

Věc C-190/20

Žádost o rozhodnutí o předběžné otázce

Datum doručení:

5. května 2020

Předkládající soud:

Bundesgerichtshof (Německo)

Datum předkládacího rozhodnutí:

20. února 2020

Žalovaná a navrhovatelka v řízení o opravném prostředku „Revision“:

DocMorris N.V.

Žalobkyně a odpůrkyně v řízení o opravném prostředku „Revision“:

Apothekerkammer Nordrhein

BUNDESGERICHTSHOF (Spolkový soudní dvůr, Německo)

USNESENÍ

[*omissis*]

ve věci

DocMorris N.V., [*omissis*] Nizozemsko,

žalované a navrhovatelky v řízení o opravném prostředku
„Revision“,

[*omissis*]

proti

Apothekerkammer Nordrhein, [*omissis*] Düsseldorf,

žalobkyni a odpůrkyni v řízení o opravném prostředku
„Revision“,

[omissis]

Rozhodl první občanskoprávní senát Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr)
[omissis]

takto:

- I. Řízení se přerušuje.
- II. Soudnímu dvoru Evropské unie se za účelem výkladu směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/83/ES ze dne 6. listopadu 2001 o kodexu Společenství týkajícím se humánních léčivých přípravků (Úř. věst. 2001, L 311, s. 67; Zvl. vyd. 13/27, s. 69), naposledy pozměněné nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/1243 ze dne 20. června 2019, kterým se řada právních aktů stanovujících použití regulativního postupu s kontrolou přizpůsobuje článkům 290 a 291 Smlouvy o fungování Evropské unie (Úř. věst. 2019, L 198, s. 241), předkládá následující otázka:

Je s ustanoveními hlavy VIII a zejména s čl. 87 odst. 3 směrnice 2001/83/ES slučitelné, je-li vnitrostátní ustanovení (v projednávané věci § 7 odst. 1 první věta Heilmittelwerbegesetz (zákon o reklamě v oblasti léčiv, dále jen „HWG“) vykládáno v tom smyslu, že zasilatelská lékárna usazená v jiném členském státě nesmí získávat zákazníky vyhlášením výherní soutěže, pokud je účast na výherní soutěži spojena s předložením receptu na humánní léčivý přípravek vydávaný na předpis, vyhlášená výhra není léčivý přípravek, nýbrž jiný předmět (v projednávané věci elektro-kolo v hodnotě 2500 eur a elektrické kartáčky na zuby), a pokud není třeba se obávat, že je tím podporováno neúčelné nebo nadměrné používání léčivých přípravků.

Odůvodnění:

- 1 A. Žalobkyně je profesním zastoupením lékárníků v okrese Nordrhein. Mezi její úkoly patří dohled nad dodržováním profesních povinností lékárníků. Žalovaná je zasilatelská lékárna se sídlem v Nizozemsku, která zákazníkům v Německu dodává léčivé přípravky vydávané na lékařský předpis.
- 2 V březnu 2015 žalovaná v rámci celého Německa s pomocí letáku propagovala „velkou výherní soutěž“, jejíž hlavní cenou byl poukaz na elektrokolo v hodnotě 2.500 € a druhou až desátou cenou elektrický zubní kartáček. Podmínkou účasti na losování bylo zaslání receptu.
- 3 Žalobkyně má za to, že tato reklama je v rozporu s pravidly hospodářské soutěže. Žalovanou bez úspěchu upomenula dopisem advokáta ze dne 1. dubna 2015.
- 4 Žalobkyně ve své žalobě navrhla, aby žalované bylo pod hrozbou níže uvedených pořádkových opatření uloženo zdržet se propagace výherní soutěže mezi koncovými spotřebiteli v Německu, která je vázána na zaslání receptu, děje-li se tak následovně:

- 11 [omissis]
- 12 II. Bez odpovědi na předběžnou otázku nelze s konečnou platností posoudit, zda žalobkyni přísluší nárok na zdržení se z důvodu porušení § 7 odst. 1 první věty HWG, který uplatňuje vůči žalované.
- 13 1. Podle ustanovení § 7 odst. 1 první části první věty HWG není přípustné nabízet, oznamovat nebo poskytovat nebo jako příslušník odborných kruhů přijímat odměny nebo jiné reklamní dárky (zboží nebo služby), ledaže by se jednalo o jednu z výjimek upravených v ustanovení § 7 odst. 1 druhé části první věty HWG. Ze zákazu stanoveného v § 7 odst. 1 první části první věty HWG jsou vyjmuty odměny nebo reklamní dárky, u nichž se jedná o drobnosti zanedbatelné hodnoty (§ 7 odst. 1 druhá polovina první věty bod 1 HWG) nebo které jsou poskytovány určitou nebo určitým způsobem vypočtenou peněžitou částkou (§ 7 odst. 1 druhá polovina první věty bod 2 písm. a) HWG). V případě obou výjimek jsou však takové odměny nebo reklamní dárky za léčivé přípravky i nadále nepřipustné, jestliže jsou poskytovány v rozporu s cenovými předpisy platnými na základě Arzneimittelgesetz (zákon o léčivých přípravcích). Cílem obecného zákazu reklamních dáreků, který upravuje ustanovení § 7 odst. 1 první větě HWG, je rozsáhlým omezením reklamy spojené s vyhlídkou mimořádného zvýhodnění v oblasti léčivých přípravků předcházet abstraktnímu nebezpečí, že spotřebitelé budou při rozhodování, zda a případně jaké léčivé přípravky použijí, neobjektivním způsobem ovlivněni vyhlídkou na reklamní dárky [omissis].
- 14 2. Odvolací soud správně vycházel z toho, že na projednávanou věc lze uplatnit ustanovení § 7 odst. 1 první věty HWG. [dále vyloženo] [omissis]
- 15 3. Odvolací soud se právem domníval, že se dotčená reklama žalované s možností účasti na výherní soutěži při předložení receptu vztahuje k produktu a proto zásadně podléhá ustanovením HWG.
- 16 a) Ne každá reklama na léčivý přípravek ve smyslu § 1 odst. 1 bodu 1 HWG podléhá ustanovením tohoto zákona. Do oblasti působnosti tohoto zákona je zahrnuta pouze reklama týkající se produktu (reklama na produkt a jeho prodej), nikoliv obecná firemní reklama (reklama podniku a jeho image), která bez odkazu na konkrétní léčivé přípravky obecně propaguje renomé a výkony podniku. Odpověď na otázku, která je rozhodující pro použití HWG, zda je dotčená reklama prodejní reklamou nebo reklamou propagující podnik, závisí rozhodující měrou na tom, zda z celkového charakteru reklamy vyplývá, že je zaměřena na prezentaci podniku nebo na propagaci konkrétních nebo alespoň individuálně rozlišitelných produktů [omissis]. Také reklama na celý sortiment zboží lékárny může být reklamou vztahující se k produktu [omissis]. Neexistuje žádný přesvědčivý důvod se domnívat, že se jedná o reklamu spojenou s vyhlídkou mimořádného zvýhodnění, kterou zákonodárce v oblasti reklamy na léčivé přípravky považuje za zásadně nežádoucí pobídku, v případě, že je tento druh reklamy používán pro mimořádně velký počet léčivých přípravků [omissis].

