HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a patra)

15 iulie 2021 *

„Trimitere preliminară – Medicamente de uz uman care se eliberează pe bază de prescripție medicală – Directiva 2001/83/CE – Domeniu de aplicare – Publicitate efectuată de o farmacie cu vânzare prin corespondență prin care urmărește să influențeze nu alegerea clientului pentru un anumit medicament, ci alegerea farmaciei – Joc promoțional – Libera circulație a mărfurilor – Reglementare națională – Interdicție de oferire, anunțare sau acordare a unor avantaje și a altor cadouri publicitare în domeniul produselor terapeutice – Modalități de vânzare care nu intră în domeniul de aplicare al articolului 34 TFUE”

În cauza C-190/20,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție, Germania), prin decizia din 20 februarie 2020, primită de Curte la 5 mai 2020, în procedura

DocMorris NV

împotriva

Apothekerkammer Nordrhein,

CURTEA (Camera a patra),

compusă din domnul M. Vilaras (raportor), președinte de cameră, domnii N. Piçarra, D. Šváby și S. Rodin și doamna K. Jürimäe, judecători,

avocat general: domnul H. Saugmandsgaard Øe,

grefier: domnul A. Calot Escobar,

având în vedere procedura scrisă,

luând în considerare observațiile prezentate:

– pentru DocMorris NV, de A. Feissel și K. Wodarz, Rechtsanwältinnen;

– pentru Apothekerkammer Nordrhein, de M. Douglas, Rechtsanwalt;

– pentru guvernul neerlandez, de M. Bulterman și J. Langer, în calitate de agenți;

* Limba de procedură: germana.

– pentru Comisia Europeană, de A. Sipos și M. Noll-Ehlers, în calitate de agenți,

având în vedere decizia de judecare a cauzei fără concluzii, luată după ascultarea avocatului general,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea articolului 87 alineatul (3) din Directiva 2001/83/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 6 noiembrie 2001 de instituire a unui cod comunitar cu privire la medicamentele de uz uman (JO 2001, L 311, p. 67, Ediție specială, 13/vol. 33, p. 3), astfel cum a fost modificată prin Directiva 2012/26/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2012 (JO 2012, L 299, p. 1) (denumită în continuare „Directiva 2001/83”).

2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între DocMorris NV, societate de drept neerlandez care administrează o farmacie cu vânzare prin corespondență stabilită în Țările de Jos, pe de o parte, și Apothekerkammer Nordrhein (Camera Farmaciștilor din Renania de Nord, Germania), pe de altă parte, în legătură cu un prospect publicitar distribuit de DocMorris clientelei sale din Germania pentru un „mare joc promoțional”, care prevede drept condiție de participare trimiterea unei rețete pentru un medicament care se eliberează pe bază de prescripție medicală.

Cadrul juridic

Dreptul Uniunii

Directiva 98/34

3 Articolul 1 primul paragraf din Directiva 98/34/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 iunie 1998 referitoare la procedura de furnizare de informații în domeniul standardelor, reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale (JO 1998, L 204, p. 37, Ediție specială, 13/vol. 23, p. 207), astfel cum a fost modificată prin Directiva 98/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 20 iulie 1998 (JO 1998, L 217, p. 18, Ediție specială, 13/vol. 23, p. 282) (denumită în continuare „Directiva 98/34”), prevedea:

„În sensul prezentei directive, termenii utilizați au următoarele înțelesuri:

[…]

(2) «serviciu» – orice serviciu al societății informaționale, adică orice serviciu prestat în mod normal în scopul obținerii unei remunerații, la distanță, prin mijloace electronice și la solicitarea individuală a beneficiarului serviciului.”

Directiva 2000/31/CE

4 Articolul 1 alineatele (1) și (2) din Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (directiva privind comerțul electronic) (JO 2000, L 178, p. 1, Ediție specială, 13/vol. 29, p. 257) are următorul cuprins:

„(1) Prezenta directivă își propune să contribuie la buna funcționare a pieței interne prin asigurarea liberei circulații a serviciilor societății informaționale între statele membre.

