ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ

YVES BOT

της 31ης Ιανουαρίου 2008 [1]

1. Η παρούσα διαδικασία για έκδοση προδικαστικής αποφάσεως αφορά τις διατάξεις της ιταλικής νομοθεσίας περί των διαφημίσεων των ιατρικών επαγγελμάτων και των ιδιωτικών υγειονομικών θεραπευτηρίων. Σύμφωνα με τις διατάξεις αυτές, η διαφήμιση των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά θεραπευτήρια απαγορεύεται στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας. Ωστόσο, η διαφήμιση αυτή στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας και με άλλα μέσα επικοινωνίας επιτρέπεται υπό την προϋπόθεση, αφενός, χορηγήσεως αδείας από την αρμόδια τοπική αρχή, χωρίς να διευκρινίζονται οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούνται για τη χορήγηση της άδειας αυτής, και, αφετέρου, με περιορισμό της συναφούς με τη διαφήμιση αυτή δαπάνης στο 5 % του εισοδήματος που δηλώθηκε το προηγούμενο έτος.

2. Το αιτούν δικαστήριο ερωτά αν η απαγόρευση της διαφημίσεως της νομοθεσίας αυτής για τις ιατρικές-χειρουργικές θεραπείες στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας συνάδει προς το κοινοτικό δίκαιο, ενώ η διαφήμιση αυτή επιτρέπεται, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας.

3. Με τις παρούσες προτάσεις, επισημαίνω ότι η απαγόρευση της εν λόγω διαφημίσεως στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας αποτελεί περιορισμό της ελευθερίας εγκαταστάσεως και της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών.

4. Θα εκθέσω επίσης ότι, μολονότι ένα κράτος μέλος μπορεί θεμιτώς να επιβάλλει περιορισμούς στην άσκηση των ελευθεριών αυτών για να προστατεύσει έννομο συμφέρον όπως η δημόσια υγεία, εντούτοις έχει σημασία το εν λόγω μέτρο να είναι κατάλληλο για την επίτευξη του σκοπού αυτού και να μην υπερβαίνει συναφώς αυτό που είναι αναγκαίο. Αναφέρω ότι, από τη στιγμή που η διαφήμιση για τις ιατρικές-χειρουργικές θεραπείες στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα επιτρέπεται, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας, η απαγόρευση της ίδιας διαφημίσεως στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας δεν ανταποκρίνεται στην αρχή της αναλογικότητας και, επομένως, δεν συνάδει προς το κοινοτικό δίκαιο.

1 — Γλώσσα του πρωτοτύπου: η γαλλική.

I — Το νομικό πλαίσιο

Α — *Το κοινοτικό δίκαιο*

1. Η Συνθήκη ΕΚ

5. Το άρθρο 43, πρώτο εδάφιο, ΕΚ απαγορεύει τους περιορισμούς της ελευθερίας εγκαταστάσεως των υπηκόων ενός κράτους μέλους στην επικράτεια άλλου κράτους μέλους. Σύμφωνα με το άρθρο 43, δεύτερο εδάφιο, ΕΚ, η ελευθερία εγκαταστάσεως περιλαμβάνει την πρόσβαση σε μη μισθωτές δραστηριότητες και την άσκησή τους, καθώς και τη σύσταση και διαχείριση επιχειρήσεων.

6. Το άρθρο 49, πρώτο εδάφιο, ΕΚ απαγορεύει τους περιορισμούς της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών στο εσωτερικό της Κοινότητας όσον αφορά τους υπηκόους των κρατών μελών που είναι εγκατεστημένοι σε κράτος της Κοινότητας άλλο από εκείνο του αποδέκτη της παροχής.

7. Δυνάμει των άρθρων 48 ΕΚ και 55 ΕΚ, τα θεσπιζόμενα με τα άρθρα 43 ΕΚ και 49 ΕΚ δικαιώματα αναγνωρίζονται επίσης στις εταιρίες που έχουν συσταθεί σύμφωνα με τη νομοθεσία ενός κράτους μέλους και έχουν την καταστατική τους έδρα, την κεντρική τους διοίκηση ή την κύρια εγκατάστασή τους στο εσωτερικό της Κοινότητας.

8. Σύμφωνα με το άρθρο 47, παράγραφος 3, ΕΚ και κατ' εφαρμογήν του άρθρου 55 ΕΚ, η άρση των αντίθετων προς τα άρθρα 43 ΕΚ και 49 ΕΚ περιορισμών, προϋποθέτει τον συντονισμό των όρων ασκήσεώς τους. Ωστόσο, το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων δέχθηκαν ότι το άμεσο αποτέλεσμα των άρθρων 43 ΕΚ και 49 ΕΚ, που αναγνωρίσθηκε με τις αποφάσεις Reyners [2] και van Binsbergen [3], αντιστοίχως, από την 1η Ιανουαρίου 1970, ημερομηνία λήξεως της μεταβατικής περιόδου, ισχύει και για τα επαγγέλματα του τομέα της υγείας [4]. Εξάλλου, οι ιατρικές, παραϊατρικές και φαρμακευτικές δραστηριότητες έχουν αποτελέσει το αντικείμενο οδηγιών συντονισμού [5].

9. Σύμφωνα με τα άρθρα 46, παράγραφος 1, ΕΚ και 55 ΕΚ, τα άρθρα 43 ΕΚ και 49 ΕΚ δεν απαγορεύουν τους περιορισμούς που δικαιολογούνται για λόγους δημόσιας υγείας.

2 — Απόφαση της 21ης Ιουνίου 1974, 2/74 (Συλλογή τόμος 1974, σ. 317).

3 — Απόφαση της 3ης Δεκεμβρίου 1974, 33/74 (Συλλογή τόμος 1974, σ. 513).

4 — Επομένως, με την πρώτη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 75/362/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 16ης Ιουνίου 1975, περί αμοιβαίας αναγνωρίσεως των διπλωμάτων πιστοποιητικών και άλλων τίτλων ιατρικής και περί των μέτρων προς διευκόλυνση της πραγματικής ασκήσεως του δικαιώματος εγκαταστάσεως και του δικαιώματος της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών (ΕΕ ειδ. έκδ. 06/001, σ. 196), επισημαίνεται ότι, κατ' εφαρμογήν της Συνθήκης, απαγορεύεται από τη λήξη της μεταβατικής περιόδου, κάθε διακριτική μεταχείριση με βάση την ιθαγένεια, όσον αφορά την εγκατάσταση και την παροχή υπηρεσιών.

5 — Βλ., όσον αφορά τη δραστηριότητα του ιατρού, οδηγίες 75/362 και 75/363/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 16ης Ιουνίου 1975, περί του συντονισμού των νομοθετικών κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων που αφορούν τις δραστηριότητες των ιατρών (ΕΕ ειδ. έκδ. 06/001, σ. 209). Οι εκδοθείσες στους τομείς αυτούς οδηγίες καταργήθηκαν και αντικαταστάθηκαν με την οδηγία 2005/36/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7ης Σεπτεμβρίου 2005, σχετικά με την αναγνώριση των επαγγελματικών προσόντων (ΕΕ L 255, σ. 22).

2. Το παράγωγο δίκαιο

10. Ο κοινοτικός νομοθέτης, στο πλαίσιο της οδηγίας 89/552/ΕΟΚ [6], συντόνισε τις εθνικές ρυθμίσεις που διέπουν τη διαφήμιση που μεταδίδεται στην τηλεόραση.

11. Η έννοια της «τηλεοπτικής διαφημίσεως» ορίζεται στο άρθρο 1, στοιχείο γ΄, της οδηγίας 89/552 και νοείται ως «κάθε μορφή τηλεοπτικού μηνύματος που μεταδίδεται, έναντι αμοιβής ή ανάλογης πληρωμής, από μια δημόσια η ιδιωτική επιχείρηση στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής και βιοτεχνικής δραστηριότητας ή άσκησης ελευθέριου επαγγέλματος, με σκοπό την προώθηση της παροχής αγαθών ή υπηρεσιών, έναντι πληρωμής, συμπεριλαμβανομένων ακινήτων και υποχρεώσεων».

12. Σύμφωνα με το άρθρο 12, στοιχείο δ΄, της οδηγίας αυτής, η τηλεοπτική διαφήμιση και τηλεαγορά δεν πρέπει να ενθαρρύνει τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την υγεία ή την ασφάλεια.

13. Σύμφωνα με το άρθρο 14, παράγραφος 1, της οδηγίας αυτής, «[α]παγορεύεται η τηλεοπτική διαφήμιση των φαρμάκων και των θεραπευτικών αγωγών που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή στο κράτος μέλος στου οποίου τη δικαιοδοσία υπάγεται ο ραδιοτηλεοπτικός οργανισμός». Σύμφωνα με το ίδιο άρθρο, παράγραφος 2, απαγορεύεται, μεταξύ άλλων, η τηλεαγορά θεραπευτικών αγωγών.

14. Δυνάμει του άρθρου 3, παράγραφος 1, της ίδιας οδηγίας, τα κράτη μέλη έχουν την ευχέρεια, όσον αφορά τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς που υπάγονται στη δικαιοδοσία τους, να προβλέπουν αυστηρότερους ή λεπτομερέστερους κανόνες στους τομείς που καλύπτονται από την οδηγία αυτή.

Β — *Το εθνικό δίκαιο*

15. Ο νόμος 175, της 5ης Φεβρουαρίου 1992 [7], όπως τροποποιήθηκε κατ' αρχάς με τον νόμο 42, της 26ης Φεβρουαρίου 1999 [8], κατόπιν με τον νόμο 362, της 14ης Οκτωβρίου 1999 [9], και τέλος με τον νόμο 112, της 3ης Μαΐου 2004 [10] (στο εξής: νόμος του 1992), διέπει στην Ιταλία τη διαφήμιση των ιατρικών επαγγελμάτων και των ιδιωτικών θεραπευτηρίων.

6 — Οδηγία του Συμβουλίου, της 3ης Οκτωβρίου 1989, για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων (ΕΕ L 298, σ. 23), όπως τροποποιήθηκε με την οδηγία 97/36/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 30ής Ιουνίου 1997 (ΕΕ L 202, σ. 60, στο εξής: οδηγία 89/552).

7 — *GURI* αριθ. 50, της 29ης Φεβρουαρίου 1992, σ. 4.

8 — *GURI* αριθ. 50, της 2ας Μαρτίου 1999, σ. 4.

9 — *GURI* αριθ. 247, της 20ής Οκτωβρίου 1999, σ. 3.

10 — Τακτικό συμπλήρωμα στην *GURI* αριθ. 82, της 5ης Μαΐου 2004.

16. Οι διατάξεις του νόμου του 1992 που είναι κρίσιμες για την παρούσα διαδικασία είναι οι εξής:

«Άρθρο 1

1. Η διαφήμιση που αφορά την άσκηση των υγειονομικών και των συναφών βοηθητικών επαγγελμάτων τα οποία προβλέπει και ρυθμίζει η ισχύουσα νομοθεσία επιτρέπεται αποκλειστικώς μέσω επιγραφών που τοποθετούνται στο κτίριο στο οποίο ασκείται η επαγγελματική δραστηριότητα ή μέσω καταχωρίσεων σε τηλεφωνικούς καταλόγους σε γενικούς καταλόγους κατηγορίας και μέσω περιοδικών που απευθύνονται αποκλειστικώς στους ασκούντες υγειονομικά επαγγέλματα, μέσω ημερήσιων εφημερίδων και ενημερωτικών περιοδικών, καθώς και μέσω των τοπικών ραδιοτηλεοπτικών σταθμών.

