



Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA HENRIKA SAUGMANDSGORA ĒES
[HENRIK SAUGMANDSGAARD ØE]
SECINĀJUMI,
sniegti 2020. gada 27. februārī¹

Lieta C-649/18

**A
pret
Daniel B,
UD,
AFP,
B,
L**

(*Cour d'appel de Paris* (Francija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Cilvēkiem paredzētas zāles, kurām nav vajadzīga ārsta recepte – Tirdzniecība tiešsaistē – Aptiekas tīmekļvietnes reklāma – Ierobežojumi – Pienākums pacientam aizpildīt anketu par veselības stāvokli pirms sava pirmā pasūtījuma apstiprināšanas aptiekas tīmekļvietnē – Preču brīva aprīte – LESD 34. pants – Tirdzniecības nosacījumi – Šķēršļi – LESD 36. pants – Pamatojums – Farmaceita profesijas cieņas aizsardzība – Zāļu nepamatotas lietošanas novēršana – Sabiedrības veselības aizsardzība – Direktīva 2000/31/EK – Elektroniskā tirdzniecība – 2. panta a) punkts – Informācijas sabiedrības pakalpojums – 2. panta h) punkts – Koordinētā joma – 3. pants – Izcelsmes valsts princips – Atkāpes – Pamatojums – Sabiedrības veselības aizsardzība – Informēšanas un paziņošanas pienākums – Direktīva 2001/83/EK – Kopienas kodekss, kas attiecas uz cilvēkiem paredzētām zālēm – 85.c punkta 2. punkts – Iespēja dalībvalstīm ieviest nosacījumus, ko pamato ar sabiedrības veselības aizsardzību, tiešsaistē tirgotu zāļu piegādei mazumtirdzniecībā savā teritorijā

I. Ievads

1. *Cour d'appel de Paris* [Parīzes apelācijas tiesas] (Francija) iesniegtais lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu attiecas uz Direktīvas 2000/31/EK par elektronisko tirdzniecību² 3. panta, Direktīvas 2001/83/EK par Kopienas kodeksu, kas attiecas uz cilvēkiem paredzētām zālēm³, 85.c panta, kā arī LESD 34. un 36. panta interpretāciju.

2. Šis lūgums ir iesniegts saistībā ar tiesvedību starp A – saskaņā ar Nīderlandes tiesībām dibinātu sabiedrību, kas pārvalda Nīderlandē reģistrētu aptieku un tīmekļvietni, kura īpaši ir paredzēta klientiem Francijā, un vairākiem aptieku pārvaldniekiem un apvienībām, kas pārstāv Francijā reģistrēto farmaceitu profesionālās intereses. Šajā tīmekļvietnē ir tirdzniecības portāls, kurā tiek piedāvātas

¹ Oriģinālvaloda – franču.

² 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.).

³ Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (2001. gada 6. novembris) (OV 2001, L 311, 67. lpp.), kas grozīta ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2011/62/ES (2011. gada 8. jūnijs) (OV 2011, L 174, 74. lpp.) (turpmāk tekstā – "Direktīva 2001/83").

bezrecepšu zāles, kā arī paraaptieku preces. Iepriekš minētie pārvaldnieki un apvienības pārmet A, ka tā ir veikusi negodīgas konkurences darbības, reklamējot šo tīmekļvietni Francijas klientiem ar daudzveidīgu un plaša mēroga reklāmas kampaņu. Turklāt A neesot izpildījusi Francijas tiesiskajā regulējumā paredzēto pienākumu, ka katram pacientam pirms pirmā pasūtījuma apstiprināšanas ir jāaizpilda anketa par veselības stāvokli.

3. Šajā lietā Tiesa tiek aicināta precizēt, cik lielā mērā dalībvalsts ir tiesīga reglamentēt, pirmkārt, bezrecepšu zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu reklāmu, ko veic citās dalībvalstīs reģistrēti farmaceiti, un, otrkārt, šādu zāļu pasūtīšanas tiešsaistē procesu.

II. Atbilstošās tiesību normas

A. Savienības tiesības

1. Direktīva 2000/31

4. Direktīvas 2000/31 1. panta 1. un 2. punkts ir formulēti šādi:

“1. Šī direktīva cenšas veicināt pienācīgu iekšējā tirgus darbību, nodrošinot brīvu informācijas sabiedrības pakalpojumu apriti starp dalībvalstīm.

2. Šī direktīva līdz līmenim, kas nepieciešams, lai sasniegtu 1. punktā minēto mērķi, saskaņo konkrētus valsts noteikumus par informācijas sabiedrības pakalpojumiem attiecībā uz iekšējo tirgu, pakalpojumu sniedzēju reģistrācijas vietu, komercziņojumiem, elektroniskajiem kontraktiem, starpnieku saistībām, rīcības kodeksiem, strīdu noregulējumu bez tiesas, sūdzību ierosināšanu tiesā un sadarbību starp dalībvalstīm.”

