Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA MACEJA ŠPUNARA [MACIEJ SZPUNAR]
SECINĀJUMI,
sniegti 2024. gada 24. oktobrī[1]

Lieta C-517/23

Apothekerkammer Nordrhein
pret
DocMorris NV

(*Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Cilvēkiem paredzētas zāles – Direktīva 2001/83/EK – Piemērošanas joma – Recepšu zāles – Visa aptiekas zāļu klāsta reklāma – Kuponi vai procentuālas atlaides citu produktu vēlākai iegādei – Tiešas atlaides un maksājumi

I. Ievads

1. Vai pacienti, kuri lieto ārsta parakstītas zāles un kurus piesaista ārvalstu aptiekas, kas piegādā zāles pa pastu, piedāvāta atlaide, galvenokārt tiek mudināti lietot zāles vai slēgt līgumu ar konkrēto aptieku, kas piedāvā atlaidi? Vai pastāv reāla nepieciešamība aizsargāt šādus pacientus pret zāļu nepareizu un pārmērīgu lietošanu? Vai viņi ir farmācijas nozares un tās produktu tirgotāju vai savu slimību, kuru ārstēšanai vai atvieglošanai viņi meklē zāles, upuri? Vai pacienti, kam ir, piemēram, htoniska slimība, rīkojas antisociāli, ja tie, iegādājoties zāles, kas viņiem tiks kompensētas, tie netieši "pilda savas kabatas"?

2. Šie ilustratīvi uzdotie jautājumi ir tieši saistīti ar šā *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu priekšmeta būtību.

3. Izskatāmajā lietā *DocMorris*, Nīderlandes aptieka, kas jau vairākkārt ir bijusi lietas dalībniece tiesvedībās, kurās uzdoti prejudiciāli jautājumi, šoreiz atkal piedalās tiesvedībā – saistībā ar atlaidēm. Dažādas ārvalstu uzņēmumu piekoptas prakses, piedāvājot atlaides, ir "ērkšķis acī" tiem uzņēmējiem, kas jau ir stingri iesakņojušies valsts tirgū. Tie apgalvo, ka atlaižu piedāvāšana recepšu zāļu pārdošanā ir "zāļu reklāma" Direktīvas 2001/83/EK[2] izpratnē.

4. *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā Tiesa), saskaroties ar pretrunīgu Vācijas zemāko instanču tiesu judikatūru, lūdz sniegt norādes par "reklāmas" definīciju, jo īpaši saistībā ar vairākām lietām, par kurām Tiesa ir spriedusi pēdējo desmit gadu laikā.

[1] Oriģinālvaloda – angļu.

[2] Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (2001. gada 6. novembris) par Kopienas kodeksu, kas attiecas uz cilvēkiem paredzētām zālēm (OV 2001, L 311, 67. lpp.), ar grozījumiem, kuri veikti saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 31. marta Direktīvu 2004/27/EK (OV 2004, L 136, 34. lpp.) (turpmāk tekstā – "Direktīva 2001/83").

5. Šajos secinājumos argumentēšu, ka tādas atlaižu kampaņas kā šajā lietā aplūkotās nav uzskatāmas par reklāmu saskaņā ar Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punktu, ņemot vērā, ka atlaides tiek piešķirtas par recepšu zāļu iegādi.

II. Tiesiskais regulējums

A. Savienības tiesības

6. Direktīvas 2001/83 VIII sadaļā "Reklāma" un VIIIa sadaļā "Informācija un reklāma" ir ietverti attiecīgi šīs direktīvas 86., 87. un 88. pants un 88.a–100. pants.

7. Šīs pašas direktīvas 86. pantā noteikts:

"1. Šajā sadaļā zāļu reklāma nozīmē jebkāda veida informācijas izplatīšanu, apstaigājot klientus, aģitējot vai pamudinot viņus, nolūkā veicināt zāļu parakstīšanu, piegādi, tirdzniecību vai patērēšanu; tā jo īpaši ietver:

– zāļu reklamēšanu iedzīvotājiem,

– zāļu reklamēšanu personām, kas ir kvalificētas tās parakstīt vai piegādāt,

– zāļu izplatītāju vizītes pie personām, kas ir kvalificētas parakstīt zāles,

– paraugu piegādi,

– pamudinājumu parakstīt vai piegādāt zāles kā dāvanu, piedāvājot vai solot kādu labumu vai balvu naudā vai atvietojamās lietās, izņemot gadījumus, kad zāļu īstā vērtība ir niecīga,

– tādu reklāmas pasākumu sponsorēšanu, kuros piedalās personas, kas ir kvalificētas parakstīt vai piegādāt zāles,

– tādu zinātnisku kongresu sponsorēšanu, kuros piedalās personas, kas ir kvalificētas parakstīt vai piegādāt zāles, un jo īpaši ar to saistīto ceļa un izmitināšanas izdevumu apmaksu minētajām personām.

2. Šī sadaļa neattiecas uz šādiem jautājumiem:

– etiķetes un pievienotās lietošanas instrukcijas, kam piemēro V sadaļas noteikumus,

– sarakste, kam var būt pievienoti materiāli, kas nav reklāma, bet kas vajadzīgi, lai atbildētu uz konkrētu jautājumu par konkrētām zālēm,

– faktiskus datus saturoši informatīvi paziņojumi un uzziņas materiāls, kas attiecas, piemēram, uz iesaiņojuma maiņu, ar narkotikām saistītos vispārīgos piesardzības pasākumos ietilpstoši brīdinājumi par blakusparādībām, tirdzniecības katalogi un cenrāži, ar noteikumu, ka tajos nav zāļu reklāmas,

– informācija par cilvēku veselību vai slimībām, ar noteikumu, ka tajā nav kaut vai netieša norāde uz zālēm."

8. Direktīvas 2001/83 87. panta 3. punktā ir noteikts:

"Zāļu reklāma:

– veicina zāļu racionālu izmantošanu, iepazīstinot ar to objektīvi un nepārspīlējot to īpašības,

– nemaldina."

9. Saskaņā ar šīs direktīvas 88. panta 1.–3. punktu:

"1. Dalībvalstis aizliedz reklamēt plašai sabiedrībai zāles, kuras:

a) saskaņā ar VI sadaļu ir pieejamas tikai ar ārsta recepti;

[..].

2. Plašai sabiedrībai var reklamēt zāles, kuras to sastāva un mērķa dēļ ir paredzētas un izgatavotas lietošanai bez praktizējoša mediķa līdzdalības diagnozes noteikšanā vai ārstēšanas kursa izvēlē vai ārstēšanas gaitas uzraudzībā, bet – vajadzības gadījumā – apspriežoties ar farmaceitu.

