Συλλογή της Νομολογίας

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ
MACIEJ SZPUNAR
της 24ης Οκτωβρίου 2024[1]

Υπόθεση C-517/23

Apothekerkammer Nordrhein
κατά
DocMorris NV

[αίτηση του Bundesgerichtshof
(Ανωτάτου Ομοσπονδιακού Δικαστηρίου, Γερμανία)
για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως]

«Αίτηση προδικαστικής αποφάσεως – Φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση – Οδηγία 2001/83/ΕΚ – Πεδίο εφαρμογής – Φάρμακα που χορηγούνται μόνον με ιατρική συνταγή – Διαφήμιση για όλο το φάσμα των φαρμακευτικών προϊόντων ενός φαρμακείου– Κουπόνια ή ποσοστιαίες εκπτώσεις για τη μετέπειτα αγορά άλλων προϊόντων – Άμεσες εκπτώσεις και χρηματικές καταβολές»

I. Εισαγωγή

1. Όταν αλλοδαπό φαρμακείο ταχυδρομικών πωλήσεων προσφέρει εκπτώσεις σε ασθενείς για φάρμακα χορηγούμενα με ιατρική συνταγή, πρέπει να θεωρηθεί ότι, κατά βάση, επιχειρεί να τους προσελκύσει ώστε να αγοράζουν από το συγκεκριμένο φαρμακείο ή ότι τους παρασύρει στην κατανάλωση φαρμακευτικών προϊόντων; Υπάρχει πραγματική ανάγκη προστασίας τους από εσφαλμένη κατανάλωση και υπερκατανάλωση φαρμάκων; Είναι οι ασθενείς αυτοί θύματα της φαρμακευτικής βιομηχανίας και εκείνων που πωλούν τα προϊόντα της, ή των ασθενειών τους από τις οποίες πασχίζουν να θεραπευθούν ή να ανακουφιστούν; Είναι κοινωνικά κατακριτέα η συμπεριφορά, παραδείγματος χάριν, ασθενών με χρόνιες παθήσεις, αν επωφελούνται οικονομικά κατά την αγορά φαρμακευτικού προϊόντος για το οποίο θα λάβουν επιστροφή χρημάτων;

2. Τα παραπάνω ερωτήματα, με τη γλαφυρή τους διατύπωση, αναδεικνύουν τα ζητήματα που βρίσκονται στο επίκεντρο της παρούσας προδικαστικής παραπομπής από το Bundesgerichtshof (Ανωτάτου Ομοσπονδιακό Δικαστηρίου, Γερμανία).

3. Στην προκειμένη περίπτωση η εταιρία DocMorris, ολλανδικό φαρμακείο ταχυδρομικών πωλήσεων, που έχει υπάρξει κατά το παρελθόν διάδικος και σε άλλες προδικαστικές υποθέσεις, επιστρέφει στο προσκήνιο, αυτή τη φορά με εκπτώσεις. Διάφορες πρακτικές αλλοδαπών εταιριών που προσφέρουν εκπτώσεις αποτελούν «βραχνά» για τους εδραιωμένους στην εθνική

[1] Γλώσσα του πρωτοτύπου: η αγγλική.

αγορά οικονομικούς φορείς, οι οποίοι ισχυρίζονται ότι οι εκπτώσεις κατά την πώληση φαρμάκων που χορηγούνται μόνον με ιατρική συνταγή συνιστά «διαφήμιση των φαρμάκων» κατά την έννοια της οδηγίας 2001/83/ΕΚ[2].

4. Το Bundesgerichtshof (Ανώτατο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο), αντιμέτωπο με αντιφατική εθνική νομολογία των κατώτερων δικαστηρίων, ζητεί διευκρινίσεις ως προς τον ορισμό της «διαφήμισης», ιδίως σε συνάρτηση με μια σειρά υποθέσεων επί των οποίων το Δικαστήριο έχει αποφανθεί κατά την τελευταία δεκαετία.

5. Με τις παρούσες προτάσεις θα εκθέσω γιατί, κατά τη γνώμη μου, εκπτωτικές προσφορές όπως οι επίμαχες εν προκειμένω δεν συνιστούν διαφήμιση βάσει του άρθρου 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83, δεδομένου ότι εφαρμόζονται κατά την αγορά φαρμάκων χορηγούμενων μόνον με ιατρική συνταγή.

II. Το νομικό πλαίσιο

A. Το δίκαιο της Ένωσης

6. Ο τίτλος VIII της οδηγίας 2001/83, ο οποίος επιγράφεται «Διαφήμιση», και τίτλος VIIIα της ίδιας οδηγίας, ο οποίος επιγράφεται «Πληροφόρηση και διαφήμιση», περιλαμβάνουν τα άρθρα 86 έως 88 και τα άρθρα 88α έως 100 αντιστοίχως.

7. Το άρθρο 86 της οδηγίας 2001/83 προβλέπει τα εξής:

«1. Για τους σκοπούς του παρόντος τίτλου, ως “διαφήμιση των φαρμάκων” νοείται οποιαδήποτε μορφή παροχής πληροφοριών για προσέλκυση πελατείας, πρόβλεψης ή προτροπής που αποσκοπεί στην προώθηση της χορήγησης συνταγών, της προμήθειας, της πώλησης ή της κατανάλωσης φαρμάκων περιλαμβάνει ιδίως:

– τη διαφήμιση των φαρμάκων που απευθύνεται στο κοινό,

– τη διαφήμιση των φαρμάκων που απευθύνεται στα άτομα που είναι εξουσιοδοτημένα να χορηγούν τις σχετικές συνταγές ή να προμηθεύουν τα φάρμακα,

– την επίσκεψη ιατρικών επισκεπτών σε άτομα που είναι εξουσιοδοτημένα να χορηγούν ιατρικές συνταγές ή να προμηθεύουν φάρμακα,

– την προμήθεια δειγμάτων,

– την προτροπή για την διάθεση φαρμάκων ή τη χορήγηση των σχετικών ιατρικών συνταγών μέσω της παροχής, της προσφοράς ή της υπόσχεσης πλεονεκτημάτων, χρηματικών ή εις είδος, εκτός αν η πραγματική αξία τους είναι ελάχιστη,

– τη χορηγία συναντήσεων εμπορικής προώθησης στις οποίες παρίστανται άτομα εξουσιοδοτημένα να διαθέτουν φάρμακα ή να χορηγούν τις σχετικές συνταγές,

[2] Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 6ης Νοεμβρίου 2001, περί κοινοτικού κώδικος για τα φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση (ΕΕ 2001, L 311, σ. 67), όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 2004/27/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 31ης Μαρτίου 2004 (ΕΕ 2004, L 136, σ. 34) (στο εξής: οδηγία 2001/83).

– τη χορηγία επιστημονικών συνεδρίων στα οποία συμμετέχουν πρόσωπα τα οποία είναι εξουσιοδοτημένα να χορηγούν συνταγές ή να προμηθεύουν φάρμακα, ιδίως δε η κάλυψη των εξόδων ταξιδιού και διαμονής των μετεχόντων.

2. Δεν καλύπτονται από τον παρόντα τίτλο:

– η επισήμανση και τα φύλλα οδηγιών που υπόκεινται στις διατάξεις του τίτλου V,

– η αλληλογραφία, συνοδευόμενη, ενδεχομένως, από κάθε άλλο μη διαφημιστικό έγγραφο, που απαιτείται για να απαντηθούν συγκεκριμένες ερωτήσεις σχετικά με κάποιο συγκεκριμένο φάρμακο,

– οι συγκεκριμένες πληροφορίες και τα σχετικά έγγραφα που αφορούν, για παράδειγμα, τις αλλαγές συσκευασίας, τις προειδοποιήσεις σχετικά με τις ανεπιθύμητες ενέργειες στο πλαίσιο της φαρμακοεπαγρύπνησης, καθώς και τους καταλόγους πώλησης και τους καταλόγους τιμών, εφόσον δεν περιέχουν καμία πληροφορία σχετικά με το φάρμακο,

– οι πληροφορίες σχετικά με την ανθρώπινη υγεία ή ασθένειες, εφόσον δεν γίνεται ούτε καν έμμεση αναφορά σε κάποιο φάρμακο.»

8. Το άρθρο 87, παράγραφος 3, της οδηγίας 2001/83 ορίζει τα εξής:

«Η διαφήμιση ενός φαρμάκου:

– πρέπει να προάγει την ορθολογική χρήση του φαρμάκου, παρουσιάζοντάς το με τρόπο αντικειμενικό και χωρίς να υπερβάλλονται οι ιδιότητές του,

– δεν μπορεί να είναι παραπλανητική.»

9. Το άρθρο 88, παράγραφοι 1 έως 3, της οδηγίας 2001/83 έχει ως εξής:

«1. Τα κράτη μέλη απαγορεύουν την απευθυνόμενη στο κοινό διαφήμιση:

α) φαρμάκων που μπορούν να χορηγηθούν μόνο με ιατρική συνταγή σύμφωνα με τον τίτλο VI,

[…]

2. Μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο διαφήμισης που απευθύνεται στο κοινό τα φάρμακα που, λόγω της σύνθεσης και του σκοπού τους, έχουν προβλεφθεί και σχεδιαστεί για να χρησιμοποιηθούν χωρίς την παρέμβαση ιατρού για τη διάγνωση, την αναγραφή σε συνταγή ή την επίβλεψη της θεραπείας, στην ανάγκη με τη βοήθεια του φαρμακοποιού.

3. Τα κράτη μέλη μπορούν να απαγορεύουν στο έδαφός τους την απευθυνόμενη στο κοινό διαφήμιση φαρμάκων το κόστος των οποίων είναι δυνατό να επιστραφεί.»