5. Direktīvas 2000/31 2. panta a) punktā ir definēti “informācijas sabiedrības pakalpojumi”, atsaucoties uz Direktīvas 98/34/EK⁴, kas grozīta ar Direktīvu 98/48/EK⁵, 1. panta 2. punktu. Šī pēdējā minētā tiesību norma attiecas uz “jebkādu pakalpojumu, ko parasti sniedz par atlīdzību no attāluma, ar elektroniskiem līdzekļiem un pēc pakalpojumu saņēmēja individuāla pieprasījuma”. Direktīvas (ES) 2015/1535⁶, ar kuru tika aizstāta Direktīva 98/34, 1. panta 1. punkta b) apakšpunktā ir pārņemta šī pati definīcija. Saskaņā ar Direktīvas 2015/1535 10. panta otro daļu “atsauces uz atcelto direktīvu uzskata par atsaucēm uz šo direktīvu, un tās lasa saskaņā ar atbilstības tabulu IV pielikumā”.

6. Direktīvas 2000/31 2. panta h) punktā jēdziens “koordinēta joma” ir definēts kā “prasības, kas noteiktas dalībvalstu juridiskajās sistēmās un kas piemērojamas informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzējiem vai informācijas sabiedrības pakalpojumiem, neatkarīgi no tā, vai tās ir vispārējas, vai arī tās ir īpaši izveidotas šiem pakalpojumiem vai pakalpojumu sniedzējiem”. Šajā tiesību normā ir precizēts:

“i) Koordinētā joma attiecas uz prasībām, kuras pakalpojuma sniedzējam jāievēro attiecībā uz:

- informācijas sabiedrības pakalpojuma darbības sākšanu, prasībām, kas saistītas ar kvalifikāciju, atļauju saņemšanu vai paziņošanu,

4 Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (1998. gada 22. jūnijs), ar ko nosaka informācijas sniegšanas kārtību tehnisko standartu un noteikumu jomā (OV 1998, L 204, 37. lpp.).

5 Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (1998. gada 20. jūlijs), ar kuru groza Direktīvu [98/34] (OV 1998, L 217, 18. lpp.).

6 Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (2015. gada 9. septembris), ar ko nosaka informācijas sniegšanas kārtību tehnisko noteikumu un Informācijas sabiedrības pakalpojumu noteikumu jomā (OV 2015, L 241, 1. lpp.).

- informācijas sabiedrības pakalpojuma darbības veikšanu, piemēram, prasībām, kas saistītas ar pakalpojuma sniedzēja uzvedību, prasībām attiecībā uz pakalpojumu kvalitāti vai saturu, tostarp tās, kas piemērojamas reklamēšanai un kontraktiem, vai prasībām, kas saistītas ar pakalpojuma sniedzēja saistībām.

ii) Koordinētā joma neattiecas uz tādām prasībām kā:

- prasībām, kas piemērojamas pašām precēm,
- prasībām, kas piemērojamas preču piegādei,
- prasībām, kas piemērojamas pakalpojumiem, kurus nepiedāvā ar elektroniskiem līdzekļiem.”

7. Direktīvas 2000/31 3. pantā “Iekšējais tirgus” ir noteikts:

“1. Katra dalībvalsts nodrošina, ka informācijas sabiedrības pakalpojumi, ko piedāvā pakalpojumu sniedzējs, kurš reģistrēts tās teritorijā, atbilst valsts noteikumiem, kas piemērojami attiecīgajā dalībvalstī un ko ietver koordinētā joma.

2. Dalībvalstis koordinētajā jomā noteiktu iemeslu dēļ nedrīkst ierobežot brīvību piedāvāt informācijas sabiedrības pakalpojumus no citas dalībvalsts.

3. Uz pielikumā minētajām jomām neattiecas 1. un 2. punkts.

4. Dalībvalstis var pieņemt pasākumus, lai atkāptos no 2. punkta attiecībā uz noteiktu informācijas sabiedrības pakalpojumu, ja tiek ievēroti šādi noteikumi:

a) pasākumi ir:

i) nepieciešami viena no šādiem iemesliem dēļ:

- sabiedriskā kārtība, jo īpaši kriminālpārskāpumu novēršana, izmeklēšana, atklāšana un kriminālvajāšana, ieskaitot nepilngadīgo aizsardzību un cīņu pret kūdīšanu uz naidu rases, dzimuma, ticības vai tautības dēļ un personu cieņas un goda aizskaršanu attiecībā uz individuālām personām,
- sabiedrības veselības aizsardzība,
- sabiedrības drošība, ietverot valsts drošības un aizsardzības nodrošināšanu,
- patērētāju aizsardzība, ietverot ieguldītāju aizsardzību;

ii) pieņemti pret noteiktiem informācijas sabiedrības pakalpojumiem, kas ierobežo i) punktā minētos mērķus vai kas rada nopietnas aizdomas, ka tie varētu ierobežot šos mērķus;

iii) samērīgi ar šiem mērķiem;

b) pirms attiecīgo pasākumu pieņemšanas, neskarot tiesas procesus, tostarp iepriekšējo izmeklēšanu un darbības, kas veiktas saskaņā ar kriminālizmeklēšanu, dalībvalsts ir:

- prasījusi 1. punktā minētajai dalībvalstij pieņemt pasākumus, taču tā šādus pasākumus nav pieņēmusi, vai tie bijuši nepiemēroti,

- paziņojusi Komisijai un 1. punktā minētajai dalībvalstij par savu nodomu pieņemt šādus pasākumus.

[..]”

8. Šīs direktīvas 8. panta 1. punktā ir paredzēts, ka “dalībvalstis nodrošina, ka komercziņojumu lietošanu, kas veido informācijas sabiedrības pakalpojumu vai ir daļa no tā, un ko piedāvā regulētās profesijas pārstāvis, atļauj saskaņā ar atbilstību profesionālajiem noteikumiem attiecībā jo īpaši uz profesijas neatkarību, cieņu un godu, profesionāliem noslēpumiem un godīgumu pret klientiem un citiem profesijas pārstāvjiem”.

2. Direktīva 2001/83

9. Saskaņā ar Direktīvas 2001/83 85.c panta 1. un 2. punktu:

“1. Neskarot dalībvalstu tiesību aktus, kuros ir noteikts aizliegums recepšu zāles piedāvāt tālpārdošanā, izmantojot informācijas sabiedrības pakalpojumus, dalībvalstis nodrošina, ka zāles iedzīvotājiem piedāvā tālpārdošanā, izmantojot informācijas sabiedrības pakalpojumus, saskaņā ar Direktīvu [98/34], ievērojot šādus nosacījumus:

- a) fiziskā vai juridiskā persona, kas piedāvā zāles, ir saņēmusi atļauju vai ir tiesīga tās piegādāt tālpārdošanā, ievērojot tās dalībvalsts tiesību aktus, kurā attiecīgā persona ir reģistrēta;
- b) šā punkta a) apakšpunktā minētā persona tai dalībvalstij, kurā tā ir reģistrēta, ir darījusi zināmu vismaz šādu informāciju:

[..]

- c) zāles atbilst 6. panta 1. punktā minētās galamērķa dalībvalsts tiesību aktiem;
- d) neskarot informācijas prasības, kas minētas Direktīvā [2000/31], tīmekļa vietnē ir vismaz šāda informācija:

[..]

2. Dalībvalstis var ieviest ar sabiedrības veselības aizsardzību pamatotus nosacījumus zāļu piegādei mazumtirdzniecībā savā teritorijā, lai tās pārdotu iedzīvotājiem tālpārdošanā, izmantojot informācijas sabiedrības pakalpojumus.”

10. Šīs direktīvas 86. panta 1. punktā, ar kuru sākas minētās direktīvas VIII sadaļa “Reklāma”, ir noteikts:

“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,

[..]”

B. Francijas tiesību akti

1. Sabiedrības veselības kodekss

11. Saskaņā ar Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. pantu “farmaceitiem ir aizliegts mudināt klientus iegādāties zāles, izmantojot līdzekļus un praksi, kas ir nesaderīga ar profesijas cieņu”.

12. Šī kodeksa R. 4235-64. pantā ir paredzēts, ka “farmaceits, izmantojot jebkādu līdzekļu vai praksi, nedrīkst mudināt pacientus lietot zāles nepamatoti”.

2. 2016. gada 28. novembra rīkojums par zāļu izplatīšanas labo praksi

13. No Tiesai iesniegtajiem lietas materiāliem izriet, ka Veselības un sociālo lietu ministra 2016. gada 28. novembra rīkojums par zāļu izplatīšanas labo praksi aptiekās, uz mutualityma principa pamata darbojošās aptiekās un rezerves aptiekās, kas minētas Sabiedrības veselības kodeksa L. 5121-5. pantā (*JORF*, 2016. gada 1. decembris, dokuments Nr. 25; turpmāk tekstā – “Rīkojums par zāļu izplatīšanas labo praksi”) satur pielikumu, kura 7. iedaļas “Papildu noteikumi, ko piemēro zāļu elektroniskajai tirdzniecībai” 7.1. punktā “Farmaceita konsultācija” ir noteikts:

“Zāļu elektroniskās tirdzniecības tīmekļvietne ir veidota tā, lai nebūtu iespējams izplatīt jebkādas zāles, ja pirms pasūtījuma apstiprināšanas nav nodrošināta interaktīva apmaiņa starp pacientu un attiecīgās aptiekas farmaceitu. Tādējādi ar automatizētu atbildi uz pacienta uzdotu jautājumu nepietiek, lai nodrošinātu attiecīgajam pacienta gadījumam piemērotu informāciju un konsultāciju.

