

**Causa C-517/23****Sintesi della domanda di pronuncia pregiudiziale ai sensi dell'articolo 98, paragrafo 1, del regolamento di procedura della Corte di giustizia****Data di deposito:**

10 agosto 2023

**Giudice del rinvio:**

Bundesgerichtshof (Germania)

**Data della decisione di rinvio:**

13 luglio 2023

**Resistente in primo grado e ricorrente in cassazione:**

Apothekerkammer Nordrhein

**Ricorrente in primo grado e resistente in cassazione:**

DocMorris NV

**Oggetto del procedimento principale**

Interpretazione della direttiva 2001/83/CE con riferimento alla questione della misura in cui la pubblicità di medicinali soggetti a prescrizione medica per tutta la gamma di prodotti di una farmacia rientri nell'ambito di applicazione della direttiva

**Oggetto e fondamento giuridico del rinvio pregiudiziale**

Interpretazione del diritto dell'Unione, articolo 267, TFUE, in particolare

Direttiva 2001/83/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 6 novembre 2001, recante un codice comunitario relativo ai medicinali per uso umano (GU 2001, L 311, pag. 67), come modificata dalla direttiva (UE) 2022/642 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 aprile 2022 (in prosieguo: la «direttiva 2001/83»)

## **Questioni pregiudiziali**

1. Se la pubblicità relativa all'acquisto di medicinali soggetti a prescrizione medica per l'intera gamma di prodotti di una farmacia rientri nell'ambito di applicazione delle disposizioni in materia di pubblicità dei medicinali di cui alla direttiva 2001/83 (titoli VIII e VIII bis, articoli da 86 a 100).

2. In caso di risposta affermativa alla questione sub 1):

Se sia compatibile con le disposizioni del titolo VIII e, in particolare, con l'articolo 87, paragrafo 3, della direttiva 2001/83, l'interpretazione di una disposizione nazionale (nella fattispecie, l'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, seconda parte di frase, punto 2, prima parte di frase, lettera a) dello HWG) nel senso che essa vieta ad una farmacia operante per corrispondenza, stabilita in un altro Stato membro, la pubblicità per l'intera gamma di medicinali soggetti a prescrizione medica, mediante omaggi promozionali sotto forma di buoni per un importo in denaro o di uno sconto in percentuale sul successivo acquisto di altri prodotti.

3. Inoltre, in caso di risposta affermativa alla questione sub 1):

Se sia compatibile con le disposizioni del titolo VIII e, in particolare, con l'articolo 87, paragrafo 3, della direttiva 2001/83, l'interpretazione di una disposizione nazionale (nella fattispecie, l'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, seconda parte di frase, punto 2, prima parte di frase, lettera a) dello HWG) nel senso che essa consente ad una farmacia operante per corrispondenza, stabilita in un altro Stato membro, la pubblicità per l'intera gamma di medicinali soggetti a prescrizione medica, mediante omaggi promozionali sotto forma di sconti e pagamenti diretti.

## **Disposizioni di diritto dell'Unione citate**

TFUE, in particolare articolo 34

Direttiva 2001/83, in particolare, titoli VIII e VIII bis (articoli da 86 a 100), articolo 87, paragrafo 3, e articolo 88, paragrafo 1, lettera a)

## **Disposizioni nazionali citate**

Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (Heilmittelwerbegesetz) (legge in materia di pubblicità nel settore sanitario; in prosieguo: lo «HWG»)

Zivilprozessordnung (codice di procedura civile, in prosieguo: la «ZPO»)