(2) Prezenta directivă apropie, în măsura necesară atingerii obiectivelor prevăzute la alineatul (1), anumite dispoziții de drept intern aplicabile serviciilor societății informaționale în ceea ce privește piața internă, stabilirea furnizorilor de servicii, comunicările comerciale, contractele încheiate prin mijloace electronice, […]”

5 Articolul 2 litera (a) din această directivă definește „serviciile societății informaționale” drept servicii în sensul articolului 1 primul paragraf punctul (2) din Directiva 98/34.

Directiva 2001/83

6 Cuprins în titlul VIII din Directiva 2001/83, intitulat „Publicitatea”, articolul 86 din aceasta prevede:

„(1) În sensul prezentului titlu, «publicitatea pentru medicamente» include orice formă de informare la domiciliu, prin contact direct, activități de prospectare sau de stimulare destinate să promoveze prescrierea, eliberarea, vânzarea sau consumul de medicamente; publicitatea pentru medicamente include în special:

– publicitatea pentru medicamente destinată publicului larg;

– publicitatea pentru medicamente destinată persoanelor calificate să le prescrie sau să le elibereze;

– vizite ale reprezentanților de vânzare medicali la persoanele calificate să prescrie medicamente [sau să le elibereze];

– distribuirea de mostre;

– acordarea de stimulente pentru prescrierea sau eliberarea de medicamente prin acordarea, oferirea sau promiterea unor avantaje sau bonificații, în bani sau în natură, cu excepția cazului în care acestea au o valoare simbolică;

– sponsorizarea reuniunilor promoționale la care iau parte persoane calificate să prescrie sau să elibereze medicamente;

– sponsorizarea manifestărilor științifice la care participă persoane calificate să prescrie sau să elibereze medicamente, în special decontarea cheltuielilor de călătorie și de cazare ocazionate de acestea.

(2) Dispozițiile prezentului titlu nu reglementează următoarele:

– etichetarea și prospectele însoțitoare, care fac obiectul dispozițiilor titlului V;

– corespondența, eventual însoțită de materiale de natură nepublicitară, necesară pentru a răspunde la o întrebare specifică privind un anumit medicament;

– anunțurile cu caracter informativ și materialele documentare cu privire la, de exemplu, schimbări ale ambalajului, atenționări privind reacțiile adverse în cadrul precauțiilor generale de administrare a medicamentelor, cataloage comerciale și liste de prețuri, cu condiția să nu includă afirmații publicitare cu privire la medicament;

– informații referitoare la sănătatea umană sau boli umane, cu condiția să nu existe nicio referire, nici măcar indirectă, la medicamente.”

7 Articolul 87 alineatul (3) din această directivă prevede:

„Publicitatea pentru un medicament trebuie:

– să încurajeze utilizarea rațională a medicamentului, prin prezentarea obiectivă a acestuia și fără a-i exagera calitățile terapeutice;

– să nu inducă în eroare.”

8 Potrivit articolului 88 alineatele (1)-(3) din directiva menționată:

„(1) Statele membre interzic publicitatea destinată publicului larg având ca obiect medicamente care:

(a) sunt disponibile numai pe baza unei prescripții medicale, în conformitate cu dispozițiile titlului VI;

[…]

(2) Pot face obiectul publicității destinate publicului larg acele medicamente care prin compoziția și obiectivul lor sunt destinate și concepute a fi utilizate fără intervenția unui medic în ceea ce privește diagnosticul, prescrierea sau urmărirea tratamentului, la nevoie cu recomandarea farmacistului.

(3) Statele membre pot interzice pe teritoriul lor publicitatea destinată publicului larg privind medicamentele al căror cost poate fi rambursat.”

