ĢENERĀLADVOKĀTA ĪVA BOTA [*YVES BOT*] SECINĀJUMI,

sniegti 2008. gada 31. janvārī [1]

1. Šis prejudiciālais nolēmums attiecas uz Itālijas tiesību aktiem par mediķu profesiju un privāto klīniku reklāmu. Saskaņā ar šīm normām valsts televīzijas kanālos ir aizliegts pārraidīt reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs. Vienlaikus šī reklāma vietējos televīzijas kanālos un ar citu komunikācijas līdzekļu starpniecību ir atļauta ar nosacījumu, ka, pirmkārt, ir saņemta atļauja no vietējās kompetentās iestādes, nepreciezējot nosacījumus, kādi jāizpilda, lai saņemtu šo atļauju, un, otrkārt, ar minēto reklāmu saistītie izdevumi nepārsniedz 5 % no iepriekšējā gada deklarētajiem ienākumiem.

2. Iesniedzējtiesa vēlas uzzināt, vai šajā tiesību aktā noteiktais aizliegums pārraidīt reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, valsts televīzijas kanālos ir saderīgs ar Kopienu tiesībām, tā kā šāda reklāma ar dažiem nosacījumiem ir atļauta vietējos televīzijas kanālos.

3. Šajos secinājumos es norādīšu, ka minētais aizliegums pārraidīt šādu reklāmu valsts televīzijas kanālos ietver ierobežojumu brīvībai veikt uzņēmējdarbību un pakalpojumu sniegšanas brīvībai.

4. Tāpat es aprakstīšu, ka tad, ja dalībvalsts likumīgi var noteikt šo brīvību ierobežojumus ar mērķi aizsargāt tādas likumīgās intereses kā sabiedrības veselība, ir svarīgi, ka tā vienlaikus ievieš attiecīgu pasākumu, kas ir piemērots šāda mērķa sasniegšanai un nepārsniedz tā sasniegšanai nepieciešamo. Es norādīšu, ka no brīža, kad reklāmas par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, pārraidīšana ar dažiem nosacījumiem ir atļauta vietējos televīzijas kanālos, šīs pašas reklāmas aizliegums valsts televīzijas kanālos neatbilst samērīguma prasībai un tātad nav saderīgs ar Kopienu tiesībām.

1 — Oriģinālvaloda — franču.

I — Atbilstošās tiesību normas

A — *Kopienu tiesības*

1) EK līgums

5. EKL 43. panta pirmā daļa aizliedz ierobežojumus kādas dalībvalsts pilsoņu brīvībai veikt uzņēmējdarbību citā dalībvalstī. Saskaņā ar EKL 43. panta otro daļu brīvība veikt uzņēmējdarbību ietver tiesības sākt un izvērst darbības kā pašnodarbinātām personām, kā arī dibināt un vadīt uzņēmumus.

6. EKL 49. panta pirmā daļa Eiropas Kopienā aizliedz pakalpojumu sniegšanas brīvības ierobežojumus tiem dalībvalstu pilsoņiem, kas veic uzņēmējdarbību kādā Kopienas valstī, bet sniedz pakalpojumus citas dalībvalsts personai.

7. Atbilstoši EKL 48. un 55. pantam EKL 43. un 49. pantā noteiktās tiesības tāpat var izmantot sabiedrības, kuras izveidotas saskaņā ar kādas dalībvalsts tiesību aktiem un kuru juridiskā adrese, galvenā vadība vai galvenā uzņēmējdarbības vieta ir Kopienā.

8. Saskaņā ar EKL 47. panta 3. punktu, piemērojot EKL 55. punktu, EKL 43. un 49. pantam pretēju ierobežojumu pakāpeniska atcelšana profesijām, kas saistītas ar medicīnu, ar to saistītām profesijām un farmācijas profesijām, ir atkarīga no tā, kā koordinē nosacījumus darbam šajās profesijās. Tomēr Eiropas Savienības Padome un Eiropas Kopienu Komisija ir atzinušas, ka EKL 43. un 49. panta tiešā iedarbība, kas noteikta attiecīgi spriedumā lietā *Reyners* [2] un lietā *van Binsbergen* [3], sākot no 1970. gada 1. janvāra, pārejas perioda beigu termiņa, tāpat attiecas uz profesijām veselības jomā [4]. Turklāt medicīniskās, paramedicīniskās un farmaceitiskās darbības ir noteiktas koordinējošā direktīvā [5].

9. Saskaņā ar EKL 46. panta 1. punktu un 55. pantu EKL 43. un 49. pants neliedz noteikt ierobežojumus, kas pamatoti ar sabiedrības veselību.

2 — 1974. gada 21. jūnija spriedums lietā 2/74 (*Recueil*, 631. lpp.).

3 — 1974. gada 3. decembra spriedums lietā 33/74 (*Recueil*, 1299. lpp.).

4 — Tāpat Padomes 1975. gada 16. jūnija Direktīvas 75/362/EEK par ārstu diplomu, sertifikātu un citu kvalifikāciju apliecinošu dokumentu savstarpēju atzīšanu, ietverot pasākumus, kas ļautu efektīvi īstenot tiesības veikt uzņēmējdarbību, kā arī veicina pakalpojumu sniegšanas brīvību (OV L 167, 1. lpp.), pirmajā apsvērumā ir norādīts, ka, ievērojot Līgumu, jebkāds diskriminējošs režīms, pamatojoties uz pilsonību, attiecībā uz uzņēmējdarbības veikšanu un pakalpojumu sniegšanu ir aizliegts, sākot no pārejas laika beigām.

5 — Attiecībā uz ārsta darbībām skat. Padomes 1975. gada 16. jūnija Direktīvu 75/362/EEK un Direktīvu 75/363/EEK par normatīvo un administratīvo aktu noteikumu koordinēšanu attiecībā uz ārstu darbību (OV L 167, 14. lpp.). Šajā jomā pieņemtās direktīvas ir atceltas un aizstātas ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 7. septembra Direktīvu 2005/36/EK par profesionālo kvalifikāciju atzīšanu (OV L 255, 22. lpp.).

2) Atvasinātās tiesības

10. Kopienas likumdevējs Direktīvas 89/552/EEK [6] ietvaros ir saskaņojis valstu tiesiskos regulējumus attiecībā uz reklāmu, ko pārraida televīzijā.

11. Jēdziens "televīzijas reklāma" Direktīvas 89/552 1. panta c) punktā ir formulēts kā "jebkurš paziņojums raidījumā vai nu par samaksu, vai līdzīgu atlīdzību vai valsts vai privāta uzņēmuma raidījums pašreklāmas nolūkā sakarā ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatu vai profesiju, lai veicinātu preču vai pakalpojumu, to skaitā nekustamā īpašuma, tiesību un pienākumu, piedāvājumu par samaksu".

12. Saskaņā ar šīs direktīvas 12. panta d) punktu televīzijas reklāma un televeikals nedrīkst mudināt uz rīcību, kas apdraud veselību vai drošību.

13. Atbilstoši minētās direktīvas 14. panta 1. punktam "televīzijas reklāma medikamentiem un ārstniecībai, kas dalībvalstī, kuras pakļautībā ir raidorganizācija, pieejama tikai pēc ārsta norādījuma, ir aizliegta". Saskaņā ar šī paša panta 2. punktu televeikals ārstniecībai ir aizliegts.

14. Saskaņā ar šīs direktīvas 3. panta 1. punktu dalībvalstis patur tiesības prasīt, lai to jurisdikcijā esošās televīzijas raidorganizācijas ievērotu sīkāk izstrādātas vai stingrākas normas jomās, uz ko attiecas šī direktīva.

B — *Valsts tiesības*

15. Mediķu profesiju un privāto klīniku reklāmu Itālijā regulē 1992. gada 5. februāra Likums Nr. 175 [7], kas grozīts vispirms ar 1999. gada 26. februāra Likumu Nr. 42 [8], pēc tam ar 1999. gada 14. oktobra Likumu Nr. 362 [9] un 2004. gada 3. maija Likumu Nr. 112 [10] (turpmāk tekstā — "1992. gada likums").

6 — Padomes 1989. gada 3. oktobra direktīva par dažu tādu televīzijas raidījumu veidošanas un apraides noteikumu koordinēšanu, kas ietverti dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos (OV L 298, 23. lpp.), kas grozīta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 30. jūnija Direktīvu 97/36/EK (OV L 202, 60. lpp.; turpmāk tekstā — "Direktīva 89/552").

7 — 1992. gada 29. februāra *GURI* Nr. 50, 4. lpp.

8 — 1999. gada 2. marta *GURI* Nr. 50, 4. lpp.

9 — 1999. gada 20. oktobra *GURI* Nr. 247, 3. lpp.

10 — 2004. gada 5. maija *GURI* Nr. 82 kārtējais pielikums.