## Breve esposizione dei fatti e del procedimento

- 1 La ricorrente è una farmacia olandese operante per corrispondenza che fornisce medicinali con e senza obbligo di prescrizione medica, mediante vendita per corrispondenza, a clienti finali in Germania.
- 2 La resistente è l'organismo di rappresentanza professionale dei farmacisti nella circoscrizione della Renania settentrionale.
- 3 Dal 2012, la ricorrente ha fatto pubblicità mediante diverse campagne di sconti promettendo ai clienti che acquistavano medicinali soggetti a prescrizione medica un vantaggio sotto forma di sconti sui pagamenti in contanti, buoni da utilizzare all'acquisto di un altro medicinale, buoni alberghieri o un'iscrizione annuale presso un club automobilistico.
- 4 La resistente ritiene che tali misure pubblicitarie costituiscano una violazione della normativa in materia di prezzi imposti per i medicinali soggetti a prescrizione medica e tra il 2013 e il 2015 ha quindi ottenuto nei confronti della ricorrente, per quanto rilevante ai fini del procedimento per cassazione («Revision»), le cinque ingiunzioni inibitorie provvisorie indicate di seguito, a ciascuna delle quali è stata data debita esecuzione.
- 5 Rispettivamente l'8 maggio 2013 (n. 84 O 90/13), il 4 novembre 2014 (n. 84 O 208/14) e il 26 settembre 2013 (n. 84 O 220/13), la resistente in primo grado ha ottenuto dal Landgericht Köln (Tribunale del Land, Colonia) un'ingiunzione provvisoria recante inibitoria della pubblicità della ricorrente in primo grado. A ciascuno di tali tre provvedimenti di ingiunzione è stata data debita esecuzione. Le ingiunzioni provvisorie dell'8 maggio 2013 e del 4 novembre 2014 sono state annullate dal Landgericht Köln con sentenze del 22 marzo 2017.
- 6 Il 5 novembre 2013 la resistente in primo grado ha ottenuto dal Landgericht Köln un'ingiunzione provvisoria (n. 84 O 256/13), alla quale è stata data esecuzione il 21 gennaio 2014, recante inibitoria di una pubblicità della ricorrente in primo grado contenente le seguenti indicazioni:

«Spedite la prescrizione oggi stesso! Purtroppo non possiamo risparmiarvi il tragitto fino alla cassetta delle lettere, ma per compensare le spese di trasporto in autobus e in treno offriamo ai nuovi clienti 10 euro, che saranno immediatamente dedotti dall'importo della fattura al momento dell'invio di una prescrizione».

Lo sconto era offerto per ordini di medicinali soggetti a prescrizione di importo superiore a EUR 50. Tale ingiunzione provvisoria è stata annullata dal Landgericht Köln con sentenza del 22 marzo 2017.

- 7 Il 29 settembre 2015 la resistente in primo grado ha ottenuto dal Landgericht Köln un'ingiunzione provvisoria (n. 84 O 256/13), alla quale è stata data esecuzione il 26 maggio 2016, recante inibitoria di una pubblicità della ricorrente contenente le seguenti indicazioni:

«Buono da 5 euro per il prossimo ordinativo di un medicinale con prescrizione»,  
laddove tale importo sarebbe stato dedotto direttamente dall'ammontare fatturato.  
Tale ingiunzione provvisoria è stata annullata dal Landgericht Köln con sentenza definitiva del 21 marzo 2017.

- 8 Tutti i sopracitati annullamenti sono stati disposti ciascuno in seguito a mutamento di circostanze, sulla base della sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea (in prosieguo: la «Corte»), del 19 ottobre 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung (C-148/15, ECLI:EU:C:2016:776).
- 9 In sede di esecuzione di alcune delle ingiunzioni provvisorie, su istanza della resistente in primo grado, alla ricorrente in primo grado sono state inflitte ammende di importo elevato.
- 10 La ricorrente in primo grado chiede alla resistente in primo grado il risarcimento dei danni, in quanto le ingiunzioni provvisorie sarebbero state ingiustificate fin dall'inizio.
- 11 Il Landgericht (Tribunale del Land) ha respinto il ricorso. In sede di appello, la ricorrente in primo grado ha chiesto, in sostanza, che la resistente in primo grado sia condannata, da un lato, a corrisponderle un risarcimento di importo minimo pari a EUR 18 476 648,12, maggiorato degli interessi, e, dall'altro, che sia accertato l'obbligo della resistente al risarcimento con riferimento ad eventuali danni ulteriori.
- 12 Con ricorso per cassazione («Revision»), la resistente insiste nella richiesta che la domanda della controparte sia respinta in toto.