Β. Το γερμανικό δίκαιο

10. Το άρθρο 7, παράγραφος 1, πρώτη περίοδος, του Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (Heilmittelwerbegesetz) (νόμου περί διαφήμισης φαρμάκων), όπως ίσχυε κατά τον χρόνο των πραγματικών περιστατικών της υπόθεσης της κύριας δίκης (στο εξής: HWG), προβλέπει τα εξής:

«Απαγορεύεται η προσφορά, η αναγγελία ή η χορήγηση πλεονεκτημάτων και άλλων διαφημιστικών δώρων (προϊόντων ή υπηρεσιών) ή η αποδοχή τους από τους επαγγελματίες του κλάδου της υγείας, εκτός εάν:

1. αυτά τα πλεονεκτήματα ή διαφημιστικά δώρα είναι χαμηλής αξίας. Τυχόν πλεονεκτήματα και άλλα διαφημιστικά δώρα στο πλαίσιο της πώλησης φαρμάκων απαγορεύονται εφόσον χορηγούνται κατά παράβαση των κανόνων τιμολόγησης οι οποίοι ισχύουν δυνάμει του Arzneimittelgesetz [(νόμου περί φαρμάκων)]·

2. τα ως άνω πλεονεκτήματα και διαφημιστικά δώρα

(a) χορηγούνται υπό τη μορφή συγκεκριμένου χρηματικού ποσού ή χρηματικού ποσού που υπολογίζεται με συγκεκριμένο τρόπο […]

[…]

Τα προβλεπόμενα υπό το στοιχείο a πλεονεκτήματα και διαφημιστικά δώρα απαγορεύονται εφόσον χορηγούνται κατά παράβαση των κανόνων τιμολόγησης οι οποίοι ισχύουν δυνάμει του νόμου περί φαρμάκων. […]»

III. Τα πραγματικά περιστατικά, η διαδικασία και τα προδικαστικά ερωτήματα

11. Η DocMorris πωλεί σε τελικούς πελάτες στη Γερμανία φάρμακα που χορηγούνται χωρίς ιατρική συνταγή και φάρμακα που χορηγούνται με ιατρική συνταγή. Η Apothekerkammer Nordrhein είναι ο φορέας εκπροσώπησης του επαγγελματικού κλάδου των φαρμακοποιών στη Βόρεια Ρηνανία της Γερμανίας.

12. Από το 2012 η DocMorris προέβαινε σε εκπτωτικές προσφορές στο πλαίσιο των οποίων, κατά την αγορά φαρμάκων χορηγούμενων με ιατρική συνταγή, παρείχε πλεονεκτήματα υπό τη μορφή άμεσης μείωσης του τιμήματος ή κουπονιών που αντιστοιχούσαν σε συγκεκριμένο χρηματικό ποσό ή ποσοστιαίας έκπτωσης κατά τη μετέπειτα αγορά άλλων προϊόντων (φαρμάκων χορηγούμενων χωρίς ιατρική συνταγή ή μη φαρμακευτικών προϊόντων υγείας ή ομορφιάς) από την DocMorris.

13. Η Apothekerkammer Nordrhein θεωρεί ότι τέτοιες διαφημιστικές δράσεις αντιβαίνουν στον προβλεπόμενο από τη νομοθεσία περί φαρμάκων καθορισμό των τιμών των φαρμάκων που χορηγούνται με ιατρική συνταγή και, ως εκ τούτου, –καθόσον είναι κρίσιμο για την αναιρετική διαδικασία σε εθνικό επίπεδο– κίνησε διαδικασίες ασφαλιστικών μέτρων, οι οποίες είχαν ως αποτέλεσμα να εκδοθούν από το Landgericht Köln (πρωτοδικείο Κολωνίας, Γερμανία) κατά της DocMorris, από το 2013 έως το 2015, πέντε αποφάσεις για παύση των σχετικών πρακτικών και παράλειψή τους στο μέλλον, οι οποίες εκτελέστηκαν όλες νομοτύπως.

14. Ειδικότερα, στις 8 Μαΐου 2013 (αριθ. υπόθεσης 84 O 90/13), στις 26 Σεπτεμβρίου 2013 (αριθ. υπόθεσης 84 O 220/13) και στις 4 Νοεμβρίου 2014 (αριθ. υπόθεσης 84 O 208/14) εκδόθηκαν αποφάσεις του Landgericht Köln (πρωτοδικείου Κολωνίας, Γερμανία) με τις οποίες έγιναν δεκτές αντίστοιχες αιτήσεις της Apothekerkammer Nordrhein για λήψη ασφαλιστικών μέτρων κατά διαφημίσεων της DocMorris. Καθεμιά από τις τρεις αυτές αποφάσεις ασφαλιστικών μέτρων εκτελέστηκε νομοτύπως. Με δύο αποφάσεις της 22ας Μαρτίου 2017, το Landgericht Köln (πρωτοδικείο Κολωνίας) ανακάλεσε τις αποφάσεις ασφαλιστικών μέτρων της 8ης Μαΐου 2013 και της 4ης Νοεμβρίου 2014.

15. Στις 5 Νοεμβρίου 2013 έγινε δεκτή αίτηση της Apothekerkammer Nordrhein για λήψη ασφαλιστικών μέτρων και εκδόθηκε απόφαση του Landgericht Köln (πρωτοδικείου Κολωνίας) (αριθ. υπόθεσης 84 O 256/13), η οποία εκτελέστηκε στις 21 Ιανουαρίου 2014, για παύση και παράλειψη διαφήμισης της DocMorris με το ακόλουθο περιεχόμενο:

«Στείλτε τώρα την ιατρική συνταγή σας! […] Δυστυχώς, δεν μπορούμε να σας απαλλάξουμε από τη διαδρομή μέχρι το γραμματοκιβώτιο, αλλά για να σας αποζημιώσουμε για τη μετακίνησή σας με λεωφορείο και τρένο, οι νέοι πελάτες θα λάβουν από εμάς 10 ευρώ, τα οποία θα αφαιρεθούν αμέσως από το λογαριασμό μετά την αποστολή της συνταγής.»

Η έκπτωση ίσχυε για παραγγελίες φαρμάκων χορηγούμενων με ιατρική συνταγή, εφόσον η αξία τους υπερέβαινε τα 50 ευρώ. Η εν λόγω απόφαση ασφαλιστικών μέτρων ανακλήθηκε από το Landgericht Köln (πρωτοδικείο Κολωνίας) με απόφαση της 22ας Μαρτίου 2017.

16. Στις 29 Σεπτεμβρίου 2015 έγινε δεκτή αίτηση της Apothekerkammer Nordrhein για λήψη ασφαλιστικών μέτρων και εκδόθηκε απόφαση του Landgericht Köln (πρωτοδικείου Κολωνίας) (αριθ. υπόθεσης 81 O 82/15), η οποία εκτελέστηκε στις 26 Μαΐου 2016, για παύση και παράλειψη διαφήμισης της DocMorris με το ακόλουθο περιεχόμενο:

«Κουπόνι αξίας 5 ευρώ για την επόμενη παραγγελία σας με ιατρική συνταγή».

Το ποσό θα αφαιρούνταν άμεσα από το λογαριασμό. Η ως άνω απόφαση ασφαλιστικών μέτρων ανακλήθηκε με αμετάκλητη απόφαση του Landgericht Köln (πρωτοδικείου Κολωνίας) της 21ης Μαρτίου 2017.

17. Το αιτούν δικαστήριο επισημαίνει ότι ο λόγος ανάκλησης σε αμφότερες τις προαναφερθείσες περιπτώσεις ήταν η μεταβολή των συνθηκών κατόπιν της έκδοσης της αποφάσεως του Δικαστηρίου στην υπόθεση Deutsche Parkinson Vereinigung [3].

18. Στο πλαίσιο της εκτέλεσης ορισμένων από τις ανωτέρω αποφάσεις ασφαλιστικών μέτρων, επιβλήθηκαν στην DocMorris διοικητικά πρόστιμα, σε συνέχεια σχετικού αιτήματος της αντιδίκου.

19. Η DocMorris ζητεί αποζημίωση από την Apothekerkammer Nordrhein, ισχυριζόμενη ότι τα ασφαλιστικά μέτρα ήταν εξαρχής αδικαιολόγητα.

[3] Απόφαση της 19ης Οκτωβρίου 2016 (C-148/15, στο εξής: απόφαση Deutsche Parkinson Vereinigung, EU:C:2016:776).

20. Το Landgericht Köln (πρωτοδικείο Κολωνίας) απέρριψε την αγωγή της DocMorris. Κατ' έφεση, η DocMorris ζήτησε από το δευτεροβάθμιο δικαστήριο, κατ' ουσίαν, αφενός, να υποχρεώσει την Apothekerkammer Nordrhein να της καταβάλει αποζημίωση ύψους τουλάχιστον 18 476 648,12 ευρώ, πλέον τόκων, και, αφετέρου, να αναγνωρίσει ευθύνη της Apothekerkammer Nordrhein προς αποκατάσταση τυχόν περαιτέρω ζημιών.

21. Με την αναίρεση που άσκησε ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου, η Apothekerkammer Nordrhein εμμένει στο αίτημά της για απόρριψη της αγωγής στο σύνολό της.