Dreptul german

9 Articolul 7 alineatul (1) prima teză din Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (Heilmittelwerbegesetz) (Legea privind publicitatea pentru medicamente), în versiunea aplicabilă situației de fapt din litigiul principal (denumită în continuare „HWG”), prevede:

„Se interzice oferirea, anunțarea sau acordarea unor avantaje și a altor cadouri publicitare (produse sau servicii) ori acceptarea acestora de către profesioniștii din domeniul sănătății, cu excepția situațiilor în care:

1. aceste avantaje și cadouri publicitare sunt obiecte având o valoare mică […] Avantajele și cadourile publicitare pentru medicamente sunt interzise, în măsura în care sunt acordate cu încălcarea dispozițiilor în materie de prețuri, care sunt aplicabile în temeiul [Arzneimittelgesetz (Legea privind medicamentele)];

2. aceste avantaje și cadouri publicitare:
   a) sunt acordate într-o sumă de bani determinată sau care urmează să fie calculată într-un mod determinat […]

   […]

Avantajele și cadourile publicitare pentru medicamente, prevăzute la litera a), sunt interzise în măsura în care sunt acordate cu încălcarea dispozițiilor în materie de prețuri, aplicabile în temeiul Legii privind medicamentele […]

[…]”

Litigiul principal și întrebarea preliminară

10 DocMorris exploatează o farmacie cu vânzare prin corespondență, cu sediul în Țările de Jos, care furnizează unor clienți din Germania medicamente eliberate pe bază de prescripție medicală. În luna martie a anului 2015, aceasta a distribuit pe întreg teritoriul Germaniei un prospect publicitar pentru un „mare joc promoțional” prin care se promitea drept câștig principal un cupon valoric pentru o bicicletă electrică în valoare de 2 500 de euro, iar celelalte premii, de la al doilea până la al zecelea, o periuță de dinți electrică. Pentru a participa la tragerea la sorți, ar fi fost suficient să se trimită la DocMorris, într-un plic pretimbrat, un bon de comandă pentru un medicament care se eliberează pe bază de prescripție medicală, anexând la acesta rețeta respectivă.

11 La 16 iunie 2015, Camera Farmaciștilor din Renania de Nord, responsabilă cu supravegherea în această circumscripție a respectării obligațiilor profesionale ale farmaciștilor, a introdus o acțiune împotriva DocMorris la Landgericht Frankfurt am Main (Tribunalul Regional din Frankfurt am Main, Germania) prin care a solicitat încetarea publicității în discuție, pentru motivul că aceasta ar prezenta un caracter anticoncurențial.

12 În urma respingerii acțiunii de către Landgericht Frankfurt am Main (Tribunalul Regional din Frankfurt am Main), Camera Farmaciștilor din Renania de Nord a declarat apel împotriva acestei decizii la Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunalul Regional Superior din Frankfurt am Main, Germania), care a admis această cale de atac. În aceste condiții, DocMorris a introdus recurs la instanța de trimitere, Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție, Germania), prin intermediul căruia această societate solicită confirmarea hotărârii pronunțate în primă instanță.

13 Instanța de trimitere precizează că numai publicitatea privind un anumit produs intră în domeniul de aplicare al HWG, spre deosebire de publicitatea generală pentru o întreprindere. Or, o publicitate pentru ansamblul gamei de produse ale unei farmacii, precum cea în discuție în litigiul principal, ar putea fi considerată de asemenea o publicitate axată pe un produs. Pe de altă parte, din articolul 86 alineatul (1) și din articolul 88 alineatele (1)-(3) din Directiva 2001/83 ar rezulta că aceasta acoperă nu numai publicitatea referitoare la anumite medicamente determinate, ci și publicitatea pentru medicamente în general.

14 Instanța de trimitere ridică problema conformității cu obiectivele și cu dispozițiile Directivei 2001/83 a interdicției de principiu a cadourilor publicitare, care este prevăzută la articolul 7 alineatul (1) prima teză din HWG. Instanța de trimitere apreciază că o asemenea interdicție ar putea fi justificată în raport cu articolul 87 alineatul (3) din directiva menționată, întrucât aceasta urmărește să prevină riscul ca, la momentul deciziei sale de a recurge la un medicament, consumatorul să fie influențat de perspectiva unor cadouri publicitare legate de cumpărarea acestui medicament. Instanța de trimitere consideră în această privință că decizia pacientului de a-și procura un medicament care se eliberează pe bază de prescripție medicală mai degrabă de la o farmacie cu vânzare prin corespondență națională sau din străinătate decât la o farmacie staționară, care poate furniza o consiliere necesară în mod obiectiv, ar trebui să se bazeze pe motive obiective și să nu fie influențată de asemenea stimulente.