### **Breve esposizione della motivazione del rinvio pregiudiziale**

- 13 Ai sensi dell'articolo 945 ZPO [codice di procedura civile tedesco], la parte che abbia ottenuto un'ingiunzione provvisoria fin dall'inizio ingiustificata è tenuta a risarcire alla controparte il danno ad essa derivante dall'esecuzione della stessa.
- 14 Applicando la normativa tedesca in materia di pubblicità dei medicinali, nel caso di specie l'articolo 7, paragrafo 1, dello HWG, tre delle cinque misure pubblicitarie vietate dalle ingiunzioni provvisorie risultano inammissibili. Si tratta delle misure pubblicitarie oggetto delle ingiunzioni provvisorie dell'8 maggio 2013 (n. 84 O 90/13), del 26 settembre 2013 (n. 84 O 220/13) e del 4 novembre 2014 (n. 84 O 208/14). Per quanto concerne tali tre ingiunzioni, un diritto al risarcimento del danno ai sensi dell'articolo 945 ZPO non è contemplato.
- 15 Il giudice d'appello ha giustamente considerato che la fissazione di prezzi imposti per i farmaci non può essere applicata a svantaggio della ricorrente in primo grado poiché, secondo la giurisprudenza della Corte, la fissazione di prezzi di vendita uniformi incide maggiormente sulla ricorrente - una farmacia stabilita in uno Stato

membro diverso dalla Repubblica federale di Germania - rispetto alle farmacie che hanno la propria sede nel territorio tedesco, e ciò potrebbe ostacolare maggiormente l'accesso al mercato dei prodotti provenienti da altri Stati membri rispetto ai prodotti nazionali, per cui sussiste una violazione dell'articolo 34, TFUE (cfr. sentenza della Corte del 19 ottobre 2016, Deutsche Parkinson Vereinigung (C-148/15, EU:C:2016:776, punto 26 e segg.).

- 16 Ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, prima parte di frase, dello HWG, non è consentito offrire, annunciare o concedere vantaggi e altri omaggi promozionali (beni o servizi) o, per gli operatori del settore, accettarli, salvo in casi eccezionali disciplinati per legge all'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, seconda parte di frase. In forza di tale disposizione, sono esclusi dal divieto, tra l'altro, gli oggetti di valore trascurabile e i vantaggi od omaggi promozionali che consistono in una somma di denaro determinata o calcolabile in modo determinato. Tuttavia, in entrambe queste ipotesi derogatorie, i vantaggi o gli altri omaggi promozionali relativi ai medicinali sono vietati ove concessi in violazione delle disposizioni in materia di prezzi applicabili, tra l'altro, ai sensi dell'Arzneimittelgesetz (legge tedesca sui medicinali).
- 17 I premi e i buoni di cui trattasi nel caso di specie sono omaggi promozionali ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, dell'HWG, ma non hanno valore trascurabile. Inoltre, si tratta solo in parte di vantaggi o omaggi promozionali consistenti in una somma di denaro determinata o calcolabile in modo determinato ai sensi della disposizione derogatoria di cui all'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, seconda parte di frase, punto 2, prima parte di frase, lettera a) dello HWG e sono, pertanto, ammissibili.
- 18 I vantaggi o omaggi promozionali oggetto delle ingiunzioni provvisorie del 5 novembre 2013 (n. 84 O 256/13) e del 29 settembre 2015 (n. 81 O 82/15) sono ammissibili.
- 19 Il ricorso per cassazione («Revision») contesta senza successo la valutazione del giudice d'appello, secondo cui entrambe le citate ingiunzioni provvisorie sarebbero ingiustificate fin dall'inizio.
- 20 In entrambi i casi si tratta di sconti in denaro ammissibili ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, seconda parte di frase, punto 2, prima parte di frase, lettera a), dell'HWG, che riducono direttamente l'importo fatturato relativamente all'ordine. Certamente essi violano l'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, seconda parte di frase, punto 2, seconda parte di frase, dello HWG, in quanto concessi in violazione delle disposizioni in materia di prezzi applicabili ai sensi della legge sui medicinali. Si tratta di medicinali soggetti a prescrizione medica e a prezzi imposti. La concessione di uno sconto in denaro che riduce direttamente l'importo fatturato relativamente all'ordine costituisce una violazione del sistema di prezzi imposti per i medicinali. Tuttavia, il giudice d'appello ha giustamente ritenuto che questa riserva del rispetto del sistema dei prezzi imposti per i

medicinali non possa essere applicata nei confronti della ricorrente in primo grado.

