



KOMUNIKAT PRASOWY nr 23/25

Luksemburg, 27 lutego 2025 r.

Wyrok Trybunału w sprawie C-517/23 | Apothekerkammer Nordrhein

Państwa członkowskie mogą zezwolić na akcje reklamowe związane z zakupem nieokreślonych produktów leczniczych wydawanych na receptę lekarską, polegające na oferowaniu obniżek cen lub płatności o dokładnej wysokości

Państwa członkowskie mogą ponadto zakazać akcji reklamowych związanych z zakupem tego rodzaju produktów leczniczych, gdy polegają one na oferowaniu bonów na późniejszy zakup produktów leczniczych wydawanych bez recepty lekarskiej, a także produktów zdrowotnych i pielęgnacyjnych

DocMorris, niderlandzka apteka zajmująca się sprzedażą wysyłkową, od 2012 r. prowadziła dla klientów w Niemczech różne akcje reklamowe realizowane w związku z zakupem produktów leczniczych wydawanych na receptę lekarską.

Polegały one na oferowaniu, po pierwsze, obniżek cen i płatności o dokładnej wysokości w odniesieniu do nieokreślonych produktów leczniczych wydawanych na receptę lekarską oraz, po drugie, gratyfikacji wynoszącej od 2,5 EUR do 20 EUR, która wiązała się z płatnością, lecz której dokładna wysokość nie była z góry znana. Co więcej, DocMorris oferowała w związku z zakupem produktów leczniczych wydawanych na receptę lekarską bony na późniejszy zakup innych produktów, a mianowicie produktów leczniczych wydawanych bez recepty lekarskiej oraz produktów zdrowotnych i pielęgnacyjnych.

Na wniosek izby aptekarskiej Nadrenii Północnej sąd krajowy w Kolonii przyjął środki tymczasowe zakazujące akcji reklamowych prowadzonych przez DocMorris.

Jednakże ze względu na to, że większość tych środków tymczasowych następnie uchylono¹, DocMorris zażądała przed sądami niemieckimi odszkodowania w wysokości około 18,5 mln EUR od izby aptekarskiej. Według DocMorris środki tymczasowe były od samego początku nieuzasadnione.

Niemiecki federalny trybunał sprawiedliwości zwrócił się do Trybunału Sprawiedliwości z pytaniem, czy prawo niemieckie, które zezwala na akcje reklamowe polegające na oferowaniu obniżek cen i płatności o dokładnej wysokości, a równolegle zakazuje pozostałych akcji reklamowych, jest zgodne z dyrektywą 2001/83 w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi².

Dokonując pełnej harmonizacji w dziedzinie reklamy produktów leczniczych, dyrektywa ta przewiduje z jednej strony, że państwa członkowskie zakazują reklamy produktów leczniczych wydawanych na receptę lekarską adresowanej do ogółu społeczeństwa. Z drugiej strony produkty lecznicze wydawane bez recepty lekarskiej mogą, z zastrzeżeniem pewnych warunków i ograniczeń, być przedmiotem reklamy adresowanej do ogółu społeczeństwa.

Jednakże nie wszystkie akcje reklamowe realizowane w związku z nieokreślonymi produktami leczniczymi są automatycznie objęte zakresem stosowania tej dyrektywy. Aby znajdowała ona zastosowanie, konieczne jest, by owe akcje służyły zachęceniu do przepisywania, dostarczania, sprzedaży lub konsumpcji produktów leczniczych. Jeżeli tak

nie jest, wówczas dyrektywa ta nie ma zastosowania.

W tym względzie Trybunał stwierdził, że wspomniana dyrektywa nie ma zastosowania do **akcji reklamowych realizowanych w związku z zakupem nieokreślonych produktów leczniczych wydawanych na receptę lekarską, polegających na oferowaniu obniżek cen lub płatności o dokładnej wysokości bądź gratyfikacji, której dokładna wysokość nie była z góry znana**. Te akcje reklamowe **dotyczą w rzeczywistości jedynie wyboru apteki i nie zachęcają do konsumpcji tych produktów leczniczych**. W przypadku bowiem gdy pacjent otrzymuje receptę lekarską, jedynym wyborem, jakiego musi dokonać w odniesieniu do produktu leczniczego wydawanego na taką receptę, jest wybór apteki, w której zakupi ów produkt leczniczy.

