Rättsfallssamlingen

DOMSTOLENS DOM (fjärde avdelningen)

den 15 juli 2021 *

”Begäran om förhandsavgörande – Receptbelagda humanläkemedel – Direktiv 2001/83/EG – Tillämpningsområde – Reklam för ett postorderapotek vilket inte syftar till att påverka kundens val av ett visst läkemedel, utan dennes val av apotek – Pristävling – Fri rörlighet för varor – Nationell lagstiftning – Förbud mot att erbjuda, annonsera om eller dela ut premier eller andra reklamgåvor vad gäller terapeutiska produkter – Säljformer som inte omfattas av artikel 34 FEUF”

I mål C-190/20,

angående en begäran om förhandsavgörande enligt artikel 267 FEUF, framställd av Bundesgerichtshof (Federala högsta domstolen, Tyskland) genom beslut av den 20 februari 2020, som inkom till domstolen den 5 maj 2020, i målet

DocMorris NV

mot

Apothekerkammer Nordrhein,

meddelar

DOMSTOLEN (fjärde avdelningen)

sammansatt av avdelningsordföranden M. Vilaras (referent) samt domarna N. Piçarra, D. Šváby, S. Rodin och K. Jürimäe,

generaladvokat: H. Saugmandsgaard Øe,

justitiesekreterare: A. Calot Escobar,

efter det skriftliga förfarandet,

med beaktande av de yttranden som avgetts av:

– DocMorris NV, genom A. Feissel och K. Wodarz, Rechtsanwältinnen,

– Apothekerkammer Nordrhein, genom M. Douglas, Rechtsanwalt,

* Rättegångsspråk: tyska.

– Europeiska kommissionen, genom A. Sipos och M. Noll-Ehlers, båda i egenskap av ombud,

med hänsyn till beslutet, efter att ha hört generaladvokaten, att avgöra målet utan förslag till avgörande,

följande

Dom

1 Begäran om förhandsavgörande avser tolkningen av artikel 87.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/83/EG av den 6 november 2001 om upprättande av gemenskapsregler för humanläkemedel (EGT L 311, 2001, s. 67), i dess lydelse enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2012/26/EU av den 25 oktober 2012 (EUT L 299, 2012, s. 1) (nedan kallat direktiv 2001/83).

2 Begäran har framställts i ett mål mellan DocMorris NV, ett bolag bildat enligt nederländsk rätt vilket driver ett postorderapotek med säte i Nederländerna, och Apotherkerkammer Nordrhein (apotekarnas yrkesorganisation i Nordrhein, Tyskland), angående ett reklamblad för en ”stor pristävling” som DocMorris skickat ut till sina kunder i Tyskland, i vilket det anges att ett villkor för deltagande är att ett recept för ett receptbelagt läkemedel skickas in.

Tillämpliga bestämmelser

Unionsrätt

Direktiv 98/34

3 I artikel 1 första stycket i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/34/EG av den 22 juni 1998 om ett informationsförfarande beträffande tekniska standarder och beträffande föreskrifter för informationssamhällets tjänster (EGT L 204, 1998, s. 37), i dess lydelse enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 98/48/EG av den 20 juli 1998 (EGT L 217, 1998, s. 18) (nedan kallat direktiv 98/34), föreskrivs följande:

”I detta direktiv används följande beteckningar med de betydelser som här anges:

…

2. *tjänst*: alla informationssamhällets tjänster, det vill säga tjänster som vanligtvis utförs mot ersättning på distans, på elektronisk väg och på individuell begäran av en tjänstemottagare.”

Direktiv 2000/31/EG

4 Artikel 1.1 och 1.2 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt den elektroniska handeln, på den inre marknaden (”Direktiv om elektronisk handel”) (EGT L 178, 2000, s. 1) har följande lydelse:

”1. Syftet med detta direktiv är att bidra till att den inre marknaden fungerar väl genom att säkerställa den fria rörligheten för informationssamhällets tjänster mellan medlemsstaterna.

2. Genom detta direktiv tillnärmas, i den mån det krävs för att nå det mål som avses i punkt 1, vissa nationella bestämmelse om informationssamhällets tjänster som rör den inre marknaden, tjänsteleverantörers etablering, kommersiella meddelanden, avtal slutna på elektronisk väg, …”

5 I artikel 2 a i nämnda direktiv definieras ”informationssamhällets tjänster” som tjänster i den mening som avses i artikel 1 första stycket punkt 2 i direktiv 98/34.