- 21 L'esito del ricorso per cassazione dipende dall'interpretazione del diritto dell'Unione, nella fattispecie, della direttiva 2001/83. L'applicazione dell'articolo 7 dello HWG solleva, nel caso di specie, questioni di diritto dell'Unione che necessitano di chiarimenti.
- 22 Le disposizioni dello Heilmittelwerbegesetz, legge in materia di pubblicità dei medicinali, devono essere interpretate alla luce delle disposizioni della direttiva 2001/83 in conformità al diritto dell'Unione. Nell'ambito di applicazione di tale direttiva, la pubblicità dei medicinali è stata oggetto di un'armonizzazione completa (sentenza della Corte dell'8 novembre 2007, Gintec, C-374/05, EU:C:2007:654, punti da 20 a 39).

***Prima questione pregiudiziale***

- 23 La prima questione pregiudiziale mira a stabilire se la pubblicità in questione, per l'acquisto di medicinali soggetti a prescrizione medica per tutta la gamma di prodotti di una farmacia, rientri nell'ambito di applicazione delle disposizioni in materia di pubblicità dei medicinali previste dalla direttiva 2001/83 (titoli VIII e VIII bis, articoli da 86 a 100).
- 24 La pubblicità oggetto della controversia di cui trattasi riguarda l'acquisto di medicinali non meglio specificati in tutta la gamma di prodotti, mentre le contestazioni della resistente in primo grado hanno ad oggetto la pubblicità ivi contenuta relativa a medicinali soggetti a prescrizione medica.
- 25 Come inizialmente stabilito dalla Corte, il Titolo VIII della direttiva 2001/83, relativo alla pubblicità dei medicinali, disciplina la pubblicità di determinati medicinali (contenuto del messaggio pubblicitario, modalità di pubblicità), ma non la pubblicità dei servizi di vendita online di medicinali, né quella per l'intera gamma di medicinali soggetti a prescrizione offerta dalla farmacia in questione (sentenze della Corte del 1° ottobre 2020, A [pubblicità e vendita di medicinali on line], C-649/18, EU:C:2020:764, punti 49 e 50, e del 15 luglio 2021 DocMorris, C-190/20, EU:C:2021:609, punti da 20 a 22).
- 26 La Corte ha ormai stabilito che, nonostante quanto affermato rispettivamente ai punti 50 e 20 delle sopraccitate sentenze, l'ambito di applicazione delle disposizioni della direttiva 2001/83 non è circoscritto alle sole pubblicità riguardanti un determinato medicinale (sentenza della Corte del 22 dicembre 2022, EUROAPTIEKA, C-530/20, EU:C:2022:1014, punto 51)
- 27 Risulta da un'interpretazione letterale, sistematica e teleologica dell'articolo 86, paragrafo 1, della direttiva 2001/83 che la nozione di «pubblicità dei medicinali», ai sensi di tale disposizione, comprende qualsiasi azione d'informazione, di ricerca della clientela o di incitamento, intesa a promuovere la prescrizione, la

fornitura, la vendita o il consumo di un determinato medicinale o di medicinali indeterminati (sentenza della Corte del 22 dicembre 2022, EUROAPTIEKA, C-530/20, EU:C:2022:1014, punto 47)

- 28 È probabile che una pubblicità per l'acquisto di medicinali soggetti a prescrizione medica debba essere considerata solo una pubblicità per servizi di vendita, che secondo la giurisprudenza della Corte non rientra nella direttiva 2001/83, e non una pubblicità per medicinali dal momento che, nell'ipotesi di una siffatta pubblicità, il paziente non può e non deve più scegliere il medicinale, già prescritto, ma solo una farmacia.

***Seconda questione pregiudiziale***

- 29 Nell'ipotesi in cui la pubblicità considerata nel caso di specie, per l'acquisto di medicinali soggetti a prescrizione medica per l'intera gamma di prodotti di una farmacia rientri nell'ambito di applicazione delle disposizioni della direttiva 2001/83 in materia di pubblicità, si pone la seconda questione pregiudiziale.
- 30 Con tale questione, il giudice del rinvio desidera sapere se sia compatibile con le disposizioni del titolo VIII e, in particolare, con l'articolo 87, paragrafo 3, della direttiva 2001/83, l'interpretazione di una disposizione nazionale (nella fattispecie, l'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, seconda parte di frase, punto 2, prima parte di frase, lettera a) dell'HWG) nel senso che essa vieta ad una farmacia operante per corrispondenza, stabilita in un altro Stato membro, la pubblicità per l'intera gamma di medicinali soggetti a prescrizione medica, mediante omaggi promozionali sotto forma di buoni per un importo in denaro o di uno sconto in percentuale sul successivo acquisto di altri prodotti.