22. Υπό τις συνθήκες αυτές, με διάταξη της 13ης Ιουλίου 2023, η οποία περιήλθε στο Δικαστήριο στις 10 Αυγούστου 2023, το Bundesgerichtshof (Ανώτατο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο) αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:

«1) Εμπίπτει η διαφήμιση με σκοπό την πώληση χορηγούμενων με ιατρική συνταγή φαρμάκων από το σύνολο των διατιθέμενων προϊόντων ενός φαρμακείου στο πεδίο εφαρμογής των σχετικών με τη διαφήμιση των φαρμάκων διατάξεων της οδηγίας 2001/83 (τίτλοι VIII και VIIIα, άρθρα 86 έως 100);

2) Σε περίπτωση καταφατικής απάντησης στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα: Συνάδει προς τις διατάξεις του τίτλου VIII, και ειδικότερα προς το άρθρο 87, παράγραφος 3, της οδηγίας 2001/83, η ερμηνεία εθνικής διάταξης (εν προκειμένω, του άρθρου 7, παράγραφος 1, πρώτη περίοδος, δεύτερη ημιπερίοδος, σημείο 2, πρώτο εδάφιο, στοιχείο a, του HWG) υπό την έννοια ότι απαγορεύει τη διαφήμιση, για το σύνολο των χορηγούμενων με ιατρική συνταγή φαρμάκων που διατίθενται από φαρμακείο ταχυδρομικών πωλήσεων που είναι εγκαταστημένο σε άλλο κράτος μέλος, με διαφημιστικά δώρα υπό μορφή δωροεπιταγών οι οποίες αντιστοιχούν σε χρηματικό ποσό ή σε ποσοστό έκπτωσης για τη μετέπειτα αγορά περαιτέρω προϊόντων;

3) Επίσης σε περίπτωση καταφατικής απάντησης στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα: Συνάδει προς τις διατάξεις του τίτλου VIII, και ειδικότερα προς το άρθρο 87, παράγραφος 3, της οδηγίας 2001/83, η ερμηνεία εθνικής διάταξης (εν προκειμένω, του άρθρου 7, παράγραφος 1, πρώτη περίοδος, δεύτερη ημιπερίοδος, σημείο 2, πρώτο εδάφιο, στοιχείο a, του HWG) υπό την έννοια ότι απαγορεύει τη διαφήμιση, για το σύνολο των χορηγούμενων με ιατρική συνταγή φαρμάκων που διατίθενται από φαρμακείο ταχυδρομικών πωλήσεων που είναι εγκαταστημένο σε άλλο κράτος μέλος, με διαφημιστικά δώρα υπό μορφή εκπτώσεων και χρηματικών καταβολών που έχουν άμεση εφαρμογή;»

23. Γραπτές παρατηρήσεις κατέθεσαν οι διάδικοι της κύριας δίκης, η Εσθονική και η Πολωνική Κυβέρνηση, καθώς και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Ο διάδικοι της κυρίας δίκης και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρέστησαν στην επ' ακροατηρίου συζήτηση η οποία διεξήχθη στις 27 Ιουνίου 2024.

IV. Εκτίμηση

A. Επί του πρώτου προδικαστικού ερωτήματος: σχετικά με το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2001/83

24. Με το πρώτο προδικαστικό ερώτημα, το αιτούν δικαστήριο ζητεί, κατ' ουσίαν, να διευκρινιστεί εάν οι εκπτωτικές προσφορές φαρμακείου, στο πλαίσιο των οποίων παρέχονται στους πελάτες που αγοράζουν φάρμακα χορηγούμενα με ιατρική συνταγή πλεονεκτήματα υπό τη μορφή άμεσης μείωσης του τιμήματος ή κουπονιών που αντιστοιχούν σε συγκεκριμένο χρηματικό ποσό ή ποσοστιαίας έκπτωσης για τη μετέπειτα αγορά άλλων προϊόντων (φαρμάκων που χορηγούνται χωρίς ιατρική συνταγή ή μη φαρμακευτικών προϊόντων υγείας ή ομορφιάς), συνιστούν «διαφήμιση φαρμάκων» κατά την έννοια του άρθρου 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83.

25. Εν προκειμένω, η DocMorris πρόσφερε τέτοιες εκπτώσεις στους πελάτες της.

26. Δεδομένου ότι πρόκειται για διασυνοριακή δραστηριότητα εντός της εσωτερικής αγοράς, η υπό κρίση υπόθεση αφορά ενδεχομένως τόσο τις θεμελιώδεις ελευθερίες που κατοχυρώνονται στη Συνθήκη, και δη την ελεύθερη κυκλοφορία εμπορευμάτων (φαρμάκων) και την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών (εκμετάλλευση φαρμακείου ως εμπορική δραστηριότητα), όσο και τους συγκεκριμένους κανόνες τους οποίους έχει θεσπίσει ο ενωσιακός νομοθέτης στον τομέα της διαφήμισης φαρμάκων.

27. Πράγματι, όπως εξηγεί προσεκτικά το αιτούν δικαστήριο στην αίτησή του για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως, ενώ οι διαφορές ενώπιον των εθνικών δικαστηρίων στο πλαίσιο των οποίων κλήθηκε να αποφανθεί κατ' αναίρεση έχουν ως αφετηρία την εφαρμογή της νομολογίας του Δικαστηρίου περί της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων, και ειδικότερα την απόφαση Deutsche Parkinson Vereinigung[4], το ίδιο ζητεί διευκρινίσεις ως προς τη νομολογία του Δικαστηρίου που αφορά την οδηγία 2001/83, δηλαδή τις αποφάσεις DocMorris[5] και EUROAPTIEKA[6].

28. Ως εκ τούτου, εκτιμώ ότι είναι αναγκαία εν προκειμένω μια σύντομη ανακεφαλαίωση της προαναφερθείσας νομολογίας του Δικαστηρίου.

29. Για την ακρίβεια, δεν είναι η πρώτη φορά που υποβάλλονται στο Δικαστήριο ερωτήματα σχετικά με το ζήτημα των τιμών που χρεώνονται και των εκπτώσεων που παρέχονται (κυρίως) από φαρμακεία ταχυδρομικών πωλήσεων και, πράγματι, αυτό ακριβώς είναι το πλαίσιο στο οποίο το αιτούν δικαστήριο ζητεί περαιτέρω διευκρινίσεις ως προς το τι επιβάλλεται ή τι επιτρέπεται βάσει του ενωσιακού δικαίου όσον αφορά φαρμακοποιούς που προσφέρουν εκπτώσεις επί φαρμακευτικών προϊόντων.

1. Η νομολογία του Δικαστηρίου μέχρι σήμερα

30. Υπάρχουν δύο συμπληρωματικές νομολογιακές τάσεις.

[4] Βλ. ιδίως σημεία 4, 6, 7, 9, 10, 17 και 64 της αιτήσεως προδικαστικής αποφάσεως.

[5] Απόφαση της 15ης Ιουλίου 2021 (C-190/20, στο εξής: απόφαση DocMorris, EU:C:2021:609). Βλ. ιδίως σημεία 53, 54, 62 και 64 της αιτήσεως προδικαστικής αποφάσεως.

[6] Απόφαση της 22ας Δεκεμβρίου 2022 (C-530/20, στο εξής: απόφαση EUROAPTIEKA, EU:C:2022:1014). Βλ. ιδίως σημεία 54 και 59 της αιτήσεως προδικαστικής αποφάσεως.

α) Η ελεύθερη κυκλοφορία βάσει της Συνθήκης ΛΕΕ

31. Στην απόφαση Deutsche Parkinson Vereinigung, το Δικαστήριο κλήθηκε να απαντήσει στο ερώτημα εάν η απαγόρευση, βάσει εθνικής νομοθεσίας[7], ενός συστήματος πριμοδότησης στο πλαίσιο του οποίου παρέχονταν μπόνους στους ασθενείς που αγόραζαν από την DocMorris φάρμακα για τη νόσο του Πάρκινσον, τα οποία χορηγούνται μόνο με ιατρική συνταγή και διατίθενται αποκλειστικώς στα φαρμακεία, ήταν αντίθετη με τη θεμελιώδη ελευθερία της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων, κατά τα άρθρα 34 και 36 ΣΛΕΕ.

32. Το Δικαστήριο έδωσε καταφατική απάντηση στο ερώτημα, καθώς το επίμαχο μέτρο συνιστούσε μέτρο ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό κατά την έννοια του άρθρου 34 ΣΛΕΕ και δεν μπορούσε να δικαιολογηθεί, βάσει του άρθρου 36 ΣΛΕΕ, δεδομένου ότι υπερέβαινε τα όρια αυτού που ήταν κατάλληλο για την επίτευξη των επιδιωκόμενων σκοπών[8] και, συνεπώς, δεν ήταν αναλογικό[9]. Συναφώς, το Δικαστήριο τόνισε ότι ο ισχυρισμός που αντλούνταν από την ανάγκη διασφάλισης καθολικής και ισότιμης πρόσβασης του πληθυσμού σε φάρμακα χορηγούμενα μόνο με ιατρική συνταγή σε όλη τη γερμανική επικράτεια δεν στηριζόταν σε κανένα στοιχείο που να πληροί τις προϋποθέσεις του άρθρου 36 ΣΛΕΕ[10]. Καθοριστικής σημασίας ήταν η κρίση του Δικαστηρίου ότι ορισμένα στοιχεία συνηγορούσαν υπέρ του ότι ο αυξημένος ανταγωνισμός τιμών μεταξύ των φαρμακείων θα συνέβαλλε στην καθολική και ισότιμη πρόσβαση του πληθυσμού σε φάρμακα, καθώς θα αποτελούσε κίνητρο για την εγκατάσταση φαρμακείων σε περιοχές όπου ο περιορισμένος αριθμών φαρμακείων θα επέτρεπε τη χρέωση υψηλότερων τιμών[11]· ότι ο ανταγωνισμός τιμών από φαρμακεία ταχυδρομικών πωλήσεων θα μπορούσε να έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία κινήτρου για τα παραδοσιακά φαρμακεία να αναπτύξουν ορισμένες δραστηριότητες γενικού συμφέροντος, όπως είναι παρασκευή φαρμάκων βάσει ιατρικής συνταγής ή η διατήρηση συγκεκριμένου αποθέματος και ποικιλίας φαρμάκων[12]· και ότι ο ανταγωνισμός τιμών θα μπορούσε να αποβεί προς όφελος του ασθενή στον βαθμό που θα καθιστούσε εφικτό, όσον αφορά τα φάρμακα τα οποία χορηγούνται μόνο με ιατρική συνταγή, να πωλούνται στη Γερμανία σε τιμές χαμηλότερες από εκείνες που επιβάλλει το εν λόγω κράτος μέλος[13].