3. Dalībvalstīm ir tiesības aizliegt to teritorijā reklamēt iedzīvotājiem zāles, kuru izmaksas var tikt segtas."

B. Vācijas tiesības

10. *Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens* (*Heilmittelwerbegesetz*) (Likums par zāļu reklāmu), redakcijā, kas piemērojama pamatlietas faktiem (turpmāk tekstā – "*HWG*"), 7. panta 1. punkta pirmajā teikumā ir paredzēts:

"Ir aizliegts piedāvāt, paziņot vai piešķirt finansiālas priekšrocības un reklāmas dāvanas (izstrādājumi vai pakalpojumi) vai – attiecībā uz veselības aprūpes speciālistiem – tos pieņemt, ja vien:

1. šīm finansiālajām priekšrocībām un dāvanām ir niecīga vērtība. Ir aizliegtas finansiālas priekšrocības vai reklāmas dāvanas attiecībā uz zālēm, ciktāl tās tiek piešķirtas pretēji cenu noteikumiem, kas ir spēkā, pamatojoties uz [*Arzneimittelgesetz* (Likums par zāļu tirdzniecību)].

2. šīs finansiālās priekšrocības un reklāmas dāvanas

a) tiek piešķirtas kā noteikta naudas summa vai tiek aprēķinātas noteiktā veidā [..]

[..].

Ir aizliegti a) punktā minētās finansiālās priekšrocības vai citas reklāmas dāvanas attiecībā uz zālēm, ciktāl tās tiek piešķirtas pretēji cenu noteikumiem, kas ir spēkā, pamatojoties uz Likumu par zāļu tirdzniecību. [..]"

III. Fakti, tiesvedība un prejudiciālie jautājumi

11. *DocMorris* pasta pasūtījumu veidā piegādā bezrecepšu un recepšu zāles galapatērētājiem Vācijā. *Apothekerkammer Nordrhein* ir farmaceitu profesionālā pārstāvība Ziemeļreinas reģionā Vācijā.

12. Kopš 2012. gada *DocMorris* ir īstenojusi dažādas atlaižu kampaņas, kurās, iegādājoties recepšu zāles, klientiem tika piedāvāts tūlītējs ieguvums atlaides veidā, kupons par noteiktu naudas summu vai procentuāla atlaide vēlākai citu produktu (bezrecepšu zāļu un nemedicīnisku vai skaistumkopšanas produktu) iegādei no *DocMorris*.

13. *Apothekerkammer Nordrhein* uzskata, ka šie reklāmas pasākumi ir pretrunā recepšu zāļu saistošās cenas regulējošajām tiesību normām, un tādēļ – ciktāl tam ir nozīme revīzijas tiesvedībā – laikposmā no 2013. gada līdz 2015. gadam tā *Landgericht Köln* (Ķelnes apgabaltiesa, Vācija) izdoto pagaidu pasākumu ietvaros panāca, ka pret *DocMorris* tiek izpildīti pieci tās pieteikumi par darbību izbeigšanu.

14. Attiecīgi 2013. gada 8. maijā (dokumenta numurs 84 O 90/13), 2013. gada 26. septembrī (dokumenta numurs 84 O 220/13) un 2014. gada 4. novembrī (dokumenta numurs 84 O 208/14) *Apothekerkammer Nordrhein* lūdza, lai attiecībā uz *DocMorris* reklāmām tiktu izdots *Landgericht Köln* (Ķelnes apgabaltiesa) rīkojums par pagaidu noregulējumu. No šiem trijiem rīkojumiem katrs tika pienācīgi izpildīts. Ar diviem 2017. gada 22. marta spriedumiem *Landgericht Köln* (Ķelnes apgabaltiesa) atcēla 2013. gada 8. maija un 2014. gada 4. novembra rīkojumus par pagaidu noregulējumu.

15. *Apothekerkammer Nordrhein* 2013. gada 5. novembrī panāca, ka tiek pieņemts un 2014. gada 21. janvārī izpildīts *Landgericht Köln* (Ķelnes apgabaltiesa) rīkojums par pagaidu noregulējumu (dokumenta numurs 84 O 256/13) attiecībā uz *DocMorris* reklāmu, kurā bija ietverts šāds teksts:

“Iesūtiet recepti! [..] Ceļu līdz pastam mēs Jums diemžēl nevaram ietaupīt. Taču kā atlīdzinājumu par Jūsu izdevumiem, braucot ar autobusu un vilcienu, mūsu jaunie klienti saņem 10 EUR, kuri receptes iesūtīšanas brīdī nekavējoties tiek atskaitīti no rēķina summas”.

Par recepšu zāļu pasūtīšanu tika piedāvāta atlaide, sākot no 50 EUR pasūtījuma vērtības. Ar 2017. gada 22. marta spriedumu *Landgericht Köln* (Ķelnes apgabaltiesa) atcēla šo rīkojumu par pagaidu noregulējumu.

16. *Apothekerkammer Nordrhein* 2015. gada 29. septembrī panāca, ka tiek pieņemts un 2016. gada 26. maijā izpildīts *Landgericht Köln* (Ķelnes apgabaltiesa) rīkojums par pagaidu noregulējumu (dokumenta numurs 81 O 82/15) attiecībā uz *DocMorris* reklāmu, kurā bija ietverts šāds teksts:

“5 EUR kupons Jūsu nākamajam recepšu zāļu pasūtījumam.”

Minētā summa tika atskaitīta tieši no rēķina summas. Ar spēkā stājušos 2017. gada 21. marta spriedumu *Landgericht Köln* (Ķelnes apgabaltiesa) atcēla šo rīkojumu par pagaidu noregulējumu.

17. Iesniedzējtiesa uzsver, ka iemesls katrai no iepriekš minētajām atcelšanām bija apstākļu maiņa, ņemot vērā Tiesas spriedumu *Deutsche Parkinson Vereinigung*[3].

18. Dažu rīkojumu par pagaidu noregulējumu izpildē pēc atbildētājas pieprasījuma *DocMorris* tika uzlikti naudas sodi.

19. *DocMorris* pieprasa *Apothekerkammer Nordrhein* atlīdzināt zaudējumus, jo rīkojumi par pagaidu noregulējumu jau no paša sākuma neesot bijuši pamatoti.

20. *Landgericht Köln* (Ķelnes apgabaltiesa) šo prasību noraidīja. Apelācijas instancē *DocMorris* būtībā lūdza piespriest *Apothekerkammer Nordrhein*, pirmkārt, samaksāt tai zaudējumu atlīdzību vismaz 18 476 648,12 EUR apmērā, pieskaitot procentus, un, otrkārt, attiecībā uz varbūtējiem turpmākiem zaudējumiem noteikt *Apothekerkammer Nordrhein* pienākumu atlīdzināt zaudējumus.

21. *Apothekerkammer Nordrhein* savā revīzijas sūdzībā uztur spēkā savus prasījumus un lūdz noraidīt prasību pilnībā.

22. Šādos apstākļos *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa) ar 2023. gada 13. jūlija rīkojumu, kas Tiesā saņemts 2023. gada 10. augustā, nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Vai Direktīvas 2001/83 noteikumi par zāļu reklāmu (VIII un VIIIa sadaļa, 86.–100. pants) ir piemērojami visā aptiekas produktu klāstā esošu recepšu zāļu iegādes reklāmai?