Farmaceutam ir nepieciešami noteikti personas dati par pacientu, lai viņš pārlicinātos, ka pasūtījums atbilst pacienta veselības stāvoklim, un lai viņš varētu atklāt iespējamās kontrindikācijas. Tādējādi pirms pirmā pasūtījuma apstiprināšanas farmaceits tiešsaistē ievieto anketu, kurā ir jānorāda pacienta vecums, svars, augums, dzimums, attiecīgajā brīdī lietotās zāles, iepriekšējās alerģijas, kontrindikācijas un vajadzības gadījumā – pacienta grūtniecības vai barošanas ar krūti statuss. Pacientam ir jāapliecina šīs informācijas patiesums.

Anketa tiek aizpildīta, veicot pirmo pasūtījumu, pasūtījuma apstiprināšanas procesā. Ja anketa nav aizpildīta, nevar saņemt nekādas zāles. Farmaceits pēc tam apstiprina anketu, apliecinot, ka viņš ir iepazinies ar pacienta sniegto informāciju pirms pasūtījuma apstiprināšanas.

Ikreiz, veicot pasūtījumu, tiek piedāvāts aktualizēt informāciju anketā.

[..]”

3. 2016. gada 28. novembra rīkojums par tehniskajiem noteikumiem, kas jāpiemēro zāļu elektroniskās tirdzniecības tīmekļvietnēm

14. Kā izriet no Tiesai iesniegtajiem lietas materiāliem, Veselības un sociālo lietu ministra 2016. gada 28. novembra rīkojumam par tehniskajiem noteikumiem, kas jāpiemēro zāļu elektroniskās tirdzniecības tīmekļvietnēm un kas paredzēti Sabiedrības veselības kodeksa L. 5125-39. pantā (*JORF*, 2016. gada 1. decembris, dokuments Nr. 26; turpmāk tekstā – “Rīkojums par tehniskajiem noteikumiem”), ir pielikums, kura 1. iedaļā “Zāļu elektroniskās tirdzniecības tīmekļvietņu funkcijas” ir paredzēts, ka “atsauces pakalpojuma izmantošana meklētājprogrammās vai cenu salīdzināšanas vietnēs par atlīdzību ir aizliegta”.

III. Pamatlieta, prejudiciālais jautājums un process Tiesā

15. Saskaņā ar Nīderlandes tiesībām dibinātā sabiedrība A ir reģistrēta Nīderlandē aptiekas pārvaldīšanas darbību īstenošanai. Šī sabiedrība arī pārdod zāles tiešsaistē, kā arī paraaptieku preces ar vairāku tīmekļvietņu starpniecību, no kurām viena ir īpaši paredzēta patērētājiem Francijā⁷. Zālēm, kas tiek pārdotas ar šīs tīmekļvietnes starpniecību, Francijā ir tirdzniecības atļauja, un tām nav vajadzīga ārsta recepte.

16. A īstenoja reklāmas kampaņu attiecībā uz precēm, kas tādējādi tika piedāvātas iegādei Francijas patērētājiem. Šī kampaņa sastāvēja no reklāmas prospektu ievietošanas pakās, kuras nosūtīja citi tālpārdošanas uzņēmumi (tā sauktā “asilage” metode), reklāmas vēstuļu nosūtīšanas, atlaižu piedāvājumu publicēšanas iepriekš minētajā tīmekļvietnē, ar kuriem tika piešķirtas atlaides visa pasūtījuma kopējai cenai, ja pasūtījuma apmērs pārsniedz noteiktu summu, kā arī no maksas atsaucis pakalpojuma iegādes meklētājprogrammās attiecībā uz atslēgvārdiem “lasante.net”, izmantojot “Google Adwords”.

17. *Daniel B*, UD, AFP, B un L, aptieku pārvaldnieki vai apvienības, kas pārstāv farmaceitu profesionālās intereses (turpmāk tekstā – “*Daniel B* u.c.”), cēla prasību pret A *tribunal de commerce de Paris* [Parīzes Komerclietu tiesā] (Francija). *Daniel B* u.c. konkrēti lūdza atlīdzināt kaitējumu, kas, viņuprāt, viņiem esot nodarīts negodīgas konkurences dēļ, ko A esot īstenojusi, nepamatoti gūstot priekšrocību Francijas tiesiskā regulējuma zāļu reklāmas un tirdzniecības tiešsaistē jomā neievērošanas dēļ.