16. 1992. gada likuma normas, kas ir attiecināmas uz pašreizējo procedūru, ir šādas:

"*1. pants*

1. Spēkā esošie tiesību akti, kuros paredzēta un noteikta mediķu profesiju un mediķu palīgprofesiju darbības reklāma, atļauj to tikai plakātu veidā, kas piestiprināti pie ēkas, kurā profesionālā darbība tiek veikta, kā arī paziņojumu veidā ikgadējās telefonu grāmatās, ikgadējās profesiju uzziņu grāmatās, mediķu profesiju pārstāvjiem īpaši paredzētos periodikas izdevumos, informatīvos laikrakstos un žurnālos, vietējos radio un televīzijas kanālos.

2. 1. punktā norādītie plakāti un paziņojumi var ietvert tikai šādas norādes:

a) vārds, uzvārds, adrese, telefona numurs un iespējamā profesionālā adrese, apmeklējumu vai pieņemšanu laiki;

b) kvalifikācija, akadēmiskie grādi, specializācijas un karjeras nosaukumi bez maldinošiem saīsinājumiem;

c) goda tituli, ko piešķīrusi vai atzinusi valsts.

3. Speciālista statusu atļauts lietot tikai tiem, kas ieguvuši atbilstošu diplomu saskaņā ar spēkā esošajiem tiesību aktiem. Ir aizliegts lietot grādus, to skaitā grādus specialitātē, kas iegūti ārvalstīs, ja valsts tos nav atzinusi.

4. Ārsts, kurš nav speciālists, var norādīt konkrēto specialitāti, kurā tas darbojas, lietojot tikai izteicienus, kas izriet no oficiālajiem specialitātes apzīmējumiem un nemaldina vai nav divdomīgi attiecībā uz specializācijas grāda piederību. [..]

5. Šī panta normas tāpat attiecas uz ārstu apvienībām un norādēm uz ķirurgu, stomatologu, zobu protēzistu un veterinārārstu recepšu grāmatiņām un darba apliecībām, ko lieto citu 1. punktā norādīto profesiju pārstāvji.

2. pants

1. 1. pantā norādītajai plakāta vai paziņojuma formas reklāmai nepieciešama mēra atļauja, kas to izsniedz ar profesionālās biedrības, kurā ietilpst prasītājs, piekrišanu. [..]

2. Lai saņemtu atļauju no pašvaldības, profesionālim jāvēršas ar savu lūgumu biedrībā vai kompetento profesionāļu apvienībā, iesniegumam pievienojot reklāmas paziņojuma veida, rakstura un satura detalizētu aprakstu. Biedrība vai kompetento profesionāļu apvienība trīsdesmit dienu laikā no iesnieguma saņemšanas brīža pārsūta šo līgumu pašvaldībai, pievienojot savu piekrišanu.

3. Lai dotu piekrišanu, biedrībai vai kompetento profesionāļu apvienībai ir jāpārliecinās, ka ir ievēroti 1. panta noteikumi un ka plakāta, paziņojuma vai izkārtņu estētiskais raksturojums, kas noteikts 4. pantā, atbilst Veselības ministrijas izdota īpaša reglamenta noteikumiem, ņemot vērā Augstākās veselības padomes un attiecīgā gadījumā biedrību vai profesionāļu apvienību atzinumu, kas to pauž divdesmit astoņu dienu laikā no lūguma iesniegšanas datuma.

3.a Ja tiek veiktas izmaiņas oriģinālajā reklāmas tekstā, tad 1. punktā paredzētās atļaujas ir jāatjauno.

[..]

4. pants

1. Vienas vai vairāku nozaru privāto ārstniecības klīniku, kā arī konsultāciju un ārstniecības kabinetu reklāma, kurai ar likumu noteikta atļaujas saņemšana, ir atļauta plakātu vai izkārtņu veidā, kas piestiprināti pie ēkas, kurā profesionālā darbība tiek veikta, kā arī paziņojumu veidā ikgadējās telefonu grāmatās, ikgadējās profesiju uzziņu grāmatās, mediķu profesiju pārstāvjiem īpaši paredzētos periodikas izdevumos, informatīvos laikrakstos un žurnālos, vietējos radio un televīzijas kanālos ar iespēju precizēt specifiskās ārstnieciskās un ķirurģiskās darbības un norādes par diagnostikas un terapeitiskām darbībām, ko tie veic, ar nosacījumu, ka šīs norādes tiek papildinātas ar katras jomas atbildīgā speciālista vārdu, uzvārdu un profesionālo grādu.

2. Katrā ziņā obligāti ir jānorāda par medicīnas virzienu atbildīgā ārsta vārds, uzvārds un profesionālie grādi.

[..]

5. pants

1. 4. pantā norādīto reklāmu reģionā atļauj pēc biedrību vai profesionāļu apvienību reģionālo federāciju, ja tādas pastāv, atzinuma, jo tām ir jāgarantē akadēmisko un zinātnisko grādu iegūšana un derīgums, kā arī plakāta, izkārtnes vai paziņojuma estētisko īpašību atbilstība prasībām, kas paredzētas minētā reglamenta 2. panta 3. punktā.

[..]

3. Šajā pantā paredzētajos reklāmas paziņojumos ir jānorāda reģionālajā atļaujā minētie elementi.

4. 4. pantā norādītie par iestādi atbildīgie mediķi un medicīnas iestāžu direktori, kas sniedz reklāmu minētajās formās bez reģionālas atļaujas, tiek pakļauti disciplināram sodam rājiena veidā vai atstādināšanai no mediķa profesionālās darbības veikšanas [..].

5. Ja reklāmas paziņojumā ietvertas nepatiesas norādes par darbībām vai pakalpojumiem, ko iestāde ir tiesīga sniegt, vai nav ietverta norāde par medicīnas iestādes direktoru, administratīvā atļauja veikt attiecīgo medicīnisko darbību tiek apturēta uz laiku no sešiem mēnešiem līdz gadam.

[..]

9.a pants

Personas, kas darbojas 1. pantā minētajās mediķu profesijās, kā arī medicīnas iestādes, kas minētas 4. pantā, var reklamēties šajā likumā noteiktajos veidos, izdevumiem nepārsniedzot 5 % no iepriekšējā gada deklarētajiem ienākumiem."

17. Iesniedzējtiesa tāpat ir minējusi 2006. gada 4. augusta Likumu Nr. 248 "2006. gada 4. jūlija Dekrētlikuma Nr. 223 (ar grozījumiem) par steidzamiem noteikumiem attiecībā uz ekonomisko un sociālo uzplaukumu, publisko izdevumu ierobežošanu un racionalizāciju un iejaukšanos attiecībā uz ieņēmumiem un cīņu pret izvairīšanos no nodokļu maksāšanas, pārvēršana par likumu"[11], kas pieņemts pēc pamata prāvas faktisko apstākļu rašanās.

11 — 2006. gada 11. augusta *GURI* Nr. 183 kārtējais pielikums.

18. Šī likuma 2. pants ir formulēts šādi:

"1. Atbilstoši Kopienas brīvas konkurences principam, personu brīvas pārvietošanās un pakalpojumu sniegšanas brīvības principam, kā arī, lai nodrošinātu patērētājiem izvēles iespējas izmantot tiesības izvēlēties un tiesības salīdzināt tirgū piedāvātos pakalpojumus, no šī dekrēta spēkā stāšanās dienas ir atcelti tiesību akti un noteikumi, kuros attiecībā uz brīvajām profesijām un intelektuālajām darbībām paredzēts:

[..]

b) aizliegums, pat daļējs, sniegt reklāmu par informāciju attiecībā uz diplomiem un profesionālo specializāciju, piedāvātā pakalpojuma raksturu, kā arī cenu un kopējām pakalpojumu izmaksām saskaņā ar pārskatāmības kritērijiem un ziņas patiesumu, kura ievērošanu nodrošina biedrība;

[..]

2. Tas neattiecas uz normām, kas skar profesionālās darbības veikšanu Sabiedrības veselības valsts dienestā vai tos, kuri šo darbību veic saskaņā ar līgumiskām attiecībām ar šo dienestu, kā arī iespējamos maksimālos tarifus, kas vispārējā veidā noteikti iepriekš saskaņā ar patērētāju aizsardzību [..]."

II — Faktiskie apstākļi

19. Pašreizējās procedūras pamatā ir strīds starp Spānijā reģistrētu sabiedrību *Corporación Dermoestética SA* [12], kuras uzņēmējdarbība ir saistīta ar estētiskās ārstniecības pakalpojumu sniegšanu, kā arī šīs jomas medicīnisko un ķirurģijas pakalpojumu sniegšanu, un reklāmas aģentūru — sabiedrību *To Me Group Advertising Media Srl* [13].

20. Sākot no 2003. gada, *Dermoestética* uzsāka savu darbību 23 Itālijas pilsētās, kur tā atvēra 24 skaistumkopšanas centrus un 21 ārstniecības centru.