2) Ja atbilde uz pirmo jautājumu ir apstiprinoša, vai ar Direktīvas 2001/83 VIII sadaļas noteikumiem un it īpaši ar tās 87. panta 3. punktu ir saderīgs tas, ka valsts tiesību norma (šajā gadījumā – *HWG* [*Heilmittelwerbegesetz*, Ārstniecības līdzekļu reklāmas likums] 7. panta 1. punkta otrā apakšpunkta a) daļa) tiek interpretēta tādējādi, ka ar to ir aizliegts reklamēt visu citā dalībvalstī reģistrētas aptiekas, kas nodarbojas ar tirdzniecību pa pastu, recepšu zāļu klāstu ar reklāmas dāvanām naudas summas vai procentuālas atlaides veidā, lai vēlāk iegādātos citus produktus?

3) Turklāt, ja atbilde uz pirmo jautājumu ir apstiprinoša, vai ar Direktīvas 2001/83 VIII sadaļas noteikumiem un it īpaši ar tās 87. panta 3. punktu ir saderīgs tas, ka valsts tiesību norma (šajā gadījumā – *HWG* 7. panta 1. punkta otrā apakšpunkta a) daļa) tiek interpretēta tādējādi, ka ar to ir atļauts reklamēt visu citā dalībvalstī reģistrētas aptiekas, kas nodarbojas ar tirdzniecību pa pastu, recepšu zāļu klāstu, izmantojot reklāmas dāvanas tieši iedarbīgu cenu samazinājumu un maksājumu veidā?"

23. Rakstveida apsvērumus iesniedza pamatlietas dalībnieki, Igaunijas un Polijas valdības, kā arī Komisija. Pamatlietas dalībnieki un Komisija bija pārstāvēti tiesas sēdē, kas notika 2024. gada 27. jūnijā.

[3] Spriedums, 2016. gada 19. oktobris (C-148/15, turpmāk tekstā – "spriedums *Deutsche Parkinson Vereinigung*", EU:C:2016:776).

IV. Juridiskā analīze

A. Pirmais jautājums – Direktīvas 2001/83 piemērošanas joma

24. Ar savu pirmo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā vēlas noskaidrot, vai aptiekas atlaižu kampaņas, kurās, iegādājoties recepšu zāles, klientiem tiek piedāvāts vai nu tūlītējs ieguvums cenu atlaides veidā, vai arī kupons par noteiktu naudas summu, vai procentuāla atlaide vēlākai citu produktu (bezrecepšu zāļu un nemedicīnisku vai skaistumkopšanas produktu) iegādei, ir "zāļu reklāma" Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta izpratnē.

25. Konkrētajā gadījumā *DocMorris* piedāvāja šādas atlaides saviem klientiem.

26. Ņemot vērā, ka tā ir pārrobežu darbība iekšējā tirgū, šī lieta iespējami skar gan Līgumā noteiktās pamatbrīvības, īpaši preču (zāles) un pakalpojumu (aptiekas komercdarbība) brīvu apriti, un īpašos noteikumus, ko Savienības likumdevējs pieņēmis zāļu reklāmas jomā.

27. Patiešām, kā iesniedzējtiesa rūpīgi paskaidro savā lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu, lai gan valsts tiesās izskatāmo strīdu, kuru ietvaros tai ir lūgts lemt par tiesību jautājumu, pamatā ir Tiesas judikatūras piemērošana preču brīvas aprites kontekstā, proti, spriedums *Deutsche Parkinson Vereinigung*[4], tā lūdz sniegt norādījumus par (to, kā saskaņā ar Tiesas judikatūru interpretēt) Direktīvu 2001/83, proti, spriedumiem *DocMorris*[5] un EUROAPTIEKA[6].

28. Tādēļ ir īsumā jāatgādina Tiesas judikatūra, ciktāl tas ir nepieciešams šai lietai.

29. Faktiski šī nav pirmā reize, kad Tiesa ir saskārusies ar jautājumiem, kas saistīti ar (galvenokārt) aptieku, kas nodarbojas ar tirdzniecību pa pastu, noteiktajām cenām un sniegtajām atlaidēm, un tieši šajā kontekstā iesniedzējtiesa lūdz sīkāk precizēt, kas ir noteikts vai atļauts Savienības tiesībās, ja runa ir par atlaidēm, ko farmaceiti sniedz klientiem zāļu iegādei.

1. Tiesas līdzšinējā judikatūra

30. Pastāv divi savstarpēji papildinoši judikatūras virzieni.

a) Brīva aprite saskaņā ar LESD

31. Spriedumā *Deutsche Parkinson Vereinigung* Tiesai tika uzdots jautājums par to, vai uz valsts tiesībām[7] balstīts aizliegums piemērot atlaižu sistēmu, saskaņā ar kuru pacientiem, iegādājoties no *DocMorris* Parkinsona slimības ārstēšanai paredzētās zāles, kas pieejamas tikai aptiekās, ir pretrunā LESD 34. un 36. pantā paredzētajai preču brīvas aprites pamatbrīvībai.

[4] Skat. it īpaši lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu 4., 6., 7., 9., 10., 17. un 64. punktu.

[5] Spriedums, 2021. gada 15. jūlijs (C-190/20, turpmāk tekstā – "spriedums *DocMorris*", EU:C:2021:609). Skat. it īpaši lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu 53., 54., 62. un 64. punktu.

[6] Spriedums, 2022. gada 22. decembris (C-530/20, turpmāk tekstā – "spriedums EUROAPTIEKA", EU:C:2022:1014). Skat. it īpaši lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu 54. un 59. punktu.

[7] Vācijas Zāļu tirdzniecības likuma (turpmāk tekstā – "*Arzneimittelgesetz*") 78. pants tā redakcijā, kāda tā bija piemērojama attiecīgajā laikā.