Direktiv 2001/83

6 I artikel 86 i avdelning VIII, med rubriken ”Marknadsföring”, i direktiv 2001/83 föreskrivs följande:

”1. I denna avdelning avses med *marknadsföring av läkemedel* varje form av information vid uppsökande försäljning, lokala reklamkampanjer eller förmånserbjudanden som syftar till att främja förskrivning, leverans, försäljning eller konsumtion av läkemedel. Begreppet avser särskilt

– läkemedelsreklam som riktas till allmänheten,

– läkemedelsreklam som riktas till personer som är behöriga att förskriva eller lämna ut läkemedel,

– besök av läkemedelsrepresentanter hos personer som är behöriga att förskriva läkemedel,

– tillhandahållande av prover,

– användning av åtgärder för att främja förskrivning eller leverans av läkemedel som innebär gåva av, eller erbjudande eller löfte om, varje slag av förmån eller bonus, i pengar eller in natura, såvida inte det verkliga värdet av vad som erbjuds är obetydligt,

– sponsring av säljfrämjande sammankomster som besöks av personer som är behöriga att förskriva eller lämna ut läkemedel,

– sponsring av vetenskapliga kongresser som besöks av personer som är behöriga att förskriva eller lämna ut läkemedel och särskilt betalning av deras kostnader för resa och uppehälle i samband med detta.

2. Följande omfattas inte av denna avdelning:

– Märkning av läkemedel och utformning av bipacksedlar, på vilket bestämmelserna i avdelning V skall tillämpas.

– Sådan korrespondens, eventuellt åtföljd av material som saknar reklamkaraktär, som krävs för att besvara speciella frågor om vissa läkemedel.

– Faktamässiga och informativa meddelanden och referensmaterial som till exempel kan gälla förändringar av förpackningar, varningar för ogynnsamma reaktioner som ingår i de allmänna försiktighetsåtgärderna i fråga om läkemedel, produktkataloger och prislistor, förutsatt att de inte innehåller några påståenden om läkemedlen.

– Uttalanden som gäller människors hälsa och sjukdomar, förutsatt att ingen hänvisning, ens indirekt, görs till läkemedel.”

7 I artikel 87.3 i direktivet föreskrivs följande:

”Marknadsföringen av läkemedel

– skall främja en ändamålsenlig användning av läkemedlen genom en objektiv presentation som inte innehåller några överdrifter beträffande produkternas egenskaper,

– får inte vara missledande.”

8 I artikel 88.1–88.3 i nämnda direktiv föreskrivs följande:

”1. Medlemsstaterna skall förbjuda reklam riktad till allmänheten för läkemedel som

– är receptbelagda, i enlighet med avdelning VI,

…

2. Läkemedel får marknadsföras till allmänheten, om de genom sin sammansättning och sitt syfte är avsedda och utformade för användning utan att en praktiserande läkare behöver medverka med att ställa diagnos, föreskriva eller kontrollera en behandling, men, om så är nödvändigt, med hjälp av apotekarens anvisningar.

3. Medlemsstaterna skall inom sina territorier kunna förbjuda marknadsföring som riktas till allmänheten för läkemedel för vilka kostnadsersättning kan lämnas.”

Tysk rätt

9 I 7 § punkt 1 första meningen i Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (Heilmittelwerbegesetz) (lag om läkemedelsreklam), i den lydelse som är tillämplig på omständigheterna i det nationella målet (nedan kallad HWG) föreskrivs följande:

”Det är förbjudet att erbjuda, annonsera om eller dela ut premier eller andra reklamgåvor (varor eller tjänster) eller för hälso- och sjukvårdspersonal, ta emot dessa, såvida det inte är fråga om

1. premier eller reklamgåvor av ringa värde …. När det gäller båda undantagen är premier eller andra reklamgåvor emellertid förbjudna i den mån de ges i strid med de prisregler som gäller enligt [Arzneimittelgesetz (läkemedelslagen)].