15 Instanța de trimitere constată însă că Directiva 2001/83 nu conține nicio dispoziție specifică referitoare la publicitatea pentru un medicament, care ia forma unui joc ce include o tragere la sorți. Pe de altă parte, din Hotărârea din 19 octombrie 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung (C-148/15, EU:C:2016:776), ar reieși că farmaciilor cu vânzare prin corespondență stabilite în alte state membre nu li se poate interzice să practice, în privința farmaciilor convenționale stabilite pe teritoriul statului membru în cauză, o concurență prin prețuri destinată să compenseze limitarea ofertei lor de servicii, care este legată de imposibilitatea de a acorda la fața locului consiliere individuală pentru pacienți.

16 Or, din cauza cadrului juridic aplicabil în Germania pentru vânzarea medicamentelor care se eliberează pe bază de prescripție medicală și în special a suportării celei mai mari părți a costului unor asemenea medicamente de către organismele de asigurări de sănătate, nu ar exista între farmaciile convenționale stabilite în Germania o concurență prin prețuri comparabilă cu cea existentă în alte sectoare comerciale. Farmaciile cu vânzare prin corespondență stabilite în alte state membre ar practica, așadar, o altă formă de concurență prin prețuri, oferind clienților lor avantaje care au o valoare pecuniară, sub forma unor cupoane valorice sau a unor prime.

17 În aceste condiții, Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție) a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarea întrebare preliminară:

„Este în conformitate cu dispozițiile titlului VIII și, în special, cu articolul 87 alineatul (3) din Directiva [2001/83] ca o dispoziție națională [în speță, articolul 7 alineatul (1) prima teză din [HWG]] să fie interpretată în sensul că interzice unei farmacii cu vânzare prin corespondență stabilite într-un alt stat membru să atragă clienți prin promisiunea unui câștig în cadrul unui joc promoțional în cazul în care participarea la jocul promoțional este legată de prezentarea unei rețete pentru un medicament de uz uman care se eliberează pe bază de prescripție medicală, iar câștigul promis [este nu] un medicament, ci un alt obiect (în speță, o bicicletă electrică în valoare de 2 500 de euro și periuțe de dinți electrice) și nu există suspiciuni că este încurajată o utilizare irațională sau excesivă a medicamentelor?”

Cu privire la întrebarea preliminară

18 Prin intermediul întrebării formulate, instanța de trimitere solicită în esență să se stabilească dacă dispozițiile cuprinse în titlul VIII din Directiva 2001/83 și în special articolul 87 alineatul (3) din aceasta se opun unei reglementări naționale care interzice unei farmacii ce vinde medicamente prin corespondență să organizeze o acțiune publicitară sub forma unui joc promoțional care permite participanților să câștige obiecte din viața curentă, altele decât medicamentele, participarea la acest joc fiind condiționată de trimiterea unei comenzi pentru un medicament de uz uman care se eliberează pe baza unei prescripții medicale, însoțită de această prescripție.

19 În această privință, trebuie să se arate că întrebarea se întemeiază pe premisa potrivit căreia Directiva 2001/83 este aplicabilă litigiului principal.

20 Titlul VIII din Directiva 2001/83, referitor la publicitatea pentru medicamente, care cuprinde articolul 87 alineatul (3) din aceasta, se concentrează pe reglementarea conținutului mesajului publicitar și pe modalitățile publicității pentru anumite medicamente, însă nu reglementează publicitatea pentru serviciile de vânzare prin corespondență de medicamente [a se vedea în acest sens Hotărârea din 1 octombrie 2020, A (Publicitate și vânzare de medicamente online), C-649/18, EU:C:2020:764, punctele 49 și 50)].