21. 2005. gada 10. oktobrī *Dermoestética* vienojās ar *Advertising Media*, ka pēdējā sniegs piecus reklāmas paziņojumus televīzijas raidījuma *Verissimo* ietvaros, kas tiek

12 — Turpmāk tekstā — "*Dermoestética*".

13 — Turpmāk tekstā — "*Advertising Media*".

pārraidīts Itālijas valsts televīzijas kanālā *Canale 5* iecienītākajā skatīšanās laikā. Vienošanās cena bija EUR 46 000 bez nodokļiem, bet atlīdzība aģentūrai — EUR 4000.

22. Kad *Advertising Media* bija saņēmusi EUR 2000 iemaksu, tā informēja *Dermoestética*, ka, ņemot vērā Itālijā piemērojamos tiesību aktus, tā nespēj sniegt līgumā paredzētos reklāmas paziņojumus valsts televīzijas kanālā. Tā piedāvāja meklēt reklāmas iespējas vietējos televīzijas kanālos, paaugstinot noteikto vienošanās cenu.

23. *Dermoestética* prasīja EUR 2000 iemaksas atmaksu. Kad *Advertising Media* noraidīja šo lūgumu, tā iesniedza prasību *Giudice di pace di Genova* [Dženovas Miertiesa] (Itālija) par šīs summas atmaksu.

24. Šajā tiesā *Cliniche Futura Srl*, kas ir Dženovā izveidots *Dermoestética* meitas uzņēmums, kura telpās tika parakstīts apstrīdētais līgums un kurš lūdzis atļauju iestāties procesā, norādīja, ka Itālijas tiesību akti attiecībā uz televīzijas reklāmu par ārstu darbību ir pretrunā EKL 43. pantā paredzētajai brīvībai veikt uzņēmējdarbību.

III — Prejudiciālie jautājumi

25. Šajos apstākļos *Giudice di pace di Genova* nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālos jautājumus:

"1) Vai ar EKL 49. pantu ir saderīgi tādi valsts tiesību noteikumi, kādi ir paredzēti [1992. gada likuma] 4., 5. un 9.a pantā un ministra 1994. gada 16. septembra Dekrētā Nr. 657, un/vai administratīvā prakse, kas aizliedz pārraidīt valsts televīzijā tādu medicīnisku un ķirurģisku procedūru reklāmu, kuras tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, kas ir saņēmušas attiecīgu atļauju šo darbību veikšanai, pat tad, ja šī pati reklāma ir atļauta vietējos televīzijas kanālos, vienlaikus šīs reklāmas pārraidīšanai nosakot izdevumu ierobežojumus 5 % apmērā no deklarētajiem ienākumiem par iepriekšējo gadu?

2) Vai ar EKL 43. pantu ir saderīgi tādi valsts tiesību noteikumi, kādi ir paredzēti [1992. gada likuma] 4., 5. un 9.a pantā un ministra Dekrētā Nr. 657/1994, un/vai administratīvā prakse, kas aizliedz pārraidīt valsts televīzijā tādu medicīnisku un ķirurģisku procedūru reklāmu, kuras tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, kas ir saņēmušas attiecīgu atļauju šo darbību veikšanai, pat tad, ja šī pati reklāma ir atļauta vietējos televīzijas kanālos, un tai pašā laikā attiecībā uz šīs reklāmas pārraidīšanu vietējos kanālos paredz pienākumu saņemt

iepriekšēju atļauju no katras konkrētās pašvaldības atbilstoši vietējās profesionālās biedrības atzinumam un paredz izdevumu ierobežojumu 5 % apmērā no deklarētajiem ienākumiem par iepriekšējo gadu?

3) Vai EKL 43. un/vai 49. pantam ir pretrunā tas, ka tādu reklāmu pārraidīšanai, kurās tiek sniegta informācija par estētiska rakstura medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām privātās veselības aprūpes iestādēs, kuras ir saņēmušas attiecīgu atļauju šo darbību veikšanai, ir jāsaņem papildu iepriekšēja atļauja no vietējām administratīvajām iestādēm un/vai profesionālajām biedrībām?

4) Vai, pieņemot uzvedības kodeksu, kas nosaka ierobežojumus mediķu profesiju reklāmai, un interpretējot spēkā esošos tiesību aktus attiecībā uz medicīnisko pakalpojumu reklāmu tādā veidā, kas ievērojami ierobežo ārstu tiesības reklamēt savu darbību, abiem pasākumiem esot saistošiem visiem ārstiem, *Federazione nazionale degli ordini dei medici* (*FNOMCEO*) (Nacionālā ārstu, ķirurgu un zobārstu biedrību federācija, turpmāk tekstā — "*FNOMCEO*") un asociēto mediķu biedrības ir ierobežojušas konkurenci, pārsniedzot to, kas atļauts saskaņā ar valsts tiesību aktiem, un pārkāpjot EKL 81. panta 1. punktu?

5) Jebkurā gadījumā, vai *FNOMCEO* īstenotā noteikumu interpretācija praksē ir saderīga ar EKL 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu, 4., 98., 10., 81. un, iespējams, 86. pantu tiktāl, ciktāl valsts tiesībās ir atļauta tāda prakse, kas paredz, ka attiecīgajai vietējai biedrībai ir jāpārbauda ārstu izplatītās reklāmas pārskatāmība un precizitāte, nenorādot šī uzdevuma veikšanai piemērojamos kritērijus un noteikumus?"

IV — Analīze

A — *Par prejudiciālo jautājumu priekšmetu un to pieņemamību*

26. Iesniedzējtiesas uzdotos jautājumus var iedalīt divās grupās. Pirmā grupa sastāv no pirmā līdz trešajam jautājumam. Ar šiem trim jautājumiem iesniedzējtiesa tiktāl, ciktāl 1992. gada likums valsts televīzijas kanālos aizliedz pārraidīt reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā, vēlas novērtēt tā saderīgumu ar EKL 43. un 49. pantu.

27. Otrajā jautājumu grupā ietilpst ceturtais un piektais jautājums. Šie abi jautājumi attiecas uz *FNOMCEO* pieņemto uzvedības kodeksu un minētās federācijas īstenoto šī kodeksa piemērošanas praksi. Šo jautājumu mērķis ir novērtēt minētā kodeksa un tā piemērošanas prakses saderīgumu ar vairākām Līguma normām, īpaši EKL 81. pantu, kas aizliedz ar kopējo tirgu nesaderīgas aizliegtas vienošanās uzņēmumu starpā.

28. Itālijas valdība apgalvo, ka visi šie jautājumi ir nepieņemami, pamatojoties uz to, ka iesniedzējtiesa nav ņēmusi vērā, ka ar 2006. gada 4. jūlija Dekrētlikumu Nr. 223 [14] ir atceltas normatīvās un tiesību normas, kas aizliedz brīvo un intelektuālo profesiju pārstāvjiem sniegt informāciju reklāmas veidā.

29. Tāpat ir jāuzsver, ka trešajam līdz piektajam jautājumam nav nozīmes pamata prāvas atrisinājumā, jo *Dermoestética* un *Advertising Media* noslēgtā līguma neizpilde ir radusies sakarā ar pēdējās pieņemto nostāju, nevis televīzijas sabiedrības *Canale 5* atteikumu.

30. Komisija uzskata, ka pirmā jautājumu grupa ir pieņemama. Turpretī tai ir šaubas par otrās jautājumu grupas pieņemamību.

31. Attiecībā uz šo divu jautājumu grupu pieņemamību es piekrītu Komisijai.

32. Vispirms ir jāatgādina, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru prejudiciālas nolēmuma procedūras ietvaros tikai valsts tiesa, kura izskata strīdu un kurai ir jāuzņemas atbildība par pieņemamo tiesas nolēmumu, ir tā, kas, ņemot vērā lietas īpatnības, var noteikt, cik lielā mērā prejudiciālais nolēmums ir vajadzīgs, lai šī tiesa varētu pieņemt savu nolēmumu, un cik atbilstīgi ir Tiesai uzdotie jautājumi. Tātad gadījumā, ja uzdotie jautājumi skar Kopienu tiesību interpretāciju, Tiesai principā ir pienākums pieņemt nolēmumu [15].

33. Tikai tad, ja acīmredzami ir skaidrs, ka iesniedzējtiesas lūgtajai Kopienu tiesību interpretācijai nav nekāda sakara ar pamata prāvas faktisko situāciju vai priekšmetu, vai ja Tiesas rīcībā nav vajadzīgo ziņu par faktiskajiem un tiesiskajiem apstākļiem, lai varētu sniegt noderīgu atbildi uz tai uzdotajiem jautājumiem, tā var atzīt šos jautājumus par nepieņemamiem [16].

14 — 2006. gada 4. jūlija *GURI* Nr. 153, 4. lpp.; turpmāk tekstā — "Dekrētlikums Nr. 223/2006".

15 — Skat. it īpaši 2003. gada 21. janvāra spriedumu lietā C-318/00 *Bacardi-Martini* un *Cellier des Dauphins* (*Recueil*, I-905. lpp., 41. punkts un tajā minētā judikatūra).