β) Η διαφήμιση κατά την έννοια της οδηγίας 2001/83

33. Στην απόφαση A (Διαδικτυακή διαφήμιση και πώληση φαρμάκων)[14] που αφορούσε τη δραστηριότητα εγκατεστημένου σε κράτος μέλος φαρμακείου η οποία συνίστατο στη διεξαγωγή πολύμορφης και εκτεταμένης διαφημιστικής εκστρατείας που είχε ως αντικείμενο τις εκ μέρους του παρεχόμενες υπηρεσίες διαδικτυακής πώλησης φαρμάκων και ως αποδέκτες τους καταναλωτές άλλου κράτους μέλους, το Δικαστήριο έκρινε, κατ' ουσίαν, ότι η διαδικτυακή

7 Άρθρο 78 του νόμου περί φαρμάκων (στο εξής: Arzneimittelgesetz), όπως ίσχυε τότε.

8 Δηλαδή της προστασίας της υγείας και της ζωής των ανθρώπων.

9 Βλ. απόφαση Deutsche Parkinson Vereinigung (σκέψη 46 και διατακτικό της αποφάσεως).

10 Βλ. απόφαση Deutsche Parkinson Vereinigung (σκέψη 37).

11 Βλ. απόφαση Deutsche Parkinson Vereinigung (σκέψη 38).

12 Βλ. απόφαση Deutsche Parkinson Vereinigung (σκέψη 40).

13 Βλ. απόφαση Deutsche Parkinson Vereinigung (σκέψη 43).

14 Απόφαση της 1ης Οκτωβρίου 2020 (C-649/18, EU:C:2020:764, σκέψεις 50 και 59). Βλ. επίσης απόφαση EUROAPTIEKA (σκέψη 49).

διαφήμιση και πώληση φαρμάκων δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής των διατάξεων της οδηγίας 2001/83 οι οποίες διέπουν τη διαφήμιση φαρμακευτικών προϊόντων, αλλά στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2000/31/ΕΚ [15].

34. Στη συνέχεια, με την απόφαση DocMorris [16], που αφορούσε τη διαφημιστική εκστρατεία φαρμακείου υπό τη μορφή διαγωνισμού στον οποίο οι συμμετέχοντες μπορούσαν να κερδίσουν αγαθά καθημερινής χρήσης πλην φαρμάκων, η δε συμμετοχή στον διαγωνισμό τελούσε υπό την προϋπόθεση της αποστολής παραγγελίας για συνταγογραφούμενο φάρμακο, το Δικαστήριο έκρινε ότι σκοπός της διαφημιστικής εκστρατείας ήταν να επηρεάσει τον πελάτη όχι ως προς την επιλογή συγκεκριμένου φαρμάκου, αλλά ως προς τη χρονικώς μεταγενέστερη επιλογή του φαρμακείου από το οποίο ο πελάτης θα αγόραζε το φάρμακο, οπότε μια τέτοια διαφημιστική εκστρατεία δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του τίτλου VIII της οδηγίας 2001/83.

35. Τέλος, με την απόφαση EUROAPTIEKA, που αφορούσε πρακτική την οποία εφάρμοζαν φαρμακεία και εταιρίες διανομής φαρμάκων για λιανική πώληση, προσφέροντας έκπτωση ύψους 15 % επί της τιμής αγοράς οποιουδήποτε φαρμάκου σε περίπτωση αγοράς τουλάχιστον τριών προϊόντων, το Δικαστήριο έκρινε ότι η ως άνω πρακτική συνιστούσε «διαφήμιση φαρμάκων» κατά την έννοια του άρθρου 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83. Το Δικαστήριο τόνισε ότι τούτο ίσχυε ακόμη και σε περίπτωση που οι σχετικές πληροφορίες δεν αφορούσαν συγκεκριμένα φάρμακα, αλλά φάρμακα τα οποία δεν προσδιορίζονταν επακριβώς.

γ) Απολογισμός

36. Ενώ οι αποφάσεις A (Διαδικτυακή διαφήμιση και πώληση φαρμάκων) [17] και DocMorris εκδόθηκαν επί διαφορών στις οποίες υπήρχε διασυνοριακό στοιχείο στην υπόθεση της κύριας δίκης, δεν ισχύει το ίδιο όσον αφορά την απόφαση EUROAPTIEKA. Σε αυτή την τελευταία υπόθεση, η κύρια δίκη αφορούσε μια, κατά το κοινώς λεγόμενο στη νομολογία του Δικαστηρίου, «αμιγώς εσωτερική κατάσταση».

37. Όπως ορθώς υπογραμμίζει η Επιτροπή στις γραπτές της παρατηρήσεις, δύο ουσιώδη συμπεράσματα μπορούν να συναχθούν, για τους σκοπούς της υπό κρίση υπόθεσης, από τη νομολογία σχετικά με την οδηγία 2001/83.

38. Πρώτον, από την απόφαση EUROAPTIEKA προκύπτει ότι η διαφήμιση φαρμάκων όπως νοείται κατά την οδηγία 2001/83 δεν περιορίζεται στη διαφήμιση μεμονωμένων φαρμάκων. Αντίθετα, η έννοια καλύπτει και περιστάσεις στις οποίες οι παρεχόμενες πληροφορίες αφορούν μη προσδιοριζόμενα φάρμακα. Επομένως, το γεγονός ότι οι πληροφορίες στην υπό κρίση υπόθεση αφορούν, μεταξύ άλλων, όλα τα χορηγούμενα μόνο με ιατρική συνταγή φάρμακα από το συνολικό φάσμα των προϊόντων που διαθέτει ένα φαρμακείο δεν αποκλείει, αυτό καθεαυτό, την εφαρμογή της οδηγίας.

39. Δεύτερον, από την απόφαση DocMorris προκύπτει ότι, στην περίπτωση διαφήμισης από φαρμακείο που χρησιμοποιεί πληροφορίες για μη προσδιοριζόμενα φάρμακα, πρέπει να εξετάζεται εάν η διαφήμιση έχει ως σκοπό να ενθαρρύνει την αγορά φαρμάκων ή μάλλον να

[15] Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο») (ΕΕ 2000, L 178, σ. 1).

[16] Σκέψη 21 επ. Βλ. επίσης απόφαση EUROAPTIEKA (σκέψη 50).

[17] Απόφαση της 1ης Οκτωβρίου 2020 (C-649/18, EU:C:2020:764).

επηρεάσει τη μεταγενέστερη απόφαση ως προς την επιλογή του φαρμακείου από το οποίο θα αγοραστεί το φάρμακο. Στην τελευταία περίπτωση η διαφήμιση δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2001/83.

40. Με βάση τα νομολογιακά αυτά προηγούμενα, θα προχωρήσω τώρα στην ανάλυση βάσει της οδηγίας 2001/83.

2. Το άρθρο 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83

α) Γραμματική ερμηνεία

41. Κατ' αρχάς, υπενθυμίζεται ότι η οδηγία 2001/83 εναρμονίζει πλήρως τον τομέα της διαφήμισης φαρμάκων και απαριθμεί ρητώς τις περιπτώσεις στις οποίες επιτρέπεται στα κράτη μέλη να θεσπίζουν διατάξεις που παρεκκλίνουν από τους κανόνες της οδηγίας αυτής [18].

42. Κατά το άρθρο 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83 ως «διαφήμιση των φαρμάκων» νοείται οποιαδήποτε μορφή παροχής πληροφοριών για προσέλκυση πελατείας, πρόβλεψης ή προτροπής που αποσκοπεί στην προώθηση της συνταγογράφησης, της προμήθειας, της πώλησης ή της κατανάλωσης φαρμάκων [19].

43. Καθίσταται αμέσως εμφανές από το γράμμα της διάταξης, ειδικότερα από την έκφραση «οποιαδήποτε μορφή», ότι ο ενωσιακός νομοθέτης επέλεξε να ορίσει με μεγάλη ευρύτητα την έννοια της διαφήμισης φαρμάκων [20].