32. Tiesa konstatēja, ka tas tā ir, jo attiecīgais pasākums ir pasākums, kas ir līdzvērtīgs kvantitatīvam ierobežojumam saskaņā ar LESD 34. pantu, kuru nevar pamatot saskaņā ar LESD 36. pantu, jo tas pārsniedz to, kas ir piemērots izvirzīto mērķu sasniegšanai [8], un tāpēc nav samērīgs [9]. Šajā ziņā Tiesa uzsvēra, ka nav pierādījumu, kas pamatotu apgalvojumu, ka ir nepieciešams nodrošināt LESD 36. pantam atbilstošu vienveidīgu apgādi ar recepšu zālēm, kas paredzētas būtiskām medicīniskām vajadzībām, visā Vācijā [10]. Būtiski ir tas, ka Tiesa uzskatīja, ka pastāv daži faktori, kas liecina, ka pieaugoša konkurence cenu ziņā starp aptiekām labvēlīgi ietekmētu vienveidīgu apgādi ar zālēm, veicinot aptieku ierīkošanu reģionos, kuros zems aptieku skaits nozīmē zāļu pārdošanu par augstākām cenām [11], ka cenu konkurence ar aptiekām, kas nodarbojas ar zāļu tirdzniecību pa pastu, varētu mudināt tradicionālās aptiekas uzlabot konkrētas darbības sabiedrības interesēs kā recepšu zāļu izgatavošana vai zāļu noteiktu krājumu vai sortimenta uzturēšana [12] un ka cenu konkurence varētu būt izdevīga pacientam, ciktāl tā attiecīgā gadījumā ļautu Vācijā piedāvāt recepšu zāles par pievilcīgākām cenām nekā tās, kas pašlaik ir noteiktas šajā dalībvalstī [13].

b) Reklāma saskaņā ar Direktīvu 2001/83

33. Spriedumā A (Zāļu reklāma un tirdzniecība tiešsaistē) [14], kas attiecās uz dalībvalstī reģistrētas aptiekas darbību, kura izpaudās kā plaša un daudzpusīga reklāmas kampaņa, kas vērsta uz patērētājiem citā dalībvalstī un bija saistīta ar tās tiešsaistes pakalpojumu sniegšanu zāļu pārdošanai, Tiesa būtībā nolēma, ka zāļu reklāma un tirdzniecība tiešsaistē neietilpst Direktīvas 2001/83 par zāļu reklāmu piemērošanas jomā, bet ietilpst Direktīvas 2000/31/EK [15] piemērošanas jomā.

34. Vēlāk spriedumā *DocMorris* [16], kurš attiecās uz reklāmas kampaņu, kas izpaudās kā balvu izloze, kuras dalībnieki varēja laimēt ikdienā lietojamus priekšmetus, kas nav zāles, ar nosacījumu, ka piedalīties šajā balvu izlozē var tikai, pasūtot recepšu zāles, Tiesa atzina, ka šīs reklāmas kampaņas mērķis bija ietekmēt nevis klienta izvēli attiecībā uz noteiktām zālēm, bet gan tās aptiekas izvēli, kurā klients iegādājas šīs zāles, un tā ir izvēle, kas jāizdara pirms zāļu izvēles, kālab šāda reklāmas kampaņa neietilpst Direktīvas 2001/83 VIII sadaļas piemērošanas jomā.

35. Visbeidzot, spriedumā EUROAPTIEKA, kas attiecās uz akciju, kuru organizēja aptiekas un uzņēmumi, kas izplata zāles mazumtirdzniecībā, piedāvājot 15 % atlaidi no jebkuru zāļu pirkuma cenas, ja tiek iegādāti vismaz trīs produkti, Tiesa nolēma, ka uz šādu praksi attiecas "zāļu reklāmas" jēdziens Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta izpratnē. Tiesa uzsvēra, ka tā tas ir pat tad, ja attiecīgā informācija attiecas nevis uz konkrētām zālēm, bet uz zālēm vispār.

8 Proti, cilvēku veselības un dzīvības aizsardzība.

9 Skat. spriedumu *Deutsche Parkinson Vereinigung* (sprieduma 46. punkts un rezolutīvā daļa).

10 Skat. spriedumu *Deutsche Parkinson Vereinigung* (37. punkts).

11 Skat. spriedumu *Deutsche Parkinson Vereinigung* (38. punkts).

12 Skat. spriedumu *Deutsche Parkinson Vereinigung* (40. punkts).

13 Skat. spriedumu *Deutsche Parkinson Vereinigung* (43. punkts).

14 Spriedums, 2020. gada 1. oktobris (C-649/18, EU:C:2020:764, 50. un 59. punkts). Skat. arī spriedumu EUROAPTIEKA (49. punkts).

15 Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (2000. gada 8. jūnijs) par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū ("Direktīva par elektronisko tirdzniecību") (OV 2000, L 178, 1. lpp.).

16 21. un turpmākie punkti. Skat arī spriedumu EUROAPTIEKA, 50. punkts.

c) Stāvokļa izvērtēšana

36. Lai gan spriedumi A (Zāļu reklāma un tirdzniecība tiešsaistē)[17] un *DocMorris* tika pasludināti lietās, kuru pamattiesvedībās pastāvēja pārrobežu elements, spriedumā EUROAPTIEKA tas tā nebija. Šeit pamattiesvedība attiecās uz tā saukto "tīri iekšējo situāciju".

37. Kā Komisija pareizi uzsver savos rakstveida apsvērumos, no judikatūras par Direktīvu 2001/83 izskatāmajā lietā var secināt divus būtiskus aspektus.

38. Pirmkārt, no sprieduma EUROAPTIEKA izriet, ka Direktīvā 2001/83 paredzētais zāļu reklāmas koncepts neaprobežojas tikai ar atsevišķu zāļu reklāmu. Šis koncepts ietver arī situāciju, ja informācija tiek sniegta par zālēm vispār. Tātad apstāklis, ka šajā lietā sniegtā informācija citastarp attiecas uz visām recepšu zālēm visā aptiekas piedāvātajā sortimentā, pats par sevi nav šķērslis minētās direktīvas piemērošanai.

39. Otrkārt, no sprieduma *DocMorris* izriet, ka gadījumā, ja aptiekas reklāmā tiek izmantota informācija par zālēm vispār, ir jāpārbauda, vai šīs reklāmas mērķis ir veicināt zāļu iegādi vai drīzāk ietekmē pakārtota lēmuma pieņemšanu par labu aptiekai, no kuras zāles tiek iegādātas. Pēdējā minētajā gadījumā uz reklāmu neattiecas Direktīvas 2001/83 piemērošanas joma.

40. Pamatojoties uz šiem precedentiem, turpināšu ar analīzi saskaņā ar Direktīvu 2001/83.

2. Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkts

a) Gramatiskā interpretācija

41. Vispirms jāatgādina, ka ar Direktīvu 2001/83 tika panākta pilnīga saskaņošana zāļu reklāmas jomā un tajā ir skaidri uzskaitītas situācijas, kurās dalībvalstīm ir atļauts pieņemt noteikumus, atkāpjoties no šajā direktīvā paredzētajiem noteikumiem[18].

42. Saskaņā ar Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punktu "zāļu reklāma" ir jebkāda veida informācijas izplatīšana, apstaigājot klientus, aģitējot vai pamudinot viņus, nolūkā veicināt zāļu parakstīšanu, piegādi, tirdzniecību vai patērēšanu[19].

43. No šīs tiesību normas formulējuma, it īpaši no frāzes "jebkāda veida", izriet, ka Savienības likumdevēja pieņemtais zāļu reklāmas jēdziens ir ļoti plašs[20].

[17] Spriedums, 2020. gada 1. oktobris (C-649/18, EU:C:2020:764).