16 — Turpat (42. punkts un tajā minētā judikatūra).

34. Turklāt sadarbības procedūras starp tiesām ietvaros, kas paredzēta EKL 234. pantā, Tiesas funkcijas un iesniedzējtiesas funkcijas ir skaidri nošķirtas un tikai iesniedzējtiesa var interpretēt attiecīgos savas valsts tiesību aktus [17].

35. Ņemot vērā šos apsvērumus, pirmā jautājumu grupa liekas pieņemama. Iesniedzējtiesai, nevis dalībvalsts valdībai, kurā atrodas šī tiesa, ir jāizvērtē Dekrētlikuma Nr. 223/2006 ietekme uz pamata prāvas risinājumu [18]. Iesniedzot Tiesai šo lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu, *Giudice di pace di Genova* ir uzskatījusi, ka ar šo dekrētlikumu, kura 12. pantu tā, starp citu, citējusi, netiek apšaubīta 1992. gada likuma piemērošana attiecīgajā prāvā. Tiesa nav kompetenta apšaubīt šo vērtējumu.

36. Tātad nevar piekrist Itālijas valdības argumentam, saskaņā ar kuru ar minēto dekrētlikumu ir atceltas 1992. gada likuma normas, kas aizliedz reklāmu, tāpat arī visas tiesību normas, kuras aizliedz brīvo un intelektuālo profesiju pārstāvjiem izplatīt informāciju reklāmas veidā, un uzskatīt pirmās grupas jautājumus par nepamatotiem.

37. Turklāt jautājums par 1992. gada likuma apstrīdēto normu atbilstību EKL 43. un 49. pantam nav acīmredzami neatbilstošs pamata prāvas izlemšanai.

38. Ja šie panti vai kāds no tiem ir interpretējams tādējādi, ka tie nepieļauj normas, kas aizliedz tādu televīzijas reklāmu, kāda ir noteikta 1992. gada likumā, valsts tiesai ir jānoraida šādas normas saskaņā ar judikatūru par tieši piemērojamu Kopienas tiesību normu pārākuma principu [19].

39. Turpretī es, tāpat kā Komisija, šaubos par otrās grupas jautājumu pieņemamību.

40. Šīs jautājumu grupas mērķis ir novērtēt ārstu federācijas pieņemtā uzvedības kodeksa un šīs federācijas īstenotās kodeksa piemērošanas prakses atbilstību Kopienu tiesībām. Tomēr iesniedzējtiesa nav sniegusi nevienu norādi par šī kodeksa saturu un minēto praksi. Tāpat tā nav izskaidrojusi arī, kā Tiesas pārbaude attiecībā uz šo kodeksu un minēto praksi varētu būt noderīga pamata prāvas atrisināšanai.

17 — Skat. it īpaši 1999. gada 17. jūnija spriedumu lietā C-295/97 *Piaggio* (*Recueil*, I-3735. lpp., 29. punkts un tajā minētā judikatūra).

18 — 2003. gada 13. novembra spriedums lietā C-153/02 *Neri* (*Recueil*, I-13555. lpp., 35. punkts).

19 — 1978. gada 9. marta spriedums lietā 106/77 *Simmenthal* (*Recueil*, 629. lpp., 21. punkts).

41. Šis noderīguma trūkums pat šķiet acīmredzams, jo saskaņā ar iesniedzējtiesas norādīto *Advertising Media* ir paskaidrojusi, ka tā līgumiskās saistības nespēj izpildīt nevis *FNOMCEO* pieņemtā uzvedības kodeksa un no tā izrietošās prakses dēļ, bet gan 1992. gada likuma dēļ, kas valsts televīzijas kanālos aizliedz ikvienu reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās medicīnas jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs.

42. Tādēļ es piedāvāju Tiesai apstiprināt, ka ceturtais līdz piektais jautājums acīmredzot nav noderīgi pamata prāvas atrisināšanai, un atzīt tos par nepieņemamiem.

B — *Par trīs pirmajiem prejudiciālajiem jautājumiem*

43. Ar pirmo līdz trešo jautājumu iesniedzējtiesa vēlas uzzināt, vai 1992. gada likums atbilst EKL 43. un 49. pantam tiktāl, ciktāl tas aizliedz valsts televīzijas kanālos pārraidīt reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās medicīnas jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, ar dažiem nosacījumiem atļaujot šādu reklāmu vietējos televīzijas kanālos.

44. Tā kā televīzijas reklāma attiecībā uz ārstniecību ir Direktīvas 89/552 saskaņošanas priekšmets, ir jāizpēta, vai 1992. gada likuma apstrīdēto normu saderīgums ir jāpārbauda saskaņā ar šo direktīvu vai Līguma normām par brīvu pārvietošanos un apriti.

1) Atbilstošās Kopienas tiesību normas

45. Direktīvas 89/552 14. panta 1. punktā skaidri aizliegta televīzijas reklāma medikamentiem un ārstniecībai, kas dalībvalstī, kuras pakļautībā ir raidorganizācija, pieejama tikai pēc ārsta norādījuma.

46. Tātad ir jāizvērtē, vai 1992. gada likums tiktāl, ciktāl tas aizliedz valsts televīzijas kanālos pārraidīt reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās medicīnas jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, atbilst Direktīvas 89/552 14. panta 1. punktā noteiktajam.

47. Šajā direktīvā precīzāk nav definēta ārstniecība, kuras reklāma televīzijā aizliegta tās 14. panta 1. punktā.

48. Tiesas sēdē Komisija norādīja, ka šajā pantā lietotais jēdziens "ārstniecība" pēc analoģijas ir interpretējams kā jēdziens "medikamenti, kas ir atļauti tikai pēc ārsta norādījuma". Attiecīgais jēdziens atbilst arī ārsta darbībai, kas veic cita ārsta norādījumus. Estētiskās ķirurģijas jomā tas, piemēram, attiecas uz operācijām, kurās tiek labotas avārijas sekas vai koriģēta iedzimta kroplība. Turpretī tas nav piemērojams darbībai, kas veikta tikai pēc pacienta lūguma.

49. Nīderlandes valdība apgalvo, ka, pēc tās domām, ikvienai ārstniecībai ir nepieciešama ārsta iejaukšanās, tādēļ frāzes daļa — "kas ir atļauti tikai pēc ārsta norādījuma" — nepapildina jēdzienu "ārstniecība". Šī valdība tāpat uzskata, ka dalībvalstis var pieņemt stingrākus pasākumus par tiem, kas paredzēti Direktīvas 89/552 14. pantā.

50. Pretēji Nīderlandes valdībai es uzskatu, ka frāzes daļa — "kas ir atļauti tikai pēc ārsta norādījuma" — ir atbilstoša, lai noteiktu Direktīvas 89/552 14. panta 1. punktā paredzētā aizlieguma apmēru. Turklāt es neesmu pārliecināts, ka ārsta norādījuma kritērijs būtu jāinterpretē tā, kā to piedāvā Komisija.

51. Pieņēmums, ka estētiskās ķirurģijas iejaukšanās ir vai nav noteikta Direktīvas 89/552 14. panta 1. punktā, atkarībā no tā, vai šo iejaukšanos ir norādījis kāds cits ārsts vai to ir izlēmis pats pacients, ne visos gadījumos ļauj iepriekš noteikt, vai ārstniecība ir vai nav pakļauta minētā panta aizliegumam. Tādu ķirurģisku darbību kā deguna vai krūšu pārveidošanu ārsts var norādīt, lai novērstu avārijas vai slimības sekas. Tā var tikt veikta arī pēc pacienta lūguma, kurš tikai estētisku apsvērumu dēļ ir nolēmis pārveidot savu seju vai kādu savas figūras daļu, un šajā gadījumā ārsta iejaukšanās ir nepieciešama, lai pārliecinātos, vai minētā iejaukšanās ir savienojama ar pacienta veselības stāvokli.

52. Komisijas norādītais ārsta norādījuma kritērijs neļauj pareizi īstenot Direktīvas 89/552 14. panta 1. punktā noteikto aizliegumu. Šī aizlieguma īstenošanai iepriekš jāzina, kādi ir ārstniecības veidi, kuru televīzijas reklāma ir aizliegta. Jēdziens "ārstniecība" šīs direktīvas 14. panta 1. punkta izpratnē, tāpat kā jēdziens "medikamenti", kas ietverts šajā pašā pantā, manuprāt, ir jāsaprot kā tāds, kas ir attiecināms uz ārstēšanu, kuras televīzijas reklāma ir aizliegta. Tātad minētā panta piemērošanas jomas noteikšanai ir citādāk jāinterpretē ārsta norādījuma kritērijs.