- 17 b) Ustanovení směrnice 2001/83/ES nebrání domněnce, že ustanovení HWG týkající se reklamy na léčivé přípravky se vztahují i na reklamu na celý sortiment zboží lékárny.
- 18 aa) Ustanovení HWG týkající se reklamy na léčivé přípravky musí být s ohledem na ustanovení směrnice 2001/83/ES vykládány v souladu s unijním právem. Tato směrnice provedla úplnou harmonizaci reklamy na léčivé přípravky (rozsudek Soudního dvora ze dne 8. listopadu 2007, C-374/05, Slg. 2007, I-9517 = GRUR 2008, 267 body 20 až 39, Gintec [omissis]).
- 19 bb) Z ustanovení směrnice 2001/83/ES týkající se reklamy (hlava VIII a VIIIa, články 86 až 100) nevyplývá, že se týkají pouze reklamy na jednotlivé léčivé přípravky.
- 20 (1) Podle ustanovení čl. 86 odst. 1 směrnice 2001/83 se pojmem „reklama na léčivé přípravky“ rozumí všechny formy informování, průzkumu nebo pobídek, které mají za účel podpořit předepisování, výdej, prodej nebo spotřebu léčivých přípravků. Pojem „reklama na léčivé přípravky“ zahrnuje podle první odrážky čl. 86 odst. 1 směrnice 2001/83/ES zejména zde dotčenou reklamu na léčivé přípravky určenou široké veřejnosti. Jak vyplývá ze znění uvedeného ustanovení, zejména ze slova „všechny“, vycházel unijní normotvůrce z velmi širokého pojmu reklamy na léčivé přípravky (rozsudek Soudního dvora ze dne 5. května 2011, C-316/09, Slg. 2011, I-3249 = GRUR 2011, 1160 bod 29, MSD Sharp & Dohme).
- 21 (2) Směrnice 2001/83/ES obsahuje v čl. 88 odst. 1 až 4 ustanovení týkající se reklamy na celé skupiny léčivých přípravků určené široké veřejnosti. Skutečnost, že se směrnice 2001/83/ES vztahuje pouze na reklamu určenou široké veřejnosti na jednotlivé léčivé přípravky, nevyplývá z okolnosti, že články 89 a 90 směrnice 2001/83/ES hovoří o „reklamě určené široké veřejnosti“; zde se totiž pouze stanoví, jaké bližší údaje musí být u reklamy týkající se určitého léčivého přípravku o tomto přípravku uvedeny a jaké údaje nejsou povoleny. Ostatní ustanovení - čl. 86 odst. 1 a čl. 88 odst. 1 až 3 směrnice 2001/83/ES - hovoří o „reklamě na léčivé přípravky“ a „reklamě určené široké veřejnosti na léčivé přípravky“. Směrnice se tedy vztahuje také na reklamu na léčivé přípravky obecně a nikoliv jen na reklamu týkající se určitých léčivých přípravků [omissis].
- 22 c) Z toho vyplývá, že reklama dotčená v projednávané věci, má potřebný vztah k produktu. Slibované zvýhodnění v podobě účasti na výherní soutěži žalované není propagací služeb jí provozované zasilatelské lékárny ani příspěvkem poskytovaným z jiných důvodů vztahujících se k firmě. Podle konkrétního porušujícího jednání, které je uvedeno v žalobním návrhu, je účast na výherní soutěži spojena se zasláním receptu. Reklama se tak týká léčivých přípravků vydávaných na předpis, které mohou být vydány pouze na základě receptu, tudíž se zjevně jedná o reklamu vztahující se k produktu.

- 23 4. Odvolací soud se správně domníval, že v projednávané věci představuje možnost účasti na výherní soutěži poskytovaná žalovanou reklamní dárek ve smyslu § 7 odst. 1 první věty HWG. [dále vyloženo]
- 24 [omissis]
- 25 [omissis]
- 26 5. Odvolací soud, aniž by se dopustil nesprávného právního posouzení, správně vycházel z toho, že se nejedná o žádnou z výjimek upravenou v ustanovení § 7 odst. 1 druhé části první věty HWG. [dále vyloženo]
- 27 [omissis]
- 28 [omissis]
- 29 6. Sporné však je, zda reklama žalované neobjektivně ovlivňuje její zákazníky.
- 30 a) Odvolací soud byl toho názoru, že propagace možné účasti na výherní soutěži v případě předložení receptu odůvodňuje abstraktní nebezpečí neobjektivního ovlivnění adresátů reklamy. Nelze vyloučit, že pacient, který potřebuje léčivý přípravek vydávaný na předpis a od svého lékaře takovýto předpis obdržel, se rozhodne využít tento recept v zasilatelské lékárně žalované, aniž by zvažoval, že zakoupení léčivého přípravku v tradiční lékárně více odpovídá jeho osobním potřebám. Zasilatelské lékárny mohou poskytovat poradenství pouze telefonicky a na výslovnou žádost. Pro zákazníka by mohlo být důležité, pokud by se mu při využití receptu dostalo i bez vyžádání rady, například ohledně vzájemných účinků s jinými léky. K tomu mají lékárníci potřebné vzdělání. Rozhodnutí mezi využitím tradiční lékárny a zasilatelské lékárny, které musí zákazník učinit, je tedy relevantní pro jeho zdraví. Toto rozhodnutí je dotčeno reklamou na výherní soutěž neobjektivně ovlivněno.
- 31 b) Skutečnost, že účast na výherní soutěži je výhodou, která má peněžitou hodnotu, sama o sobě neodůvodňuje zákaz této vytýkané reklamy z důvodu neobjektivního ovlivňování potenciálních zákazníků.
- 32 aa) Soudní dvůr Evropské unie ve svém rozsudku Deutsche Parkinson Vereinigung (rozsudek ze dne 19. října 2016, C-148/15, GRUR 2016, 1312 [omissis]) sice také vycházel z toho, že tradiční lékárny jsou v zásadě lépe připraveny než zásilkové lékárny na poskytování individuálních rad pacientům prostřednictvím zaměstnanců lékárny a na zajištění nákupu léčivých přípravků v naléhavých případech, že zásilkové lékárny v důsledku jejich omezené nabídky služeb nemohou vhodným způsobem nahradit takové služby. S ohledem na tuto okolnost ale měl za to, že cenová soutěž představuje pro zásilkové lékárny se sídlem v jiném členském státě důležitější parametr hospodářské soutěže než pro tradiční lékárny v Německu, přičemž tato cenová soutěž podmiňuje možnost zahraničních zasilacích lékáren přímo vstoupit na německý trh a zůstat na něm konkurenceschopnými (Soudní dvůr EU, GRUR 2016, 1312 bod 24, Deutsche