2. Οι επιγραφές και καταχωρίσεις της παραγράφου 1 μπορούν να περιλαμβάνουν μόνον τα εξής στοιχεία:

a) επώνυμο, όνομα, διεύθυνση, αριθμό τηλεφώνου και ενδεχομένως την επαγγελματική διεύθυνση, ωράρια επισκέψεων ή προσβάσεως του κοινού·

b) προσόντα, ακαδημαϊκούς τίτλους, τίτλους ειδικότητας και σταδιοδρομίας, χωρίς παραπλανητικές συντομογραφίες·

c) τιμητικές διακρίσεις απονεμηθείσες ή αναγνωρισθείσες από το κράτος.

3. Η χρήση της ειδικότητας επιτρέπεται μόνο σε αυτούς που έλαβαν το αντίστοιχο δίπλωμα σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις. Απαγορεύεται να χρησιμοποιούνται τίτλοι ειδικότητας που έχουν αποκτηθεί στην αλλοδαπή, αν δεν έχουν αναγνωρισθεί από το κράτος.

4. Μη ειδικευμένος ιατρός μπορεί να κάνει χρήση της συγκεκριμένης ειδικότητας που ασκεί, χρησιμοποιώντας εκφράσεις με την επίσημη ονομασία της ειδικότητας και μη δημιουργώντας πλάνη ή αμφισβήτηση όσον αφορά την κατοχή του τίτλου ειδικότητας […]

5. Οι διατάξεις του παρόντος άρθρου έχουν επίσης εφαρμογή στους ιατρικούς συλλόγους και στη μνεία που θέτουν στα συνταγολόγια οι χειρουργοί, οι οδοντοστοματολόγου, οι οδοντοτεχνίτες και οι κτηνίατροι και στις επαγγελματικές κάρτες που χρησιμοποιούν οι ασκούντες τα άλλα επαγγέλματα της παραγράφου 1.

Άρθρο 2

1. Η διαφήμιση με επιγραφές και καταχωρίσεις του άρθρου 1 απαιτεί την άδεια του δημάρχου, που την χορηγεί βάσει εγκρίσεως του επαγγελματικού συλλόγου στον οποίο είναι εγγεγραμμένος ο αιτών. [...]

2. Για τη χορήγηση της δημοτικής αδείας, ο επαγγελματίας πρέπει να απευθύνει την αίτησή του στον αρμόδιο επαγγελματικό σύλλογο ή συλλογικό όργανο, με λεπτομερή περιγραφή του είδους, των χαρακτηριστικών και του περιεχομένου της διαφημιστικής καταχωρίσεως. Ο επαγγελματικός σύλλογος ή συλλογικό όργανο διαβιβάζει την αίτηση στον δήμαρχο, επισυνάπτοντας την έγκρισή του, εντός προθεσμίας τριάντα ημερών από την ημερομηνία που υποβλήθηκε η αίτηση.

3. Για τη χορήγηση της εγκρίσεως, ο επαγγελματικός σύλλογος ή συλλογικό όργανο πρέπει να εξακριβώσει ότι τηρούνται οι διατάξεις του άρθρου 1 και ότι τα αισθητικά χαρακτηριστικά της επιγραφής, της καταχωρίσεως ή των πινακίδων του άρθρου 4 συνάδουν προς τις διατάξεις που έχουν θεσπιστεί με συγκεκριμένο κανονισμό του Υπουργού Υγείας, κατόπιν γνωμοδοτήσεως του Ανωτάτου Συμβουλίου Υγείας και, ενδεχομένως, των επαγγελματικών συλλόγων ή συλλογικών οργάνων, που εκφράζουν τη γνώμη τους εντός προθεσμίας ενενήντα ημερών από την ημερομηνία της αιτήσεως.

3 bis. Οι άδειες της παραγράφου 1 ανανεώνονται μόνον αν έχουν γίνει τροποποιήσεις επί του αρχικού κειμένου της διαφημίσεως.

[...]

Άρθρο 4

1. Η διαφήμιση ιδιωτικών θεραπευτηρίων, ή ιατρείων και κέντρων υγείας μιας ή πολλαπλών ειδικοτήτων που υπόκεινται σε έγκριση εκ του νόμου επιτρέπεται αποκλειστικώς μέσω επιγραφών ή πινακίδων που τοποθετούνται στο κτίριο στο οποίο ασκείται η επαγγελματική δραστηριότητα ή μέσω καταχωρίσεων σε τηλεφωνικούς καταλόγους και γενικούς καταλόγους κατηγορίας και μέσω περιοδικών που απευθύνονται αποκλειστικώς στους ασκούντες υγειονομικά επαγγέλματα, μέσω ημερήσιων εφημερίδων και ενημερωτικών περιοδικών καθώς και μέσω των τοπικών ραδιοτηλεοπτικών δικτύων· επιτρέπεται να αναφέρονται οι πραγματοποιούμενες συγκεκριμένες ιατρικές ή χειρουργικές δραστηριότητες και οι διαγνωστικές και θεραπευτικές πράξεις, εφόσον αναφέρεται το ονοματεπώνυμο και οι επαγγελματικοί τίτλοι των υπευθύνων κάθε ειδικότητας.

2. Σε κάθε περίπτωση, είναι υποχρεωτική η μνεία του επωνύμου, του ονόματος και των επαγγελματικών τίτλων του υπεύθυνου ιατρού υγειονομικού διευθυντή.

[…]

Άρθρο 5

1. Η διαφήμιση την οποία αφορά το άρθρο 4 εγκρίνεται από την περιφέρεια, αφού ληφθεί η γνώμη των περιφερειακών ομοσπονδιών των επαγγελματικών συλλόγων ή άλλων συλλογικών οργάνων, εφόσον υπάρχουν, οι οποίοι πρέπει να εγγυηθούν την ύπαρξη και το κύρος των ακαδημαϊκών και επιστημονικών τίτλων, καθώς και την αντιστοιχία των αισθητικών χαρακτηριστικών της επιγραφής, της πινακίδας ή της καταχωρίσεως προς τα οριζόμενα στον αναφερόμενο στο άρθρο 2, παράγραφος 3, κανονισμό.

[…]

3. Οι διαφημιστικές καταχωρίσεις του παρόντος άρθρου πρέπει να αναφέρουν τα όρια της εγκρίσεως εκ μέρους των περιφερειακών αρχών.

4. Οι ιδιοκτήτες και οι υγειονομικοί διευθυντές που είναι υπεύθυνοι για τα καταστήματα του άρθρου 4, τα οποία διαφημίζονται κατά τον επιτρεπόμενο τρόπο χωρίς έγκριση των περιφερειακών αρχών υπόκεινται στις πειθαρχικές κυρώσεις της επιπλήξεως ή της αναστολής ασκήσεως του υγειονομικού επαγγέλματος […].

5. Εάν η διαφημιστική καταχώριση περιέχει ψευδή στοιχεία όσον αφορά τις δραστηριότητες ή τις υπηρεσίες οι οποίες επιτρέπεται να παρέχονται στο κατάστημα ή δεν αναφέρει τον υγειονομικό διευθυντή, η διοικητική έγκριση ασκήσεως υγειονομικών δραστηριοτήτων αναστέλλεται για περίοδο από έξι μήνες έως ένα έτος.

[…]

Άρθρο 9 bis

Οι ασκούντες τα υγειονομικά επαγγέλματα του άρθρου 1, καθώς και τα υγειονομικά καταστήματα του άρθρου 4, μπορούν να διαφημίζονται υπό την μορφή που επιτρέπει ο παρών νόμος. Το κόστος της διαφημίσεως αυτής δεν δύναται να υπερβαίνει το 5 τοις εκατό του εισοδήματος που δηλώθηκε για το προηγούμενο έτος.»

17. Το αιτούν δικαστήριο μνημόνευσε και τον νόμο 248, της 4ης Αυγούστου 2006, με τίτλο «Τροποποίηση και μετατροπή σε νόμο του νομοθετικού διατάγματος 223 της 4ης Ιουλίου 2006 περί επειγουσών διατάξεων για την οικονομική και κοινωνική ανάκαμψη, τη συγκράτηση και τον εξορθολογισμό των δημοσίων δαπανών, και παρεμβάσεις στον τομέα των εσόδων και της καταστολής της φοροδιαφυγής» [11], εκδοθέντα μετά τα

11 — Τακτικό συμπλήρωμα στην *GURI* αριθ. 183, της 11ης Αυγούστου 2006.

πραγματικά περιστατικά της διαφοράς της κύριας δίκης.

18. Το άρθρο 2 του νόμου αυτού έχει ως εξής:

«1. Σύμφωνα με την κοινοτική αρχή του ελεύθερου ανταγωνισμού και της ελεύθερης κυκλοφορίας των προσώπων και των υπηρεσιών, καθώς και προκειμένου να εξασφαλιστεί στους χρήστες πραγματική δυνατότητα επιλογής κατά την άσκηση των δικαιωμάτων τους και συγκρίσεως των υπηρεσιών που προσφέρονται στην αγορά, από την ημερομηνία ενάρξεως ισχύος του παρόντος διατάγματος καταργούνται οι νομοθετικές και κανονιστικές διατάξεις οι οποίες προβλέπουν για τα ελευθέρια επαγγέλματα και την πνευματική δημιουργία:

[…]

β) την απαγόρευση, έστω και μερική, ενημερωτικής διαφημίσεως όσον αφορά τους επαγγελματικούς τίτλους και εξειδικεύσεις, τα χαρακτηριστικά της προσφερόμενης υπηρεσίας, καθώς και την αμοιβή και λοιπά έξοδα για την παροχή της υπηρεσίας, σύμφωνα με κριτήρια διαφάνειας και ειλικρίνειας του μηνύματος η τήρηση των οποίων επαληθεύεται από τον οικείο επαγγελματικό σύλλογο·

[…]

2. Δεν θίγονται οι διατάξεις περί της ασκήσεως ελευθερίων επαγγελμάτων στο πλαίσιο της Εθνικής υπηρεσίας υγείας ή δυνάμει συμβατικής σχέσεως με αυτήν, καθώς και ο τυχόν γενικός προηγούμενος καθορισμός ανωτάτων ορίων αμοιβών για την προστασία των χρηστών […]»

II — Το πραγματικό πλαίσιο

19. Η παρούσα διαδικασία ανέκυψε από τη διαφορά μεταξύ Corporación Dermoestética SA [12], εταιρίας ισπανικού δικαίου με εταιρικό σκοπό την παροχή υπηρεσιών αισθητικής φύσεως και ιατρικών-χειρουργικών υπηρεσιών στον τομέα αυτό, και της εταιρίας To Me Group Advertising Media Srl [13], διαφημιστικού πρακτορείου.

20. Από το 2003, η Dermoestética άρχισε να ασκεί τις δραστηριότητές της στην Ιταλία, όπου άνοιξε 24 κέντρα αισθητικής και 21 υγειονομικά καταστήματα, κατανεμημένα σε 23 πόλεις.

21. Στις 10 Οκτωβρίου 2005, η Dermoestética συνήψε με το Advertising Media σύμβαση δυνάμει της οποίας το πρακτορείο όφειλε να πραγματοποιήσει

12 — Στο εξής: Dermoestética.

13 — Στο εξής: Advertising Media.