21 Or, întrebarea adresată privește interzicerea unui joc promoțional prin care se urmărește stimularea clienților să cumpere de la o farmacie determinată nu un anumit medicament, ci orice medicament care le-ar fi fost prescris de medicul lor. Cu alte cuvinte, astfel cum a arătat Camera Farmaciștilor din Renania de Nord în observațiile sale scrise, o acțiune publicitară precum cea desfășurată în speță de DocMorris urmărește să influențeze nu alegerea clientului pentru un anumit medicament, ci pe cea a farmaciei de la care acest client cumpără medicamentul respectiv, alegere care se situează în aval față de alegerea medicamentului. Prin urmare, este vorba despre o publicitate nu pentru un anumit medicament, ci pentru toată gama de medicamente care se eliberează pe bază de prescripție medicală și care este propusă spre vânzare de farmacia în cauză.

22 Rezultă că o acțiune publicitară precum cea în discuție în litigiul principal nu intră în domeniul de aplicare al dispozițiilor titlului VIII din Directiva 2001/83.

23 Cu toate acestea, conform unei jurisprudențe constante a Curții, în cadrul procedurii de cooperare între instanțele naționale și Curte instituite prin articolul 267 TFUE, este de competența acesteia din urmă să ofere instanței naționale un răspuns util care să îi permită să soluționeze litigiul cu care este sesizată. În consecință, chiar dacă, pe plan formal, instanța de trimitere și-a limitat întrebarea doar la interpretarea unei dispoziții specifice a dreptului Uniunii, o asemenea împrejurare nu împiedică Curtea să îi furnizeze toate elementele de interpretare a dreptului Uniunii care pot fi utile pentru judecarea cauzei cu care este sesizată, indiferent dacă instanța respectivă s-a referit sau nu la aceste elemente în enunțul întrebărilor sale. În această privință, revine Curții sarcina de a extrage din ansamblul elementelor furnizate de instanța națională și mai ales din motivarea deciziei de trimitere elementele de drept al Uniunii care necesită o interpretare, având în vedere obiectul litigiului (Hotărârea din 18 septembrie 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, punctul 50 și jurisprudența citată).

24 În speță, contrar susținerilor mai multor părți interesate în răspunsurile la întrebarea pe care Curtea a adresat-o părților la procedură și celorlalte persoane interesate, în sensul articolului 23 din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene, trebuie să se arate că elementele furnizate în decizia de trimitere nu evidențiază că interpretarea Directivei 2000/31 este relevantă pentru soluționarea litigiului principal.

25 Astfel, după cum reiese din articolele 1 și 2 din directiva menționată, aceasta vizează „serviciile societății informaționale” definite la articolul 2 litera (a) din aceasta prin referire la articolul 1 primul paragraf punctul (2) din Directiva 98/34, această din urmă dispoziție precizând că este vorba despre „orice serviciu prestat în mod normal în scopul obținerii unei remunerații, la distanță, prin mijloace electronice și la solicitarea individuală a beneficiarului serviciului”.

26 Or, întrebarea adresată privește o acțiune publicitară pentru servicii de vânzare de medicamente, care sunt prestate nu prin mijloace electronice, ci prin corespondență. Astfel, din prospectul publicitar în discuție în litigiul principal, reprodus în cererea de decizie preliminară, reiese că, pentru a participa la jocul promoțional în discuție în litigiul principal, clientului i se solicita să transmită comanda la DocMorris, trimițând acesteia, într-un plic pretimbrat, un formular de comandă întocmit pe suport de hârtie, însoțit de rețeta care prescrie medicamentul comandat, fără a fi necesar, prin urmare, ca această comandă să fie efectuată prin intermediul unui site de vânzări online.