2. dessa premier och reklamgåvor
   a) beviljas som ett visst penningbelopp eller ska beräknas på ett visst sätt…

   …

De premier eller andra reklamgåvor som behandlas i led a är emellertid förbjudna i den mån de ges i strid med de prisregler som gäller enligt läkemedelslagen. …

…”

Målet vid den nationella domstolen och tolkningsfrågan

10 DocMorris driver ett postorderapotek som är etablerat i Nederländerna och som levererar receptbelagda läkemedel till kunder i Tyskland. I mars 2015 skickade DocMorris ut ett reklamblad i hela Tyskland om en ”stor pristävling” med utfästelse om en värdecheck för en elcykel till ett värde av 2 500 euro som första pris och en elektrisk tandborste som andra till tionde pris. För att delta i lottdragningen hade det räckt att skicka in en beställningskupong avseende ett receptbelagt läkemedel till DocMorris i ett förfrankerat kuvert, och att bifoga ett recept.

11 Den 16 juni 2015 väckte apotekarnas yrkesorganisation i Nordrhein, som i detta förvaltningsdistrikt ansvarar för tillsyn av iakttagandet av apotekarnas yrkesmässiga skyldigheter, talan mot DocMorris vid Landgericht Frankfurt am Main (Regionala domstolen i Frankfurt am Main, Tyskland) och yrkade att den aktuella reklamen skulle upphöra på grund av att den var konkurrensbegränsande.

12 Sedan Landgericht Frankfurt am Main (Regionala domstolen i Frankfurt am Main) ogillat nämnda talan, överklagade apotekarnas yrkesorganisation i Nordrhein denna dom till Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Regionala överdomstolen i Frankfurt am Main, Tyskland), som biföll överklagandet. Därefter överklagade DocMorris sistnämnda dom till den hänskjutande domstolen, Bundesgerichtshof (Federala högsta domstolen, Tyskland), och yrkade att den dom som meddelats i första instans skulle fastställas.

13 Den hänskjutande domstolen har preciserat att endast reklam för en viss vara omfattas av tillämpningsområdet för HWG, till skillnad från allmän reklam för ett företag. Reklam för ett apoteks hela sortiment, såsom den som är aktuell i det nationella målet, skulle dock även kunna anses utgöra reklam som är inriktad på en vara. Det framgår dessutom av artiklarna 86.1 och 88.1–88.3 i direktiv 2001/83 att direktivet inte endast omfattar marknadsföring av vissa bestämda läkemedel, utan även marknadsföring av läkemedel i allmänhet.

14 Den hänskjutande domstolen vill få klarhet i huruvida det principiella förbudet mot reklamgåvor i 7 § punkt 1 första meningen HWG är förenligt med syftena med och bestämmelserna i direktiv 2001/83. Nämnda domstol anser att ett sådant förbud kan vara motiverat med hänsyn till artikel 87.3 i direktivet, eftersom det syftar till att förebygga risken för att konsumenten, när denne beslutar att använda ett läkemedel, påverkas av utsikterna att erhålla reklamgåvor som är knutna till köpet av läkemedlet. Härvidlag anser den hänskjutande domstolen att patientens beslut att hämta ut ett receptbelagt läkemedel hos ett tyskt eller utländskt postorderapotek i stället för på ett fysiskt apotek som kan ge rådgivning som objektivt sett behövs ska baseras på sakliga skäl och inte påverkas av sådana incitament.

15 Den hänskjutande domstolen har emellertid konstaterat att direktiv 2001/83 inte innehåller någon särskild bestämmelse om läkemedelsreklam i form av ett spel med lottdragning. Det framgår dessutom av domen av den 19 oktober 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung (C-148/15, EU:C:2016:776), att postorderapotek som är etablerade i andra medlemsstater inte kan förbjudas att konkurrera med konventionella apotek som är etablerade i den berörda medlemsstaten genom prissättning, i syfte att kompensera för begränsningen av deras utbud av tjänster, på grund av att det är omöjligt att ge patienterna individuell rådgivning på plats.

16 På grund av de bestämmelser som gäller i Tyskland för försäljning av receptbelagda läkemedel och, i synnerhet, att sjukförsäkringsorganen bär större delen av kostnaden för sådana läkemedel, föreligger det inte någon priskonkurrens mellan konventionella apotek i Tyskland som är jämförbar med den som råder inom andra konkurrensutsatta branscher. Postorderapotek som är etablerade i andra medlemsstater tillämpar således en annan form av priskonkurrens genom att erbjuda sina kunder premier som har ett ekonomiskt värde, i form av kuponger eller premier.

