativo alla questione se l'art. 49 CE relativo alla libera prestazione dei servizi, osti ad una limitazione della pubblicità, quale quella prevista dall'art. 30 dell'UWG.

46 Orbene qualora un provvedimento nazionale costituisca una restrizione sia alla libera circolazione delle merci sia alla libera prestazione dei servizi, la Corte procede al suo esame, in linea di principio, solamente con riguardo ad una delle due dette libertà fondamentali qualora risulti che, alla luce delle circostanze della specie, una delle due sia del tutto secondaria rispetto all'altra e possa essere a questa ricollegata (v., in tal senso, sentenze 24 marzo 1994, causa C-275/92, Schindler, Racc. pag. I-1039, punto 22, e 22 gennaio 2002, causa C-390/99, Canal Satélite Digital, Racc. pag. I-607, punto 31).

47 Nelle circostanze della causa principale, la diffusione di messaggi pubblicitari non costituisce un fine in sé e per sé. Infatti, essa costituisce un elemento secondario rispetto alla vendita delle merci di cui si tratta. Di conseguenza, l'aspetto della libera circolazione delle merci prevale su quello della libera prestazione dei servizi. Quindi, non occorre esaminare l'art. 30, n. 1, dell'UGW con riferimento all'art. 49 CE.

48 Per quanto riguarda il secondo argomento della Troostwijk riguardante la conformità della normativa in questione con la libertà di espressione, occorre ricordare in proposito che, secondo una costante giurisprudenza, i diritti fondamentali fanno parte integrante dei principi generali del diritto dei quali la Corte garantisce l'osservanza e che, a tal fine, quest'ultima si ispira alle tradizioni costituzionali comuni agli Stati membri e alle indicazioni fornite dai trattati internazionali relativi alla tutela dei diritti dell'uomo a cui gli Stati membri hanno cooperato o aderito. La CEDU riveste, a questo proposito, un particolare significato (v., segnatamente, sentenze 18 giugno 1991, causa C-260/89, ERT, Racc. pag. I-2925, punto 41; 6 marzo 2001, causa C-274/99 P, Connolly/Commissione, Racc. pag. I-1611, punto 37; 22 ottobre 2002, causa C-94/00, Roquette Frères, Racc. pag. I-9011, punto 25, e 12 giugno 2003, causa C-112/00, Schmidberger, Racc. pag. I-5659, punto 71).

49 Risulta inoltre da una costante giurisprudenza che, dal momento che una normativa nazionale entra nel campo di applicazione del diritto comunitario, la Corte, adita in via pregiudiziale, deve fornire tutti gli elementi di interpretazione necessari per la valutazione, da parte del giudice nazionale, della conformità di tale normativa con i diritti fondamentali di cui la Corte assicura il rispetto (v., in tal senso, sentenza 29 maggio 1997, causa C-299/95, Kremzow, Racc. pag. I-2629, punto 15).

50 Se il principio della libertà di espressione è espressamente riconosciuto dall'art. 10 CEDU e rappresenta un fondamento essenziale di una società democratica, risulta tuttavia dalla formulazione del n. 2 del detto articolo che tale libertà è anch'essa soggetta a talune limitazioni giustificate da obiettivi di interesse generale, se tali deroghe sono previste dalla legge, dettate da uno o più scopi legittimi ai sensi della detta disposizione e necessarie in una società democratica, cioè giustificate da un bisogno sociale imperativo e, in particolare, proporzionate al fine legittimo perseguito (v., in tal senso, sentenze 26 giugno 1997, causa C-368/95, Familiapress, Racc. pag. I-3689, punto 26, e 11 luglio 2002, causa C-60/00, Carpenter, Racc. pag. I-6279, punto 42, e Schmidberger, cit., punto 79).

51 È pacifico che il margine di valutazione discrezionale di cui dispongono le autorità competenti per stabilire dove si trovi il giusto equilibrio tra la libertà di espressione e gli obiettivi sopramenzionati è variabile per ciascuno degli scopi che giustificano la limitazione di tale diritto e secondo la natura delle attività considerate. Qualora l'esercizio della libertà non contribuisca ad un dibattito di interesse generale e, per giunta, ci si collochi in un contesto in cui gli Stati hanno un certo margine di valutazione discrezionale, il controllo si limita alla verifica del carattere ragionevole e proporzionale dell'ingerenza. Altrettanto vale per l'uso commerciale della libertà di espressione, soprattutto in un settore così complesso e oscillante come quello della pubblicità (v., in tal senso, sentenza 23 ottobre 2003, causa C-245/01, RTL Television, Racc. pag. I-12489, punto 73, nonché sentenze

Corte eur. D.U. 20 novembre 1989, Markt intern Verlag GmbH e Klaus Beermann, serie A, n. 165, § 33, e 28 giugno 2001, VGT Verein gegen Tierfabriken c. Svizzera, *Recueil des arrêts et décisions* 2001-VI, §§ 69-70).

52 Nel caso di specie, alla luce delle circostanze di diritto e di fatto che caratterizzano la situazione che ha dato origine alla causa principale e del margine di valutazione discrezionale di cui dispongono gli Stati membri, appare che una limitazione della pubblicità, quale quella prevista dall'art. 30 dell'UGW, è ragionevole e proporzionata, in ragione degli obiettivi legittimi da essa perseguiti, e cioè la tutela del consumatore e la lealtà dei rapporti commerciali.

53 Alla luce dell'insieme delle considerazioni che precedono, si deve rispondere alla questione proposta che l'art. 28 CE non osta ad una normativa nazionale che, indipendentemente dalla veridicità della comunicazione, vieti ogni riferimento alla provenienza della merce da un fallimento quando, in pubblici avvisi o in comunicazioni destinate ad un numero rilevante di persone, si annunci la vendita di merci che, pur provenendo da un fallimento, non facciano più parte della massa fallimentare.

Sulle spese

54 Le spese sostenute dai governi austriaco e svedese nonché dalla Commissione, che hanno presentato osservazioni alla Corte, non possono dar luogo a rifusione. Nei confronti delle parti nella causa principale il presente procedimento costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice nazionale, cui spetta quindi statuire sulle spese.

Per questi motivi,

LA CORTE (Quinta Sezione),

pronunciandosi sulla questione sottopostale dall'Oberster Gerichtshof con ordinanza 29 gennaio 2002, dichiara:

L'art. 28 CE non osta ad una normativa nazionale che, indipendentemente dalla veridicità della comunicazione, vieti ogni riferimento alla provenienza della merce da un fallimento quando, in pubblici avvisi o in comunicazioni destinate ad un numero rilevante di persone, si annunci la vendita di merci che, pur provenendo da un fallimento, non facciano più parte della massa fallimentare.

Timmermans Rosas von Bahr

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 25 marzo 2004.

Il cancelliere

R. Grass

Il presidente

V. Skouris