53. Kas attiecas uz Direktīvas 89/552 14. panta 1. punktu, manuprāt, ar medikamentiem un ārstniecību, kas ir atļauti tikai pēc ārsta norādījuma, Kopienas likumdevējs ir vēlējies ierobežot televīzijas reklāmas aizliegumu, attiecinot to tikai uz medikamentiem un ārstniecību, kuru izsniegšana vai veikšana saskaņā ar attiecīgās dalībvalsts tiesību aktiem ir pakļauta ārsta atļaujai. Tātad runa ir par medikamentiem un ārstniecību, kurus pacients vai patērētājs nevar saņemt pēc savas vēlēšanās vien.

54. Šo analīzi apstiprina Direktīvas 89/552 trīsdesmitais apsvērums, saskaņā ar kuru — franču valodas versijā — televīzijas reklāma medikamentiem un ārstniecībai, kas attiecīgajā dalībvalstī ir atļauta "tikai" pēc ārsta norādījuma, ir aizliegta.

55. Tāpat to pamato iemesli, kas ir šāda aizlieguma pamatā. Direktīvas 89/552 14. panta 1. punktā noteiktais aizliegums reklamēt medikamentus un ārstniecību seko visu veidu cigarešu un citu tabakas izstrādājumu reklāmas aizliegumam, kas paredzēts šīs direktīvas 13. pantā, un atrodas pirms normām par alkoholisko dzērienu reklāmu televīzijā, kas noteiktas minētās direktīvas 15. pantā. Šo normu kopuma mērķis ir aizsargāt sabiedrības veselību.

56. Televīzijas reklāmas aizliegums medikamentiem un ārstniecībai, kas ir atļauti tikai pēc ārsta norādījuma, ir izskaidrojams ar to, ka tos var iegādāties vai veikt tikai ārsta konstatētā nepieciešamības gadījumā terapeitiskos nolūkos un terapeita noteiktos apstākļos. Tātad Kopienas likumdevējs ir vēlējies aizliegt darbības, kas sekmētu tādu medikamentu iegādi un tādas ārstniecības veikšanu, kas, lietoti bez nepieciešamības un pārdoti vai sniegti neatbilstoši ārsta norādēm, var apdraudēt patērētāja veselību.

57. No tā es secinu, ka Kopienas likumdevējs ir vēlējies televīzijas reklāmas aizliegumu attiecināt tikai uz ārstniecību, kas var tikt veikta tikai pēc ārsta norādījuma. Līdz ar to, ja ārstniecību var veikt tikai pēc pacienta vēlēšanās vien — kā estētiskās ķirurģijas jomā, kur atbilstoši Itālijas tiesību aktiem tā var būt arī deguna vai krūšu pārveidošana — es uzskatu, ka tā neietilpst Direktīvas 89/552 14. panta 1. punkta piemērošanas jomā.

58. Tātad 1992. gada likumā paredzētais televīzijas reklāmas aizliegums ir daudz plašāks nekā Direktīvā 89/552 paredzētais. 1992. gada likums aizliedz ārstu, ārsta palīgu un privāto klīniku reklāmu valsts televīzijas kanālos. Sevišķi atbilstoši pirmajam līdz trešajam iesniedzējtiesas uzdotajam jautājumam šis likums aizliedz valsts televīzijas kanālos jebkādu reklāmu medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstnie-

cības jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, lai gan šī ārstniecība, kā mēs to redzēsim, ne vienmēr ir atļauta tikai ar ārsta norādījumu Direktīvas 89/552 14. panta 1. punkta izpratnē.

59. Vienlaikus fakts, ka šīs 1992. gada likuma normas nosaka daudz plašāku televīzijas reklāmas aizliegumu par Direktīvā 89/552 paredzēto, nepadara šīs normas pretējas Kopienu tiesībām.

60. Kā uzsvēra Nīderlandes valdība, šīs direktīvas 3. panta 1. punkts dod dalībvalstīm iespēju noteikt sīkāk izstrādātas vai stingrākas normas jomās, uz kurām attiecas šī direktīva. Šī norma tiek interpretēta kā tāda, kas piemērojama minētās direktīvas IV nodaļas normu kopumam [20], kurā ietilpst arī 14. panta 1. punkts. Tātad dalībvalstīm ir tiesības noteikt ierobežojošākus pasākumus attiecībā uz televīzijas reklāmu medikamentiem un ārstniecībai nekā paredzēti šajā pantā.

61. Tomēr svarīgi ir tas, lai, pieņemot sīkāk izstrādātas un stingrākas normas, tāpat kā īstenojot savas rezervētās tiesības, dalībvalstis nepārkāptu aprites brīvības. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, ja noteikumi profesionālās darbības veikšanai nav saskaņoti, saglabājas dalībvalstu atbildība par šīs darbības veikšanas noteikšanu, taču tām ir jāīsteno sava kompetence šajā jomā, ievērojot Līgumā garantētās pamatbrīvības [21].

62. Tātad 1992. gada likuma apstrīdēto normu saderība ar Kopienu tiesībām ir jāpārbauda Līgumā noteiktās brīvas pārvietošanās un aprites kontekstā.

63. Iesniedzējtiesa uzskata, ka pamata prāvas apstākļos šis novērtējums jāveic drīzāk attiecībā uz brīvību veikt uzņēmējdarbību, nevis pakalpojumu sniegšanas brīvību. Es piekrītu šim viedoklim.

64. Pamata prāvas pirmsākums ir Spānijā reģistrētas sabiedrības *Dermoestética* ar *Advertising Media* noslēgtā līguma, kura mērķis bija reklāmas paziņojumu pārraidīšana Itālijas televīzijas kanālā, neizpilde.

20 — 1995. gada 9. februāra spriedums lietā C-412/93 *Leclerc-Siplec* (*Recueil*, I-179. lpp., 37.–44. punkts).

21 — 2002. gada 11. jūlija spriedums lietā C-294/00 *Gräbner* (*Recueil*, I-6515. lpp., 26. punkts un tajā minētā judikatūra).

65. *Dermoestética* juridiskais stāvoklis skaidri ietilpst EKL 43. panta, kas lasāms kopā ar 48. pantu, piemērošanas jomā, jo reklāmas līguma noslēgšanas ar *Advertising Media* mērķis bija izvērst *Dermoestética* darbību Itālijā ar tās filiāļu starpniecību [22].

66. Tāpat *Dermoestética* ir *Advertising Media* sniegto pakalpojumu saņēmēja un tātad šajā statusā var atsaukties uz EKL 49. panta noteikumiem [23].

67. Es sliecos domāt, ka pašreizējās lietas smaguma centrs, ņemot vērā mērķi, ko *Dermoestética* centās sasniegt, slēdzot ar *Advertising Media* līgumu, un 1992. gada likuma ietekmi uz konkurenci, vairāk ir brīvība veikt uzņēmējdarbību. Tomēr, tā kā iesniedzējtiesa šajā gadījumā šaubās arī par pakalpojumu sniegšanas brīvības apmēru un Tiesa spriedumā lietā *Gourmet International Products* [24] ir pārbaudījusi tiesību aktus par alkoholisko dzērienu reklāmām ne tikai attiecībā uz Līguma pantiem par preču brīvu apriti, bet tāpat attiecībā uz EKL 49. pantu, arī es īsumā analizēšu šī panta interpretāciju.

22 — Šajā sakarā skat. 2002. gada 17. oktobra spriedumu lietā C-79/01 *Payroll* u.c. (*Recueil*, I-8923. lpp., 25. punkts).

23 — 1984. gada 31. janvāra spriedums apvienotajās lietās 286/82 un 26/83 *Luisi* un *Carbone* (*Recueil*, 377. lpp., 10. punkts).

24 — 2001. gada 8. marta spriedums lietā C-405/98 (*Recueil*, I-1795. lpp.).

68. Ar savu pirmo līdz trešo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai EKL 43. un 49. pants, lasīti kopā ar EKL 48. un 55. pantu, ir interpretējami tādējādi, ka tie nepieļauj dalībvalsts tiesību aktus, kas valsts televīzijas kanālos aizliedz pārraidīt reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, lai gan ar dažiem nosacījumiem atļauj šādu reklāmu vietējos televīzijas kanālos.

69. Es uzskatu, ka uz šo jautājumu ir jāatbild apstiprinoši, pirmkārt, tāpēc ka šāds aizliegums pārraidīt reklāmu rada ierobežojumu brīvībai veikt uzņēmējdarbību un pakalpojumu sniegšanas brīvībai EKL 43. un 49. panta izpratnē un, otrkārt, tāpēc ka šāds ierobežojums nav pamatots, jo ar dažiem nosacījumiem šī reklāma ir atļauta vietējos televīzijas kanālos. Pārbaudīsim katru no šiem punktiem.

2) Ierobežojuma pastāvēšana

70. Brīvība veikt uzņēmējdarbību, kas noteikta EKL 43. un 48. pantā, piešķir sabiedrībām, kuras izveidotas saskaņā ar kādas dalībvalsts tiesību aktiem, tiesības izvērst neatkarīgu darbību citā dalībvalstī un pastāvīgi veikt šo darbību ar tādiem pašiem noteikumiem kā sabiedrībām, kuru juridiskā

adrese ir šajā valstī. EKL 43. pantā tāpat noteikta diskriminējošu pasākumu atcelšana.