18. A savukārt uzskata, ka šis tiesiskais regulējums tai nav piemērojams, jo tā ir likumīgi reģistrēta Nīderlandē aptiekas darbības veikšanai un pārdod savas preces patērētājiem Francijā ar elektroniskās tirdzniecības starpniecību.

19. Ar 2017. gada 11. jūlija spriedumu *tribunal de commerce de Paris* nosprieda, ka Nīderlandes tiesības reglamentē A tīmekļvietnes franču valodā izveidi. Tomēr šī tiesa uzskata, ka Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. pants ir piemērojami citās dalībvalstīs reģistrētām sabiedrībām, kuras pārdod zāles internetā Francijas pacientiem. Tomēr A, izplatot vairāk nekā trīs miljonus reklāmas lapu ārpus aptiekas, mudināja Francijas klientus iegādāties zāles ar farmaceita profesijai neatbilstīgiem līdzekļiem, pārkāpjot šīs tiesību normas. *Tribunal de commerce de Paris* no tā secināja, ka minēto tiesību normu neievērošana, kuras rezultātā A tika piešķirta ekonomiska priekšrocība salīdzinājumā ar citiem tirgus dalībniekiem, veido negodīgas konkurences darbības.

20. A par šo spriedumu iesniedza apelācijas sūdzību *cour d'appel de Paris*, norādot, ka tai nav piemērojams Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. pants. Šīs tiesību normas radot šķēršļus izcelsmes valsts noteikumu piemērošanas principam, kas noteikts ar Direktīvas 2000/31 3. pantu, Direktīvas 2001/83 85.c pantu un LESD 34. pantu. Sabiedrības veselības aizsardzība šos šķēršļus neattaisno.

21. *Daniel B* u.c. lūdz *cour d'appel de Paris* apstiprināt *tribunal de commerce de Paris* spriedumu, ciktāl tajā attiecībā uz zāļu tirdzniecības reklāmu tika piemērotas Francijas tiesības, kvalificējot A veikto masveida reklāmu kā negodīgas konkurences darbības, jo tā esot pretēja farmaceita profesijas cieņai, kā arī tās saturs mudina lietot zāles nepamatoti. *Daniel B* u.c. lūdz pārskatīt šo spriedumu pārējā daļā, norādot, ka Sabiedrības veselības kodekss un Rikojums par zāļu izplatīšanas labo praksi reglamentē arī A apmaksātā maksas atsaucis pakalpojuma izmantošanu. Šie pēdējie minētie apgalvo, ka reklāmas ierobežojumi zāļu tirdzniecībai tiešsaistē, kas izriet no Sabiedrības veselības kodeksa, ir pamatoti ar mērķi aizsargāt farmaceita profesijas cieņu un godu. Šie ierobežojumi esot samērīgi ar šī mērķa sasniegšanu, kas pats ir saistīts ar sabiedrības veselības aizsardzību.

⁷ Šī tīmekļvietne satur pirmā līmeņa domēnu “.fr”.

22. Šādos apstākļos *cour d'appel de Paris* ar 2018. gada 28. septembra lēmumu, kas Tiesā reģistrēts 2018. gada 15. oktobrī, nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādu prejudiciālu jautājumu:

“Vai ar Eiropas tiesisko regulējumu, it īpaši:

- LESD 34. pantu;
- Direktīvas [2001/83] 85.c panta tiesību normām [un]
- Direktīvas [2000/31] 3. pantu “Iekšējais tirgus”,

[Eiropas] Savienības dalībvalstij ir atļauts savā teritorijā citas Savienības dalībvalsts farmaceitiem paredzēt īpašus noteikumus, kas attiecas uz:

- aizliegumu mudināt klientus iegādāties zāles, izmantojot līdzekļus un praksi, kas pašreizējā Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. panta izpratnē ir uzskatāmi par nesaderīgiem ar profesionālo cieņu;
- aizliegumu mudināt pacientus nepamatoti lietot zāles pašreizējā Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-64. panta izpratnē;
- pienākumu ievērot zāļu izplatīšanas labo praksi, ko ir noteikusi dalībvalsts iestāde, prasot zāļu pasūtīšanas tiešsaistē procesā iekļaut anketu par veselības stāvokli un aizliedzot izmantot maksas atsaucis pakalpojumu atbilstoši pašlaik spēkā esošajam Veselības un sociālo lietu ministra 2016. gada 28. novembra rīkojumam?”