πέντε τηλεοπτικές διαφημίσεις στο πλαίσιο της εκπομπής Verissimo του τηλεοπτικού σταθμού εθνικής εμβέλειας CANALE 5, σε ώρα μεγάλης ακροαματικότητας. Η συμφωνηθείσα τιμή ήταν 46 000 ευρώ άνευ φόρων και 4 000 ευρώ ως αμοιβή του πρακτορείου.

22. Αφού εισέπραξε προκαταβολή 2 000 ευρώ, το Advertising Media πληροφόρησε την Dermoestética ότι, λαμβανομένης υπόψη της ισχύουσας στην Ιταλία νομοθεσίας, βρισκόταν σε αδυναμία να πραγματοποιήσει τις προβλεπόμενες στη σύναψη διαφημιστικές καταχωρίσεις σε τηλεοπτικό σταθμό εθνικής εμβέλειας. Προέτεινε να ανεύρει χρόνο για διαφημιστικές καταχωρίσεις σε τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας, με προσαύξηση του συμφωνηθέντος τιμήματος.

23. Η Dermoestética ζήτησε την επιστροφή της προκαταβολής των 2 000 ευρώ. Κατόπιν της αρνήσεως του Advertising Media να ικανοποιήσει το αίτημά της, η Dermoestética το ενήγαγε ενώπιον του Giudice di pace di Genova (Ιταλία) ζητώντας την καταβολή του ποσού αυτού.

24. Ενώπιον του δικαστηρίου αυτού, η Cliniche Futura Srl, θυγατρική εταιρία της Dermoestética εγκατεστημένη στη Γένοβα, στις εγκαταστάσεις της οποίας συνάφθηκε η επίμαχη σύμβαση και η οποία ζήτησε να παρέμβει στη διαδικασία, ισχυρίστηκε ότι η ιταλική νομοθεσία περί τηλεοπτικής διαφημίσεως των ιατρικών δραστηριοτήτων προσκρούει στην ελευθερία εγκαταστάσεως του άρθρου 43 ΕΚ.

III — Τα προδικαστικά ερωτήματα

25. Υπό τις συνθήκες αυτές ο Giudice di pace di Genova αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα εξής προδικαστικά ερωτήματα:

«1) Συνάδει με το άρθρο 49 της Συνθήκης ΕΚ εθνική ρύθμιση ανάλογη με εκείνη των άρθρων 4, 5, και 9 bis του νόμου 175[/1992] και με εκείνη της υπουργικής αποφάσεως 657[/1994] και/ή διοικητική πρακτική που απαγορεύουν τη διαφήμιση σε τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών που πραγματοποιούνται σε νομοτύπως εγκεκριμένα ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα, μολονότι η εν λόγω διαφήμιση επιτρέπεται σε τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας, ενώ συγχρόνως επιβάλλουν, για τη μετάδοση της εν λόγω διαφημίσεως, περιορισμό δαπάνης μέχρι του 5 % του εισοδήματος που δηλώθηκε το προηγούμενο έτος;

2) Συνάδει με το άρθρο 43 της Συνθήκης ΕΚ εθνική ρύθμιση ανάλογη με εκείνη των άρθρων 4, 5, και 9 bis του νόμου 175 [/1992] και με εκείνη της υπουργικής αποφάσεως 657/1994 και/ή διοικητική πρακτική που απαγορεύουν τη διαφήμιση σε τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών που πραγματοποιούνται σε νομοτύπως εγκεκριμένα ιδιωτικά καταστήματα, μολονότι η εν λόγω διαφήμιση επιτρέπεται σε τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας, ενώ συγχρόνως επιβάλλουν, για τη διαφήμιση αυτής της τελευταίας μορφής, προηγούμενη

έγκριση από κάθε μεμονωμένο δήμο, μετά από γνώμη του οικείου επαρχιακού επαγγελματικού συλλόγου, καθώς και περιορισμό της δαπάνης στο 5 % του εισοδήματος που δηλώθηκε το προηγούμενο έτος;

3) Απαγορεύουν τα άρθρα 43 και/ή 49 της Συνθήκης ΕΚ να τίθεται ως προϋπόθεση για τη μετάδοση ενημερωτικών διαφημίσεων σχετικών με ιατρικές-χειρουργικές θεραπείες αισθητικής φύσεως οι οποίες πραγματοποιούνται σε νομοτύπως εγκεκριμένα ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα η προηγούμενη έγκριση εκ μέρους των τοπικών διοικητικών αρχών και/ή των επαγγελματικών συλλόγων;

4) Περιορίζει τον ανταγωνισμό πέραν του ό,τι επιτρέπει η σχετική εθνική νομοθεσία και παραβιάζει το άρθρο 81, παράγραφος 1, ΕΚ η ενέργεια της Federazione nazionale degli ordini dei medici (Εθνικής Ομοσπονδίας ιατρικών συλλόγων, στο εξής: Fnomceo) και των συμμετεχόντων σε αυτή ιατρικών συλλόγων να εγκρίνουν κώδικα δεοντολογίας, ο οποίος θέτει περιορισμούς στη διαφήμιση των υγειονομικών επαγγελμάτων και η ερμηνευτική πρακτική όσον αφορά την ισχύουσα ρύθμιση της ιατρικής διαφημίσεως, η οποία περιορίζει σημαντικά το δικαίωμα των ιατρών να διαφημίζουν τη δραστηριότητά τους, λαμβανομένου υπόψη ότι και τα δύο μέτρα δεσμεύουν όλους τους ιατρούς;

5) Αντιβαίνει, εν πάση περιπτώσει, η ερμηνευτική πρακτική την οποία έχει υιοθετήσει η Fnomceo στα άρθρα 3, παράγραφος 1, στοιχείο ζ΄, ΕΚ, 4 ΕΚ, 98 ΕΚ, 10 ΕΚ, 81 ΕΚ και, ενδεχομένως, στο άρθρο 86 ΕΚ, στον βαθμό στον οποίο η πρακτική αυτή επιτρέπεται από εθνική ρύθμιση η οποία ορίζει ότι οι αρμόδιοι επαρχιακοί σύλλογοι πρέπει να επαληθεύουν τη διαφάνεια και την ειλικρίνεια των διαφημιστικών μηνυμάτων των ιατρών χωρίς να προσδιορίζει τα κριτήρια και τον τρόπο ασκήσεως της εξουσίας αυτής;»

IV — Ανάλυση

Α — *Επί του αντικειμένου των προδικαστικών ερωτημάτων και του παραδεκτού τους*

26. Τα υποβληθέντα από το αιτούν δικαστήριο ερωτήματα μπορούν να καταταγούν σε δύο ομάδες. Η πρώτη αποτελείται από το πρώτο έως τρίτο ερώτημα. Με τα τρία αυτά ερωτήματα, το αιτούν δικαστήριο ζητεί να εκτιμήσει το συμβατό του νόμου του 1992 προς τα άρθρα 43 ΕΚ και 49 ΕΚ, καθόσον ο νόμος απαγορεύει τη διαφήμιση των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας.

27. Η δεύτερη ομάδα ερωτημάτων περιλαμβάνει το τέταρτο και το πέμπτο ερώτημα. Τα δύο αυτά ερωτήματα αφορούν τον εγκριθέντα από την Fnomceo κώδικα δεοντολογίας και την πρακτική της ομοσπονδίας αυτής κατ' εφαρμογήν του εν λόγω κώδικα. Έχουν αντικείμενο την εκτίμηση του συμβατού του κώδικα και της πρακτικής με πολλές διατάξεις της Συνθήκης, ειδικότερα με το άρθρο 81 ΕΚ, που απαγορεύει τις αντίθετες προς την κοινή αγορά συμπράξεις μεταξύ επιχειρήσεων.

28. Η Ιταλική Κυβέρνηση προβάλλει το απαράδεκτο του συνόλου των ερωτημάτων αυτών, για τον λόγο ότι το αιτούν δικαστήριο δεν έλαβε υπόψη την κατάργηση, με το νομοθετικό διάταγμα 223, της 4ης Ιουλίου 2006 [14], των νομοθετικών και κανονιστικών διατάξεων που προβλέπουν την απαγόρευση ενημερωτικών διαφημίσεων για τα ελευθέρια επαγγέλματα και την πνευματική δημιουργία.

29. Η Ιταλική Κυβέρνηση ισχυρίστηκε επίσης ότι το τρίτο έως πέμπτο ερώτημα δεν ασκούν επιρροή στην επίλυση της διαφοράς της κύριας δίκης, διότι η μη εκτέλεση της συναφθείσας μεταξύ Dermoestética και Advertising Media συμβάσεως οφείλεται στη θέση που έλαβε το Advertising Media και όχι σε άρνηση της εταιρίας του τηλεοπτικού σταθμού Canale 5.

30. Η Επιτροπή φρονεί ότι τα ερωτήματα της πρώτης ομάδας είναι παραδεκτά. Αντιθέτως, εκφράζει αμφιβολίες ως προς το παραδεκτό των ερωτημάτων της δεύτερης ομάδας.

31. Συντάσσομαι με την άποψη της Επιτροπής όσον αφορά το παραδεκτό των ερωτημάτων των δύο ομάδων.

32. Προκαταρκτικώς, υπενθυμίζεται ότι, κατά πάγια νομολογία, στο πλαίσιο αιτήσεως για έκδοση προδικαστικής αποφάσεως, μόνον του εθνικού δικαστηρίου, το οποίο έχει επιληφθεί της διαφοράς και το οποίο πρέπει να αναλάβει την ευθύνη της δικαστικής αποφάσεως που θα εκδοθεί, έργο είναι να εκτιμήσει, λαμβανομένων υπόψη των ιδιαιτεροτήτων της υποθέσεως, τόσο την ανάγκη εκδόσεως προδικαστικής αποφάσεως για να είναι σε θέση να εκδώσει την απόφασή του όσο και τη λυσιτέλεια των ερωτημάτων που θέτει στο Δικαστήριο. Κατά συνέπεια, από τη στιγμή που τα ερωτήματα που τέθηκαν αφορούν την ερμηνεία του κοινοτικού δικαίου, το Δικαστήριο, κατ' αρχήν, οφείλει να αποφανθεί [15].

33. Μόνον όταν είναι πρόδηλον ότι η ερμηνεία κοινοτικού κανόνα, που ζητείται από το εθνικό δικαστήριο, δεν έχει σχέση με το υποστατό ή το αντικείμενο της διαφοράς της κύριας δίκης ή όταν το Δικαστήριο δεν διαθέτει τα πραγματικά ή νομικά στοιχεία που είναι αναγκαία για να δώσει χρήσιμη απάντηση στα ερωτήματα που του τέθηκαν, τα ερωτήματα αυτά μπορεί να κηρυχθούν απαράδεκτα [16].

14 — *GURI* αριθ. 153, της 4ης Ιουλίου 2006, σ. 4, στο εξής: νομοθετικό διάταγμα 223/2006.

15 — Βλ., μεταξύ άλλων, απόφαση της 21ης Ιανουαρίου 2003, C-318/00, Bacardi-Martini και Cellier des Dauphins (Συλλογή 2003, σ. I-905, σκέψη 41 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

16 — Όπ.π. (σκέψη 42 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

34. Περαιτέρω, στο πλαίσιο της διαδικασίας συνεργασίας μεταξύ δικαστών του άρθρου 234 ΕΚ, τα καθήκοντα του Δικαστηρίου και του αιτούντος δικαστηρίου είναι σαφώς διαχωρισμένα και στο αιτούν δικαστήριο απόκειται αποκλειστικώς η ερμηνεία της εθνικής νομοθεσίας [17].