[18] Skat. spriedumu, 2007. gada 8. novembris, *Gintec* (C-374/05, EU:C:2007:654), 39. punkts. Situācijas, kad dalībvalstis var pieņemt šādus noteikumus, ir noteiktas jo īpaši Direktīvas 2001/83 88. panta 3. punktā, 89. panta 1. punkta b) apakšpunktā, 89. panta 2. punktā, 91. pantā un 96. panta 2. punktā. Attiecībā uz atšķirību starp reklāmu un popularizēšanu skat. Grzybczyk, K., no: Ogiegło, L. (red.), *Prawo farmaceutyczne. Komentarz*, 2. izd., Varšava, 2015, 52. pants.

[19] Šī definīcija izriet tieši no Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta noteikumiem, nevis, kā, šķiet, norāda Tiesa spriedumā EUROAPTIEKA (47. punkts), "no Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta gramatiskās, sistēmiskās un teleoloģiskās interpretācijas". Attiecībā uz reklāmas jēdzienu skat. arī Czyżewska, K., Dziurowicz, J., Łoś, K., Łukawska, N., Piekarczyk, K., no: Czyżewska, K., Dziurowicz, J., Łoś, K., Łukawska, N., Piekarczyk, K., (red.), *Reklama produktów leczniczych. Komentarz do art. 52–64 ustawy – Prawo farmaceutyczne*, Varšava, 2020, 52. pants.

[20] Skat. spriedumu, 2011. gada 5. maijs, *MSD Sharp & Dohme* (C-316/09, EU:C:2011:275, 29. punkts), un manus secinājumus lietā EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2021:993, 45. punkts). Skat. arī Streinz, R., Klaus, B., "C.V. Arzneimittelrecht", 130. punkts, no: Dauses, M. A., Ludwigs, M., *Handbuch des EU-Wirtschaftsrechts*, I sēj., EL 53 (2021), C. H. Beck, Minhene, 2024.

44. Tomēr arī no vairāku Direktīvas 2001/83 VIII un VIIIa sadaļā ietverto normu formulējuma izriet, ka daudzi noteikumi par reklāmu pēc būtības ir vairāk vērsti uz ražotājiem [21], tirdzniecības atļauju turētājiem, vairumtirgotājiem [22], zāļu izplatītājiem un importētājiem, nevis obligāti uz aptiekām, kas pārdod zāles galapatērētājiem, proti, pacientiem. Piemēram, šķiet, ka zāļu reklamēšana personām, kas ir kvalificētas tās parakstīt vai piegādāt (Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta otrais ievilkums), vai zāļu izplatītāju vizītes pie personām, kas ir kvalificētas parakstīt zāles (minētās direktīvas 86. panta 1. punkta trešais ievilkums), ir vērstas nevis uz aptiekām, kas pārdod zāles pacientiem, bet gan uz izplatīšanas ķēdē augstāk esošiem dalībniekiem. Tas pats attiecas uz Direktīvas 2001/83 89. panta 1. punkta b) apakšpunktu [23] – ja, kā Tiesa nosprieda spriedumā EUROAPTIEKA, tiek piedāvāta 15 % atlaide no *jebkuru* zāļu iegādes cenas ar nosacījumu, ka tiek iegādātas vismaz trīs zāles, tad pēc definīcijas nevar sagaidīt, ka aptieka, kas pārdod zāles pacientam, norādīs zāļu *nosaukumu*.

45. Tiesa konsekventi uzskata, ka, lai gan Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punktā ietvertajā definīcijā ir skaidri uzsvērts vēstījuma *mērķis*, tajā nav norādes par personām, kas izplata šādu informāciju [24]. Jēdziena "reklāma" minētās direktīvas 86. panta 1. punkta izpratnē būtiska iezīme un noteicošais faktors, lai nošķirtu reklāmu no vienkāršas informācijas, ir vēstījuma mērķis [25]. Attiecīgi Tiesa šo tiesību normu ir *ratione personae* piemērojusi "neatkarīgām trešām personām" [26], kā arī aptiekām un uzņēmumiem, kas izplata zāles [27].

46. Īpaši attiecībā uz aptiekas darbību, ja vēstījuma mērķis ir ietekmēt nevis klienta izvēli par labu konkrētām zālēm, bet gan vēlāk izdarīto izvēli attiecībā uz aptieku, kurā šis klients iegādāsies zāles, šāds vēstījums neietilpst "zāļu reklāmas" konceptā Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta izpratnē [28].

47. Piemērojot šos kritērijus izskatāmajai lietai, izriet, ka *DocMorris* izmantotās komercprakses nodotā vēstījuma mērķis ir mudināt pacientu ierasties konkrēti *DocMorris* aptiekā. Vēstījums ir "nāciet pie mums", nevis "pērciet šīs (konkrētas vai nenoteiktas) zāles". *DocMorris* koncentrējas uz pārdošanu *pacientam*, nevis uz (konkrētu vai nenoteiktu) *zāļu* pārdošanu.

48. Šis secinājums, manuprāt, attiecas gan uz atlaidēm, ko piešķir tūlīt, gan uz atlaidēm, ko piešķir pirkumiem nākotnē.

49. Attiecībā uz tūlītējām atlaidēm ir būtiski, ka šajā lietā pacients jau zina, kuras zāles iegādāties. Šīs zāles ir parakstījis speciālists, kurš ir kvalificēts to darīt. Atlaides tiek piešķirtas tikai par recepšu zāļu iegādi. Pēc tam, kad pacients ir saņēmis recepti, vienīgais parametrs, ko viņam vai viņai atliek izvēlēties, ir aptieka, kurā iegādāties zāles. Visu pārējo jau ir noteicis ārsts – vai ir parakstītas zāles, parakstītais daudzums, kā arī devas un intervāli, kādos pacientam zāles jālieto.

[21] Attiecībā uz ražotāju un importētāju vispārējiem pienākumiem skat. Direktīvas 2001/83 IV sadaļu.

[22] Direktīvas 2001/83 1. panta 17. punktā "zāļu izplatīšana vairumtirdzniecībā" ir definēta kā visas darbības, kurās ietilpst zāļu iegāde, glabāšana, piegāde vai eksportēšana, izņemot zāļu pārdošanu iedzīvotājiem. Minētās darbības veic ražotāji vai to noliktavas, importētāji, citi izplatītāji vairumtirdzniecībā vai farmaceiti un personas, kas ir pilnvarotas vai kam ir tiesības piegādāt zāles attiecīgās dalībvalsts iedzīvotājiem.

[23] Saskaņā ar minēto tiesību normu, neskarot Direktīvas 2001/83 88. pantu, *visas* zāļu reklāmas iedzīvotājiem ietver šādu informāciju: zāļu nosaukums, kā arī parastais nosaukums, ja zāles satur tikai vienu darbīgo vielu, informācija, kas vajadzīga zāļu pareizai lietošanai, un skaidrs, salasāms aicinājums rūpīgi izlasīt norādes attiecīgi vai nu lietošanas instrukcijā vai uz ārējā iesaiņojuma.