***Compatibilità con la direttiva 2001/83***

- 31 Il giudice considera tale interpretazione conforme alle citate disposizioni della direttiva.
- 32 La Corte ha stabilito che l'articolo 87, paragrafo 3, e l'articolo 90, della direttiva 2001/83 devono essere interpretati nel senso che essi non ostano a una disposizione nazionale che vieti di includere, nella pubblicità presso il pubblico dei medicinali non soggetti a prescrizione medica e non rimborsabili, informazioni che incoraggino l'acquisto di medicinali giustificandone la necessità mediante il prezzo di tali medicinali, annunciando una vendita speciale o indicando che detti medicinali sono venduti insieme ad altri medicinali, anche a prezzo ridotto, o ad altri prodotti (sentenza della Corte del 22 dicembre 2022, EUROAPTIEKA, C-530/20, EU:C:2022:1014, punto 73)
- 33 Essa ha ritenuto che, impedendo la diffusione di elementi di pubblicità che incoraggino l'uso irrazionale ed eccessivo dei medicinali non soggetti a prescrizione medica e non rimborsabili, divieti come quelli previsti dalla disposizione di cui al procedimento principale rispondano all'obiettivo essenziale

di assicurare la tutela della sanità pubblica (sentenza della Corte del 22 dicembre 2022, EUROAPTIEKA, C-530/20, EU:C:2022:1014, punto 69)

34 Al riguardo, la Corte ha ricordato che tali divieti hanno ad oggetto non già la diffusione di indicazioni meramente informative, prive di qualsiasi intento promozionale, su tali medicinali, bensì la diffusione di contenuti diretti ad incoraggiare l'acquisto di detti medicinali, mediante il riferimento al loro prezzo, ad una vendita speciale o a una vendita combinata con quella di altri medicinali, eventualmente a prezzo ridotto, o con quella di altri prodotti (sentenza della Corte del 22 dicembre 2022, EUROAPTIEKA, C-530/20, EU:C:2022:1014, punto 70).

35 Tali considerazioni dovrebbero applicarsi, a maggior ragione, alla pubblicità presso il pubblico di medicinali soggetti a prescrizione medica e, in linea di principio, anche alla pubblicità presso il pubblico effettuata da una farmacia operante per corrispondenza stabilita in uno Stato membro diverso.

*Compatibilità con la libera circolazione delle merci ai sensi dell'articolo 34 TFUE*

36 Secondo il giudice, l'interpretazione descritta nella questione pregiudiziale non è contraria neppure alla libera circolazione delle merci ai sensi dell'articolo 34, TFUE.

37 Non sono atte ad ostacolare direttamente o indirettamente, in atto o in potenza, gli scambi commerciali tra Stati membri le disposizioni nazionali che limitino o vietino talune modalità di vendita, sempreché tali disposizioni valgano nei confronti di tutti gli operatori interessati che svolgono la propria attività sul territorio nazionale e sempreché incidano in egual misura, tanto sotto il profilo giuridico quanto sotto quello sostanziale, sullo smercio dei prodotti sia nazionali sia provenienti da altri Stati membri. L'applicazione di normative di tal genere alla vendita di prodotti provenienti da un altro Stato membro e rispondenti alle norme stabilite da tale Stato non costituisce elemento atto ad impedire il loro accesso al mercato o da ostacolarli in misura maggiore rispetto a quelli dei prodotti nazionali. La Corte ha considerato «disposizioni disciplinanti modalità di vendita» disposizioni che limitano, in particolare, le possibilità per un'impresa di fare pubblicità (sentenza della Corte del 15 luglio 2021, DocMorris, C-190/20, EU:C:2021:609, punto 35 e giurisprudenza ivi citata).

