



COMUNICATO STAMPA n. 23/25

Lussemburgo, 27 febbraio 2025

Sentenza della Corte nella causa C-517/23 | Apothekerkammer Nordrhein

Gli Stati membri possono autorizzare azioni pubblicitarie per l'acquisto di medicinali indeterminati soggetti a prescrizione medica sotto forma di sconti o di pagamenti di importo esatto

Gli Stati membri possono, peraltro, vietare azioni pubblicitarie per l'acquisto di tale tipo di medicinali quando esse offrono buoni per il successivo acquisto di medicinali non soggetti a prescrizione medica nonché di prodotti per la salute e la cura personale

La DocMorris, una farmacia olandese di vendita per corrispondenza, ha condotto dal 2012, a destinazione della clientela in Germania, diverse azioni pubblicitarie realizzate per l'acquisto di medicinali soggetti a prescrizione medica.

Si trattava, da un lato, di sconti e di pagamenti di importo esatto su medicinali indeterminati soggetti a prescrizione medica e, dall'altro, di un premio di importo compreso tra 2,50 e 20 euro che dava luogo a un pagamento, ma il cui importo esatto non era noto in anticipo. Peraltro, la DocMorris offriva, per l'acquisto di medicinali soggetti a prescrizione medica, buoni per il successivo acquisto di altri prodotti, vale a dire per medicinali non soggetti a prescrizione medica e prodotti per la salute e la cura personale.

Su richiesta dell'ordine dei farmacisti della Renania settentrionale, il Tribunale del Land, a Colonia, ha adottato alcuni provvedimenti provvisori che vietavano le azioni pubblicitarie condotte dalla DocMorris.

Tuttavia, poiché la maggior parte di tali provvedimenti provvisori è stata successivamente annullata ¹, la DocMorris chiede, dinanzi ai giudici tedeschi, un risarcimento di circa 18,5 milioni di euro all'ordine dei farmacisti. Secondo la DocMorris, i provvedimenti provvisori erano fin dall'inizio privi di giustificazione.

La Corte federale di giustizia tedesca ha interrogato la Corte di giustizia sulla questione se il diritto tedesco - che consentiva le azioni pubblicitarie mediante uno sconto e pagamenti di importo esatto, mentre vietava le altre azioni pubblicitarie - fosse conforme alla direttiva 2001/83 recante un codice comunitario relativo ai medicinali per uso umano ².

Procedendo ad un'armonizzazione completa nel settore della pubblicità dei medicinali, la direttiva prevede, da un lato, che gli Stati membri vietino la pubblicità presso il pubblico dei medicinali soggetti a prescrizione medica. Dall'altro lato, i medicinali non soggetti a prescrizione medica possono, fatte salve talune condizioni e restrizioni, essere oggetto di pubblicità presso il pubblico.

Tuttavia, qualsiasi azione pubblicitaria realizzata per medicinali indeterminati non rientra automaticamente nell'ambito di applicazione della direttiva. Per applicare quest'ultima occorre che tale azione sia intesa a promuovere la prescrizione medica, la fornitura, la vendita o il consumo di medicinali. Se ciò non avviene, allora la direttiva non si applica.

Al riguardo, la Corte constata che la direttiva non si applica nei confronti di **azioni pubblicitarie realizzate per**

l'acquisto di medicinali indeterminati, soggetti a prescrizione medica, sotto forma di sconti o di pagamenti di importo esatto o di un premio il cui importo esatto non era noto in anticipo. Tali azioni pubblicitarie riguardano in realtà unicamente la scelta della farmacia, e non promuovono il consumo di tali medicinali. Infatti, quando il paziente riceve una prescrizione medica, l'unica scelta che gli resta da compiere, per quanto riguarda il medicinale soggetto a prescrizione medica, è quella della farmacia presso la quale acquisterà tale medicinale.

La direttiva non osta quindi a che tali azioni pubblicitarie, qualora assumano la forma di una somma di denaro determinata o calcolabile in modo determinato, siano lecite nel diritto tedesco.

Ciò posto, sulla base di altre disposizioni del diritto dell'Unione, uno Stato membro può vietare, per motivi di protezione dei consumatori, come sembra avvenire in Germania, azioni pubblicitarie per l'acquisto di medicinali indeterminati soggetti a prescrizione medica che offrano un premio di cui il cliente non conosca in anticipo l'importo esatto ³. Infatti, **un simile divieto permette di evitare che i consumatori sopravvalutino l'importo del premio.**

Per quanto riguarda i buoni offerti per il successivo acquisto di medicinali non soggetti a prescrizione medica nonché di prodotti per la salute e la cura personale, la Corte ritiene che la direttiva sia applicabile, in quanto tali buoni promuovono il consumo di medicinali non soggetti a prescrizione medica.

Pertanto, secondo la Corte, **la direttiva non osta a un divieto, nel diritto nazionale, di questo tipo di azioni pubblicitarie.** Dato che il consumatore può scegliere tra l'acquisto di medicinali non soggetti a prescrizione medica e l'acquisto di altri prodotti, come i prodotti per la salute e la cura personale, **i buoni acquisto assimilano i medicinali non soggetti a prescrizione medica a tali altri prodotti, sviando così il consumatore dalla valutazione oggettiva della necessità di prendere detti medicinali.**

IMPORTANTE: Il rinvio pregiudiziale consente ai giudici degli Stati membri, nell'ambito di una controversia della quale sono investiti, di interpellare la Corte in merito all'interpretazione del diritto dell'Unione o alla validità di un atto dell'Unione. La Corte non risolve la controversia nazionale. Spetta al giudice nazionale risolvere la causa conformemente alla decisione della Corte. Tale decisione vincola egualmente gli altri giudici nazionali ai quali venga sottoposto un problema simile.

Documento non ufficiale ad uso degli organi d'informazione che non impegna la Corte di giustizia.

Il testo [integrale e, se del caso, la sintesi](#) della sentenza sono pubblicati sul sito CURIA il giorno della pronuncia.

Contatto stampa: Sofia Riesino ☎(+352) 4303 2088.

Immagini della pronuncia della sentenza sono disponibili su «[Europe by Satellite](#)» ☎(+32) 2 2964106.

Restate in contatto!



¹ In seguito alla sentenza della Corte del 19 ottobre 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung, [C-148/15](#) (v. anche il [comunicato stampa n. 113/16](#)).

² [Direttiva 2001/83/CE](#) del Parlamento europeo e del Consiglio, del 6 novembre 2001, recante un codice comunitario relativo ai medicinali per uso umano, come modificata dalla [direttiva 2011/62/UE](#) del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2011.

³ Rendendo più difficile per le farmacie stabilite in un altro Stato membro entrare in concorrenza sul prezzo con le farmacie tradizionali site in Germania, un siffatto divieto ostacola, quando l'azione pubblicitaria viene realizzata unicamente mediante supporti fisici, la libera circolazione delle merci (articolo 34 TFUE). Quando la pubblicità viene realizzata in maniera multiforme, sia attraverso il sito Internet della farmacia interessata sia mediante supporto fisico, e mira ad attirare i consumatori verso tale sito per l'acquisto di prodotti online, un siffatto divieto comporta una restrizione alla libera prestazione dei servizi della società dell'informazione ai sensi della [direttiva 2000/31/CE](#) sul commercio elettronico. Un tale ostacolo o una tale restrizione sono tuttavia giustificati dalla protezione dei consumatori.