[24] Skat. spriedumu, 2009. gada 2. aprīlis, *Damgaard* (C-421/07, EU:C:2009:222, 20. un turpmākie punkti). Skat. arī manus (papildu) secinājumus lietā EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2022:450, 30. punkts).

[25] Skat. spriedumu, 2011. gada 5. maijs, *MSD Sharp & Dohme* (C-316/09, EU:C:2011:275, 31. punkts).

[26] Skat. spriedumu, 2009. gada 2. aprīlis, *Damgaard* (C-421/07, EU:C:2009:222, 22. punkts).

[27] Skat. spriedumu EUROAPTIEKA (55. punkts).

[28] Šajā nozīmē skat. spriedumu *DocMorris* (21. punkts).

50. Attiecībā uz atlaidēm nākotnē pacientam tiek adresēts tas pats vēstījums, kas aprakstīts iepriekš. Mērķis nav mudināt pacientu iegādāties noteiktu skaitu zāļu. Atlaides attiecas uz visu aptiekas bezrecepšu zāļu un nemedicīnisko vai skaistumkopšanas produktu klāstu. Tādēļ, kā sīkāk tiks paskaidrots turpinājumā (otrais un trešais jautājums), zāles ir tikai viena no šā produktu klāsta daļām.

51. Turklāt šajā ziņā izskatāmā lieta būtiski atšķiras no lietas, kas bija par pamatu Tiesas sprieduma EUROAPTIEKA pieņemšanai. Lietā, kurā tika pasludināts minētais spriedums, aptieka piedāvāja 15 % atlaidi jebkuru zāļu iegādes cenai, ja iegādājās vismaz trīs zāles, un tieši un nepārprotami mudināja klientu iegādāties vairāk (nenoteiktu) *zāļu*. Pacients nevarēja gūt labumu no reklāmas, nepērkot noteiktu skaitu zāļu. Acīmredzot, kā rezumēts iepriekš, šāda prakse, manuprāt, nepārprotami ir "zāļu reklāma" Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta izpratnē. Turklāt to biju ierosinājis Tiesai abos savos secinājumos minētajā lietā.

52. Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta gramatiskā interpretācija attiecīgi liek man izdarīt pagaidu secinājumu, ka tāda aptiekas komercprakse kā šajā lietā nav uzskatāma par zāļu reklāmu minētās tiesību normas izpratnē.

53. Šo secinājumu pamato Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta sistemātiskā un teleoloģiskā interpretācija.

b) Sistēmiskā un teleoloģiskā interpretācija

54. Tagad atļaušos atkāpties un pievērsties Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punktam minētās direktīvas sistēmas un vispārējās loģikas ietvaros.

55. Direktīva 2001/83 ir klasisks saskaņošanas pasākuma [29] iekšējā tirgus jomā piemērs, kā to skaidri parāda šīs direktīvas apsvērumi.

56. Eiropas Savienības politisko iestāžu [30] izejas punkts bija apsvērums, ka, lai gan jebkuru noteikumu, kas reglamentē zāļu ražošanu, izplatīšanu un lietošanu, galvenais mērķis ir aizsargāt sabiedrības veselību [31], šis mērķis ir jāsasniedz ar līdzekļiem, kas nekavē farmaceitiskās rūpniecības attīstību vai zāļu tirdzniecību Kopienā [32]. Tās konstatēja, ka zāļu tirdzniecību Eiropas Savienībā kavē atšķirības starp atsevišķiem valstu noteikumiem attiecībā uz zālēm [33] un ka šādas atšķirības tieši ietekmē iekšējā tirgus darbību [34]. Lai novērstu šādus šķēršļus, tika nolemts tuvināt attiecīgos noteikumus [35].

[29] Esmu jau argumentējis, ka termini "koordinācija", "tuvināšana" un "saskaņošana" LESD tiek lietoti kā savstarpēji aizstājami. Skat. manus secinājumus apvienotajās lietās *Trijber* un *Harmsen* (C-340/14 un C-341/14, EU:C:2015:505, 52. punkts) un apvienotajās lietās X un *Visser* (C-360/15 un C-31/16, EU:C:2017:397, 108. punkts). Par šo jautājumu skat. arī Ignatowicz, Z., no: Olszewski, W. L. (red.), *Prawo farmaceutyczne. Komentarz*, Varšava, 2016, 52. punkts.

[30] Šajos secinājumos ar Eiropas Savienības politiskajām iestādēm saprotu Eiropas Parlamentu, Eiropas Savienības Padomi un Komisiju.

[31] Skat. Direktīvas 2001/83 2. apsvērumu.

[32] Skat. Direktīvas 2001/83 3. apsvērumu.

[33] Izņemot vielas vai vielu salikumus, kas ir pārtika, dzīvnieku barība vai ķermeņa kopšanas līdzekļi.

[34] Skat. Direktīvas 2001/83 4. apsvērumu.

[35] Skat. Direktīvas 2001/83 5. apsvērumu. Skat. arī spriedumu, 2007. gada 8. novembris, *Gintec* (C-374/05, EU:C:2007:654, 19. punkts).

57. Šo centienu juridiskais pamats ir LESD 114. pants, kas neapšaubāmi ir vissvarīgākais LESD noteikto saskaņošanas kompetenču pants. Atbilstoši minētajai tiesību normai [36], lai sasniegtu LESD 26. pantā noteiktos mērķus, Savienības likumdevējs saskaņā ar parasto likumdošanas procedūru [37] var paredzēt saskaņošanas pasākumus, [lai tuvinātu dalībvalstu normatīvos vai administratīvos aktus], "kuri attiecas uz iekšējā tirgus izveidi un darbību". Tiesa saprot, ka šajā tiesību normā ir prasīts veikt saskaņošanas pasākumus, kas *patiešām uzlabo* iekšējā tirgus izveides un darbības apstākļus [38].

58. Jebkurš saskaņošanas pasākums ir vērsts uz to, lai valstu (šajā gadījumā) veselības aizsardzības līmeni pielīdzinātu Savienībā paredzētajam. Tieši tāds ir saskaņošanas mērķis. Tādējādi valstu tiesību normu par zāļu reklāmu saskaņošanas mērķis ir radīt vienlīdzīgus konkurences apstākļus uzņēmējiem, ļaujot tiem brīvi tirgoties, protams, ievērojot Savienības likumdevēja pieņemtos noteikumus. Šajā sakarā aizsardzības līmenim Savienībā ir jābūt augstam, kā tas redzams no LESD 114. panta 3. punkta [39].

59. Tā kā, kā vairākkārt uzsvēra *Apothekerkammer Nordrhein*, zāles nav tādas kā citi produkti, zāļu tirgus specifikas dēļ visos posmos ir jāņem vērā sabiedrības veselība. Tādējādi iepriekš minētās Direktīvas 2001/83 2. apsvērums, uz kuru atsaucas arī Tiesa [40], apstiprina, ka šīs direktīvas galvenais mērķis ir sabiedrības veselības aizsardzība.