23. Rakstveida apsvērumus iesniedza A, *Daniel B* u.c., Francijas, Grieķijas, Spānijas un Nīderlandes valdības, kā arī Eiropas Komisija. Šie paši lietas dalībnieki un ieinteresētās personas, izņemot Nīderlandes valdību, bija pārstāvēti tiesas sēdē mutvārdu paskaidrojumu uzklaušīšanai, kas notika 2019. gada 3. oktobrī.

IV. Vērtējums

A. Ievada apsvērumi

24. Lai gan nosacījumi, lai iegūtu tiesības strādāt farmaceita profesijā, ir saskaņoti Savienības līmenī⁸, nosacījumi, kas attiecas uz strādāšanu šajā profesijā, ir dalībvalstu kompetencē. Šajā ziņā pieņemtie tiesiskie regulējumi dažādās dalībvalstīs atšķiras gan no to intensitātes viedokļa, gan no to nosacījumu viedokļa⁹. Ja farmaceits veic savu darbību pārrobežu veidā, tirgojot zāles internetā¹⁰, rodas jautājums, vai viņam ir jāievēro prasības, kas ir spēkā viņa reģistrācijas dalībvalstī, vai galamērķa dalībvalsts prasības.

8 Skat. Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2005/36/EK (2005. gada 7. septembris) par profesionālo kvalifikāciju atzīšanu (OV 2005, L 255, 22. lpp.), kas grozīta ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2013/55/ES (2013. gada 20. novembris) (OV 2013, L 354, 132. lpp.).

9 Skat. šajā ziņā it īpaši Debarge, O., “La distribution au détail du médicament au sein de l'Union européenne: un croisement entre santé et commerce”, *Revue internationale de droit économique* (2011), 197. lpp. un 201.–217. lpp.

10 Kā uzsvēra A, šāda farmaceita situācija atšķiras no tāda farmaceita situācijas, kurš fiziski pārvietojas uz citas dalībvalsts teritoriju, kas nav tā dalībvalsts, kurā viņš ir reģistrēts, lai tur sniegtu pakalpojumus. Kā izriet no Direktīvas 2005/36 5. panta 2. punkta, pēdējā minētā farmaceita situācija ir reglamentēta šīs direktīvas 5.–9. pantā. Saskaņā ar Direktīvas 2005/36 5. panta 3. punktu uz viņu “attiecas profesionāli, ar likumu noteikti vai administratīvi profesionālie noteikumi, kuriem ir tieša saistība ar profesionālo kvalifikāciju, piemēram, noteikumi par profesijas definīciju, par profesionālā nosaukuma lietošanu un par nopietniem profesionāliem pārkāpumiem, kas tieši un specifiski saistīti ar patērētāju aizsardzību un drošību, kā arī disciplinārie noteikumi, kuri uzņēmējā dalībvalstī attiecas uz profesionāļiem, kas šajā dalībvalstī veic darbību tajā pašā profesijā”.

25. Šajā ziņā Direktīvas 2001/83 85.c panta 1. punktā katrai dalībvalstij ir noteikts pienākums atļaut piedāvāt iedzīvotājiem bezrecepšu zāles tālpārdošanā, izmantojot tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus, ko sniedz citā dalībvalstī reģistrēts pakalpojumu sniedzējs, ja vien ir izpildīti šajā tiesību normā paredzētie nosacījumi¹¹. It īpaši pakalpojumu sniedzējam ir jābūt tiesībām saskaņā ar tās dalībvalsts tiesību aktiem, kurā tas ir reģistrēts, zāles izplatīt tālpārdošanā. Tālpārdošanā piedāvātajām zālēm ir jābūt tirdzniecības atļaujai galamērķa dalībvalstī. Ja visi šie nosacījumi ir izpildīti, vai šī pēdējā minētā dalībvalsts tomēr var reglamentēt kārtību, kādā tiek īstenota zāļu tirdzniecība tiešsaistē pacientiem, kas atrodas tās teritorijā? It īpaši, cik lielā mērā ar tā saukto “izcelsmes valsts” principu, kas izriet no Direktīvas 2000/31 3. panta, kā arī ar Līgumā garantētajām pamatbrīvībām tas netiek pieļauts?

26. Tāda ir ar šo lietu izvirzītā vispārējā tematika. Konkrētāk, tā attiecas uz dalībvalsts tādu tiesību aktu vai normatīvo aktu atbilstību Savienības tiesībām, kas, pirmkārt, ierobežo iespējas īstenot reklāmu, kuras mērķis ir orientēt šīs dalībvalsts pacientus uz aptiekas tīmekļvietni, lai tie tajā iegādātos zāles un paraaptiekas preces, un, otrkārt, reglamentē zāļu pasūtīšanas tiešsaistē procesu. Šajā lietā šīs tiesību normas tika piemērotas Nīderlandē reģistrētai aptiekai, kas vēlējas reklamēt patērētājiem Francijā savu tiešsaistes tirdzniecības darbību ar īpaši šiem patērētājiem izveidotas tīmekļvietnes starpniecību. Šajā vietnē tirdzniecībā piedāvātās zāles bija atļautas Francijā un varēja tikt izsniegtas bez receptes.