Parkinson Vereinigung). Soudní dvůr Evropské unie proto rozhodl, že stanovení jednotných prodejních cen zakotvené v německém právu pro léčivé přípravky vydávané na lékařský předpis představuje opatření s účinkem rovnocenným množstevnímu omezení dovozu ve smyslu článku 34 SFEU, jelikož jsou touto právní úpravou více dotčeny lékárny usazené v jiném členském státě než lékárny usazené na německém území a je tím více omezen přístup na trh výrobků z jiných členských států než tuzemských výrobků (Soudní dvůr EU, GRUR 2016, 1312 bod 26 a násl., Deutsche Parkinson Vereinigung). Krom toho měl Soudní dvůr za to, že německá právní úprava cen léčivých přípravků, která stanoví jednotné ceny pro prodej humánních léčivých přípravků, nemůže být odůvodněna důvody ochrany zdraví a života lidí ve smyslu článku 36 SFEU, jelikož tato právní úprava není s to zajistit dosažení sledovaných cílů (Soudní dvůr EU, GRUR 2016, 1312 bod 46, Deutsche Parkinson Vereinigung).

- 33 bb) Z těchto úvah Soudního dvora Evropské unie v rozsudku „Deutsche Parkinson Vereinigung“ vyplývá, že zasilatelským lékárnám usazeným v jiných členských státech Evropské unie v zásadě nelze zakazovat, aby omezení svých služeb spočívající v nemožnosti poskytovat individuální poradenství pacientům na místě vyrovnávaly cenovou soutěží s tradičními lékárnami v dotčeném členském státě. O takovouto cenovou soutěž se v projednávané věci jedná.
- 34 (1) V Německu sice z důvodu rámcových právních podmínek při výdeji léčivých přípravků vydávaných na předpis - nezávisle na regulaci cen i nadále platné pro tuto skupinu léčivých přípravků - neprobíhá mezi lékárnami cenová soutěž o zákazníka srovnatelná s jinými skupinami zboží. V Německu je na základě ustanovení § 5 odst. 1 Sozialgesetzbuch V (sociální zákoník V, dále jen „SGB V“) uzákoněno povinné zdravotní pojištění. Každý musí mít zákonné nebo soukromé pojištění. Důsledkem této obecné povinnosti pojištění je, že v případě předepsání léčivého přípravku lékařem nehradí náklady na odběr tohoto přípravku pacient, nýbrž zdravotní pojišťovna, u níž je pacient pojištěn. Pacienti se zákonným pojištěním musí v případě odběru léčivých přípravků vydávaných na lékařský předpis uhradit doplatek za balení léčivého přípravku ve výši maximálně deset eur a minimálně pět eur, který odvolací soud označuje jako „poplatek za recept“ (§ 61 první věta SGB V).
- 35 (2) Hospodářská soutěž o zákazníky v Německu při prodeji léčivých přípravků vydávaných na předpis je zasilatelskými lékárnami usazenými v jiném členském státě Evropské unie zpravidla vedena nikoliv prostřednictvím cen léčivých přípravků, které jsou nižší než ceny německých lékáren, nýbrž reklamou s odměnami pro zákazníky, které mají peněžitou hodnotu. Tyto odměny mají zákazníky v Německu přimět k tomu, aby své recepty využili nikoliv v tradiční lékárně, nýbrž v zahraniční zasilatelské lékárně. Reklamy nabízejí například bonus ve výši poloviny zákonného doplatku u pojištěnců se zákonným pojištěním [omissis], bonus při první objednávce [omissis], bonus ve výši maximálně 15 eur závislý na ceně léčivého přípravku [omissis], peněžitou prémie ve výši 15 eur jako náhradu výdajů vynaložených při součinnosti na zajištění kvality [omissis],