71. Atbilstoši Tiesas judikatūrai par brīvības veikt uzņēmējdarbību ierobežojumiem šī panta izpratnē ir uzskatāmi arī visi pasākumi, kas aizliedz, traucē vai padara mazāk pievilcīgu šīs brīvības izmantošanu [25]. Pie šādiem pasākumiem pieder tie, kas, pat ja tie ir piemērojami bez atšķirībām, ietekmē attiecīgās darbības veikšanas veidu un var liegt saimnieciskās darbības subjektam izmantot efektīvu konkurences līdzekli ieiešanai tirgū [26].

72. Tiesa ir atzinusi, ka par tādu ir uzskatāms pasākums, kas, piemēram, pilnībā aizliedz visām kredītiestādēm, kas saņem finanšu līdzekļus no sabiedrības, saņemt samaksu par pieprasījuma noguldījumu kontiem [27]. Tā ir pieņēmusi tādu pašu analīzi pakalpojumu sniegšanas brīvības ietvaros attiecībā uz tiesisko regulējumu, kas pilnībā aizliedz advokātiem atkāpties no tarifā noteiktajiem minimālajiem honorāriem [28]. Šie pasākumi ir atzīti par nelabvēlīgiem attiecībā uz ārvalstu uzņēmējiem, jo tie viņiem liedz iespēju efektīvāk konkurēt ar profesionāļiem, kas jau darbojas uzņemošajā dalībvalstī [29].

73. Šo pasākumu ietekme uz iekļūšanu tirgū ļauj tos klasificēt kā "ierobežojumus" EKL 43. un 49. panta izpratnē. Minētie pasākumi rada ierobežojumus aprites brīvībām, jo, traucējot jauno uzņēmēju piekļuvi attiecīgajam tirgum, tie objektīvi rada šķēršļus aprites brīvībām. Pasākumi, kas aizliedz vai kas apgrūtina jauno uzņēmēju piekļuvi tirgum, saglabā attiecīgo tirgu tā esošajā stāvoklī un tātad pēc būtības ir pretēji aprites brīvībām un konkurencei, kas ir kopējā tirgus pamatā.

74. Atlīdzības par pieprasījuma noguldījumu kontiem noteikšana kredītiestādēm, tāpat kā brīva honorāru noteikšana, arī tiek uzskatīta par tiesiskiem un nepieciešamiem konkurences pasākumiem, lai piekļūtu uzņemošās

25 — 2004. gada 5. oktobra spriedums lietā C-442/02 *CaixaBank France* (Krājums, I-8961. lpp., 11. punkts un tajā minētā judikatūra).

26 — Turpat (12. punkts).

27 — Turpat.

28 — 2006. gada 5. decembra spriedums apvienotajās lietās C-94/04 un C-202/04 *Cipolla* u.c. (Krājums, I-11421. lpp., 58. un 59. punkts).

29 — Iepriekš minētie spriedumi lietā *CaixaBank France* (13. punkts) un apvienotajās lietās *Cipolla* u.c. (59. punkts). Tāpat iepriekš minētajā spriedumā lietā *CaixaBank France* Tiesa ir norādījusi, ka tādējādi, ja kredītiestādes — ārvalstu uzņēmuma meitas sabiedrības — vēlas iekļūt dalībvalsts tirgū, konkurences atcelšana, nosakot atlīdzības griestus par pieprasījuma noguldījumu kontiem, ir viena no efektīvākajām metodēm šī mērķa sasniegšanai, tāpēc apstrīdētais aizliegums apgrūtina konkrētajām iestādēm pieeju tirgum (14. punkts). Tāpat iepriekš minētajā spriedumā apvienotajās lietās *Cipolla* u.c. Tiesa ir atzinusi, ka pilnīgais aizliegums atkāpties no minimālā tarifa atņem advokātiem, kuri reģistrēti dalībvalstī, kas nav Itālijas Republika, iespēju efektīvāk konkurēt, pieprasot maksāt mazākus honorārus nekā noteikti tarifā, ar advokātiem, kuri stabili ir izveidojuši savas prakses vietas attiecīgajā dalībvalstī un kuru rīcībā līdz ar to ir daudz lielākas iespējas klientu piesaistīšanai nekā advokātiem, kuri ir reģistrēti ārzemēs (59. punkts).

dalībvalsts tirgum. Šī analīze, manuprāt, ir attiecināma arī uz reklāmas tiesībām.

75. Tiesa jau ir uzsvērusi reklāmas nozīmi attiecībā uz piekļūšanu tirgum preču brīvas aprites jomā.

76. Šajā jomā valsts tiesību normas, ar kurām tiek regulēta reklāma, no sprieduma apvienotajās lietās *Keck* un *Mithouard* [30] izrietošās judikatūras nozīmē ir analizētas kā pārdošanas noteikumi tādā veidā, ka tās nerada šķēršļus EKL 28. panta izpratnē tiktāl, ciktāl tās attiecas uz visiem attiecīgajiem uzņēmējiem, kuri darbojas valsts teritorijā, un ja vien tām kā tiesiski, tā faktiski ir vienāda ietekme uz valsts preču un citas dalībvalsts izcelsmes preču tirdzniecību [31].

77. Tomēr spriedumā apvienotajās lietās *De Agostini* un *TV-Shop* [32] Tiesa uzskatīja, ka nevar izslēgt, ka, dalībvalstī pilnīgi aizliedzot noteiktu preces, kas šajā valstī tiek likumīgi tirgota, reklāmu, vēl būtiskāk tiktu ietekmētas citu dalībvalstu izcelsmes preces.

78. Iepriekš minētajā spriedumā lietā *Gourmet International Products* tā sprieda par tiesību aktu, kas aizliedz visa veida attiecībā uz patērētājiem vērstus reklāmas paziņojumus saistībā ar alkoholiskajiem dzērieniem, izņemot atsevišķus nenozīmīgus izņēmumus. Tiesa uzskatīja, ka šāds reklāmas aizliegums daudz būtiskāk ietekmē citu dalībvalstu izcelsmes preču tirdzniecību nekā attiecīgās valsts preču tirdzniecību un līdz ar to ir uzskatāms par šķērsli tirdzniecībai starp dalībvalstīm, uz ko attiecas EKL 28. pants [33].

79. Tiesa šādu analīzi pamatoja ar apsvērumu, saskaņā ar kuru tādas visa veida reklāmas aizliegums, kas vērsta uz patērētājiem, izmantojot paziņojumus presē, radio un televīzijā, tieši nosūtot neprasītus reklāmas materiālus vai izliekot plakātus publiskās vietās, un kas attiecas uz tādām precēm kā alkoholiskie dzērieni, kuru patēriņš ir atkarīgs no tradicionālās sociālās prakses, kā arī vietējām tradīcijām un paražām, vairāk apgrūtinātu citu dalībvalstu izcelsmes preču pieeju tirgum salīdzinājumā ar valstī ražotajām precēm, kuras patērētājs uzreiz labāk atpazīst [34].

80. Spriedumā lietā *Douwe Egberts* [35] Tiesa attiecībā uz valsts likumu, ar kuru pārtikas produktu reklāmā bija aizliegts izmantot

30 — 1993. gada 24. novembra spriedums apvienotajās lietās C-267/91 un C-268/91 (*Recueil*, I-6097. lpp.).

31 — Iepriekš minētais spriedums lietā *Leclerc-Siplec* (21.–23. punkts).

32 — 1997. gada 9. jūlija spriedums apvienotajās lietās no C-34/95 līdz C-36/95 (*Recueil*, I-3843. lpp., 42. punkts).

33 — Iepriekš minētais spriedums lietā *Gourmet International Products* (25. punkts).

34 — Turpat (21. punkts).

35 — 2004. gada 15. jūlija spriedums lietā C-239/02 (Krājums, I-7007. lpp., 53. punkts).

atsauces uz novājēšanu, kā arī medicīniska rakstura ieteikumus, apliecinājumus, paziņojumus un atzinumus vai arī apstiprinošus paziņojumus, nonāca pie tāda paša secinājuma kā iepriekš minētajā spriedumā lietā *Gourmet International Products*.

81. Tātad valsts tiesību akti, kas nozīmīgā veidā ierobežo preces reklāmu, var kavēt šo preču piekļuvi tirgum. Šī analīze man liekas attiecināma arī uz pakalpojumiem.

82. Reklāma ir būtisks instruments, kas dod iespēju uzņēmējiem informēt patērētājus par savu pastāvēšanu un darbību. Tai ir arī noteicoša loma, lai sabiedrībai būtu iespēja nodibināties jaunā dalībvalstī un tajā attīstīt savu darbību. Tāpat reklāma ir līdzeklis, ar kuru uzņēmējs tiecas pārliecināt patērētājus iegādāties viņa, nevis viņa konkurenta pakalpojumus. Tā arī ļauj patērētājiem atteikties no saviem ieradumiem un tādējādi veicina konkurenci.