27. Valsts tiesību normas, kuru saderība ar Savienības tiesībām ir jāizvērtē Tiesai, var tikt iedalītas trijās kategorijās.

28. Pirmā kategorija aptver tiesību normas, ar kurām noteiktos apstākļos ir aizliegta reklāma, kas tiek īstenota *fiziskos datu nesējos*, attiecībā uz tādu zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumiem, ko piegādā aptieka. Šajā ziņā *tribunal de commerce de Paris* notiesāja A par to, ka tā izplatīja – tādā apmērā, ko šī tiesa kvalificēja par masveida izplatīšanu, – reklāmas lapas un tādējādi veica reklāmas darbības, kas ir pretējas farmaceita profesijas cieniņai, pārkāpjot Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. pantu. Turklāt minētā tiesa tai pārmeta, ka tā ir piedāvājusi reklāmas akcijas, kas, kā izriet no Tiesai iesniegtajiem lietas materiāliem, izpaudās kā cenas samazinājums visam tiešsaistē veiktajam zāļu un paraaptiekas preču pasūtījumam, ja tā apmērs pārsniedza noteiktu summu. Šī tiesa uzskata, ka šīs reklāmas akcijas mudināja uz zāļu nepamatotu lietošanu Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-64. panta izpratnē. Tiesai tiek lūgts noteikt, vai *tribunal de commerce de Paris* veiktā šo tiesību normu interpretācija un to piemērošana ir saderīga ar Savienības tiesībām (C iedaļa).

29. Otrajā tiesību normu kategorijā ietilpst normas, kas ierobežo šo pašu pakalpojumu *internetā veikto reklāmu*. Šajā ziņā es atgādinu, ka *tribunal de commerce de Paris* ir atzinusi, ka arī reklāmas akcijas attiecībā uz pasūtījuma summu ir nelikumīgas, ciktāl tās tika piedāvātas A tīmekļvietnē. Savukārt šī tiesa nav notiesājusi A par to, ka tā iegādājās atsauces pakalpojumu no “Google Adwords”¹². *Daniel B* u.c. lūdz pārskatīt pirmās instances tiesas spriedumu šajā jautājumā. Līdz ar to Tiesai būs arī jānosaka, vai A tīmekļvietnē uzrādītās reklāmas akcijas, kā arī Rīkojumā par tehniskajiem noteikumiem¹³ paredzētais maksas atsauces pakalpojuma aizliegums atbilst Savienības tiesībām (D iedaļa).

11 Šajā tiesību normā ir atspoguļotas atziņas, kas gūtas no 2003. gada 11. decembra sprieduma *Deutscher Apothekerverband* (C-322/01, EU:C:2003:664, 112. punkts), kurā Tiesa nosprieda, ka absolūts aizliegums tiešsaistē tirgot zāles, kurām nav vajadzīga ārsta recepte, nav saderīgs ar preču brīvu apriti.

12 Atsauces pakalpojums nozīmē, ka tīmekļvietnes lapas tiek uzrādītas meklētājprogrammas pirmajās lapās.

13 Sava jautājuma formulējumā iesniedzējtiesa piemin tikai Rīkojumu par zāļu izplatīšanas labo praksi, uz kuru šajā tiesā atsaucās *Daniel B* u.c. Tomēr, kā to uzsvēra A, no Tiesai iesniegtajiem lietas materiāliem izriet, ka aizliegums iegādāties atsauces pakalpojumu meklētājprogrammās izriet nevis no šī rīkojuma, bet gan no Rīkojuma par tehniskajiem noteikumiem.

30. Trešā kategorija attiecas uz valsts tiesisko regulējumu, ar kuru tiek regulēts bezrecepšu zāļu *tirdzniecības tiešsaistē process*. Šajā ziņā iesniedzējtiesa norāda uz Rīkojumā par zāļu izplatīšanas labo praksi paredzēto pienākumu, kurš ir noteikts visām aptiekām, kas piedāvā zāles mazumtirdzniecībai Francijas teritorijā, izmantojot savu tīmekļvietni, likt pacientiem aizpildīt medicīniska rakstura anketu pirms viņu pirmā pasūtījuma apstiprināšanas. Tādējādi, lai atbildētu uz prejudiciālo jautājumu, ir jāizvērtē arī, vai šāds pienākums ir pretrunā Savienības tiesībām (E iedaļa).