44. Ωστόσο, είναι εξίσου σαφές από την ίδια τη διατύπωση ορισμένων διατάξεων που περιλαμβάνονται στους τίτλους VIII και VIIIα της οδηγίας 2001/83 ότι πολλές διατάξεις σχετικές με τη διαφήμιση αφορούν περισσότερο, λόγω της ίδιας τους της φύσης, τους παρασκευαστές [21], τους κατόχους αδειών κυκλοφορίας, τους χονδρεμπόρους [22], τους αντιπροσώπους πωλήσεων και τους εισαγωγείς, και όχι τα φαρμακεία που πωλούν τα φάρμακα στους τελικούς πελάτες, δηλαδή σε ασθενείς. Για παράδειγμα, είμαι της γνώμης ότι η διαφήμιση φαρμάκων σε άτομα που είναι εξουσιοδοτημένα να χορηγούν τις σχετικές συνταγές ή να τα προμηθεύουν (άρθρο 86, παράγραφος 1, δεύτερη περίπτωση, της οδηγίας 2001/83) ή η επίσκεψη αντιπροσώπων πωλήσεων ιατρικών προϊόντων σε άτομα που είναι εξουσιοδοτημένα να χορηγούν ιατρικές συνταγές ή να προμηθεύουν φάρμακα (άρθρο 86, παράγραφος 1, τρίτη περίπτωση, της

[18] Βλ. απόφαση της 8ης Νοεμβρίου 2007, Gintec (C-374/05, EU:C:2007:654, σκέψη 39). Οι περιπτώσεις στις οποίες τα κράτη μέλη μπορούν να θεσπίζουν τέτοιες διατάξεις προβλέπονται, πιο συγκεκριμένα, στο άρθρο 88, παράγραφος 3, στο άρθρο 89, παράγραφος 1, στοιχείο β', στο άρθρο 89, παράγραφος 2, στο άρθρο 91 και στο άρθρο 96, παράγραφος 2, της οδηγίας 2001/83. Σχετικά με τη διαφορά μεταξύ διαφήμισης και προώθησης, βλ. Grzybczyk K, «Art. 52», σε Ogiegło, L. (επιμ.), *Prawo farmaceutyczne. Komentarz*, 2η έκδ., C. H. Beck, Βαρσοβία, 2015.

[19] Ο ορισμός αυτός απορρέει άμεσα από τη διατύπωση του άρθρου 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83 και όχι, όπως φαίνεται να υπονοεί το Δικαστήριο στην απόφαση EUROAPTIEKA (σκέψη 47), «από γραμματική, συστηματική και τελολογική ερμηνεία του άρθρου 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83». Σχετικά με την έννοια της διαφήμισης, βλ. επίσης Czyżewska, K., Dziurowicz, J., Łoś, K., Łukawska, N., Piekarczyk, K., «Art. 52», σε Czyżewska, K., Dziurowicz, J., Łoś, K., Łukawska, N., Piekarczyk, K., (επιμ.), *Reklama produktów leczniczych. Komentarz do art. 52-64 ustawy – Prawo farmaceutyczne*, Wolters Kluwer Polska, Βαρσοβία, 2020.

[20] Βλ. απόφαση της 5ης Μαΐου 2011, MSD Sharp & Dohme (C-316/09, EU:C:2011:275, σκέψη 29), και προτάσεις μου στην υπόθεση EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2021:993, σημείο 45). Βλ. επίσης Streinz, R., και Klaus, B., «C.V. Arzneimittelrecht», σε Dauses, M.A., και Ludwigs, M., *Handbuch des EU-Wirtschaftsrechts*, τόμος I, EL 53 (2021), C.H. Beck, Μόναχο, 2024, σημείο 130.

[21] Σχετικά με τα γενικά καθήκοντα των παρασκευαστών και των εισαγωγέων, βλ. τίτλο IV της οδηγίας 2001/83.

[22] Το άρθρο 1, σημείο 17, της οδηγίας 2001/83 ορίζει τη «χονδρική πώληση φαρμάκων» ως «κάθε δραστηριότητα που συνίσταται στην προμήθεια, κατοχή, εφοδιασμό ή εξαγωγή φαρμάκων εκτός από τη διάθεση φαρμάκων στο κοινό· οι δραστηριότητες αυτές ασκούνται με τους παρασκευαστές ή τους αντιπροσώπους τους, τους εισαγωγείς, άλλους χονδρεμπόρους ή με τους φαρμακοποιούς και τα πρόσωπα που έχουν άδεια ή είναι εξουσιοδοτημένα να χορηγούν φάρμακα στο κοινό σ' ένα κράτος μέλος».

ίδιας οδηγίας) δεν έχουν ως στόχο τα φαρμακεία που πωλούν σε ασθενείς, αλλά οντότητες σε προγενέστερα στάδια της αλυσίδας διανομής. Το ίδιο ισχύει για το άρθρο 89, παράγραφος 1, στοιχείο β′, της οδηγίας 2001/83[23]: εάν προσφέρεται έκπτωση ύψους 15 % για την αγορά *οποιουδήποτε* φαρμάκου σε περίπτωση αγοράς τουλάχιστον τριών προϊόντων, τότε, όπως έκρινε το Δικαστήριο με την απόφασή του στην υπόθεση EUROAPTIEKA, δεν μπορεί, εξ ορισμού να αναμένεται ότι ένα φαρμακείο που πωλεί σε ασθενή θα περιλαμβάνει στη διαφήμιση την *ονομασία* του φαρμάκου.

45. Το Δικαστήριο έχει κρίνει επανειλημμένως ότι ενώ ο ορισμός που περιλαμβάνεται στο άρθρο 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83 τονίζει με έμφαση τον *σκοπό* του μηνύματος, δεν περιέχει καμία ένδειξη ως προς τα πρόσωπα που διαδίδουν τις σχετικές πληροφορίες[24]. Ο σκοπός του μηνύματος συνιστά το κύριο χαρακτηριστικό της διαφήμισης, κατά την έννοια του άρθρου 86, παράγραφος 1, της εν λόγω οδηγίας, και το καθοριστικό στοιχείο για να διακρίνεται η διαφήμιση από την απλή πληροφόρηση[25]. Συνεπώς, το Δικαστήριο έχει εφαρμόσει αυτή τη διάταξη ratione personae τόσο σε «ανεξάρτητους τρίτους»[26] όσο και σε φαρμακεία και επιχειρήσεις λιανικής πώλησης φαρμάκων[27]

46. Σε σχέση με τις δραστηριότητες φαρμακείου, ειδικότερα, όταν ο σκοπός του μηνύματος είναι να επηρεάσει τον πελάτη όχι ως προς την επιλογή συγκεκριμένου φαρμάκου, αλλά ως προς την επιλογή, σε μεταγενέστερο στάδιο, του φαρμακείου από το οποίο ο πελάτης θα αγοράσει το φάρμακο, τότε το σχετικό μήνυμα δεν εμπίπτει στο εννοιολογικό περιεχόμενο της «διαφήμισης φαρμάκων» κατά το άρθρο 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83[28].

47. Αν εφαρμοστούν τα κριτήρια αυτά στην υπό κρίση υπόθεση προκύπτει ότι ο σκοπός του μηνύματος των εμπορικών πρακτικών που χρησιμοποιεί η DocMorris είναι να ενθαρρύνει τον ασθενή να επιλέξει συγκεκριμένα το φαρμακείο της DocMorris. Μέσω της προτροπής του μηνύματος «επισκεφθείτε εμάς» αντί για «αγοράστε αυτά τα (συγκεκριμένα ή μη προσδιοριζόμενα) φάρμακα», η DocMorris επικεντρώνεται στην πώληση προς τον ασθενή *ως αποδέκτη*, και όχι στην πώληση (συγκεκριμένου ή μη προσδιοριζόμενου) φαρμάκου *ως αντικειμένου*.

48. Η ως άνω διαπίστωση ισχύει, κατά τη γνώμη μου, τόσο για τις εκπτώσεις οι οποίες χορηγούνται αμέσως όσο και για εκείνες που αφορούν μελλοντικές αγορές.

49. Όσον αφορά τις άμεσες εκπτώσεις, εκείνο που έχει, εν προκειμένω, καθοριστική σημασία είναι ότι ο ασθενής γνωρίζει ήδη ποιο προϊόν να αγοράσει. Αυτό το προϊόν χορηγείται με ιατρική συνταγή από επαγγελματία εξουσιοδοτημένο προς τούτο. Οι εκπτώσεις παρέχονται αποκλειστικώς σε συνάρτηση με την πώληση συνταγογραφούμενων φαρμάκων. Η μοναδική απόφαση που καλείται να λάβει ο ασθενής μόλις του χορηγηθεί η ιατρική συνταγή αφορά την

[23] Σύμφωνα με τη διάταξη αυτή, υπό την επιφύλαξη του άρθρου 88 της οδηγίας 2001/83, *κάθε* διαφήμιση φαρμάκου η οποία απευθύνεται στο κοινό πρέπει να περιλαμβάνει, τουλάχιστον, τις εξής πληροφορίες: την ονομασία του φαρμάκου και την κοινή ονομασία όταν το φάρμακο δεν περιλαμβάνει παρά μία μόνο δραστική ουσία· τις πληροφορίες τις απαραίτητες για την καλή χρήση του φαρμάκου· και ρητή και ευανάγνωστη προτροπή να διαβαστούν προσεκτικά οι οδηγίες που αναγράφονται στο εσώκλειστο φυλλάδιο ή στην εξωτερική συσκευασία, ανάλογα με την περίπτωση.

[24] Βλ. απόφαση της 2ας Απριλίου 2009, Damgaard (C-421/07, EU:C:2009:222, σκέψεις 20 επ.). Βλ. επίσης τις (συμπληρωματικές) προτάσεις μου στην υπόθεση EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2022:450, σημείο 30).

[25] Βλ. απόφαση της 5ης Μαΐου 2011, MSD Sharp & Dohme (C-316/09, EU:C:2011:275, σκέψη 31).

[26] Βλ. απόφαση της 2ας Απριλίου 2009, Damgaard (C-421/07, EU:C:2009:222, σκέψη 22).

[27] Βλ. απόφαση EUROAPTIEKA (σκέψη 55).

[28] Πρβλ. απόφαση DocMorris (σκέψη 21).