35. Ενόψει των στοιχείων αυτών, τα ερωτήματα της πρώτης ομάδας είναι προφανώς παραδεκτά. Συγκεκριμένα, στο αιτούν δικαστήριο απόκειται να εκτιμήσει τα αποτελέσματα του νομοθετικού διατάγματος 223/2006 για την επίλυση της διαφοράς της κύριας δίκης και όχι στην κυβέρνηση του κράτους μέλους όπου υπάγεται το δικαστήριο αυτό [18]. Υποβάλλοντας την παρούσα αίτηση για έκδοση προδικαστικής αποφάσεως, ο Giudice di pace di Genova έκρινε ότι το νομοθετικό αυτό διάταγμα, του οποίου εξάλλου παρέθεσε το άρθρο 12, δεν διακυβεύει την εφαρμογή του νόμου του 1992 στη διαφορά της οποίας έχει επιληφθεί. Δεν απόκειται στο Δικαστήριο να θέσει εν αμφιβόλω την εκτίμηση αυτή.

36. Το επιχείρημα της Ιταλικής Κυβερνήσεως ότι το εν λόγω νομοθετικό διάταγμα κατάργησε τις διατάξεις του νόμου του 1992 περί απαγορεύσεως της διαφημίσεως, όπως και όλες τις νομοθετικές και κανονιστικές διατάξεις που απαγορεύουν τις ενημερωτικές διαφημίσεις για τα ελευθέρια επαγγέλματα και την πνευματική δημιουργία, δεν μπορεί επομένως να γίνει δεκτό και να καταστήσει τα ερωτήματα της πρώτης ομάδας άνευ αντικειμένου.

37. Περαιτέρω, το ζήτημα του συμβατού των επιδίκων διατάξεων του νόμου του 1992 προς τα άρθρα 43 ΕΚ και 49 ΕΚ δεν στερείται προδήλως λυσιτέλειας για τη επίλυση της διαφοράς της κύριας δίκης.

38. Συγκεκριμένα, αν τα άρθρα αυτά, ή ένα από αυτά, πρέπει να ερμηνευθούν υπό την έννοια ότι απαγορεύουν διατάξεις προβλέπουσες την απαγόρευση τηλεοπτικών διαφημίσεων, όπως τη θεσπιζόμενη με τον νόμο του 1992, το αιτούν δικαστήριο δεν πρέπει να λάβει υπόψη του τις διατάξεις αυτές, σύμφωνα με τη νομολογία περί των αποτελεσμάτων της υπεροχής του άμεσα εφαρμοστέου κανόνα του κοινοτικού δικαίου [19].

39. Αντιθέτως, συντάσσομαι με τις αμφιβολίες της Επιτροπής όσον αφορά το παραδεκτό των ερωτημάτων της δεύτερης ομάδας.

40. Συγκεκριμένα, αυτή η ομάδα ερωτημάτων έχει ως αντικείμενο την εκτίμηση του συμβατού προς το κοινοτικό δίκαιο ενός κώδικα δεοντολογίας, εκδοθέντος από μια ομοσπονδία ιατρικών συλλόγων, και της πρακτικής της ομοσπονδίας αυτής κατ' εφαρμογήν του κώδικα αυτού. Ωστόσο, το αιτούν δικαστήριο δεν προσκόμισε κανένα στοιχείο περί του περιεχομένου του εν λόγω κώδικα και της πρακτικής αυτής. Περαιτέρω, δεν εξήγησε τους λόγους για τους οποίους θα ήταν χρήσιμη για την επίλυση της διαφοράς της κύριας δίκης η εξέταση από το Δικαστήριο του κώδικα αυτού και της εν λόγω πρακτικής.

17 — Βλ., ιδίως, απόφαση της 17ης Ιουνίου 1999, C-295/97, Piaggio (Συλλογή 1999, σ. I-3735, σκέψη 29 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

18 — Απόφαση της 13ης Νοεμβρίου 2003, C-153/02, Neri (Συλλογή 2003, σ. I-13555, σκέψη 35).

19 — Απόφαση της 9ης Μαρτίου 1978, 106/77, Simmenthal (Συλλογή τόμος 1978, σ. 239, σκέψη 21).

41. Η έλλειψη λυσιτέλειας είναι μάλιστα προφανής εκ του γεγονότος ότι, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα από το αιτούν δικαστήριο στοιχεία, το Advertising Media εξήγησε ότι περιήλθε σε αδυναμία εκτελέσεως των συμβατικών του υποχρεώσεων λόγω του νόμου του 1992, καθόσον ο νόμος απαγορεύει κάθε διαφήμιση για τις ιατρικές-χειρουργικές θεραπείες στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας, και όχι κατ' εφαρμογήν του εκδοθέντος από τη Fnomceo κώδικα και της συναφούς πρακτικής.

42. Για τον λόγο αυτό, προτείνω στο Δικαστήριο να κρίνει ότι το τέταρτο και το πέμπτο ερώτημα στερούνται προδήλως λυσιτέλειας για την επίλυση της διαφοράς της κύριας δίκης και να τα κηρύξει απαράδεκτα.

Β — *Επί των τριών πρώτων ερωτημάτων*

43. Με τα τρία πρώτα ερωτήματα, το αιτούν δικαστήριο ερωτά αν συνάδει προς τα άρθρα 43 ΕΚ και 49 ΕΚ ο νόμος του 1992, καθόσον απαγορεύει τη διαφήμιση των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας, ενώ την επιτρέπει, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας.

44. Καθόσον η τηλεοπτική διαφήμιση στον τομέα των ιατρικών θεραπειών αποτέλεσε το αντικείμενο εναρμονίσεως με την οδηγία 89/552, ενδείκνυται να εξετασθεί αν το συμβατό των επιδίκων διατάξεων του νόμου του 1992 πρέπει να εξετασθεί υπό το πρίσμα της οδηγίας αυτής ή των διατάξεων της Συνθήκης περί ελεύθερης κυκλοφορίας.

1. Οι κρίσιμες για την υπόθεση διατάξεις του κοινοτικού δικαίου

45. Υπενθυμίζεται ότι το άρθρο 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/552, απαγορεύει ρητώς την τηλεοπτική διαφήμιση των φαρμάκων και των θεραπευτικών αγωγών που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή στο κράτος μέλος στου οποίου τη δικαιοδοσία υπάγεται ο ραδιοτηλεοπτικός οργανισμός.

46. Επομένως, το ζήτημα είναι να εκτιμηθεί αν ο νόμος του 1992, καθόσον απαγορεύει τη διαφήμιση των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας, αντιστοιχεί σε εκτέλεση του άρθρου 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/552.

47. Η οδηγία αυτή δεν ορίζει λεπτομερέστερα τις θεραπευτικές αγωγές τις οποίες σκοπεί η απαγόρευση της τηλεοπτικής διαφημίσεως του άρθρου 14, παράγραφος 1.

48. Κατά την επ' ακροατηρίου συνεδρίαση, η Επιτροπή εξέθεσε ότι η έννοια των «θεραπευτικών αγωγών» του άρθρου αυτού πρέπει να ερμηνευθεί κατ' αναλογία με την έννοια των «φαρμάκων που διατίθενται με ιατρική συνταγή». Επομένως, η έννοια αυτή αντιστοιχεί με τις πράξεις που πραγματοποιεί ιατρός σε εκτέλεση συνταγής άλλου ιατρού. Στον τομέα της αισθητικής χειρουργικής, η έννοια αυτή καλύπτει, παραδείγματος χάρη, τις εγχειρήσεις με σκοπό αποκαταστάσεως των συνεπειών ατυχήματος ή διορθώσεως συγγενούς δυσμορφίας. Αντιθέτως, δεν έχει εφαρμογή στις πράξεις που πραγματοποιούνται μόνον κατόπιν αιτήσεως του ασθενούς.

49. Η Κυβέρνηση των Κάτω Χωρών υποστηρίζει ότι, υποθετικώς, όλες οι θεραπευτικές αγωγές απαιτούν την παρέμβαση ιατρού, οπότε το τμήμα της φράσης «που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή» δεν προσθέτει τίποτα στην έννοια των θεραπευτικών αγωγών. Η Κυβέρνηση αυτή εκθέτει επίσης ότι τα κράτη μέλη μπορούν να λάβουν πιο περιοριστικά μέτρα από τα προβλεπόμενα στο άρθρο 14 της οδηγίας 89/552.

50. Αντιθέτως προς την Κυβέρνηση των Κάτω Χωρών, θεωρώ ότι το τμήμα της φράσης «που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή» είναι απολύτως λυσιτελές για να καθοριστεί το περιεχόμενο της απαγορεύσεως του άρθρου 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/552. Εξάλλου, δεν πιστεύω ότι το κριτήριο της ιατρικής συνταγής πρέπει να ερμηνευθεί όπως προτείνει η Επιτροπή.

51. Συγκεκριμένα, με βάση το αν γίνει δεκτό ότι το άρθρο 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/552 σκοπεί μια επέμβαση αισθητικής χειρουργικής αναλόγως του αν για την επέμβαση αυτή υπάρχει συνταγή άλλου ιατρού ή αν την έχει αποφασίσει ο ίδιος ο ασθενής δεν μπορεί να καθορισθεί, σε όλες τις περιπτώσεις, εκ των προτέρων, αν μια θεραπεία εμπίπτει στην απαγόρευση του άρθρου αυτού. Πράγματι, μια χειρουργική επέμβαση, όπως η αναδιάταξη της μύτης ή του στήθους, μπορεί να προβλέπεται σε συνταγή ιατρού προς αποκατάσταση των συνεπειών ατυχήματος ή ασθενείας. Μπορεί επίσης να πραγματοποιηθεί κατόπιν απλής αιτήσεως ασθενούς, διότι ο ασθενής αυτός αποφάσισε, για αμιγώς αισθητικούς λόγους, την τροποποίηση του προσώπου του ή του τάδε τμήματος της ανατομίας του και, στην περίπτωση αυτή, η επέμβαση του ιατρού συνίσταται στην εξακρίβωση ότι η επέμβαση αυτή είναι συμβατή με την κατάσταση της υγείας του ασθενούς.

52. Επομένως, με βάση το κριτήριο της ιατρικής συνταγής, όπως προβάλλεται από την Επιτροπή, δεν μπορεί να εφαρμοστεί ορθώς η απαγόρευση του άρθρου 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/552. Συγκεκριμένα, η εφαρμογή της απαγορεύσεως συνεπάγεται ότι πρέπει, εκ των προτέρων, να είναι γνωστά ποια είναι τα είδη ιατρικών θεραπειών, των οποίων απαγορεύεται η τηλεοπτική διαφήμιση. Η έννοια των «θεραπευτικών αγωγών» του άρθρου 14, παράγραφος 1, της οδηγίας αυτής, όπως και των «φαρμάκων» του ιδίου άρθρου, πρέπει, κατά την άποψή μου, να νοείται ως καλύπτουσα τις θεραπείες που αποκλείονται, καθεαυτές, από κάθε είδος τηλεοπτικής διαφημίσεως. Συνεπώς, ο καθορισμός του πεδίου εφαρμογής του εν λόγω άρθρου απαιτεί διαφορετική ερμηνεία του κριτηρίου της ιατρικής συνταγής.