27 În acest sens, astfel cum a arătat în esență Comisia Europeană în observațiile sale scrise, prezenta cauză se distinge de cea în care s-a pronunțat Hotărârea din 1 octombrie 2020, A (Publicitate și vânzare de medicamente online), C-649/18, EU:C:2020:764, care privea o campanie de publicitate pentru servicii de vânzare online de medicamente care nu se eliberează pe bază de prescripție medicală obligatorie, efectuată atât prin intermediul unor suporturi fizice, cât și prin intermediul site-ului internet al farmaciei în cauză.

28 Din considerațiile care precedă reiese că interdicția de organizare a unor jocuri promoționale prin care se urmărește promovarea serviciilor de vânzare de medicamente furnizate prin corespondență nu face obiectul unei armonizări la nivelul Uniunii Europene, stabilirea normelor în materie rămânând de competența statelor membre, sub rezerva respectării în special a libertăților fundamentale consacrate în Tratatul FUE.

29 Trebuie să se arate în această privință că o reglementare națională care interzice organizarea unui joc destinat să promoveze vânzarea de medicamente, precum cel în discuție în litigiul principal, poate avea legătură atât cu libera prestare a serviciilor, în măsura în care o asemenea reglementare se aplică farmaciilor care au în special ca activitate vânzarea cu amănuntul de medicamente și limitează mijloacele acestora de a-și aduce la cunoștință serviciile, inclusiv vânzarea prin corespondență, cât și cu libera circulație a mărfurilor, din moment ce încadrează o anumită formă de comercializare a medicamentelor, în privința cărora este cert că intră sub incidența noțiunii de „mărfuri”, în sensul dispozițiilor Tratatului FUE referitoare la libera circulație a mărfurilor (a se vedea în acest sens Hotărârea din 18 septembrie 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, punctele 57 și 60).

30 Atunci când o măsură națională prezintă legătură atât cu libera circulație a mărfurilor, cât și cu libera prestare a serviciilor, Curtea o examinează, în principiu, numai în raport cu una dintre aceste două libertăți fundamentale dacă se dovedește că una dintre acestea este cu totul secundară în raport cu cealaltă și poate fi analizată în cadrul celeilalte (Hotărârea din 18 septembrie 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, punctul 58 și jurisprudența citată).

31 În speță, HWG nu privește exercitarea activității de farmacist sau serviciul vânzării prin corespondență ca atare, ci încadrează o anumită formă de acțiune publicitară pentru medicamentele oferite spre vânzare. În plus, în împrejurări precum cele din cauza principală, difuzarea de mesaje publicitare privind serviciul de vânzare prin corespondență de medicamente, deși nu urmărește promovarea unor anumite medicamente, constituie un element secundar în raport cu promovarea vânzării acestor medicamente, care este obiectivul final al acțiunii publicitare.

32 Întrucât aspectul privind libera circulație a mărfurilor prevalează, în speță, asupra celui al liberei prestări a serviciilor, este necesar să se facă trimitere la dispozițiile Tratatului FUE referitoare la prima dintre aceste libertăți (a se vedea prin analogie Hotărârea din 25 martie 2004, Karner, C-71/02, EU:C:2004:181, punctul 47).

33 Libera circulație a mărfurilor este un principiu fundamental al Tratatului FUE, care își găsește expresia în interzicerea, prevăzută la articolul 34 TFUE, a restricțiilor cantitative la importul între statele membre, precum și a oricăror măsuri cu efect echivalent (Hotărârea din 19 octombrie 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung, C-148/15, EU:C:2016:776, punctul 20).

34 Potrivit jurisprudenței constante a Curții, interzicerea măsurilor cu efect echivalent unor restricții cantitative instituită la articolul 34 TFUE are în vedere orice măsură a statelor membre de natură să constituie, în mod direct sau indirect, efectiv sau potențial, un obstacol în calea importurilor între statele membre (a se vedea în special Hotărârea din 11 iulie 1974, Dassonville, 8/74, EU:C:1974:82, punctul 5, și Hotărârea din 19 octombrie 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung, C-148/15, EU:C:2016:776, punctul 22, precum și jurisprudența citată).