odměnu za součinnost zákazníka při kontrole léčivých přípravků [*omissis*] nebo prémii za získání nového zákazníka [*omissis*].

- 36 (3) Tak je tomu i v projednávané věci. Žalovaná neoslovuje pacienty v Německu cenami léčivých přípravků výhodnějšími, než jsou ceny německých lékáren, nýbrž jinou výhodou poskytovanou pacientovi, která má peněžitou hodnotu.
- 37 c) Vystává však otázka, zda jsou omezení stanovená v § 7 odst. 1 první větě HWG pro reklamu prostřednictvím výhod, které mají peněžitou hodnotu, v projednávané věci pro účely směrnice 2001/83/ES a jejích článků 86 až 90, zejména čl. 87 odst. 3, odůvodněná. To je podstatou předběžné otázky. Podle názoru senátu hovoří mnohé pro to, že reklamu šancemi na výhru závislými na náhodě při prodeji léčivých přípravků vydávaných na lékařský předpis je nutno považovat za neobjektivní ovlivňování oslovených potenciálních pacientů žalované a z tohoto důvodu musí být dotčená reklama zakázána.
- 38 aa) Nelze se domnívat, že zákaz reklamy prostřednictvím odměn, které mají peněžitou hodnotu, na léčivé přípravky vydávané na lékařský předpis je odůvodněný již jen na základě ustanovení čl. 88 odst. 1 písm. a) směrnice 2001/83/ES, které - v souladu s bodem 44 odůvodnění této směrnice - členským státům ukládá zakázat reklamu určenou široké veřejnosti na léčivé přípravky vydávané na lékařský předpis.
- 39 Ačkoliv reklama určená široké veřejnosti, která má - jako v projednávané věci - obecně podpořit prodej léčivých přípravků vydávaných na předpis poskytnutím výhod, které mají peněžitou hodnotu, představuje reklamu určenou veřejnosti na léčivé přípravky ve smyslu čl. 86 odst. 1 první odrážky, nejedná se přitom podle názoru senátu o obecně zakázanou reklamu určenou široké veřejnosti na léčivé přípravky vydávané na předpis ve smyslu čl. 88 odst. 1 písm. a) směrnice 2001/83/ES.
- 40 Článek 88 odst. 1 směrnice 2001/83/ES má v zájmu ochrany zdraví zamezit tomu, aby byly reklamou v široké veřejnosti vytvářeny pobídky k tomu, že pacienti budou svého lékaře žádat, aby jim předepsal léčivý přípravek vydávaný na lékařský předpis. Účelem cenové reklamy nebo propagace jinými výhodami, které mají peněžitou hodnotu, na léčivé přípravky vydávané na lékařský předpis naopak je, aby se pacient při odběru léčivého přípravku, který mu již byl předepsán, rozhodl pro určitou lékárnu. Cenová reklama při prodeji léčivých přípravků vydávaných na lékařský předpis je součástí hospodářské soutěže a nespadá do působnosti čl. 88 odst. 1 směrnice 2001/83/ES.
- 41 bb) Pripadá ovšem v úvahu, že propagace možnou účastí na výherní soutěži mezi širokou veřejností při prodeji léčivých přípravků vydávaných na lékařský předpis je v rozporu s účelem směrnice 2001/83/ES a ustanoveními jejích článků 86 až 90, zejména čl. 87, odst. 3.
- 42 (1) Směrnice 2001/83/ES zakazuje ve svém článku 94 odst. 1 propagaci léčivých přípravků dary a peněžitými výhodami nebo věcným prospěchem určeným