83. Komisija savā Ziņojumā par konkurenci brīvajās profesijās [36] nepārprotami ir parādījusi reklāmas nozīmīgumu arī attiecībā uz brīvajām profesijām. Saskaņā ar šo ziņojumu reklāma, it īpaši salīdzinošā reklāma uzņēmumiem, kas ienāk tirgū, var būt izšķirošs konkurences instruments [37].

84. Kā ģenerāladvokāts Džeikobss [*Jacobs*] paudis savos secinājumos lietā, par kuru pieņemts iepriekš minētais spriedums lietā *Leclerc-Siplec*, pasākumi, kas aizliedz vai stipri ierobežo reklāmu, nenovēršami tiecas aizsargāt valsts ražotājus, kuri jau ir nodibinājušies, un padarīt grūtāku ārvalsts uzņēmumu ienākšanu tirgū. Brīvība sniegt reklāmu izriet arī no Līgumā paredzētās aprites brīvības [38].

85. Šīs analīzes mērķis nav pierādīt, ka ikviens aizliegums vai nozīmīgs ierobežojums reklāmas sniegšanai noteikti varētu būt pretrunā Kopienu tiesībām. Dalībvalstis var ierobežot aprites brīvības. Tomēr šiem ierobežojumiem ir jābūt pamatotiem ar tādiem tiesiskiem iemesliem kā sabiedriskās kārtības aizsardzība, valsts drošība vai sabiedrības veselības aizsardzība vai kādu primāru vispārējo interešu iemeslu.

86. Attiecībā uz nozīmīgumu, kas reklāmai piemīt, runājot par kopējā tirgus īstenošanu,

36 — COM(2004) 83, galīgā redakcija/2.

37 — 43. punkts.

38 — 21. un 22. punkts.

ir jāatzīst, ka reklāmas aizliegums vai nozīmīgs ierobežojums šajā jomā principā rada Līgumā garantētās aprites brīvības ierobežojumu un tas var būt saderīgs ar Kopienu tiesībām tikai tad, ja ir pamatots.

87. Pamata prāvā tādai sabiedrībai kā *Dermoestética*, kas darbojas estētiskās ārstniecības jomā un kura ir atvērusi ārstniecības iestādes vairākās Itālijas pilsētās, ir jāiegūst klienti un šajā nolūkā jādara sevi pazīstamu plašākai sabiedrībai.

88. Turklāt televīzija ir informācijas līdzeklis, kas sasniedz ļoti plašu sabiedrības daļu. Tā ļauj uzņēmumam ļoti efektīvā veidā darīt zināmas tā preces un pakalpojumus visas dalībvalsts teritorijā. Starp citu, šī komunikācijas veida panākumi profesionāļu vidū mudināja Kopienas likumdevēju Direktīvā 89/552 noteikt minimālās prasības un kritērijus, kas ir jāievēro televīzijas reklāmā, lai aizsargātu patērētājus no tās pārmērības, kā arī pienākumus, kas iekļauti citos atvasināto tiesību tekstos, ar kuriem nosaka reklāmu kopumā [39] vai tādu noteiktu preču kā tabakas izstrādājumi vai medikamenti reklāmu.

89. 1992. gada likumā paredzētais aizliegums pārraidīt reklāmu valsts televīzijas kanālos liedz tādai sabiedrībai kā *Dermoestética* iespēju lietot sevišķi efektīvu informācijas līdzekli, lai Itālijas sabiedrībai darītu zināmas ārstnieciskās un ķirurģiskās procedūras estētiskās ārstniecības jomā, ko piedāvā tās daudzās filiāles Itālijā.

90. Šo analīzi, iespējams, pastiprina fakts, ka minētā aizlieguma ietekmi uz uzņēmumu, kura juridiskā adrese ir citā dalībvalstī, nelīdzsvaro un pat nesamazina 1992. gada likumā paredzētā iespēja pārraidīt šādu reklāmu Itālijas vietējos televīzijas kanālos vai izmantot citus komunikācijas līdzekļus.

39 — Padomes 1984. gada 10. septembra Direktīva 84/450/EEK par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu (OV L 250, 17. lpp.). Šī direktīva ir grozīta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 6. oktobra Direktīvu 97/55/EK (OV L 290, 18. lpp.), lai tajā iekļautu salīdzinošo reklāmu, un ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīvu 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Direktīvu 84/450 un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 ("Negodīgas komercprakses direktīva") (OV L 149, 22. lpp.). Direktīva 84/450 ar grozījumiem, kas atcelta un aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 12. decembra Direktīvu 2006/114/EK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu (OV L 376, 21. lpp.).

91. Šī iespēja ir pakļauta diviem nosacījumiem, kuri ārvalsts uzņēmumam, kas vēlas darboties Itālijā, neapšaubāmi ierobežo šo iespēju. Pirmais no šiem nosacījumiem ir vietējās kompetentās administratīvās iestādes atļaujas saņemšana.

92. Reklāmas paziņojuma pārraidīšana visā Itālijas Republikas teritorijā ar vietējo televīzijas kanālu starpniecību uzliek pienākumu tādai sabiedrībai kā *Dermoestética* iesniegt tik daudz lūgumu, cik ir kompetento reģionālo iestāžu, kas acīmredzami ir daudz sarežģītāk un apgrūtinošāk. Turklāt pēc iesniedzējtiesas sniegtajām norādēm Itālijas tiesību akti nenosaka, kādi nosacījumi ir jāizpilda, lai saņemtu šo atļauju, tādējādi šie nosacījumi var atšķirties atkarībā no reģiona un tāds uzņēmējs kā *Dermoestética* tos nevar iepriekš zināt.

93. Otrs nosacījums ir tāds, ka ar minēto reklāmu saistītie izdevumi nedrīkst pārsniegt 5 % no iepriekšējā gada deklarētajiem ienākumiem.

94. Kā norāda Komisija, šis nosacījums tāpat rada šķērsli citās dalībvalstīs dibinātu sabiedrību darbībai Itālijā, jo, pirmkārt, tas ierobežo to iespēju uzņemties izdevumus, ko tās uzskata par nepieciešamiem, lai visatbilstošākajā veidā padarītu sevi atpazīstamu. Otrkārt, nosakot šo procentuālo robežu no iepriekšējā gada rezultātiem, ar attiecīgajiem tiesību aktiem tiek radīts "ūdenskrituma" efekts tādā izpratnē, ka reklāmas ierobežojums samazina uzņēmuma sasniegtos rezultātus, kas savukārt nosaka izdevumu summu, kas var tikt atvēlēta reklāmai. Turklāt deklarēto ienākumu jēdziena neprecizitāte rada papildu grūtības ārvalsts uzņēmumam.

95. Pamata prāva atklāj, ka 1992. gada likumā ar diviem nosacījumiem, kas ietverti tā 5. un 9.a pantā, paredzēto iespēju pārraidīt reklāmu vietējos televīzijas kanālos un izmantot citus komunikācijas veidus *Dermoestética* nav uzskatījusi par apmierinošu risinājumu, kas varētu aizstāt neiespējamību pārraidīt reklāmu valsts televīzijas kanālos.

96. Tātad 1992. gada likums tiktāl, ciktāl tas aizliedz valsts televīzijas kanālos pārraidīt jebkādu reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, rada ierobežojumu brīvībai veikt uzņēmējdarbību.

97. Turklāt EKL 49. panta izpratnē šīs normas var tikt uzskatītas arī par pārrobežu pakalpojumu sniegšanas brīvības ierobežošanu.

98. 1992. gada likums, aizliedzot *Advertising Media*, kā arī valsts televīzijas kanāliem pārraidīt *Dermoestética* Itālijas filiāļu reklāmu, traucē pēdējai gūt labumu no tās pakalpojumu sniegšanas. Tātad šāds aizliegums pārraidīt reklāmu, pat ja tas vienlīdz ir attiecināms uz Itālijā dibinātu sabiedrību un sabiedrību, kuru juridiskā adrese ir citā dalībvalstī, privātām medicīnas iestādēm, ietekmē pārrobežu televīzijas reklāmas piedāvājumu [40].

3) Pamatojuma neesamība

99. Itālijas valdība nenorāda nevienu iemeslu, kas varētu pamatot 1992. gada likuma pārbaudītajās normās ietvertos ierobežojumus. Pat pretēji — tā netieši atzīst, ka šie ierobežojumi nav saderīgi ar Kopienu tiesībām, jo tā apgalvo, ka attiecīgās normas ir atceltas ar Dekrētlikumu Nr. 223/2006, kas saskaņā ar tā teksta 2. pantu ir pieņemts atbilstoši brīvas konkurences principam, lai garantētu tā pielietotājiem efektīvu izvēles iespēju, pateicoties tirgū piedāvāto pakalpojumu salīdzinājumam.