35 În această privință, trebuie amintit că nu este de natură să constituie, în mod direct sau indirect, efectiv sau potențial, un obstacol în calea comerțului dintre statele membre, în sensul jurisprudenței citate la punctul precedent din prezenta hotărâre, aplicarea în privința unor produse care provin din alte state membre a unor dispoziții naționale care limitează sau interzic anumite modalități de vânzare, cu dubla condiție ca, pe de o parte, acestea să se aplice tuturor operatorilor în cauză care își exercită activitatea pe teritoriul național și, pe de altă parte, să afecteze în același mod, în drept și în fapt, comercializarea produselor naționale și a celor provenind din alte state membre. Astfel, odată ce aceste condiții sunt îndeplinite, aplicarea unor reglementări de acest tip în cazul vânzării de produse care provin dintr-un alt stat membru și care sunt conforme normelor stabilite de acest stat nu este de natură să împiedice accesul acestora pe piață sau să îl îngreuneze mai mult decât pe cel al produselor naționale (a se vedea în acest sens Hotărârea din 24 noiembrie 1993, Keck și Mithouard, C-267/91 și C-268/91, EU:C:1993:905, punctul 16, precum și Hotărârea din 21 septembrie 2016, Etablissements Fr. Colruyt, C-221/15, EU:C:2016:704, punctul 35 și jurisprudența citată).

36 Curtea a calificat drept „dispoziții ce reglementează modalități de vânzare”, în sensul Hotărârii din 24 noiembrie 1993, Keck și Mithouard (C-267/91 și C-268/91, EU:C:1993:905), dispoziții ce restrâng, printre altele, posibilitățile unei întreprinderi de a face publicitate (a se vedea în acest sens Hotărârea din 25 martie 2004, Karner, C-71/02, EU:C:2004:181, punctul 38 și jurisprudența citată).

37 Trebuie amintit că articolul 7 alineatul (1) prima teză din HWG, aflat la baza interzicerii acțiunii publicitare în discuție în litigiul principal, urmărește să reglementeze, în domeniul vânzării de medicamente, oferirea de avantaje și de alte cadouri publicitare care au o valoare pecuniară. Din această constatare rezultă că o asemenea dispoziție de drept național trebuie să fie considerată că „reglementează modalități de vânzare”, în sensul jurisprudenței Curții.

38 Astfel cum reiese din Hotărârea din 24 noiembrie 1993, Keck și Mithouard (C-267/91 și C-268/91, EU:C:1993:905), o asemenea modalitate de vânzare nu poate fi însă exclusă din domeniul de aplicare al articolului 34 TFUE decât dacă îndeplinește cele două condiții enunțate la punctul 35 din prezenta hotărâre.

39 În ceea ce privește prima dintre aceste condiții, trebuie să se arate că, în speță, HWG se aplică fără distincție tuturor farmaciilor care vând medicamente pe teritoriul german, indiferent dacă sunt stabilite pe teritoriul Republicii Federale Germania sau într-un alt stat membru.

40 În ceea ce privește a doua condiție, trebuie amintit că Curtea a statuat în mai multe rânduri că dispozițiile naționale care interzic anumite tipuri de publicitate în sectoare specifice afectează în același mod, în drept și în fapt, comercializarea produselor naționale și comercializarea produselor care provin din alte state membre, astfel încât constituie modalități de vânzare care nu intră în domeniul de aplicare al articolului 34 TFUE (a se vedea în acest sens Hotărârea din 15 decembrie 1993, Hünermund și alții, C-292/92, EU:C:1993:932, punctele 21 și 22, Hotărârea din 9 februarie 1995, Leclerc-Siplec, C-412/93, EU:C:1995:26, punctele 21-24, precum și Hotărârea din 25 martie 2004, Karner, C-71/02, EU:C:2004:181, punctul 42). Aceasta a fost situația în special a unei norme deontologice care interzicea farmaciștilor să facă publicitate, în afara farmaciei lor, pentru produsele parafarmaceutice pe care erau autorizați să le comercializeze (Hotărârea din 15 decembrie 1993, Hünermund și alții, C-292/92, EU:C:1993:932, punctele 22-24).