Dyrektywa ta nie stoi zatem na przeszkodzie uznaniu takich akcji reklamowych, w przypadku gdy polegają one na oferowaniu określonej lub wyliczanej w określony sposób kwoty pieniężnej, za zgodne z prawem niemieckim.

Niemniej na podstawie innych przepisów prawa Unii państwo członkowskie może zakazać, ze względu na ochronę konsumentów, jak wydaje się to mieć miejsce w Niemczech, akcji reklamowych związanych z zakupem nieokreślonych produktów leczniczych wydawanych na receptę lekarską, polegających na oferowaniu gratyfikacji, której dokładnej wysokości klient nie będzie znał z góry³. Taki zakaz pozwala bowiem na zapobiegnięcie przeszacowaniu przez konsumentów wysokości gratyfikacji.

W odniesieniu do bonów na późniejszy zakup produktów leczniczych wydawanych bez recepty lekarskiej oraz produktów zdrowotnych i pielęgnacyjnych Trybunał uznał, że wspomniana dyrektywa ma zastosowanie w zakresie, w jakim bony te **zachęcają do konsumpcji produktów leczniczych wydawanych bez recepty lekarskiej**.

W związku z tym, w ocenie Trybunału, **dyrektywa ta nie stoi na przeszkodzie** przewidzianemu w prawie krajowym **zakazowi takich akcji reklamowych**. Zważywszy, że konsument może dokonać wyboru między zakupem produktów leczniczych wydawanych bez recepty lekarskiej a zakupem innych produktów, takich jak produkty zdrowotne i pielęgnacyjne, **bony zakupowe zrównują** produkty lecznicze wydawane bez recepty lekarskiej z tymi pozostałymi produktami, **odwodząc** w ten sposób **konsumenta od obiektywnej oceny konieczności zażywania tych produktów leczniczych**.

UWAGA: Odesłanie prejudycjalne pozwala sądom państw członkowskich, w ramach rozpatrywanego przez nie sporu, zwrócić się do Trybunału z pytaniem o wykładnię prawa Unii lub o ocenę ważności aktu Unii. Trybunał nie rozpoznaje sporu krajowego. Do sądu krajowego należy rozstrzygnięcie sprawy zgodnie z orzeczeniem Trybunału. Orzeczenie to wiąże w ten sam sposób inne sądy krajowe, które spotkają się z podobnym problemem.

Dokument nieoficjalny, sporządzony na użytek mediów, który nie wiąże Trybunału Sprawiedliwości.

[Pełny tekst i, w stosownym wypadku, streszczenie](#) wyroku są publikowane na stronie internetowej CURIA w dniu ogłoszenia.

Osoba odpowiedzialna za kontakty z mediami: Jarosław Zasada ☎ (+352) 4303 2793.

Nagranie wideo z ogłoszenia wyroku jest dostępne przez [„Europe by Satellite”](#) ☎ (+32) 2 2964106.

Pozostańmy w kontakcie!



¹ W następstwie wyroku Trybunału z dnia 19 października 2016 r., Deutsche Parkinson Vereinigung, [C-148/15](#) (zob. także komunikat prasowy [nr 113/16](#)).

² [Dyrektywa 2001/83/WE](#) Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 listopada 2001 r. w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi, zmieniona [dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/62/UE](#) z dnia 8 czerwca 2011 r.

³ Taki zakaz, ze względu na to, że utrudnia aptekom mającym siedzibę w innym państwie członkowskim konkurowanie pod względem cen z aptekami tradycyjnymi z siedzibą w Niemczech, stanowi przeszkodę – w przypadku gdy akcja reklamowa jest realizowana wyłącznie za pomocą nośników fizycznych – w swobodnym przepływie towarów (art. 34 TFUE). W przypadku gdy reklama jest realizowana w różnorodnej formie, zarówno za pośrednictwem strony internetowej danej apteki, jak i za pomocą nośników fizycznych, i ma na celu przyciągnięcie konsumentów do tej strony, aby zakupili oni produkty przez Internet, taki zakaz wiąże się z ograniczeniem swobody świadczenia usług społeczeństwa informacyjnego w rozumieniu [dyrektywy 2000/31/WE](#) o handlu elektronicznym. Taka przeszkoda lub takie ograniczenie są jednak uzasadnione ochroną konsumentów.