osobám způsobilým je předepisovat. Podle tohoto ustanovení je zakázáno dodávat, nabízet nebo přislibovat takovým osobám dary, peněžité výhody nebo věcný prospěch, ledaže mají zanedbatelnou hodnotu a význam pro lékařskou či lékárenskou praxi. Pro reklamu určenou široké veřejnosti na léčivé přípravky směrnice 2001/83/ES neobsahuje příslušnou úpravu. Článek 87 odst. 3 směrnice 2001/83/ES sice vyžaduje, aby reklama na léčivé přípravky podporovala účelné používání léčivého přípravku tím, že ho představuje objektivně a bez přehánění jeho vlastností, a aby nebyla klamavá. Směrnice 2001/83/ES však neobsahuje žádná ustanovení o reklamě na léčivé přípravky, která propaguje možnost účasti na losování.

- 43 (2) Soudní dvůr Evropské unie považoval reklamu pro širokou veřejnost formou losování na léčivý přípravek vydávaný bez lékařského receptu za obtížně přijatelný s odůvodněním, že podle bodu 45 odůvodnění a čl. 87 odst. 3 směrnice 2001/83/ES je nezbytné zabránit jakékoliv přehnané nebo neuvážené reklamě, která by mohla mít vliv na veřejné zdraví (Soudní dvůr EU, GRUR 2008, 267 bod 55, Gintec). Reklama na léčivý přípravek ve formě losování podporuje neúčelné a přehnané používání tohoto léčivého přípravku, kdy tento léčivý přípravek prezentuje jako cenu nebo dárek, čímž odvrací spotřebitele od objektivního hodnocení nutnosti brát uvedený léčivý přípravek (Soudní dvůr EU, GRUR 2008, 267 bod 56, Gintec).
- 44 (3) Na základě rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie „Gintec“ nelze bez vší pochybnosti odpovědět na otázku, zda je zákaz dotčené reklamy s výherní soutěží v souladu se směrnicí 2001/83/ES, neboť skutkové okolnosti tohoto rozhodnutí byly jiné. V projednávané věci není propagován konkrétní, volně prodejný léčivý přípravek. Reklama se spíše obecně týká léčivých přípravků vydávaných na lékařský předpis. Bod 45 odůvodnění směrnice 2001/83/ES, který Soudní dvůr Evropské unie použil při výkladu, se týká pouze reklamy určené široké veřejnosti na léčivé přípravky, které lze vydávat bez lékařského předpisu. Na rozdíl od věci „Gintec“ navíc výhra nespočívá v léčivém přípravku samotném, nýbrž v elektrokole a elektrických zubních kartáčcích. Podle zjištění odvolacího soudu se navíc v projednávané věci není nutno obávat, že bude podporováno neúčelné a nadměrné používání léčivých přípravků.
- 45 cc) Podle zjištění odvolacího soudu jsou však pacienti, jimž byl předepsán léčivý přípravek vydávaný na lékařský předpis, dotčenou reklamou s výherní soutěží sváděni k tomu, aby se vzdali rady, která je objektivně v jejich zájmu a která jim může být bez vyzvání a obsáhle poskytnuta v tradiční lékárně. V případě, že léčivý přípravek předepsal lékař, lze sice vycházet z toho, že pacientovi ohledně tohoto léčivého přípravku poskytl rady a zejména jej poučil o rizicích a vedlejších účincích předepsaného léčivého přípravku. To však neznamená, že poskytnutí rady lékárníkem bez vyzvání je v každém případě zbytečné. Lékárník musí podle § 20 odst. 2 Apothekenbetriebsordnung (nařízení o provozu lékáren) při vydávání léčivých přípravků pacientovi dotazem zjistit, do jaké míry případně potřebuje další informace a radu a takovou radu mu nabídnout. Vzdání se takové nabídky poskytnutí rady může být pro pacienta, jemuž byl předepsán léčivý přípravek

vydávány na lékařský předpis, z objektivního hlediska nerozumné, pokud po poradě s předepisujícím lékařem zůstávají nezodpovězené otázky. Rozhodnutí pacienta pro odběr léčivého přípravku vydávaného na lékařský předpis v tuzemské nebo zahraniční zasilatelské lékárně místo v tradiční lékárně, která může poskytnout objektivně potřebnou radu, by mělo podle názoru senátu spočívat na objektivních důvodech a nebýt ovlivňováno náhodnými pobídkami.

[*omissis*]

PRACOVNÍ DOKUMENT