17 Mot denna bakgrund beslutade Bundesgerichtshof (Federala högsta domstolen) att vilandeförklara målet och ställa följande tolkningsfrågor till EU-domstolen:

”Är det förenligt med reglerna i avdelning VIII i direktiv [2001/83], och särskilt med dess artikel 87.3, att en nationell bestämmelse (i det aktuella fallet 7 § punkt 1 första meningen [HWG]) tolkas på så sätt att den innebär ett förbud för ett postorderapotek som är etablerat i en annan medlemsstat att göra reklam med en pristävling, om kunden för att delta i denna pristävling ska lämna in ett recept på ett receptbelagt humanläkemedel och den utlovade vinsten inte är ett läkemedel, utan ett annat föremål (i det aktuella fallet en elcykel till ett värde av 2 500 euro och eltandborstar) och det inte behöver befaras att en olämplig och överdriven användning av läkemedel främjas?”

Prövning av tolkningsfrågan

18 Den hänskjutande domstolen har ställt sin fråga för att få klarhet i huruvida bestämmelserna i avdelning VIII i direktiv 2001/83, och särskilt artikel 87.3 i direktivet, utgör hinder för en nationell lagstiftning som förbjuder ett apotek som säljer läkemedel via postorder att organisera en reklamkampanj i form av en pristävling som gör det möjligt för deltagarna att vinna andra vardagsföremål än läkemedel, varvid deltagandet i spelet är beroende av att en beställning av ett receptbelagt humanläkemedel skickas in, tillsammans med ett recept för detta läkemedel.

19 Det ska härvidlag påpekas att denna fråga grundar sig på antagandet att direktiv 2001/83 är tillämpligt i det nationella målet.

20 Avdelning VIII i direktiv 2001/83, om marknadsföring av läkemedel, i vilket artikel 87.3 i direktivet ingår, syftar till att reglera innehållet i reklambudskapet och formerna för reklam för vissa läkemedel, men den reglerar inte reklam för postorderförsäljning av läkemedel (se, för ett liknande resonemang, dom av den 1 oktober 2020, A (Reklam för och försäljning av läkemedel online), C-649/18, EU:C:2020:764, punkterna 49 och 50).

21 Den hänskjutna frågan avser emellertid ett förbud mot pristävlingar som syftar till att förmå kunderna att köpa läkemedel från ett visst apotek, och då inte ett visst läkemedel, utan vilket läkemedel som helst som deras läkare har skrivit ut till dem. Med andra ord är, såsom apotekarnas yrkesorganisation i Nordrhein har påpekat i sitt skriftliga yttrande, en sådan

reklamkampanj som den som DocMorris har genomfört i förevarande fall inte avsedd att påverka kundernas val av ett visst läkemedel, utan kundernas val av det apotek från vilket de köper detta läkemedel, ett val som görs efter valet av läkemedel. Det rör sig således inte om reklam för ett visst läkemedel, utan för hela sortimentet av receptbelagda läkemedel som utbjuds till försäljning av apoteket i fråga.

22 Härav följer att en sådan reklamkampanj som den som är aktuell i det nationella målet inte omfattas av tillämpningsområdet för bestämmelserna i avdelning VIII i direktiv 2001/83.

23 Av fast rättspraxis följer emellertid att det enligt det förfarande för samarbete mellan nationella domstolar och EU-domstolen som införts genom artikel 267 FEUF ankommer på EU-domstolen att ge den nationella domstolen ett användbart svar, som gör det möjligt för den domstolen att avgöra det mål som den ska pröva. Den omständigheten att den hänskjutande domstolen, formellt sett, har begränsat sina frågor till att avse tolkningen av en viss bestämmelse i unionsrätten utgör följaktligen inte hinder för att EU-domstolen tillhandahåller den domstolen alla uppgifter om unionsrättens tolkning som kan vara användbara vid avgörandet av det nationella målet, oberoende av om det har hänvisats därtill i frågorna eller inte. Det ankommer härvidlag på EU-domstolen att utifrån samtliga uppgifter som den nationella domstolen har lämnat, och i synnerhet utifrån skälen i beslutet om hänskjutande, avgöra vilka delar av unionsrätten som behöver tolkas med hänsyn till saken i målet (dom av den 18 september 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, punkt 50 och där angiven rättspraxis).