100. *Advertising Media* uzskata, ka apstrīdētie ierobežojumi ir pamatoti ar tādu primāro vispārējo interešu iemeslu kā sabiedrības veselības aizsardzība.

101. Protams, sabiedrības veselības aizsardzība ir viens no iemesliem, kas saskaņā ar EKL 46. un 55. pantu var pamatot ierobežojumus brīvībai veikt uzņēmējdarbību un pakalpojumu sniegšanas brīvībai. Tiesa šajā sakarā ir atzinusi, ka cilvēku veselība un dzīvība ieņem pirmo vietu starp interesēm, ko aizsargā Līguma noteikumi, kuros paredzētas iespējamas atkāpes no aizlieguma ierobežot aprites brīvības [41]. Sabiedrības veselības aizsardzība ir arī viens no primāriem vispārējo interešu iemesliem, kas var pamatot ierobežojumus Līgumā nodrošināto aprites brīvību izmantošanai.

102. Turklāt tiktāl, ciktāl reklāma par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā nav Kopienu noteikumu vai Kopienas līmeņa saskaņošanas priekšmets, katras dalībvalsts kompetencē ir noteikt līmeni, kādā tā vēlas nodrošināt sabiedrības veselības aizsardzību, un veidu, kādā šis līmenis sasniedzams [42].

103. Savos 2007. gada 22. novembrī sniegtajos secinājumos lietā C-446/05 *Doulamis*, kas tiek izskatīta Tiesā, es apgalvoju, ka sabiedrības veselības aizsardzības apsvērumi var pamatot aizliegumu veselības aizsardzības darbiniekiem, tādiem kā zobārstniecības pakalpojumu sniedzēji, izplatīt citu reklāmu, kas ir informatīva. Savu nostāju es pamatoju ar faktu, ka ārstniecības pakalpo-

40 — Šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Gourmet International Products* (39. punkts) un 2004. gada 13. jūlija spriedumu lietā C-262/02 Komisija/Francija (Krājums, I-6569. lpp., 26. punkts).

41 — 1994. gada 10. novembra spriedums lietā C-320/93 *Ortscheit* (*Recueil*, I-5243. lpp., 16. punkts).

42 — Turpat.

jumu sniegšana nav tas pats, kas jebkuru citu pakalpojumu sniegšana, jo tie ietekmē pakalpojumu saņēmēja fizisko stāvokli un garīgo līdzsvaru. Tāpat es atsaucos uz faktu, ka ārstniecības joma ir viena no tām, kurās atšķirība starp pakalpojuma sniedzēja un pakalpojuma saņēmēja zināšanu līmeni ir visaugstākā, līdz ar to pēdējais minētais nevar patiesi novērtēt pakalpojuma, kuru tas pērk, kvalitāti.

104. Šos apsvērumus, man liekas, var attiecināt arī uz estētiskās ārstniecības jomu, jo tā neaprobežojas ar labsajūtas pakalpojumiem, tādiem kā relaksējošas masāžas vai depilācijas, bet var izpausties patiesas ķirurģiskas iejaukšanās veidā, tādā kā sejas daļas vai ķermeņa pārveidošana.

105. Pat ja šāda ķirurģiskā iejaukšanās var tikt veikta bez patiesas terapeitiskas nepieciešamības pēc pacienta lūguma vien, es uzskatu, ka šādām medicīniskām darbībām piemītošā riska dēļ un to iespējamo fizisko seku dēļ dalībvalsts var likumīgi paredzēt ierobežojumus attiecībā uz reklāmu, kas šajā sakarā var tikt sniegta sabiedrībai. Tāpat es uzskatu par nevainojami pamatotu to, ka dalībvalsts aizliedz vai ierobežo reklāmas darbības, kas cilvēkus mudina pārveidot viņu seju vai anatomiju.

106. Tomēr šajā nolūkā pieņemtajiem pasākumiem jābūt piemērotiem šī mērķa sasniegšanai un tie nedrīkst pārsniegt tā sasniegšanai nepieciešamo [43].

107. Aizliegums valsts televīzijas kanālos pārraidīt reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā ir vērsts uz to, lai ierobežotu šādu pakalpojumu reklamēšanu sabiedrībā un tādējādi aizsargātu sabiedrības veselību. Tomēr, tā kā šāda reklāma ar dažiem nosacījumiem ir atļauta vietējos televīzijas kanālos, jebkādas reklāmas aizlieguma valsts televīzijas kanālos samērīgumu ir grūti aizstāvēt.

108. Ja Itālijas likumdevējs ir uzskatījis, ka nosacījumi, kas ierobežo šādu reklāmu vietējos televīzijas kanālos, ir piemēroti sabiedrības veselības aizsardzībai, es nesaskatu iemeslu, kādēļ šādus nosacījumus nevarētu piemērot arī valsts televīzijas kanālos. Nekas neliek domāt, ka skatītāju aizsardzībai būtu jābūt mazākai, ja tie skatās vietējos televīzijas kanālus.

43 — Šajā sakarā skat. 1991. gada 25. jūlija spriedumu apvienotajās lietās C-1/90 un C-176/90 *Aragonesa de Publicidad Exterior* un *Publivía* (*Recueil*, I-4151. lpp., 16. punkts).

109. Kā uzsver Komisija, 1992. gada likums ietver neapšaubāmu pretrunu —, ja Itālijas likumdevēja nodoms, aizliedzot televīzijas reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā, patiesi būtu bijis aizsargāt televīzijas skatītāju veselību, šis aizliegums būtu bijis jāattiecina arī uz vietējiem televīzijas kanāliem.

110. 1992. gada likums šajā ziņā atspoguļo to pašu pretrunu, ko Itālijas tiesību akti, kas tika aplūkoti iepriekš minētajā spriedumā lietā *Payroll* u.c.

111. Šie tiesību akti uzņēmumiem, kuri nodarbināja vismaz 250 darbiniekus, kas vēlējās uzticēt savu algas izrakstu sagatavošanu un iespiešanu ārējiem datu apstrādes centriem, uzlika pienākumu vērsties tikai tajos centros, kuru sastāvā ir tikai personas, kas ir uzņemtas profesionālās biedrībās Itālijā. Minētie tiesību akti tika analizēti kā brīvības veikt uzņēmējdarbību ierobežojums attiecībā uz sabiedrībām, kuru juridiskā adrese ir citā dalībvalstī un kuras vēlas darboties Itālijā, lai tur sniegtu informātikas pakalpojumus, sagatavojot un iespiežot algas izrakstus.

112. Itālijas valdība apgalvoja, ka šo ierobežojumu pamato darba ņēmēju tiesību aizsardzība. Šajā sakarā Tiesa norādīja, ka saskaņā ar attiecīgajiem Itālijas tiesību aktiem apstrādes centri, kuru sastāvā ir ne tikai darba un nodarbinātības konsultanti vai viņiem pielīdzināmie, var sniegt algas izrakstu sagatavošanas un iespiešanas pakalpojumus uzņēmumiem, kuri nodarbina vairāk nekā 250 darbiniekus, kuriem, šķiet, nebūtu šajā ziņā jābūt mazākai aizsardzībai nekā darbiniekiem, kas strādā uzņēmumos ar mazāku darbinieku skaitu. Tiesa secināja, ka, pamatojoties uz to, ka attiecīgais uzdevums nebūtu mazāk sarežģīts, ja attiecīgo darbinieku skaits pieaugtu, apstrīdētā norma katrā ziņā pārsniedz tās aizsardzības mērķa sasniegšanai nepieciešamo [44].

113. Jebkādas reklāmas par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā aizliegums valsts televīzijas kanālos, šķiet, pārsniedz sabiedrības veselības aizsardzības nodrošināšanai nepieciešamo. Šo analīzi apstiprina vēl tas, ka, spriežot pēc Itālijas valdības paskaidrojumiem tiesas sēdē, šis aizliegums attiecas tikai uz privātajām ārstniecības iestādēm.

114. No tā izriet, ka dalībvalsts tiesību akti, kas valsts televīzijas kanālos aizliedz reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, bet ar dažiem nosacījumiem atļauj šādu reklāmu vietējos televīzijas kanālos, ir pretrunā EKL 43. un 49. pantam, lasot tos kopā ar EKL 48. un 55. pantu.

44 — Iepriekš minētais spriedums lietā *Payroll* u.c. (37. punkts).

V — Secinājumi

115. Ņemot vērā visus iepriekš minētos apsvērumus, es ierosinu uz *Giudice di pace di Genova* uzdotajiem jautājumiem atbildēt šādi:

EKL 43. un 49. pants, lasot tos kopā ar EKL 48. un 55. pantu, ir jāinterpretē tādējādi, ka tie nepieļauj tādus dalībvalsts tiesību aktus, kas aizliedz reklāmu par medicīniskām un ķirurģiskām procedūrām estētiskās ārstniecības jomā, kas tiek veiktas privātās veselības aprūpes iestādēs, bet ar dažiem nosacījumiem atļauj šādu reklāmu vietējos televīzijas kanālos.