60. Direktīvas 2001/83 VIII [41] un VIIIa [42] sadaļā ietvertie noteikumi par reklāmu ir jāaplūko šajā kontekstā. Minētās direktīvas 43. apsvērums attiecas tieši uz zāļu reklāmas nozari, un būtībā tajā ir norādīts [43], ka atšķirības starp dalībvalstu paredzētajiem pasākumiem šajā jomā var ietekmēt iekšējā tirgus darbību. Tādējādi minētajā direktīvā ir noteikts, ka šādas atšķirības ir jānovērš [44].

61. Šajā sakarā vēlos uzsvērt, ka esmu jau iepriekš norādījis, ka tad, ja zāļu iegāde ir atkarīga no ārsta receptes saņemšanas to personu kontrolē, kurām ir tiesības parakstīt zāles, aptiekas reklāmas kampaņa nav tāda, kas veicina zāļu neracionālu izmantošanu [45].

62. Attiecībā uz šajā lietā aplūkojamo komercpraksi es nesaskatu, kā tā varētu novest pie zāļu ļaunprātīgas izmantošanas [46]. Arī šajā gadījumā lēmums par zāļu parakstīšanu ir jau pieņemts. Šī parakstīšana jau palīdz nodrošināt, ka zāles tiks izmantotas paredzētajam mērķim.

[36] Skat. LESD 114. panta 1. punktu.

[37] Un pēc apspriešanās ar Ekonomikas un sociālo lietu komiteju.

[38] Skat. spriedumus, 2000. gada 5. oktobris, Vācija/Parlaments un Padome (C-376/98, EU:C:2000:544, 83. un turpmākie punkti); 2006. gada 12. decembris, Vācija/Parlaments un Padome (C-380/03, EU:C:2006:772, 24. punkts); 2010. gada 8. jūnijs, *Vodafone* u.c. (C-58/08, EU:C:2010:321, 32. punkts), un 2015. gada 3. septembris, *Inuit Tapiriit Kanatami* u.c./Komisija (C-398/13 P, EU:C:2015:535, 26. punkts).

[39] Saskaņā ar šo tiesību normu Komisija savos priekšlikumos, kas attiecas uz veselības, drošības, vides un patērētāju tiesību aizsardzību, par galveno uzskata augstu aizsardzības līmeni, īpašu uzmanību pievēršot visiem atklājumiem, kas pamatojas uz zinātniskiem faktiem. Saskaņā ar attiecīgām pilnvarām arī Eiropas Parlaments un Padome tiecas sasniegt šo mērķi.

[40] Skat. spriedumu EUROAPTIEKA (39. punkts).

[41] Šīs sadaļas virsraksts ir "Reklāma".

[42] Šīs sadaļas virsraksts ir "Informācija un reklāma".

[43] Direktīvas 43. apsvēruma formulējums ir šāds: "Visas dalībvalstis ir papildus pieņēmušas īpašus pasākumus attiecībā uz zāļu reklāmu. Šie pasākumi atšķiras. Šīs atšķirības var ietekmēt iekšējā tirgus darbību, jo vienā dalībvalstī izplatītā reklāma var atstāt ietekmi citās dalībvalstīs."

[44] Šajā ziņā skat. manus (papildu) secinājumus lietā EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2022:450, 40. punkts).

[45] Skat. manus secinājumus lietā EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2021:993, 71. punkts) un manus (papildu) secinājumus lietā EUROAPTIEKA (C-530/20, EU:C:2022:450, 29. punkts).

[46] Direktīvas 2001/83 1. panta 16. punktā "zāļu ļaunprātīga izmantošana" ir definēta kā pastāvīga vai vienreizēja, apzināta, pārmērīga zāļu lietošana, kas izraisa kaitīgu fizisku vai psiholoģisku iedarbību.

63. Ierosinot pretējo, kā to tiesas sēdes laikā darīja *Apothekerkammer Nordrhein*, proti, ka pacienti varētu pārliecināt ārstus parakstīt viņiem konkrētas zāles vai lielākus konkrētu zāļu daudzumus, ne tikai tiek apvērsti standarta pieņēmumi, kas ir visu aplūkojamo Savienības un valstu tiesību aktu pamatā (ārsti kā eksperti paraksta zāles, bet pacienti ir burtiski to saņēmēji), bet arī tiek mēģināts mest sliktu gaismu uz citiem: liekot domāt, ka alkatīgu, parasti ārvalstu, aptieku, kas nodarbojas ar tirdzniecību pa pastu, uzkurināti, it kā vārie pacienti pārliecina negodīgus ārstus parakstīt pārmērīgu zāļu daudzumu. Šajā sakarā varam arī paļauties uz Tiesas iepriekšējiem konstatējumiem, kad tā ir nolēmusi šādi[47]: "Protams, nevar izslēgt, ka informēta pacienta pieprasījuma rezultātā ārsts paraksta citas zāles, nevis tās, kurām viņš sākotnēji būtu devis priekšroku, un ka tādējādi faktoloģiskā informācija sekmē, kaut arī tikai nedaudz, pārdošanas apjoma palielināšanos. Tomēr šāda iespējamība nav pietiekama, lai atzītu, ka zāļu ražotājam ir reklāmas nolūks. Turklāt principā tā nerada īpašas briesmas pacienta veselībai, ja ārsts uzskata, ka ir iespējams parakstīt vienas vai otras zāles, un neapdraud objektivitāti, kuru, kā atgādināts Direktīvas 2001/83 50. apsvērumā, ārstam ir pienākums ievērot, parakstot zāles attiecīgajam pacientam. Ārstam, kurš paraksta zāles, ir pienākums, ņemot vērā profesionālo ētiku, neparakstīt attiecīgās zāles, ja tās neatbilst viņa pacienta terapeitiskas ārstēšanas vajadzībām"[48].

64. Visbeidzot, iepriekš izklāstītā argumentācija atspoguļo principus, kas iedibināti Eiropas Savienības Pamattiesību hartas (turpmāk tekstā – "Harta") 16. pantā, kurā ir atzīta darījumdarbības brīvība. Ir tikai dabiski, ka aptieka cenšas reklamēt savu darījumdarbību, nevis mudināt savus klientus patērēt zāles. Direktīva 2001/83 principā reglamentē tikai pēdējo minēto aspektu. Hartas 16. pants, manuprāt, prasa direktīvu interpretēt kā izklāstīts iepriekš, lai faktiski netiktu izslēgts pirmais minētais, proti, aptiekas reklamēšanas pasākumu aspekts.