24 I motsats till vad flera berörda parter har gjort gällande i sina svar på den fråga som domstolen ställt till parterna i målet och till övriga berörda, i den mening som avses i artikel 23 i stadgan för Europeiska unionens domstol, ska det påpekas att det av de uppgifter som lämnats i beslutet om hänskjutande inte framgår att tolkningen av direktiv 2000/31 är relevant för att avgöra det nationella målet.

25 Såsom framgår av artiklarna 1 och 2 i det direktivet avser direktivet ”informationssamhällets tjänster”, vilka definieras i artikel 2 a med hänvisning till artikel 1 första stycket led 2 i direktiv 98/34. I sistnämnda bestämmelse preciseras att det är fråga om ”tjänster som vanligtvis utförs mot ersättning på distans, på elektronisk väg och på individuell begäran av en tjänstemottagare”.

26 Den fråga som ställts avser emellertid en reklamkampanj för tjänster avseende försäljning av läkemedel som inte tillhandahålls på elektronisk väg, utan via postorder. Det framgår nämligen av det reklamblad som är aktuellt i det nationella målet, vilket återges i begäran om förhandsavgörande, att kunden för att delta i den pristävling som är i fråga i det nationella målet var tvungen att göra beställningar hos DocMorris, genom att i ett förfrankerat kuvert sända ett beställningsformulär av papper, åtföljt av receptet för det beställda läkemedlet, utan att denna beställning måste göras via en nätbutik.

27 Såsom Europeiska kommissionen har påpekat i sitt skriftliga yttrande skiljer sig härvidlag förevarande mål från det mål som avgjordes genom dom av den 1 oktober 2020, A (Reklam för och försäljning av läkemedel online), C-649/18, EU:C:2020:764, som avsåg en marknadsföringskampanj för online-handelstjänster avseende icke receptbelagda läkemedel, som genomfördes med hjälp av såväl fysiska medier som via det berörda apotekets webbplats.

28 Av det ovan anförda följer att förbudet mot att anordna pristävlingar i syfte att främja distansförsäljning av läkemedel inte är föremål för harmonisering på unionsnivå, och att fastställandet av regler på området fortfarande omfattas av medlemsstaternas behörighet, med förbehåll för att i synnerhet de grundläggande friheter som föreskrivs i EUF-fördraget iakttas.

29 Det ska härvidlag påpekas att en nationell lagstiftning som förbjuder anordnande av en pristävling som syftar till att främja försäljningen av läkemedel, såsom den som är aktuell i det nationella målet, kan hänföras till såväl friheten att tillhandahålla tjänster – i den mån en sådan lagstiftning är tillämplig på apotek som bland annat bedriver detaljhandel med läkemedel och begränsar deras möjligheter att sprida kunskap om sina tjänster, inbegripet postorderförsäljning – som till den fria rörligheten för varor, eftersom denna lagstiftning reglerar en viss form av försäljning av läkemedel, och det är utrett att läkemedel omfattas av begreppet varor i den mening som avses i bestämmelserna EUF-fördraget om den fria rörligheten för varor (se, för ett liknande resonemang, dom av den 18 september 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, punkterna 57 och 60).

30 När en nationell åtgärd har samband både med den fria rörligheten för varor och med friheten att tillhandahålla tjänster, prövar domstolen åtgärden i princip mot bakgrund av endast en av dessa båda grundläggande friheter, om det visar sig att den ena av dem är helt underordnad den andra och kan knytas till denna (dom av den 18 september 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, punkt 58 och där angiven rättspraxis).

31 I förevarande fall rör HWG inte utövandet av apotekaryrket eller tjänsten postorderförsäljning som sådana, utan reglerar en viss form av reklam för de läkemedel som erbjuds till försäljning. Under sådana omständigheter som dem i det nationella målet utgör spridningen av reklammeddelanden avseende tjänsten postorderförsäljning av läkemedel, även om den inte syftar till att marknadsföra bestämda läkemedel, en underordnad aspekt i förhållande till marknadsföringen av försäljningen av dessa läkemedel, vilket är det slutliga målet med reklamkampanjen.