53. Κατά την άποψή μου, ο κοινοτικός νομοθέτης, αναφέροντας στο άρθρο 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/552, τα φάρμακα και τις θεραπευτικές αγωγές που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή, θέλησε να περιορίσει την απαγόρευση της τηλεοπτικής διαφημίσεως στα φάρμακα και τις θεραπευτικές αγωγές, των οποίων η χορήγηση εξαρτάται από την έγκριση ιατρού, σύμφωνα με τη νομοθεσία του οικείου κράτους μέλους. Επομένως, πρόκειται για τα φάρμακα και τις ιατρικές θεραπείες, των οποίων η χορήγηση δεν δύναται να αφεθεί μόνο στην εκτίμηση του ασθενούς ή του καταναλωτή.

54. Η ανάλυση αυτή επιβεβαιώνεται από την τριακοστή αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 89/552, σύμφωνα με το γαλλικό κείμενο της οποίας είναι επίσης αναγκαίο να απαγορευθεί κάθε τηλεοπτική διαφήμιση φαρμάκων και ιατρικών θεραπειών που παρέχονται «μόνο» με συνταγή ιατρού στο οικείο κράτος μέλος.

55. Η ανάλυση αυτή ενισχύεται επίσης από τους λόγους που στηρίζουν την εν λόγω απαγόρευση. Η απαγόρευση διαφημίσεως των φαρμάκων και θεραπευτικών αγωγών του άρθρου 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/552 τοποθετείται στη συνέχεια της απαγορεύσεως κάθε είδους διαφημίσεως των τσιγάρων και άλλων προϊόντων καπνού, του άρθρου 13 της οδηγίας αυτής, και πριν από τις διατάξεις που πλαισιώνουν την τηλεοπτική διαφήμιση των οινοπνευματωδών ποτών του άρθρου 15 της εν λόγω οδηγίας. Το σύνολο των διατάξεων αυτών σκοπεί την προστασία της δημόσιας υγείας.

56. Η απαγόρευση της τηλεοπτικής διαφημίσεως των φαρμάκων και των θεραπευτικών αγωγών που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή εξηγείται διότι πρέπει να καταναλώνονται ή να παρέχονται μόνο σε περίπτωση διαπιστωθείσας από ιατρό ανάγκης, για αυστηρά θεραπευτικούς σκοπούς και υπό τις προϋποθέσεις που θέτει ο θεραπευτής. Επομένως, ο κοινοτικός νομοθέτης θέλησε να απαγορεύσει τις πράξεις που σκοπούν να προωθήσουν τη χορήγηση των εν λόγω φαρμάκων και θεραπειών αυτών που, αν δεν είναι πράγματι αναγκαία και δεν καταναλωθούν ή παρασχεθούν σύμφωνα με ιατρική συνταγή, δύνανται να θέσουν σε κίνδυνο την υγεία του καταναλωτή.

57. Συνάγω ότι ο κοινοτικός νομοθέτης θέλησε να περιορίσει την απαγόρευση της διαφημίσεως στις θεραπευτικές αγωγές που δύνανται να παρασχεθούν μόνο με ιατρική συνταγή. Επομένως, αν μια θεραπευτική αγωγή μπορεί να παρασχεθεί μόνο με αίτηση του ασθενούς, όπως συμβαίνει, στον τομέα της αισθητικής χειρουργικής σύμφωνα με την ιταλική νομοθεσία, στην περίπτωση αναδιατάξεως της μύτης ή του στήθους, νομίζω ότι δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/552.

58. Επομένως, η απαγόρευση της τηλεοπτικής διαφημίσεως του νόμου του 1992 είναι πολύ ευρύτερη της απαγορεύσεως της οδηγίας 89/552. Συγκεκριμένα, ο νόμος του 1992 απαγορεύει τη διαφήμιση των ιατρικών και παραϊατρικών επαγγελμάτων καθώς και των ιδιωτικών θεραπευτηρίων στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας. Ειδικότερα, σύμφωνα με τα τρία πρώτα ερωτήματα του αιτούντος δικαστηρίου, ο νόμος έχει ως αποτέλεσμα την απαγόρευση κάθε

διαφημίσεως στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας των ιατρικο-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα, ενώ οι θεραπείες αυτές, όπως είδαμε, δεν διατίθενται όλες μόνο με ιατρική συνταγή, υπό την έννοια του άρθρου 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/552.

59. Ωστόσο, το γεγονός ότι οι εν λόγω διατάξεις του νόμου του 1992 θεσπίζουν συνεπώς ευρύτερη απαγόρευση της τηλεοπτικής διαφημίσεως από την απαγόρευση της οδηγίας 89/552 δεν καθιστά τις διατάξεις αυτές αντίθετες προς το κοινοτικό δίκαιο.

60. Όπως τόνισε η Κυβέρνηση των Κάτω Χωρών, το άρθρο 3, παράγραφος 1, της οδηγίας αυτής παρέχει στα κράτη μέλη την ευχέρεια, όσον αφορά τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς που υπάγονται στη δικαιοδοσία τους, να προβλέπουν αυστηρότερους ή λεπτομερέστερους κανόνες στους τομείς που καλύπτονται από την οδηγία αυτή. Η διάταξη αυτή ερμηνεύτηκε υπό την έννοια ότι έχει εφαρμογή στο σύνολο των διατάξεων του κεφαλαίου IV της οδηγίας αυτής [20], στο οποίο εντάσσεται το άρθρο 14, παράγραφος 1, της οδηγίας. Επομένως, τα κράτη μέλη δικαιούνται να προβλέπουν αυστηρότερα μέτρα από το άρθρο αυτό όσον αφορά την τηλεοπτική διαφήμιση για τα φάρμακα και τις θεραπευτικές αγωγές.

61. Ωστόσο, έχει σημασία ότι τα κράτη μέλη, στην άσκηση της εν λόγω εξουσίας θεσπίσεως λεπτομερέστερων ή αυστηρότερων κανόνων, όπως στην άσκηση των αρμοδιοτήτων που διατηρούν, δεν θίγουν την ελεύθερη κυκλοφορία. Συγκεκριμένα, κατά πάγια νομολογία, ελλείψει εναρμονίσεως μιας επαγγελματικής δραστηριότητας, τα κράτη μέλη διατηρούν κατ' αρχήν την αρμοδιότητα να ορίζουν την άσκηση της εν λόγω δραστηριότητας, πλην όμως πρέπει να ασκούν τις αρμοδιότητές τους στον τομέα αυτό διασφαλίζοντας τις θεμελιώδεις ελευθερίες τις οποίες εγγυάται η Συνθήκη [21].

62. Επομένως, υπό το πρίσμα της θεσπιζομένης με τη Συνθήκη ελεύθερης κυκλοφορίας πρέπει να εξετασθεί το συμβατό των επιδίκων διατάξεων του νόμου του 1992 προς το κοινοτικό δίκαιο.

63. Το αιτούν δικαστήριο κρίνει ότι, υπό τις περιστάσεις της υποθέσεως της κύριας δίκης, η εκτίμηση αυτή πρέπει να γίνει από απόψεως της ελευθερίας εγκαταστάσεως και της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών. Συντάσσομαι με την άποψη αυτή.

64. Η διαφορά της κύριας δίκης ανέκυψε από τη μη εκτέλεση από το Advertising Media της συμβάσεως που συνήψε με την Dermoestética, εταιρία ισπανικού δικαίου, με αντικείμενο τη μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων σε ιταλικό τηλεοπτικό σταθμό.

20 — Απόφαση της 9ης Φεβρουαρίου 1995, C-412/93, Leclerc-Siplec (Συλλογή 1995, σ. I-179, σκέψεις 37 έως 44).

21 — Απόφαση της 11ης Ιουλίου 2002, C-294/00, Gräbner (Συλλογή 2002, σ. I-6515, σκέψη 26 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

65. Φρονώ ότι η νομική κατάσταση της Dermoestética εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 43 ΕΚ, σε συνδυασμό με το άρθρο 48 ΕΚ, εφόσον η σύναψη της συμβάσεως περί διαφημίσεων με το Advertising Media είχε ως σκοπό την προώθηση των δραστηριοτήτων της Dermoestética στην Ιταλία μέσω των δευτερευουσών εγκαταστάσεών της [22].

66. Ομοίως, η Dermoestética είναι προφανώς ο αποδέκτης της παροχής των υπηρεσιών που ζητήθηκαν από το Advertising Media και, επομένως, μπορεί, υπό την ιδιότητα αυτή, να επικαλεστεί τις διατάξεις του άρθρου 49 ΕΚ [23].

67. Φρονώ ότι το κέντρο βάρους της υπό κρίση υποθέσεως, λαμβανομένου υπόψη του σκοπού που επιδιώκει η Dermoestética με τη συναφθείσα με το Advertising Media σύμβαση και των αποτελεσμάτων του νόμου του 1992 περί ανταγωνισμού, τοποθετείται μάλλον στην πλευρά της ελευθερίας εγκαταστάσεως. Παρ' όλ' αυτά, καθόσον το αιτούν δικαστήριο ερωτά επίσης, εν προκειμένω, περί του περιεχομένου της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών και το Δικαστήριο, με την απόφαση Gourmet International Products [24], εξέτασε μια νομοθεσία περί της διαφημίσεως των οινοπνευματωδών ποτών, όχι μόνον από απόψεως των άρθρων της Συνθήκης περί της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων, αλλά και του άρθρου 49 ΕΚ, θα εξετάσω επίσης, εν συντομία, την ερμηνεία του άρθρου αυτού.

22 — Βλ., σχετικώς, απόφαση της 17ης Οκτωβρίου 2002, C-79/01, Payroll κ.λπ. (Συλλογή 2002, σ. I-8923, σκέψη 25).

23 — Απόφαση της 31ης Ιανουαρίου 1984, 286/82 και 26/83, Luisi και Carbone (Συλλογή 1984, σ. 377, σκέψη 10).

24 — Απόφαση της 8ης Μαρτίου 2001, C-405/98 (Συλλογή 2001, σ. I-1795).

68. Επομένως, με τα τρία πρώτα ερωτήματα, το αιτούν δικαστήριο ερωτά, κατ' ουσίαν, αν νομοθεσία κράτους μέλους η οποία απαγορεύει τη διαφήμιση των ιατρικο-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας, ενώ επιτρέπει τη διαφήμιση αυτή, υπό ορισμένες προϋποθέσεις στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας, προσκρούει στα άρθρα 43 ΕΚ και 49 ΕΚ, σε συνδυασμό με τα άρθρα 48 ΕΚ και 55 ΕΚ.

69. Έχω την άποψη ότι ενδείκνυται να δοθεί καταφατική απάντηση στο ερώτημα αυτό για τους λόγους πρώτον, ότι η εν λόγω απαγόρευση διαφημίσεως αποτελεί περιορισμό της ελευθερίας εγκαταστάσεως και της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών υπό την έννοια των άρθρων 43 ΕΚ και 49 ΕΚ και, δεύτερον, ότι ο περιορισμός αυτός, εφόσον η διαφήμιση αυτή είναι δυνατή υπό ορισμένες προϋποθέσεις στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας, δεν δικαιολογείται. Θα εξετάσω καθένα από τα σημεία αυτά.