3. Secinājumi

65. Atlaižu kampaņu galvenais mērķis ir mudināt pacientus kā savu izvēlēties *DocMorris*, nevis citu aptieku. To mērķis nav mudināt pacientus lietot vairāk zāļu, nekā tie citos gadījumos būtu lietojuši. Drīzāk ārvalstu aptieka mēģina ienākt Vācijas tirgū, radot stabilu pasūtījumu plūsmu, – tā kā pacienti, kas lieto recepšu zāles, bieži slimo ar hroniskām un varbūt neārstējamām slimībām, viņi no šādām zālēm ir atkarīgi ilgu laiku. Aptiekas, protams, vēlas iekļūt šajā ienesīgajā tirgū, kur viena recepte bieži vien ir daļa no lielākas "parakstīšanas".

66. Attiecīgi mana ierosinātā atbilde uz pirmo jautājumu ir tāda, ka aptiekas atlaižu kampaņas, kurās, iegādājoties recepšu zāles, klientiem tiek piedāvāts tūlītējs ieguvums cenas atlaides veidā, kupons par noteiktu naudas summu vai procentuāla atlaide vēlākai citu produktu (bezrecepšu zāļu un nemedicīnisku vai skaistumkopšanas produktu) iegādei, nav "zāļu reklāma" Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkta izpratnē.

[47] Fakts, ka šie konstatējumi tika izdarīti saistībā ar konkrētu zāļu reklāmu, nevis reklāmu plašai sabiedrībai, liek domāt, ka tie *a fortiori* ir piemērojami šajā lietā.

[48] Skat. spriedumu, 2011. gada 5. maijs, *MSD Sharp & Dohme* (C-316/09, EU:C:2011:275, 37. punkts un tajā minētā judikatūra).

B. Citi apsvērumi

67. Tā kā jau ierosināju atbildi uz pirmo jautājumu, vairs nav nepieciešams izskatīt otro un trešo jautājumu. Tomēr pilnīguma labad tos tomēr izskatīšu. Pirms tam vēlos uzsvērt, ka gadījumā, ja Direktīvas 2001/83 noteikumi nav piemērojami, iesniedzējtiesai būs jāņem vērā Līgums par Eiropas Savienības darbību, it īpaši tajā iedibinātās pamatbrīvības [49].

68. Reklāmas aizliegums, kāds tas ir pamatlietā, ir pasākums, kas ir līdzvērtīgs kvantitatīvam ierobežojumam saskaņā ar LESD 34. pantu. Būtiski, ka, tāpat kā spriedumā *Deutsche Parkinson Vereinigung* un atšķirībā no sprieduma *DocMorris*, attiecīgā reklāma šajā lietā nav tirdzniecības režīms, jo minētais aizliegums kavē citās dalībvalstīs likumīgi tirgotu zāļu piekļuvi Vācijas tirgum. Turklāt, balstoties uz spriedumu *Deutsche Parkinson Vereinigung*, šeit nav vietas pamatojumam.

C. Par otro un trešo jautājumu

69. Kā norādīts iepriekš, turpmākais novērtējums ir veikts, ņemot vērā iespēju, ka Tiesa attiecībā uz pirmo jautājumu varētu nonākt pie secinājuma, kas atšķiras no šajos secinājumos ierosinātā.

70. Ar otro un trešo jautājumu, kas būtu jāskata kopā, iesniedzējtiesa būtībā vēlas noskaidrot, vai Direktīvas 2001/83 VIII sadaļas noteikumi un it īpaši 87. panta 3. punkts nepieļauj aptiekām izmantot atlaižu kampaņas, kurās, iegādājoties recepšu zāles, klientiem tiek piedāvāts vai nu tūlītējs ieguvums cenas atlaides veidā, vai arī kupons par noteiktu naudas summu, vai procentuāla atlaide vēlākai citu produktu (bezrecepšu zāļu un nemedicīnisku vai skaistumkopšanas produktu) iegādei.

71. Lai atbildētu uz šo jautājumu, jāsniedz šādi apsvērumi.

72. Pirmkārt, tiklīdz ir piemērojama Direktīva 2001/83, ir piemērojams tās 88. panta 1. punkta a) apakšpunkts, saskaņā ar kuru ir aizliegta tādu zāļu reklāma, kas pieejamas tikai ar ārsta recepti.

73. Otrkārt, attiecīgā *reklāma* attiecas vienīgi uz tādu zāļu iegādi, kas pieejamas tikai ar ārsta recepti. Tieši šīs iegādes brīdī kļūst piemērojamas gan tūlītējās, gan turpmākās atlaides. Tātad abi atlaižu veidi būtu aizliegti ar Direktīvas 2001/83 88. panta 1. punkta a) apakšpunktu.

74. Treškārt, vēlos norādīt, ka pati iesniedzējtiesa pauž šaubas par Direktīvas 2001/83 88. panta 1. punkta a) apakšpunkta piemērošanu pamatlietā [50]. Manuprāt, ja tiek atzīts, ka ir piemērojama direktīva, šādas šaubas nav aktuālas. Tās drīzāk pierāda, ka, kā detalizēti izklāstīts pirmā jautājuma analīzē, tādi gadījumi kā pamatlietā aplūkotie neietilpst Direktīvas 2001/83 piemērošanas jomā.

75. Tādēļ mana ierosinātā atbilde uz otro un trešo jautājumu ir tāda, ka Direktīvas 2001/83 88. panta 1. punkta a) apakšpunkts jāinterpretē tādējādi, ka tas nepieļauj aptiekām rīkot atlaižu kampaņas, kurās, iegādājoties recepšu zāles, klientiem tiek piedāvāts tūlītējs ieguvums cenas atlaides veidā, kupons par noteiktu naudas summu vai procentuāla atlaide vēlākai citu produktu (bezrecepšu zāļu un nemedicīnisku vai skaistumkopšanas produktu) iegādei.

[49] Ja vien valsts tiesa, kas izskata lietas faktus, neatzīst, ka attiecīgā komercprakse galvenokārt tiek veikta tiešsaistē, bet fiziska reklāma ir tikai papildinošs elements. Šādā situācijā valsts tiesai ir pienācīgi jāņem vērā spriedums, 2020. gada 1. oktobris, A (Zāļu reklāma un tirdzniecība tiešsaistē) (C-649/18, EU:C:2020:764), un jāpārbauda Direktīvas 2000/31 iespējamā piemērošana.

[50] Skat. lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu 66. un nākamos punktus.

V. Secinājumi

76. Ņemot vērā iepriekš izklāstītos apsvērumus, ierosinu Tiesai uz *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) uzdoto prejudiciālo jautājumu atbildēt šādi:

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2001/83/EK (2001. gada 6. novembris) par Kopienas kodeksu, kas attiecas uz cilvēkiem paredzētām zālēm, 86. panta 1. punkts

jāinterpretē tādējādi, ka

aptiekas atlaižu kampaņas, kurās, iegādājoties recepšu zāles, klientiem tiek piedāvāts tūlītējs ieguvums cenas atlaides veidā, kupons par noteiktu naudas summu vai procentuāla atlaide vēlākai citu produktu (bezrecepšu zāļu un nemedicīnisku vai skaistumkopšanas produktu) iegādei, nav "zāļu reklāma" minētās tiesību normas izpratnē.