32 I förevarande fall är följaktligen den fria rörligheten för varor en viktigare aspekt än friheten att tillhandahålla tjänster och det är således de bestämmelser i EUF-fördraget som rör den första av dessa friheter som ska tillämpas (se, analogt, dom av den 25 mars 2004, Karner, C-71/02, EU:C:2004:181, punkt 47).

33 Den fria rörligheten för varor utgör en grundläggande princip i EUF-fördraget som kommer till uttryck genom förbudet i artikel 34 FEUF mot kvantitativa importrestriktioner samt åtgärder med motsvarande verkan mellan medlemsstaterna (dom av den 19 oktober 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung, C-148/15, EU:C:2016:776, punkt 20).

34 Enligt domstolens fasta praxis utgör alla åtgärder som direkt eller indirekt, faktiskt eller potentiellt kan hindra handeln mellan medlemsstaterna åtgärder med verkan motsvarande kvantitativa importrestriktioner, vilka enligt artikel 34 FEUF är förbjudna mellan medlemsstaterna (se, bland annat, dom av den 11 juli 1974, Dassonville, 8/74, EU:C:1974:82, punkt 5, och dom av den 19 oktober 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung, C-148/15, EU:C:2016:776, punkt 22 och där angiven rättspraxis).

35 Härvidlag erinrar domstolen om att en tillämpning av sådana nationella bestämmelser på varor från andra medlemsstater som begränsar eller förbjuder vissa säljformer inte är ägnad att direkt eller indirekt, faktiskt eller potentiellt, hindra handeln mellan medlemsstaterna, i den mening

som avses i den rättspraxis som nämnts i föregående punkt, förutsatt att bestämmelserna tillämpas på samtliga berörda näringsidkare som bedriver verksamhet inom det nationella territoriet, och förutsatt att de såväl rättsligt som faktiskt påverkar avsättningen av inhemska varor och varor från andra medlemsstater på samma sätt. När dessa villkor är uppfyllda kan tillämpningen av sådana bestämmelser på försäljningen av varor från en annan medlemsstat, vilka uppfyller kraven i denna stat, inte anses hindra varornas tillträde till marknaden eller försvåra deras tillträde jämfört med inhemska varor (se, för ett liknande resonemang, dom av den 24 november 1993, Keck och Mithouard, C-267/91 och C-268/91, EU:C:1993:905, punkt 16, och dom av den 21 september 2016, Etablissements Fr. Colruyt, C-221/15, EU:C:2016:704, punkt 35 och där angiven rättspraxis).

36 Domstolen har kvalificerat bland annat bestämmelser som begränsar möjligheterna för ett företag att göra reklam som ”bestämmelser som reglerar försäljningsformer” i den mening som avses i dom av den 24 november 1993, Keck och Mithouard (C-267/91 och C-268/91, EU:C:1993:905) (se, för ett liknande resonemang, dom av den 25 mars 2004, Karner, C-71/02, EU:C:2004:181, punkt 38 och där angiven rättspraxis).

37 Domstolen erinrar om att 7 § punkt 1 första meningen HWG, som utgör grunden för förbudet mot den reklam som är i fråga i det nationella målet, syftar till att reglera erbjudandet av premier och andra reklamgåvor som har ett ekonomiskt värde på området för försäljning av läkemedel. Härav följer att en sådan nationell bestämmelse ska anses ”reglera försäljningsformer” i den mening som avses i domstolens praxis.

38 Såsom framgår av dom av den 24 november 1993, Keck och Mithouard (C-267/91 och C-268/91, EU:C:1993:905) kan en sådan bestämmelse avseende försäljningsformer undantas från förbudet i artikel 34 FEUF endast om den uppfyller de två villkor som anges i punkt 35 ovan.

39 Vad gäller det första av dessa villkor ska det påpekas att HWG i förevarande fall utan åtskillnad är tillämplig på samtliga apotek som säljer läkemedel i Tyskland, oavsett om de är etablerade i Förbundsrepubliken Tyskland eller i en annan medlemsstat.