επιλογή του φαρμακείου από το οποίο θα προμηθευτεί το προϊόν. Όλες οι άλλες αποφάσεις είναι ειλημμένες από ιατρό: ποιο φάρμακο θα χορηγηθεί με συνταγή, σε ποια ποσότητα, με ποια δοσολογία και με ποια χρονική συχνότητα πρέπει να λαμβάνεται το φάρμακο από τον ασθενή.

50. Όσον αφορά τις μελλοντικές εκπτώσεις, το μήνυμα προς τον ασθενή είναι και πάλι το ίδιο που περιγράφεται παραπάνω. Το ζητούμενο δεν είναι να πειστεί ο ασθενής να αγοράσει ορισμένο αριθμό φαρμάκων. Οι εκπτώσεις ισχύουν για όλο το φάσμα των προϊόντων του φαρμακείου, όπου περιλαμβάνονται επίσης φάρμακα χορηγούμενα χωρίς ιατρική συνταγή καθώς και μη φαρμακευτικά προϊόντα υγείας ή ομορφιάς. Συνεπώς, όπως θα αναπτύξω λεπτομερέστερα παρακάτω στις παρούσες προτάσεις (στο κεφάλαιο επί του δευτέρου και τρίτου προδικαστικού ερωτήματος), τα φάρμακα αποτελούν ένα μόνον τμήμα του προαναφερθέντος φάσματος προϊόντων.

51. Εξάλλου, επ' αυτού ακριβώς διαφέρει εντελώς η προκειμένη υπόθεση από εκείνη επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση EUROAPTIEKA. Στην υπόθεση εκείνη φαρμακείο προσέφερε έκπτωση ύψους 15 % για την αγορά οποιουδήποτε φαρμάκου σε περίπτωση αγοράς τουλάχιστον τριών προϊόντων, επιχειρώντας, κατ' αυτόν τον τρόπο, άμεσα και απερίφραστα, να πείσει τους πελάτες να αγοράσουν περισσότερα (από ένα) μη προσδιοριζόμενα *φάρμακα*. Ο ασθενής δεν θα μπορούσε να επωφεληθεί από την προσφορά, αν δεν αγόραζε έναν ορισμένο αριθμό φαρμάκων. Προφανώς, όπως εξέθεσα συνοπτικά ανωτέρω, η εν λόγω πρακτική προδήλως συνιστά, κατά τη γνώμη μου, «διαφήμιση των φαρμάκων» κατά την έννοια του άρθρου 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83. Αυτό άλλωστε ήταν το συμπέρασμα στο οποίο είχα καταλήξει σε αμφότερες τις προτάσεις μου προς το Δικαστήριο για την υπόθεση εκείνη.

52. Επομένως, με βάση τη γραμματική ερμηνεία του άρθρου 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83, καταλήγω στο ενδιάμεσο συμπέρασμα ότι οι εμπορικές πρακτικές φαρμακείου όπως οι επίμαχες εν προκειμένω δεν συνιστούν διαφήμιση των φαρμάκων κατά την έννοια της διάταξης αυτής.

53. Η ως άνω διαπίστωση ενισχύεται από τη συστηματική και τελολογική ερμηνεία του άρθρου 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83.

β) Συστηματική και τελολογική ερμηνεία

54. Στο σημείο αυτό ας μου επιτραπεί να ανατρέξω και να εστιάσω στο άρθρο 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83 στο πλαίσιο της όλης οικονομίας και της συνολικής λογικής της ρύθμισης αυτής.

55. Η οδηγία 2001/83 αποτελεί κλασικό παράδειγμα μέτρου εναρμόνισης[29] στον τομέα της εσωτερικής αγοράς, όπως προκύπτει σαφώς από τις αιτιολογικές της σκέψεις.

[29] Έχω ήδη διατυπώσει τη γνώμη ότι οι όροι «συντονισμός», «προσέγγιση» και «εναρμόνιση» χρησιμοποιούνται αδιακρίτως ως συνώνυμα σε ολόκληρο το κείμενο της ΣΛΕΕ. Βλ. προτάσεις μου στις συνεκδικασθείσες υποθέσεις Trijber και Harmsen (C-340/14 και C-341/14, EU:C:2015:505, σημείο 52) και στις συνεκδικασθείσες υποθέσεις X και Visser (C-360/15 και C-31/16, EU:C:2017:397, σημείο 108). Βλ. επίσης, σχετικά με το θέμα αυτό, Ignatowicz Z., «Art. 52», σε Olszewski, W. L. (επιμ.), *Prawo farmaceutyczne. Komentarz*, Wolters Kluwer, Βαρσοβία, 2016.

56. Το σημείο εκκίνησης για τα πολιτικά όργανα της Ένωσης [30] ήταν ότι, ενώ κάθε κανόνας που διέπει την παραγωγή, διανομή ή χρησιμοποίηση φαρμάκων πρέπει να έχει ως βασικό στόχο την προστασία της δημόσιας υγείας [31], ο σκοπός αυτός πρέπει να επιτευχθεί με μέσα που δεν θα εμποδίζουν την ανάπτυξη της φαρμακευτικής βιομηχανίας και την εμπορία των φαρμάκων εντός της τότε Κοινότητας [νυν Ένωσης] [32]. Διαπίστωσαν ότι οι διαφορές μεταξύ ορισμένων εθνικών διατάξεων σχετικών με τα φάρμακα παρεμπόδιζαν το εμπόριο φαρμάκων στο εσωτερικό της Ένωσης [33] και είχαν, ως εκ τούτου, άμεση επίπτωση στη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς [34]. Για την εξάλειψη των εμποδίων αυτών, αποφασίστηκε ότι πρέπει να υπάρξει προσέγγιση, υπό την έννοια της σύγκλισης των σχετικών διατάξεων [35].

57. Η νομική βάση για την επιδίωξη του προαναφερθέντος σκοπού είναι το άρθρο 114 ΣΛΕΕ, το οποίο αποτελεί μάλλον τη σημαντικότερη πηγή όλων των αρμοδιοτήτων εναρμόνισης στη ΣΛΕΕ. Σύμφωνα με τη διάταξη αυτή [36], για την επίτευξη των στόχων του άρθρου 26 ΣΛΕΕ, ο νομοθέτης της Ένωσης μπορεί, κατά τη συνήθη νομοθετική διαδικασία [37], να θεσπίσει μέτρα εναρμόνισης «που έχουν ως αντικείμενο την εγκαθίδρυση και τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς». Όπως προκύπτει από τη νομολογία, το Δικαστήριο έχει ερμηνεύσει τη διάταξη υπό την έννοια ότι τα μέτρα εναρμόνισης πρέπει να αποσκοπούν *πράγματι* στη *βελτίωση* των συνθηκών για την εγκαθίδρυση και τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς [38].

58. Συνεπώς, τα μέτρα εναρμόνισης έχουν ως στόχο να ευθυγραμμίσουν τα εθνικά επίπεδα προστασίας (εν προκειμένω) της υγείας, με το ενωσιακό επίπεδο προστασίας. Αυτός ακριβώς είναι ο σκοπός της εναρμόνισης. Επομένως, η λογική της εναρμόνισης των εθνικών διατάξεων που διέπουν τη διαφήμιση των φαρμάκων συνίσταται στη δημιουργία ίσων όρων ανταγωνισμού για τους οικονομικούς φορείς ώστε να μπορούν να ασκούν ελεύθερα εμπορικές δραστηριότητες, προφανώς εντός των ορίων που θέτουν οι κανόνες τους οποίους έχει θεσπίσει ο ενωσιακός νομοθέτης. Στο πλαίσιο αυτό, όπως καθίσταται σαφές από το άρθρο 114, παράγραφος 3, ΣΛΕΕ, το ενωσιακό επίπεδο προστασίας πρέπει να είναι υψηλό [39].

59. Δεδομένου ότι, όπως τονίστηκε επανειλημμένως από την Apothekerkammer Nordrhein, τα φάρμακα δεν είναι προϊόντα σαν όλα τα άλλα, είναι απαραίτητο, λόγω της ιδιαιτερότητας της αγοράς των συγκεκριμένων προϊόντων, να λαμβάνεται υπόψη η δημόσια υγεία σε όλα τα στάδια. Συνεπώς, η αιτιολογική σκέψη 2 της οδηγίας 2001/83, στην οποία παρέπεμψα ανωτέρω και στην οποία παραπέμπει επίσης το Δικαστήριο [40], επιβεβαιώνει ότι ο βασικός στόχος τον οποίο επιδιώκει η οδηγία αυτή είναι η προστασία της δημόσιας υγείας.

30 Για τους σκοπούς των παρουσών προτάσεων, ως πολιτικά όργανα της Ένωσης νοούνται το Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και η Επιτροπή.

31 Βλ. αιτιολογική σκέψη 2 της οδηγίας 2001/83.

32 Βλ. τρίτη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 2001/83.

33 Πλην των ουσιών ή συνθέσεων ουσιών που είναι είδη διατροφής, ζωοτροφές ή είδη προσωπικής υγιεινής.

34 Βλ. τέταρτη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 2001/83.

35 Βλ. πέμπτη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 2001/83. Βλ. επίσης απόφαση της 8ης Νοεμβρίου 2007, Gintec (C-374/05, EU:C:2007:654, σκέψη 19).

36 Βλ. άρθρο 114, παράγραφος 1, ΣΛΕΕ.

37 Και κατόπιν διαβούλευσης με την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή.