38 La disposizione nazionale descritta nella questione pregiudiziale è una disposizione di tal genere, che si applica indistintamente a tutte le farmacie che vendono medicinali in Germania, indipendentemente dal fatto che siano stabilite nel territorio nazionale o in un altro Stato membro, per cui essa incide, tanto sotto il profilo giuridico quanto sotto quello sostanziale, sulla commercializzazione dei prodotti nazionali e dei prodotti provenienti da altri Stati membri in egual misura.



- 39 Secondo il giudice, tale valutazione non è in contrasto con la sentenza della Corte del 19 ottobre 2016 (Deutsche Parkinson Vereinigung (C-148/15, ECLI:EU:C:2016:776).
- 40 Nella sentenza «DocMorris», pronunciata a seguito di rinvio, la Corte ha affermato che nel caso del divieto di pubblicità attraverso un gioco a premi, in discussione in tale causa, anch'esso basato sull'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, dello HWG, a differenza del procedimento all'origine della decisione «Deutsche Parkinson Vereinigung», non si tratterebbe di un «divieto totale della concorrenza sui prezzi». Il divieto di giochi a premi per promuovere la vendita di medicinali avrebbe un impatto molto minore sulle farmacie operanti per corrispondenza rispetto ad un divieto assoluto di concorrenza sui prezzi (sentenza della Corte del 15 luglio 2021, DocMorris, C-190/20, EU:C:2021:609, punto 44).
- 41 Nemmeno il divieto di pubblicità mediante buoni per un importo in denaro o uno sconto in percentuale per l'acquisto successivo di altri prodotti, di cui trattasi nella fattispecie, dovrebbe essere considerato un divieto assoluto di concorrenza sui prezzi. Con ciò dovrebbe intendersi unicamente il divieto di pubblicità mediante sconti diretti.

***Terza questione pregiudiziale***

- 42 Con la terza questione pregiudiziale, il giudice del rinvio mira a chiarire se sia compatibile con le disposizioni del titolo VIII e, in particolare, con l'articolo 87, paragrafo 3, della direttiva 2001/83, l'interpretazione di una disposizione nazionale (nella fattispecie, l'articolo 7, paragrafo 1, primo periodo, seconda parte di frase, punto 2, prima parte di frase, lettera a) dell'HWG) nel senso che essa consente ad una farmacia operante per corrispondenza, stabilita in un altro Stato membro, la pubblicità per l'intera gamma di medicinali soggetti a prescrizione medica, mediante omaggi promozionali sotto forma di sconti e pagamenti diretti.
- 43 A parere del giudice, non può ritenersi che un divieto di pubblicità, la quale preveda premi in denaro relativi a medicinali soggetti a prescrizione, sia giustificato già dall'articolo 88, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2001/83, il quale, conformemente al considerando 44 di tale direttiva, impone agli Stati membri di vietare la pubblicità presso il pubblico dei medicinali soggetti a prescrizione.
- 44 Anche se la pubblicità presso il pubblico, il cui scopo - come nel caso delle misure di pubblicità contestate nella fattispecie - è in generale quello di promuovere la vendita di medicinali soggetti a prescrizione concedendo vantaggi pecuniari, costituisce una pubblicità dei medicinali presso il pubblico ai sensi dell'articolo 86, paragrafo 1, primo trattino, della direttiva 2001/83, il giudice ritiene che essa non costituisca una pubblicità presso il pubblico di medicinali soggetti a prescrizione, vietata, in generale, dall'articolo 88, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2001/83.

- 45 L'articolo 88, paragrafo 1, della direttiva 2001/83 è volto, a fini di tutela della salute, ad evitare che la pubblicità presso il pubblico inciti i pazienti a chiedere al proprio medico di prescrivere un medicinale soggetto a ricetta medica. Lo scopo della pubblicità basata sui prezzi, per quanto riguarda i medicinali soggetti a prescrizione è invece quello di orientare la scelta del paziente verso una determinata farmacia al momento dell'acquisto di un medicinale già prescritto. La pubblicità sui prezzi nella commercializzazione di medicinali soggetti a prescrizione è un elemento della concorrenza e non rientra nell'articolo 88, paragrafo 1, della direttiva 2001/83.

DOCUMENTO DI LAVORO