41 Desigur, Curtea a statuat că nu se poate exclude ca o interdicție totală, într-un stat membru, a unei forme de promovare a unui produs care este vândut în mod licit să aibă un efect mai important asupra produselor care provin din alte state membre (a se vedea în acest sens Hotărârea din 9 iulie 1997, De Agostini și TV-Shop, C-34/95-C-36/95, EU:C:1997:344, punctul 42, precum și Hotărârea din 8 martie 2001, Gourmet International Products, C-405/98, EU:C:2001:135, punctul 19).

42 Cu toate acestea, astfel cum reiese din cuprinsul punctului 21 din prezenta hotărâre, o interdicție precum cea instituită de HWG nu privește promovarea unui anumit produs, în speță a unui medicament, ci promovarea vânzării prin corespondență a oricărui tip de medicamente, care provin atât din Germania, cât și din alte state membre.

43 Rezultă că cele două condiții de aplicare a jurisprudenței izvorâte din Hotărârea din 24 noiembrie 1993, Keck și Mithouard (C-267/91 și C-268/91, EU:C:1993:905), astfel cum au fost amintite la punctul 35 din prezenta hotărâre, sunt îndeplinite integral în ceea ce privește o modalitate de vânzare precum cea în discuție în litigiul principal.

44 Această concluzie nu contrazice considerațiile cuprinse la punctul 24 din Hotărârea din 19 octombrie 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung (C-148/15, EU:C:2016:776), menționat de instanța de trimitere. O interzicere a jocurilor ce urmăresc promovarea vânzării de medicamente are consecințe mult mai puțin importante pentru farmaciile cu vânzare prin corespondență decât

interzicerea totală a concurenței prin prețuri, care a fost în discuție în acea hotărâre. În plus, o asemenea interdicție afectează și farmaciile convenționale, care ar fi avut de asemenea interesul să promoveze vânzarea medicamentelor lor prin intermediul unor jocuri publicitare.

45 Având în vedere considerațiile care precedă, este necesar să se răspundă la întrebarea adresată că, pe de o parte, Directiva 2001/83 trebuie interpretată în sensul că nu se aplică unei reglementări naționale care interzice unei farmacii ce vinde medicamente prin corespondență să organizeze o acțiune publicitară sub forma unui joc promoțional care permite participanților să câștige obiecte din viața curentă, altele decât medicamentele, participarea la acest joc fiind condiționată de trimiterea unei comenzi pentru un medicament de uz uman care se eliberează pe baza unei prescripții medicale, însoțită de această prescripție, și, pe de altă parte, articolul 34 TFUE trebuie interpretat în sensul că nu se opune unei asemenea reglementări naționale.

Cu privire la cheltuielile de judecată

46 Întrucât, în privința părților din litigiul principal, procedura are caracterul unui incident survenit la instanța de trimitere, este de competența acesteia să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată. Cheltuielile efectuate pentru a prezenta observații Curții, altele decât cele ale părților menționate, nu pot face obiectul unei rambursări.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a patra) declară:

1) **Directiva 2001/83/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 6 noiembrie 2001 de instituire a unui cod comunitar cu privire la medicamentele de uz uman, astfel cum a fost modificată prin Directiva 2012/26/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2012, trebuie interpretată în sensul că nu se aplică unei reglementări naționale care interzice unei farmacii ce vinde medicamente prin corespondență să organizeze o acțiune publicitară sub forma unui joc promoțional care permite participanților să câștige obiecte din viața curentă, altele decât medicamentele, participarea la acest joc fiind condiționată de trimiterea unei comenzi pentru un medicament de uz uman care se eliberează pe baza unei prescripții medicale, însoțită de această prescripție.**

2) **Articolul 34 TFUE trebuie interpretat în sensul că nu se opune unei asemenea reglementări naționale.**

Semnături