38 Βλ. αποφάσεις της 5ης Οκτωβρίου 2000, Γερμανία κατά Κοινοβουλίου και Συμβουλίου (C-376/98, EU:C:2000:544, σκέψη 83 επ.), της 12ης Δεκεμβρίου 2006, Γερμανία κατά Κοινοβουλίου και Συμβουλίου (C-380/03, EU:C:2006:772, σκέψη 24), της 8ης Ιουνίου 2010, Vodafone κ.λπ. (C-58/08, EU:C:2010:321, σκέψη 32), και της 3ης Σεπτεμβρίου 2015, Inuit Tapiriit Kanatami κ.λπ. κατά Επιτροπής (C-398/13 P, EU:C:2015:535, σκέψη 26).

39 Σύμφωνα με τη διάταξη αυτή, η Επιτροπή, στις προτάσεις της για ρυθμίσεις που αφορούν την υγεία, την ασφάλεια, την προστασία του περιβάλλοντος και την προστασία των καταναλωτών πρέπει να εκκινεί με βάση ένα υψηλό επίπεδο προστασίας, λαμβάνοντας ιδίως υπόψη όσες νέες εξελίξεις βασίζονται σε επιστημονικά δεδομένα. Στα πλαίσια των αντίστοιχων αρμοδιοτήτων τους, το Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο επιδιώκουν επίσης την επίτευξη αυτού του στόχου.

40 Βλ. απόφαση EUROAPTIEKA (σκέψη 39).

60. Οι κανόνες για τη διαφήμιση οι οποίοι περιλαμβάνονται στους τίτλους VIII [41] και VIIIα [42] της οδηγίας 2001/83 πρέπει να εξετάζονται υπ' αυτό το πρίσμα. Η αιτιολογική σκέψη 43 της ίδιας οδηγίας αναφέρεται ειδικώς στη διαφήμιση φαρμάκων και επισημαίνει, κατ' ουσίαν [43], ότι οι διαφορές μεταξύ των μέτρων που λαμβάνουν τα κράτη μέλη στον τομέα αυτόν επηρεάζουν τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Επομένως, η δεδηλωμένη πρόθεση του νομοθέτη είναι να εξαλειφθούν, χάρη στην οδηγία, τέτοιες αποκλίσεις [44].

61. Επ' αυτού, θα ήθελα να τονίσω ότι έχω ήδη υποστηρίξει ότι σε περίπτωση που η αγορά φαρμάκου προϋποθέτει την προηγούμενη συνταγογράφηση από πρόσωπα εξουσιοδοτημένα προς τούτο, η διαφημιστική εκστρατεία φαρμακείου δεν είναι ικανή να προαγάγει την ανορθολογική χρήση φαρμάκων [45].

62. Όσον αφορά τις επίμαχες στην υπό κρίση υπόθεση εμπορικές πρακτικές, δεν αντιλαμβάνομαι με ποιον τρόπο θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε κατάχρηση φαρμάκων [46]. Και πάλι, η απόφαση για τη συνταγογράφηση του προϊόντος είναι ειλημμένη. Με τη σχετική ιατρική συνταγή ήδη έχει διασφαλιστεί ότι το φάρμακο θα χρησιμοποιηθεί για τον σκοπό για τον οποίο προορίζεται.

63. Τυχόν αντίθετη θέση, όπως αυτή που εξέφρασε η Apothekerkammer Nordrhein κατά τη διάρκεια της επ' ακροατηρίου συζητήσεως, δηλαδή ότι ενδέχεται οι ασθενείς να πείσουν ιατρούς να τους χορηγήσουν ιατρικές συνταγές για συγκεκριμένα προϊόντα ή μεγαλύτερες ποσότητες συγκεκριμένων προϊόντων, όχι μόνο ανατρέπει τις συνήθεις παραδοχές στις οποίες στηρίζεται όλη η σχετική ενωσιακή και εθνική νομοθεσία (δηλαδή, ότι οι ιατροί, ως ειδικοί, χορηγούν ιατρικές συνταγές οι οποίες έχουν κυριολεκτικά ως παραλήπτες τους ασθενείς), αλλά είναι απαξιωτική και για άλλους εμπλεκομένους: υπονοεί ότι αδύναμοι ασθενείς υποκινούμενοι από άπληστες επιχειρήσεις, οι οποίες, όχι τυχαία, είναι συνήθως αλλοδαπά φαρμακεία ταχυδρομικών πωλήσεων, πείθουν ασύδοτους ιατρούς να τους χορηγήσουν συνταγές για υπερβολικές ποσότητες φαρμάκων. Στο πλαίσιο αυτό, μπορούμε επίσης να βασιστούμε στα διδάγματα της νομολογίας του Δικαστηρίου, το οποίο έχει κρίνει τα εξής [47]: «Ασφαλώς, δεν μπορεί να αποκλειστεί ότι, λόγω του αιτήματος ενήμερου ασθενούς, ο ιατρός θα συνταγογραφήσει άλλο φάρμακο από εκείνο που αρχικώς προτιμούσε και ότι, συνεπώς, η πραγματική ενημέρωση συμβάλλει, έστω και λίγο, στην αύξηση των πωλήσεων. Πάντως, ένα τέτοιο ενδεχόμενο δεν αρκεί για να συναχθεί πρόθεση προωθήσεως του φαρμάκου εκ μέρους του παρασκευαστή του. Επιπλέον, αν ο ιατρός θεωρεί ότι μπορεί να συνταγογραφήσει το ένα ή το άλλο εκ των φαρμάκων, αυτό δεν αποτελεί, κατ' αρχήν, ιδιαίτερο κίνδυνο για την υγεία του ασθενούς και δεν μπορεί να πλήξει την αντικειμενικότητα την οποία, όπως υπενθυμίζεται στην πεντηκοστή αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 2001/83, πρέπει να επιδεικνύει ο ιατρός γράφοντας συνταγή για συγκεκριμένο ασθενή. Πράγματι, ο συνταγογραφών ιατρός υποχρεούται, από δεοντολογικής απόψεως, να μη γράφει στη συνταγή συγκεκριμένο φάρμακο αν αυτό δεν ταιριάζει στη θεραπευτική αγωγή του ασθενούς του» [48].

41 Αυτός ο τίτλος επιγράφεται «Διαφήμιση».

42 Αυτός ο τίτλος επιγράφεται «Πληροφόρηση και διαφήμιση».

43 Η αιτιολογική σκέψη 43 της οδηγίας 2001/83 έχει ως εξής: «Επί πλέον τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει ειδικά μέτρα για τη διαφήμιση των φαρμάκων· υπάρχουν αποκλίσεις μεταξύ των εν λόγω μέτρων· οι αποκλίσεις αυτές έχουν επιπτώσεις στη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, δεδομένου ότι η διαφήμιση που ενεργείται σε κράτος μέλος ενδέχεται να έχει επιπτώσεις στα άλλα κράτη μέλη.»

44 Πρβλ. τις (συμπληρωματικές) προτάσεις μου στην υπόθεση EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2022:450, σημείο 40).

45 Βλ. τις προτάσεις μου στην υπόθεση EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2021:993, σημείο 71) και τις (συμπληρωματικές) προτάσεις μου στην υπόθεση EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2022:450, σημείο 29).

46 Το άρθρο 1, παράγραφος 16, της οδηγίας 2001/83 ορίζει ως «[κ]ατάχρηση φαρμάκου» τη συνεχή ή σποραδική, εσκεμμένη υπερβολική χρήση φαρμάκου η οποία συνοδεύεται από επιβλαβείς σωματικές και ψυχολογικές επενέργειες.

47 Το γεγονός ότι η κρίση αυτή διατυπώθηκε στο πλαίσιο υποθέσεως που αφορούσε διαφήμιση συγκεκριμένου φαρμάκου η οποία επίσης δεν απευθυνόταν στο κοινό, με οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ισχύει κατά μείζονα λόγο στην υπό κρίση υπόθεση.

48 Βλ. απόφαση της 5ης Μαΐου 2011, MSD Sharp & Dohme (C-316/09, EU:C:2011:275, σκέψη 37 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

64. Τέλος, η συλλογιστική η οποία αναπτύχθηκε ανωτέρω αντικατοπτρίζει τις αρχές που καθιερώνονται στο άρθρο 16 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (στο εξής: Χάρτης), όπου κατοχυρώνεται η επιχειρηματική ελευθερία. Είναι απολύτως φυσιολογικό ένα φαρμακείο να προσπαθεί να προωθήσει την επιχειρηματική του δραστηριότητα, όπερ δεν είναι το ίδιο με το να ενθαρρύνει τους πελάτες του καταναλώνουν φάρμακα. Η οδηγία 2001/83 ρυθμίζει, κατ' αρχήν, μόνον τη δεύτερη αυτή πτυχή του ζητήματος. Το άρθρο 16 του Χάρτη επιβάλλει, κατά τη γνώμη μου, να ερμηνευτεί η οδηγία όπως προτείνω, διότι άλλως η πρώτη πτυχή, δηλαδή η δυνατότητα φαρμακείου να προωθήσει τη δραστηριότητά του, σχεδόν θα αποκλειόταν.

3. Πρόταση

65. Ο πρωταρχικός σκοπός των επίμαχων εκπτωτικών προσφορών είναι να πείσουν τους ασθενείς να επιλέξουν το φαρμακείο DocMorris, αντί άλλων φαρμακείων. Ο σκοπός τους δεν είναι να πείσουν τους ασθενείς να καταναλώσουν περισσότερα φάρμακα από ό,τι θα έκαναν σε άλλη περίπτωση. Αντίθετα, ένα αλλοδαπό φαρμακείο επιχειρεί να εισέλθει στη γερμανική αγορά δημιουργώντας μια σταθερή ροή παραγγελιών: δεδομένου ότι οι ασθενείς που λαμβάνουν φάρμακα χορηγούμενα μόνο με ιατρική συνταγή συνήθως πάσχουν από χρόνιες, ενδεχομένως και μη ιάσιμες ασθένειες, θα συνεχίσουν να εξαρτώνται από τα εν λόγω προϊόντα για μεγάλο χρονικό διάστημα. Τα φαρμακεία προφανώς επιθυμούν να διεισδύσουν σε αυτή την κερδοφόρα αγορά, όπου μια συνταγή είναι συχνά μέρος μιας «συνδρομητικής σχέσης» με μεγαλύτερη διάρκεια.