40 Beträffande det andra villkoret ska det erinras om att domstolen vid flera tillfällen har funnit att nationella bestämmelser som förbjöd vissa typer av reklam inom särskilda sektorer påverkade saluföringen av inhemska varor och varor från andra medlemsstater på samma sätt, såväl rättsligt som faktiskt, så att de utgjorde försäljningsformer som inte omfattades av tillämpningsområdet för artikel 34 FEUF (se, för ett liknande resonemang, dom av den 15 december 1993, Hünermund m.fl., C-292/92, EU:C:1993:932, punkterna 21 och 22, dom av den 9 februari 1995, Leclerc-Siplec, C-412/93, EU:C:1995:26, punkterna 21–24, och dom av den 25 mars 2004, Karner, C-71/02, EU:C:2004:181, punkt 42). Så var i synnerhet fallet med en yrkesetisk regel om förbud för apotekare att göra reklam, utanför sina apotek, för apoteksvaror som de hade tillstånd att saluföra (dom av den 15 december 1993, Hünermund m.fl., C-292/92, EU:C:1993:932, punkterna 22–24).

41 Förvisso har domstolen slagit fast att det inte kan uteslutas att ett totalförbud i en medlemsstat mot en viss form av marknadsföring av en vara, som säljs lagligen, i högre grad påverkar varor från andra medlemsstater (se, för ett liknande resonemang, dom av den 9 juli 1997, De Agostini och TV-Shop, C-34/95–C-36/95, EU:C:1997:344, punkt 42, och dom av den 8 mars 2001, Gourmet International Products, C-405/98, EU:C:2001:135, punkt 19).

42 Såsom framgår av punkt 21 ovan avser emellertid ett sådant förbud som det som införts genom HWG inte marknadsföringen av en viss vara, i förevarande fall ett läkemedel, utan postorderförsäljning av alla slags läkemedel, från såväl Tyskland som andra medlemsstater.

43 Av detta följer att de två villkoren för tillämpning av den rättspraxis som följer av domen av den 24 november 1993, Keck och Mithouard (C-267/91 och C-268/91, EU:C:1993:905), vilka det erinrats om i punkt 35 ovan, är uppfyllda fullt ut vad gäller en sådan försäljningsform som den som är aktuell i det nationella målet.

44 Denna slutsats strider inte mot övervägandena i punkt 24 i domen av den 19 oktober 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung (C-148/15, EU:C:2016:776), som den hänskjutande domstolen har hänvisat till. Ett förbud mot pristävlingar som syftar till att främja försäljningen av läkemedel får mycket mindre långtgående konsekvenser för postorderapotek än det totala förbudet mot priskonkurrens som det är fråga om i den domen. Vidare berör ett sådant förbud även konventionella apotek, vilka också kan ha intresse av att främja försäljningen av sina läkemedel genom pristävlingar.

45 Mot bakgrund av det ovanstående ska den hänskjutna frågan besvaras enligt följande. Direktiv 2001/83 ska tolkas så, att det inte är tillämpligt på en nationell lagstiftning som förbjuder ett apotek som säljer läkemedel via postorder att organisera en reklamkampanj i form av en pristävling som gör det möjligt för deltagarna att vinna andra vardagsföremål än läkemedel, varvid deltagandet i spelet är beroende av att en beställning av ett receptbelagt humanläkemedel skickas in, tillsammans med ett recept för detta läkemedel. Vidare ska artikel 34 FEUF tolkas så, att den inte utgör hinder för en sådan nationell lagstiftning.

Rättegångskostnader

46 Eftersom förfarandet i förhållande till parterna i det nationella målet utgör ett led i beredningen av samma mål, ankommer det på den hänskjutande domstolen att besluta om rättegångskostnaderna. De kostnader för att avge yttrande till domstolen som andra än nämnda parter har haft är inte ersättningsgilla.

Mot denna bakgrund beslutar domstolen (fjärde avdelningen) följande:

1) **Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/83/EG av den 6 november 2001 om upprättande av gemenskapsregler för humanläkemedel, i dess lydelse enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2012/26/EU av den 25 oktober 2012, ska tolkas så, att det inte är tillämpligt på en nationell lagstiftning som förbjuder ett apotek som säljer läkemedel via postorder att organisera en reklamkampanj i form av en pristävling som gör det möjligt för deltagarna att vinna andra vardagsföremål än läkemedel, varvid deltagandet i spelet är beroende av att en beställning av ett receptbelagt humanläkemedel skickas in, tillsammans med ett recept för detta läkemedel.**

2) **Artikel 34 FEUF ska tolkas så att den inte utgör hinder för en sådan nationell lagstiftning.**

Underskrifter