2. Η ύπαρξη περιορισμού

70. Η ελευθερία εγκαταστάσεως των άρθρων 43 ΕΚ και 48 ΕΚ χορηγεί στις εταιρίες που έχουν συσταθεί σύμφωνα με το δίκαιο ενός κράτους μέλους το δικαίωμα προσβάσεως σε ανεξάρτητη δραστηριότητα σε άλλο κράτος μέλος και ασκήσεως εκεί της δραστηριότητας αυτής μονίμως, υπό τις ίδιες συνθήκες με τις εταιρίες που είναι εγκατεστημένες στο κράτος αυτό. Επομένως, το άρθρο 43 ΕΚ

επιβάλλει την κατάργηση των μέτρων που δημιουργούν δυσμενείς διακρίσεις.

71. Σύμφωνα με τη νομολογία του Δικαστηρίου, θεωρούνται επίσης ως περιορισμοί όλα τα μέτρα που απαγορεύουν, παρακωλύουν ή καθιστούν λιγότερο ελκυστική την άσκηση της ελευθερίας αυτής [25]. Μεταξύ των μέτρων αυτών απαριθμούνται τα μέτρα, τα οποία, ενώ εφαρμόζονται αδιακρίτως, επηρεάζουν έναν τρόπο ασκήσεως της οικείας δραστηριότητας και έχουν ως αποτέλεσμα να στερούν έναν επιχειρηματία από ένα αποτελεσματικό μέσο ανταγωνισμού για την πρόσβασή του σε μια αγορά [26].

72. Το Δικαστήριο έκρινε ότι τούτο συμβαίνει, παραδείγματος χάρη, στην περίπτωση μέτρου που απαγορεύει σε όλα τα πιστωτικά ιδρύματα που λαμβάνουν κεφάλαια από το κοινό να καταβάλλουν τόκους σε λογαριασμούς καταθέσεων όψεως [27]. Υιοθέτησε την ίδια συλλογιστική, στο πλαίσιο της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών, σχετικά με ρύθμιση που απαγορεύει απολύτως στους δικηγόρους να ζητούν αμοιβές χαμηλότερες από τις καθοριζόμενες με τον πίνακα αμοιβών [28]. Τα μέτρα αυτά κρίθηκαν δυσμενή για τους αλλοδαπούς επιχειρηματίες διότι τους στερούν τη δυνατότητα να ανταγωνισθούν αποτελεσματικότερα τους ήδη εγκατεστημένους στο κράτος μέλος υποδοχής επιχειρηματίες [29].

73. Επομένως, βάσει των αποτελεσμάτων τους στην πρόσβαση στην αγορά, τα μέτρα αυτά μπορούν να χαρακτηρισθούν ως «περιορισμοί» υπό την έννοια των άρθρων 43 ΕΚ και 49 ΕΚ. Τα εν λόγω μέτρα αποτελούν περιορισμούς της ελεύθερης κυκλοφορίας διότι, εμποδίζοντας την πρόσβαση νέων επιχειρηματιών στην οικεία αγορά, συνιστούν αντικειμενικώς εμπόδια στην ελεύθερη κυκλοφορία. Μέτρα που απαγορεύουν ή καθιστούν δυσχερέστερη την πρόσβαση στην αγορά νέων επιχειρηματιών παγιώνουν την οικεία αγορά στην παρούσα κατάσταση και, επομένως, ως εκ της φύσεώς τους, προσκρούουν στην ελεύθερη κυκλοφορία και τον ανταγωνισμό, επί των οποίων θεμελιώνεται η κοινή αγορά.

74. Συνεπώς, η καταβολή τόκων σε λογαριασμούς καταθέσεως όψεως και ο ελεύθερος καθορισμός των αμοιβών θεωρήθηκαν θεμιτά μέσα ανταγωνισμού, τα οποία είναι απαραίτητα για την πρόσβαση στην αγορά του κράτους μέλους υποδοχής. Νομίζω ότι

25 — Απόφαση της 5ης Οκτωβρίου 2004, C-442/02, CaixaBank France (Συλλογή 2004, σ. I-8961, σκέψη 11 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

26 — Όπ.π. (σκέψη 12).

27 — Ομοίως.

28 — Απόφαση της 5ης Δεκεμβρίου 2006, C-94/04 και C-202/04, Cipolla κ.λπ. (Συλλογή 2006, σ. I-11421, σκέψεις 58 και 59).

29 — Προαναφερθείσες αποφάσεις CaixaBank France (σκέψη 13) και Cipolla κ.λπ. (σκέψη 59). Έτσι, με την προπαρατεθείσα απόφαση CaixaBank France, το Δικαστήριο επισήμανε ότι, όταν τα πιστωτικά ιδρύματα, που είναι θυγατρικές αλλοδαπής εταιρίας, επιδιώκουν να εισέλθουν στην αγορά κράτους μέλους, η άσκηση ανταγωνισμού μέσω του επιτοκίου των λογαριασμών καταθέσεων όψεως αποτελεί μια από τις αποτελεσματικότερες μεθόδους προς τούτο, οπότε η πρόσβαση των εν λόγω πιστωτικών ιδρυμάτων στην αγορά καθίσταται δυσχερέστερη εξαιτίας της επίδικης απαγορεύσεως (σκέψη 14). Επίσης, με την προπαρατεθείσα απόφαση Cipolla κ.λπ., το Δικαστήριο διαπίστωσε ότι η απόλυτη απαγόρευση παρεκκλίσεως από τις χαμηλότερες αμοιβές που καθορίζονται με πίνακα αμοιβών στερεί από τους δικηγόρους που είναι εγκατεστημένοι σε κράτος μέλος διαφορετικό από την Ιταλική Δημοκρατία τη δυνατότητα να ανταγωνισθούν αποτελεσματικότερα, ζητώντας αμοιβές χαμηλότερες από τις καθοριζόμενες με τον πίνακα αυτό αμοιβών, τους δικηγόρους που είναι εγκατεστημένοι μόνιμα στο οικείο κράτος μέλος και, ως εκ τούτου, διαθέτουν μεγαλύτερη ευχέρεια ως προς την προσέλκυση πελατείας απ' ό,τι οι εγκατεστημένοι στο εξωτερικό δικηγόροι (σκέψη 59).

η ανάλυση αυτή πρέπει να ισχύει και για το δικαίωμα διαφημίσεως.

75. Η σημασία της διαφημίσεως για την πρόσβαση στην αγορά έχει τονισθεί από το Δικαστήριο στον τομέα της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων.

76. Στον τομέα αυτόν, οι εθνικές διατάξεις που διέπουν τη διαφήμιση αναλύονται ως τρόποι πωλήσεως, υπό την έννοια της απορρέουσας από την απόφαση Keck και Mithouard [30] νομολογίας, οπότε δεν αποτελούν εμπόδια υπό την έννοια του άρθρου 28 ΕΚ, εφόσον έχουν εφαρμογή σε όλους τους οικείους επιχειρηματίες που ασκούν τη δραστηριότητά τους επί του εθνικού εδάφους, και υπό την προϋπόθεση ότι επηρεάζουν κατά τον ίδιο τρόπο, από νομικής και πραγματικής απόψεως, τη θέση σε εμπορία των ημεδαπών προϊόντων και των προϊόντων προελεύσεως άλλων κρατών μελών [31].

77. Ωστόσο, με την απόφαση De Agostini και TV-Shop [32], το Δικαστήριο έκρινε ότι δεν μπορεί να αποκλείεται η εντός κράτους μέλους πλήρης απαγόρευση μιας μορφής προωθήσεως νομίμως πωλουμένου προϊόντος να έχει σημαντικότερες επιπτώσεις στα προϊόντα προελεύσεως άλλων κρατών μελών.

78. Με την προπαρατεθείσα απόφαση Gourmet International Products, το Δικαστήριο αποφάνθηκε επί νομοθεσίας απαγορεύουσας κάθε μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων για τα οινοπνευματώδη ποτά προς τους καταναλωτές, με την επιφύλαξη ορισμένων αμελητέων εξαιρέσεων. Το Δικαστήριο έκρινε ότι μια τέτοια απαγόρευση διαφημίσεως πλήττει περισσότερο την εμπορία των προϊόντων καταγωγής άλλων κρατών μελών απ' ό,τι των εγχώριων και συνιστά, κατά συνέπεια, εμπόδιο στο εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών που εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 28 της Συνθήκης ΕΚ [33].

79. Το Δικαστήριο στήριξε την ανάλυση αυτή στη διαπίστωση ότι, δεδομένου ότι πρόκειται για οινοπνευματώδη ποτά, δηλαδή για προϊόντα των οποίων η κατανάλωση συνδέεται με παραδοσιακές μορφές κοινωνικής πρακτικής, καθώς και με τοπικές συνήθειες και τοπικά ήθη, η απαγόρευση κάθε διαφημίσεως προς τους καταναλωτές, είτε με καταχωρίσεις στον Τύπο ή με διαφημίσεις στο ραδιόφωνο ή στην τηλεόραση είτε με άμεση αποστολή διαφημιστικού υλικού σε ιδιώτες ή με υπαίθριες διαφημίσεις, είναι ικανή να δυσχεραίνει την πρόσβαση στην αγορά των προϊόντων προελεύσεως άλλων κρατών μελών περισσότερο απ' ό,τι των εγχώριων, με τα οποία ο καταναλωτής είναι αυτομάτως περισσότερο εξοικειωμένος [34].

80. Με την απόφαση Douwe Egberts [35], το Δικαστήριο κατέληξε στο ίδιο συμπέρασμα όπως και με την προπαρατεθείσα

30 — Απόφαση της 24ης Νοεμβρίου 1993, C-267/91 και C-268/91 (Συλλογή 1993, σ. I-6097).

31 — Προαναφερθείσα απόφαση Leclerc-Siplec (σκέψεις 21 έως 23).

32 — Απόφαση της 9ης Ιουλίου 1997, C-34/95 έως C-36/95 (Συλλογή 1997, σ. I-3843, σκέψη 42).

33 — Προαναφερθείσα απόφαση Gourmet International Products (σκέψη 25).

34 — Ibidem (σκέψη 21).

35 — Απόφαση της 15ης Ιουλίου 2004, C-239/02 (Συλλογή 2004, σ. I-7007, σκέψη 53).

απόφαση Gourmet International Products, ως προς εθνική νομοθεσία απαγορεύουσα, στη διαφήμιση τροφίμων, τις αναφορές στο «αδυνάτισμα» και σε «ιατρικές συστάσεις, βεβαιώσεις, παραθέσεις απόψεων ιατρών και ιατρικές συμβουλές ή σε δηλώσεις εγκρίσεως».

81. Επομένως, εθνική νομοθεσία περιορίζουσα σημαντικά τη διαφήμιση ενός προϊόντος μπορεί να εμποδίσει την πρόσβαση του προϊόντος αυτού στην αγορά. Θεωρώ ότι η ανάλυση αυτή ισχύει και για την παροχή υπηρεσιών.

82. Συγκεκριμένα, η διαφήμιση είναι σαφώς το ουσιαστικό μέσο βάσει του οποίου οι επιχειρηματίες μπορούν να πληροφορήσουν τους καταναλωτές για την ύπαρξή τους και τις δραστηριότητές τους. Επομένως, ασκεί καθοριστικό ρόλο στις δυνατότητες μιας εταιρίας να εγκατασταθεί σε νέο κράτος μέλος και να αναπτύξει εκεί τις δραστηριότητές της. Η διαφήμιση αποτελεί επίσης το μέσο με το οποίο οι επιχειρηματίες επιδιώκουν να πείσουν τους καταναλωτές να αγοράσουν τις υπηρεσίες τους αντί για τις υπηρεσίες των ανταγωνιστών τους. Έτσι, οι καταναλωτές μπορούν να εγκαταλείψουν τις παλαιές τους συνήθειες και, κατά συνέπεια, η διαφήμιση ευνοεί τον ανταγωνισμό.