66. Συνεπώς, η απάντηση που προτείνω να δοθεί στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα είναι ότι οι εκπτωτικές προσφορές φαρμακείου, στο πλαίσιο των οποίων παρέχονται στους πελάτες που αγοράζουν φάρμακα χορηγούμενα με ιατρική συνταγή πλεονεκτήματα υπό τη μορφή άμεσης μείωσης του τιμήματος ή κουπονιών που αντιστοιχούν σε συγκεκριμένο χρηματικό ποσό ή ποσοστιαίας έκπτωσης για τη μετέπειτα αγορά άλλων προϊόντων (φαρμάκων που χορηγούνται χωρίς ιατρική συνταγή ή μη φαρμακευτικών προϊόντων υγείας ή ομορφιάς), δεν συνιστούν «διαφήμιση φαρμάκων» κατά την έννοια του άρθρου 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83.

Β. Περαιτέρω παρατηρήσεις

67. Λαμβανομένης υπόψη της απάντησης που προτείνω να δοθεί στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα, παρέλκει η εξέταση του δευτέρου και του τρίτου ερωτήματος. Ωστόσο, χάριν πληρότητας, θα αναφερθώ ακροθιγώς και σε αυτά. Προηγουμένως, θα ήθελα να τονίσω ότι, εάν οι διατάξεις της οδηγίας 2001/83 δεν έχουν εφαρμογή, το αιτούν δικαστήριο θα πρέπει να λάβει υπόψη τη ΣΛΕΕ, ιδίως τις θεμελιώδεις ελευθερίες που κατοχυρώνονται σε αυτή [49].

68. Μια απαγόρευση διαφήμισης, όπως η επίμαχη στην υπό κρίση υπόθεση, συνιστά μέτρο ισοδυνάμου αποτελέσματος προς ποσοτικό περιορισμό κατά την έννοια του άρθρου 34 ΣΛΕΕ. Καθοριστικής σημασίας είναι το γεγονός ότι, όπως και στην απόφαση Deutsche Parkinson Vereinigung, και εν αντιθέσει προς την απόφαση DocMorris, η επίμαχη διαφήμιση δεν συνιστά εν προκειμένω «τρόπο πώλησης», καθώς η εν λόγω απαγόρευση έχει ως αποτέλεσμα φάρμακα

[49] Εκτός εάν το εθνικό δικαστήριο που αποφαίνεται επί των πραγματικών περιστατικών διαπιστώσει ότι η εν λόγω εμπορική πρακτική ασκείται κατά κύριο λόγο μέσω διαδικτύου, ενώ η παραδοσιακή διαφήμιση συνιστά μόνο ένα βοηθητικό στοιχείο. Στην περίπτωση αυτή, το εθνικό δικαστήριο θα πρέπει να λάβει δεόντως υπόψη την απόφαση της 1ης Οκτωβρίου 2020, A (Διαδικτυακή διαφήμιση και πώληση φαρμάκων) (C-649/18, EU:C:2020:764) και να εξετάσει πιθανή εφαρμογή της οδηγίας 2000/31.

που διατίθενται νομίμως την αγορά άλλων κρατών μελών να μην έχουν πρόσβαση στη γερμανική αγορά. Επιπλέον, βάσει της αποφάσεως Deutsche Parkinson Vereinigung, δεν υπάρχει κανένα περιθώριο αιτιολόγησης.

Γ. Επί του δευτέρου και του τρίτου προδικαστικού ερωτήματος

69. Όπως προεκτέθηκε, η εκτίμηση που ακολουθεί αφορά το ενδεχόμενο το Δικαστήριο να καταλήξει επί του πρώτου προδικαστικού ερωτήματος σε συμπέρασμα διαφορετικό από εκείνο που εισηγούμαι με τις παρούσες προτάσεις.

70. Το αιτούν δικαστήριο, με το δεύτερο και το τρίτο προδικαστικό ερώτημα, τα οποία πρέπει να εξεταστούν από κοινού, ζητεί κατ' ουσίαν να διευκρινιστεί αν οι διατάξεις του τίτλου VIII, και ιδίως το άρθρο 87, παράγραφος 3, της οδηγίας 2001/83, απαγορεύουν τις εκπτωτικές προσφορές φαρμακείου στο πλαίσιο των οποίων παρέχονται στους πελάτες που αγοράζουν φάρμακα χορηγούμενα με ιατρική συνταγή πλεονεκτήματα υπό τη μορφή άμεσης μείωσης του τιμήματος ή κουπονιών που αντιστοιχούν σε συγκεκριμένο χρηματικό ποσό ή ποσοστιαίας έκπτωσης για τη μετέπειτα αγορά άλλων προϊόντων (φαρμάκων που χορηγούνται χωρίς ιατρική συνταγή ή μη φαρμακευτικών προϊόντων υγείας ή ομορφιάς).

71. Επιβάλλεται συναφώς να διατυπωθούν οι ακόλουθες παρατηρήσεις.

72. Πρώτον, άπαξ και η προκειμένη περίπτωση εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2001/83, τότε εφαρμόζεται το άρθρο 88, παράγραφος 1, στοιχείο α′, της οδηγίας, όπερ σημαίνει ότι απαγορεύεται η διαφήμιση φαρμάκων που χορηγούνται μόνον με ιατρική συνταγή.

73. Δεύτερον, η επίμαχη *διαφήμιση* αφορά αποκλειστικώς την αγορά φαρμάκου που χορηγείται μόνον με ιατρική συνταγή. Τόσο οι άμεσες όσο και οι μελλοντικές εκπτώσεις προϋποθέτουν ότι έχει προηγηθεί τέτοια αγορά. Συνακόλουθα, η απαγόρευση του άρθρου 88, παράγραφος 1, στοιχείο α′, της οδηγίας 2001/83 θα καταλάμβανε αμφότερα τα είδη εκπτώσεων.

74. Τρίτον, σημειώνω ότι το ίδιο το αιτούν δικαστήριο διατηρεί αμφιβολίες ως προς το αν το άρθρο 88, παράγραφος 1, στοιχείο α′, της οδηγίας 2001/83 τυγχάνει εφαρμογής στη διαφορά της κύριας δίκης[50]. Κατά τη γνώμη μου, εφόσον κριθεί ότι η οδηγία έχει εφαρμογή, δεν χωρούν αμφιβολίες. Τέτοιες αμφιβολίες υποδηλώνουν μάλλον ότι, για τους λόγους που εκτίθενται λεπτομερώς στην ανάλυση του πρώτου προδικαστικού ερωτήματος, περιπτώσεις όπως οι επίμαχες στην κύρια δίκη δεν εμπίπτουν, στην πραγματικότητα, στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2001/83.

75. Επομένως, η απάντηση που προτείνω να δοθεί στο δεύτερο και στο τρίτο προδικαστικό ερώτημα είναι ότι το άρθρο 88, παράγραφος 1, στοιχείο α′, της οδηγίας 2001/83 έχει την έννοια ότι απαγορεύει τις εκπτωτικές προσφορές φαρμακείου στο πλαίσιο των οποίων παρέχονται στους πελάτες που αγοράζουν φάρμακα χορηγούμενα με ιατρική συνταγή πλεονεκτήματα υπό τη μορφή άμεσης μείωσης του τιμήματος ή κουπονιών που αντιστοιχούν σε συγκεκριμένο χρηματικό ποσό ή ποσοστιαίας έκπτωσης για τη μετέπειτα αγορά άλλων προϊόντων (φαρμάκων που χορηγούνται χωρίς ιατρική συνταγή ή μη φαρμακευτικών προϊόντων υγείας ή ομορφιάς).

[50] Βλ. σημείο 66 επ. της αιτήσεως προδικαστικής αποφάσεως.

V. Πρόταση

76. Υπό το πρίσμα των προεκτεθέντων, προτείνω στο Δικαστήριο να απαντήσει στα προδικαστικά ερωτήματα του Bundesgerichtshof (Ανώτατου Ομοσπονδιακού Δικαστηρίου, Γερμανία) ως εξής:

Το άρθρο 86, παράγραφος 1, της οδηγίας 2001/83/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 6ης Νοεμβρίου 2001, περί κοινοτικού κώδικος για τα φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση

έχει την έννοια ότι:

οι εκπτωτικές προσφορές φαρμακείου στο πλαίσιο των οποίων παρέχονται στους πελάτες που αγοράζουν φάρμακα χορηγούμενα με ιατρική συνταγή πλεονεκτήματα υπό τη μορφή άμεσης μείωσης του τιμήματος ή κουπονιών που αντιστοιχούν σε συγκεκριμένο χρηματικό ποσό ή ποσοστιαίας έκπτωσης για τη μετέπειτα αγορά άλλων προϊόντων (φαρμάκων που χορηγούνται χωρίς ιατρική συνταγή ή μη φαρμακευτικών προϊόντων υγείας ή ομορφιάς), δεν συνιστούν «διαφήμιση φαρμάκων» κατά την έννοια της διάταξης αυτής.