83. Η σημασία αυτή της διαφημίσεως όσον αφορά τα ελευθέρια επαγγέλματα τονίστηκε επίσης από την Επιτροπή με την έκθεσή της περί του ανταγωνισμού στον τομέα των ελευθερίων επαγγελμάτων [36]. Σύμφωνα με την έκθεση αυτή, η διαφήμιση, μεταξύ άλλων η συγκριτική διαφήμιση, μπορεί να αποτελέσει κύριο ανταγωνιστικό μέσο για τις επιχειρήσεις που εισέρχονται στην αγορά [37].

84. Όπως εξέθεσε ο γενικός εισαγγελέας Jacobs με τις προτάσεις του στην υπόθεση που οδήγησε στην προπαρατεθείσα απόφαση Leclerc-Siplec, τα μέτρα που απαγορεύουν ή περιορίζουν σοβαρά τη διαφήμιση τείνουν αναπόφευκτα να προστατεύουν τους ήδη εγκατεστημένους εγχώριους κατασκευαστές και να δυσχεραίνουν την είσοδο στην αγορά αλλοδαπών επιχειρήσεων. Η ελευθερία της διαφημίσεως αποτελεί ουσιώδες επιστέγασμα των θεμελιωδών ελευθεριών που θεσπίζει η Συνθήκη [38].

85. Η ανάλυση αυτή δεν σκοπεί να αποδείξει ότι κάθε απαγόρευση ή σημαντικός περιορισμός της διαφημίσεως προσκρούει οπωσδήποτε στο κοινοτικό δίκαιο. Η ελεύθερη κυκλοφορία μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο περιορισμών από τα κράτη μέλη. Ωστόσο, οι περιορισμοί αυτοί πρέπει να δικαιολογούνται από θεμιτό σκοπό όπως είναι η προστασία της δημόσιας τάξης, της δημόσιας ασφάλειας ή της δημόσιας υγείας, ή ακόμη επιτακτικός λόγος δημοσίου συμφέροντος.

86. Πρόκειται απλώς για την αποδοχή του ότι, λόγω της σημασίας που έχει η διαφήμιση

36 — COM(2004) 83 τελικό/2.

37 — Σκέψη 43.

38 — Σημεία 21 και 22.

για την πραγμάτωση της κοινής αγοράς, η απαγόρευση της διαφημίσεως ή ένας αυστηρότατος συναφώς περιορισμός της αποτελούν, κατ' αρχήν, περιορισμό της διασφαλιζόμενης με τη Συνθήκη ελεύθερης κυκλοφορίας και συνάδουν προς το κοινοτικό δίκαιο μόνον αν δικαιολογούνται.

87. Στην υπόθεση της κύριας δίκης, εταιρία όπως η Dermoestética, η οποία ασκεί τις δραστηριότητές της στον τομέα της παροχής υπηρεσιών αισθητικής φύσεως και έχει δευτερεύουσες εγκαταστάσεις σε πολλές πόλεις της Ιταλίας, πρέπει να αποκτήσει πελατεία και, προς τούτο, πρέπει να γίνει γνωστή στο ευρύ κοινό.

88. Περαιτέρω, η τηλεόραση αποτελεί μέσο πληροφορήσεως που απευθύνεται σε ευρύτατο κοινό. Δίνει σε μια επιχείρηση τη δυνατότητα να κάνει γνωστά τα προϊόντα της και τις υπηρεσίες της στο σύνολο της επικράτειας ενός κράτους μέλους, με πολύ αποτελεσματικό τρόπο. Η επιτυχία του τρόπου αυτού επικοινωνίας μεταξύ των επαγγελματιών οδήγησε εξάλλου τον κοινοτικό νομοθέτη να καθορίσει, με την οδηγία 89/552, τις ελάχιστες προδιαγραφές και κριτήρια που πρέπει να πληρούνται στο πλαίσιο της τηλεοπτικής διαφημίσεως για την προστασία των καταναλωτών από τις υπερβολές της διαφημίσεως αυτής, και τις υποχρεώσεις που προβλέπονται σε άλλα κείμενα του παραγώγου δικαίου, τα οποία διέπουν γενικώς τη διαφήμιση [39] ή τη διαφήμιση για συγκεκριμένα προϊόντα, όπως ο καπνός ή τα φάρμακα.

89. Επομένως, η απαγόρευση της διαφημίσεως του νόμου του 1992 στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας στερεί από μια εταιρία, όπως η Dermoestética τη δυνατότητα να χρησιμοποιεί ένα ιδιαίτερα αποτελεσματικό μέσο πληροφορήσεως για να καταστήσει γνωστά στο σύνολο του ιταλικού κοινού τις ιατρικο-χειρουργικές θεραπείες στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται στις διάφορες δευτερεύουσες εγκαταστάσεις της στην Ιταλία. Συνεπώς, κατά την άποψή μου, η απαγόρευση αυτή αποτελεί περιορισμό της ελευθερίας εγκαταστάσεως.

90. Η ανάλυση αυτή ενισχύεται προφανώς από το γεγονός ότι τα αποτελέσματα της εν λόγω απαγορεύσεως σε επιχείρηση με έδρα σε άλλο κράτος μέλος δεν αντισταθμίζονται και δεν μειώνονται με τη δυνατότητα διαφημίσεως στην Ιταλία, την οποία παρέχει ο νόμος του 1992, στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας ή με άλλα μέσα επικοινωνίας.

39 — Οδηγία 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση (ΕΕ L 250, σ. 17). Η πράξη αυτή τροποποιήθηκε με την οδηγία 97/55/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 6ης Οκτωβρίου 1997 (ΕΕ L 290, σ. 18), για να συμπεριλάβει και τη συγκριτική διαφήμιση, και με την οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450 του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («Οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές») (ΕΕ L 149, σ. 22). Η οδηγία 84/450, όπως τροποποιήθηκε, καταργήθηκε και αντικαταστάθηκε με την οδηγία 2006/114/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση (ΕΕ L 376, σ. 21).

91. Πράγματι, η δυνατότητα αυτή εξαρτάται από δύο προϋποθέσεις που περιορίζουν αναμφισβήτητα το περιεχόμενό της όσον αφορά αλλοδαπή επιχείρηση που επιθυμεί να εγκατασταθεί στην Ιταλία. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις αυτές έγκειται στη χορήγηση αδείας από την αρμόδια τοπική αρχή.

92. Συνεπώς, για τη μετάδοση διαφημιστικού μηνύματος στο σύνολο της επικράτειας της Ιταλικής Δημοκρατίας μέσω των τηλεοπτικών σταθμών εθνικής εμβέλειας, εταιρία όπως η Dermoestética υποχρεούται να υποβάλει αιτήσεις σε όλες τις αρμόδιες τοπικές αρχές, πράγμα το οποίο είναι προφανώς πολυπλοκότερο και δαπανηρότερο. Εξάλλου, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα από το αιτούν δικαστήριο στοιχεία, η ιταλική νομοθεσία δεν καθορίζει τις προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούνται για τη χορήγηση της αδείας αυτής, οπότε οι προϋποθέσεις μπορεί να ποικίλλουν από τη μια περιφέρεια στην άλλη κι ένας επιχειρηματίας όπως η Dermoestética δεν μπορεί ευκόλως να τις γνωρίζει εκ των προτέρων.

93. Η δεύτερη προϋπόθεση είναι ότι η δαπάνη για τη διαφήμιση αυτή δεν πρέπει να υπερβαίνει το 5 % του εισοδήματος που δηλώθηκε για το προηγούμενο έτος.

94. Όπως επισημαίνει η Επιτροπή, η προϋπόθεση αυτή αποτελεί επίσης εμπόδιο για την εγκατάσταση στην Ιταλία των εγκατεστημένων σε άλλο κράτος μέλος εταιριών, εφόσον, αφενός, περιορίζει τη δυνατότητα τους να προβούν στις δαπάνες που κρίνουν απαραίτητες για να γίνουν γνωστές κατά τον καταλληλότερο τρόπο. Αφετέρου, καθορίζοντας το όριο αυτό σε ποσοστό των αποτελεσμάτων του προηγουμένου έτους, η επίδικη νομοθεσία έχει κλιμακωτά αποτελέσματα, υπό την έννοια ότι ο περιορισμός της διαφημίσεως μειώνει τα αποτελέσματα που είχε η επιχείρηση τα οποία, καθεαυτά, οριοθετούν το ύψος της δαπάνης που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για διαφήμιση. Εξάλλου, η αοριστία της έννοιας του δηλωθέντος εισοδήματος αποτελεί πρόσθετη δυσχέρεια για μια αλλοδαπή επιχείρηση.

95. Τέλος, η διαφορά της κύριας δίκης καταδεικνύει ότι η Dermoestética δεν έκρινε ότι η δυνατότητα που προβλέπει ο νόμος του 1992, υπό τις δύο προϋποθέσεις των άρθρων 5 και 9 bis, διαφημίσεως στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας και με άλλα μέσα επικοινωνίας, είναι ικανοποιητική και δύναται να αντικαταστήσει την αδυναμία διαφημίσεως στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας.

96. Ο νόμος του 1992, καθόσον απαγορεύει κάθε διαφήμιση στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά θεραπευτήρια, αποτελεί επομένως περιορισμό της ελευθερίας εγκαταστάσεως.

97. Περαιτέρω, οι διατάξεις αυτές μπορούν επίσης να αναλυθούν ως περιορισμός της ελεύθερης παροχής διασυνοριακών υπηρεσιών, υπό την έννοια του άρθρου 49 ΕΚ.

98. Πράγματι, ο νόμος του 1992, καθόσον απαγορεύει στο Advertising Media και στους

τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας τη διαφήμιση των δευτερευουσών εγκαταστάσεων της Dermoestética στην Ιταλία, εμποδίζει την Dermoestética να απολαύει της παροχής των υπηρεσιών αυτών. Η εν λόγω απαγόρευση διαφημίσεως, μολονότι έχει αδιακρίτως εφαρμογή στα ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα των ιταλικών εταιριών και των εγκατεστημένων σε άλλα κράτη μέλη εταιριών, επηρεάζει συνεπώς τη διασυνοριακή προσφορά τηλεοπτικών διαφημίσεων [40].

3. Η έλλειψη δικαιολογητικών λόγων

99. Η Ιταλική Κυβέρνηση δεν προβάλλει κανένα λόγο δυνάμενο να δικαιολογήσει τους περιορισμούς των εξετασθεισών διατάξεων του νόμου του 1992. Αντιθέτως, δέχεται σιωπηρώς ότι οι περιορισμοί αυτοί δεν συμβιβάζονται σαφώς με το κοινοτικό δίκαιο, εφόσον υποστηρίζει ότι οι επίδικες διατάξεις καταργήθηκαν με το νομοθετικό διάταγμα 223/2006, το οποίο εκδόθηκε, όπως αναφέρει το άρθρο 2, σύμφωνα με την αρχή του ελεύθερου ανταγωνισμού για να εξασφαλίσει στους χρήστες τη δυνατότητα αποτελεσματικής επιλογής χάρη στη σύγκριση των υπηρεσιών που παρέχονται στην αγορά.

100. Το Advertising Media εκθέτει ότι οι επίμαχοι περιορισμοί δικαιολογούνται από επιτακτικούς λόγους γενικού συμφέροντος, όπως η προστασία της δημόσιας υγείας.

101. Ασφαλώς, η προστασία της δημόσιας υγείας είναι ένας από τους λόγους που, σύμφωνα με τα άρθρα 46 ΕΚ και 55 ΕΚ, μπορεί να δικαιολογήσει περιορισμό της ελευθερίας εγκαταστάσεως και της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών. Συναφώς, το Δικαστήριο έκρινε ότι η υγεία και η ζωή των ανθρώπων, κατέχουν την πρώτη θέση μεταξύ των συμφερόντων που προστατεύουν οι διατάξεις της Συνθήκης περί των δυνατών παρεκκλίσεων της απαγορεύσεως των περιορισμών της ελεύθερης κυκλοφορίας [41]. Η προστασία της δημόσιας υγείας περιλαμβάνεται επίσης μεταξύ των επιτακτικών λόγων γενικού συμφέροντος που μπορεί να δικαιολογήσει περιορισμούς στην άσκηση της διασφαλιζόμενης με τη Συνθήκη ελεύθερης κυκλοφορίας.

102. Περαιτέρω, καθόσον η διαφήμιση των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως δεν αποτελεί αντικείμενο κοινών κανόνων ή εναρμονίσεως σε κοινοτικό επίπεδο, απόκειται σε κάθε κράτος μέλος να αποφασίζει για το επίπεδο προστασίας που επιθυμεί να διασφαλίσει τη δημόσια υγεία και τον τρόπο επιτεύξεως του επιπέδου αυτού [42].

103. Με τις προτάσεις που ανέπτυξα στις 22 Νοεμβρίου 2007 στην υπόθεση C-446/05, Doulamis, η οποία εκκρεμεί ενώπιον του Δικαστηρίου, υποστήριξα ότι η προστασία της δημόσιας υγείας μπορεί να δικαιολογήσει την απαγόρευση στους επαγγελματίες του τομέα της υγείας, όπως στους παρέχοντες υπηρεσίες οδοντιατρικής περίθαλψης διαφημίσεως, πλην της απλής ενημερώσεως. Στήριξα την άποψή μου στο γεγονός

40 — Βλ., σχετικώς, αποφάσεις Gourmet International Products, προαναφερθείσα (σκέψη 39), και της 13ης Ιουλίου 2004, C-262/02, Επιτροπή κατά Γαλλίας (Συλλογή 2004, σ. I-6569, σκέψη 26).

41 — Απόφαση της 10ης Νοεμβρίου 1994, C-320/93, Ortscheit (Συλλογή 1994, σ. I-5243, σκέψη 16).

42 — Ομοίως.

ότι η παροχή θεραπειών δεν συνιστά παροχή συνήθων υπηρεσιών, καθόσον παράγει τα αποτελέσματά της στο σύνολο της φυσικής καταστάσεως του αποδέκτη της παροχής και στην ψυχική του ισορροπία. Ανέφερα επίσης το γεγονός ότι ο τομέας της υγείας αποτελεί έναν από τους τομείς όπου η διαφορά του επιπέδου γνώσεων μεταξύ του παρέχοντος και του αποδέκτη της παροχής είναι μεγαλύτερη, οπότε ο αποδέκτης δεν μπορεί να εκτιμήσει πραγματικά την ποιότητα της υπηρεσίας που αγοράζει.

104. Οι θεωρήσεις αυτές μπορούν προφανώς να επεκταθούν στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως, εφόσον δεν περιορίζονται σε παροχές υπηρεσιών ευεξίας, όπως οι χαλαρωτικές χειρομαλάξεις ή οι αποτριχώσεις, αλλά παίρνουν τη μορφή αληθών χειρουργικών επεμβάσεων, όπως η αναδιάταξη ενός τμήματος του προσώπου ή του σώματος.

105. Μολονότι οι χειρουργικές αυτές επεμβάσεις μπορούν να πραγματοποιηθούν κατόπιν αιτήσεως ενός ασθενούς, χωρίς αληθή θεραπευτική ανάγκη, έχω τη γνώμη ότι, λόγω των εγγενών στις ιατρικές αυτές πράξεις κινδύνων και των ενδεχομένων συνεπειών τους στη φυσική κατάσταση ενός ανθρώπου, ένα κράτος μέλος μπορεί θεμιτώς να προβλέπει περιορισμούς όσον αφορά τη διαφήμιση προς το κοινό. Επομένως, θεωρώ απολύτως δικαιολογημένο ένα κράτος μέλος να απαγορεύει ή να οριοθετεί τις διαφημίσεις που σκοπούν να παροτρύνουν τους ανθρώπους να τροποποιήσουν το πρόσωπό τους ή την ανατομία τους.

106. Πάντως, πρέπει τα λαμβανόμενα συναφώς μέτρα να είναι κατάλληλα για την επίτευξη του επιδιωκόμενου σκοπού και να μην υπερβαίνουν αυτό που είναι συναφώς απολύτως αναγκαίο [43].

107. Η απαγόρευση διαφημίσεως στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως έχει σαφώς ως αποτέλεσμα τον περιορισμό των διαφημίσεων των παροχών αυτών προς το κοινό και, ως εκ τούτου, την προστασία της δημόσιας υγείας. Ωστόσο, εφόσον η διαφήμιση αυτή επιτρέπεται, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας, δυσκόλως μπορεί να υποστηριχθεί η αναλογικότητα της απαγορεύσεως της διαφημίσεως στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας.

108. Συγκεκριμένα, αν ο Ιταλός νομοθέτης έκρινε ότι οι προϋποθέσεις που οριοθετούν τη διαφήμιση αυτή στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας είναι κατάλληλες για την προστασία της δημόσιας υγείας, δεν αντιλαμβάνομαι τους λόγους για τους οποίους οι προϋποθέσεις αυτές δεν μπορούν να ισχύσουν και για τους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας. Κανένα στοιχείο δεν συνηγορεί υπέρ του ότι πρέπει να είναι μικρότερη η προστασία των τηλεθεατών όταν παρακολουθούν τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας.

43 — Βλ., σχετικώς, απόφαση της 25ης Ιουλίου 1991, C-1/90 και C-176/90, Aragonesa de Publicidad Exterior και Publivía (Συλλογή 1991, σ. I-4151, σκέψη 16).

109. Όπως τονίζει η Επιτροπή, ο νόμος του 1992 έχει συνεπώς κάποια ανακολουθία, καθόσον, εάν η πρόθεση του Ιταλού νομοθέτη ήταν πράγματι η προστασία της υγείας των τηλεθεατών με την απαγόρευση της τηλεοπτικής διαφημίσεως των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως, έπρεπε να επεκτείνει την απαγόρευση αυτή στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας.

110. Συναφώς, ο νόμος του 1992 έχει την ίδια αντίφαση που είχε η επίδικη ιταλική νομοθεσία στην προπαρατεθείσα απόφαση Payroll κ.λπ.

111. Η νομοθεσία αυτή επέβαλε στις επιχειρήσεις με λιγότερο από 250 υπαλλήλους, που επιθυμούν να αναθέσουν την κατάρτιση και εκτύπωση των εκκαθαριστικών σημειωμάτων αποδοχών σε εξωτερικά κέντρα επεξεργασίας δεδομένων, να χρησιμοποιούν μόνο τα κέντρα που έχουν συσταθεί και συγκροτούνται αποκλειστικώς από πρόσωπα εγγεγραμμένα σε ορισμένους επαγγελματικούς συλλόγους στην Ιταλία. Η εν λόγω νομοθεσία θεωρήθηκε περιορισμός της ελεύθερης εγκαταστάσεως εγκατεστημένων σε άλλα κράτη μέλη εταιριών που επιθυμούσαν να εγκατασταθούν στην Ιταλία για να παρέχουν εκεί υπηρεσίες πληροφορικής στο τομέα της καταρτίσεως και εκτυπώσεως εκκαθαριστικών σημειωμάτων αποδοχών.

112. Η Ιταλική Κυβέρνηση υποστήριξε ότι ο περιορισμός αυτός δικαιολογούνταν από την προστασία των δικαιωμάτων των εργαζομένων. Συναφώς, το Δικαστήριο επισήμανε ότι, δυνάμει της επίδικης ιταλικής νομοθεσίας, τα κέντρα επεξεργασίας που δεν έχουν συσταθεί και δεν συγκροτούνται αποκλειστικά από συμβούλους εργασίας ή εξομοιούμενα προς αυτούς πρόσωπα μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες καταρτίσεως και εκτυπώσεως εκκαθαριστικών σημειωμάτων αποδοχών σε επιχειρήσεις απασχολούσες περισσότερους από 250 μισθωτούς, οι οποίοι δεν φαίνεται να πρέπει να απολαύουν, ως προς το θέμα αυτό, μικρότερης προστασίας από εκείνη της οποίας απολαύουν οι εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις με πιο ολιγομελές προσωπικό. Το Δικαστήριο συνήγαγε ότι, εφόσον τα επίμαχα καθήκοντα δεν μπορεί να είναι λιγότερο πολύπλοκα όταν αυξάνει ο αριθμός των μισθωτών τους οποίους αφορούν, η επίδικη διάταξη του νόμου βαίνει, εν πάση περιπτώσει, πέραν του αναγκαίου μέτρου για την επίτευξη του σκοπού της προστασίας των εργαζομένων τον οποίον επιδιώκει [44].

113. Συνεπώς, η απαγόρευση κάθε διαφημίσεως στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως βαίνει προφανώς πέραν αυτού που είναι αναγκαίο για την προστασία της δημόσιας υγείας. Η ανάλυση αυτή ενισχύεται περαιτέρω από το γεγονός ότι, σύμφωνα με τις παρασχεθείσες από την Ιταλική Κυβέρνηση εξηγήσεις κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η απαγόρευση αυτή πλήττει μόνον τα ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα.

114. Κατά συνέπεια, νομοθεσία κράτους μέλους η οποία απαγορεύει τη διαφήμιση των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας, ενώ επιτρέπει, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, τη διαφήμιση αυτή στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας, προσκρούει στα άρθρα 43 ΕΚ και 49 ΕΚ, σε συνδυασμό με τα άρθρα 48 ΕΚ και 55 ΕΚ.

44 — Προαναφερθείσα απόφαση Payroll κ.λπ. (σκέψη 37).

V — Πρόταση

115. Κατόπιν των προηγουμένων, προτείνω στο Δικαστήριο να απαντήσει ως εξής στα υποβληθέντα από τον Giudice di pace di Genova ερωτήματα:

«Τα άρθρα 43 ΕΚ και 49 ΕΚ, σε συνδυασμό με τα άρθρα 48 ΕΚ και 55 ΕΚ, πρέπει να ερμηνευθούν υπό την έννοια ότι απαγορεύουν νομοθεσία κράτους μέλους η οποία απαγορεύει τη διαφήμιση των ιατρικών-χειρουργικών θεραπειών στον τομέα των υπηρεσιών αισθητικής φύσεως που παρέχονται σε ιδιωτικά υγειονομικά καταστήματα στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας, ενώ επιτρέπει, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, τη διαφήμιση αυτή στους τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας.»