31. Attiecībā uz katru šādi aprakstīto valsts tiesību normu kategoriju vispirms būs jāidentificē Savienības tiesību normas, proti, Direktīvas 2000/31, Direktīvas 2001/83 un/vai LESD normas, kuras jāņem vērā, lai izvērtētu šo normu atbilstību, un, otrkārt, būs jāveic šis novērtējums.

32. Pirms izskatīt prejudiciālo jautājumu pēc būtības, Francijas valdības izvirzītais iebildums par prejudiciālā jautājuma pieņemamību ir jānoraida (B iedaļa).

B. Par pieņemamību

33. Francijas valdība atsaucas uz prejudiciālā jautājuma nepieņemamību, jo tas attiecas uz Direktīvas 2000/31 tiesību normu interpretāciju. Tā norāda, ka viena privātpersona nevar atsaukties uz direktīvas tiesību normām attiecībā pret citu privātpersonu horizontālas tiesvedības ietvaros, lai radītu šķērsli tāda valsts tiesiskā regulējuma piemērošanai, kas ir pretējs šīm tiesību normām¹⁴. Šim prejudiciālā jautājuma aspektam arī esot hipotētisks raksturs.

34. Šī argumentācija mani nepārliecina.

35. Pirmkārt, lai gan nav strīda par to, ka direktīva pati par sevi nevar radīt pienākumus attiecībā uz privātpersonām un līdz ar to uz to nevar atsaukties, vērsoties pret tām, Tiesa vairākkārt ir nospriedusi, ka valsts tiesām savas valsts tiesību normas, it īpaši tās normas, ar kurām direktīva tiek transponēta, ir jāinterpretē cik vien iespējams atbilstoši tās tekstam un mērķim, lai sasniegtu tajā paredzēto rezultātu¹⁵.

36. Šajā gadījumā iesniedzējtiesai būs jāinterpretē Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. pants atbilstoši Savienības tiesībām un, no šī skatpunkta raugoties, jānosaka, vai ir vai nav jāapstiprina interpretācija, kuru ir izmantojusi *tribunal de commerce de Paris*.

37. Otrkārt un katrā ziņā, Tiesa ir nospriedusi, ka Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā paredzētā paziņošanas pienākuma neievērošana padara attiecīgo valsts tiesisko regulējumu par tādu, uz kuru nevar atsaukties attiecībā pret privātpersonām gan kriminālprocesa ietvaros, gan tiesvedības starp privātpersonām ietvaros¹⁶. Līdz ar to, tā kā ar prejudiciālo jautājumu tiek izvirzīts jautājums par to, vai uz tādām valsts tiesību normām kā pamatlietā aplūkotās attiecas šis pienākums, Tiesas atbildei nešaubīgi ir nozīme iesniedzējtiesā izskatītā strīda risinājumā.

14 Francijas valdība atsaucas uz 2018. gada 7. augusta spriedumu *Smith* (C-122/17, EU:C:2018:631, 44. punkts).

15 Spriedums, 2016. gada 19. aprīlis, *DI* (C-441/14, EU:C:2016:278, 30. un 31. punkts, kā arī tajos minētā judikatūra).

16 Spriedums, 2019. gada 19. decembris, *Airbnb Ireland* (C-390/18, EU:C:2019:1112, 97. punkts). Šis spriedums tika pasludināts pēc tam, kad Francijas valdība iesniedza Tiesai savus rakstveida un mutvārdu apsvērumus.

C. Par zāļu tirdzniecības tiešsaistē pakalpojumu fiziskās reklāmas ierobežojumu saderību ar Savienības tiesībām

38. Ar Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. pantu farmaceitiem vispārīgi ir aizliegts mudināt klientus iegādāties zāles veidā, kas ir pretējs viņu profesijas cieņai, vai mudinot uz zāļu nepamatotu lietošanu. Šajā lietā *tribunal de commerce de Paris* interpretēja un piemēroja šīs tiesību normas, lai, precīzāk, sodītu A par to, ka tā īstenoja vairāk nekā trīs miljonu reklāmas prospektu nosūtīšanu, kas bija ievietoti tirdzniecības partneru pakās vai tieši iemesti potenciālo klientu pastkastītēs, kā arī par tās piedāvātajām reklāmas akcijām¹⁷.

39. No šāda viedokļa raugoties, ar prejudiciālo jautājumu Tiesa tiek aicināta noteikt, vai Savienības tiesībām neatbilst tāds valsts tiesiskais regulējums, ar kuru, pirmkārt, ir aizliegts nosūtīt lielā apjomā reklāmas lapas, kuru mērķis ir piesaistīt vienas dalībvalsts potenciālos klientus uz citā dalībvalstī reģistrētas tādas aptiekas tīmekļvietni, kas tirgo zāles, kurām ir [tirdzniecības] atļauja Francijā un kuras tur var tikt izsniegtas, neuzrādot [ārsta] recepti, un, otrkārt, ir aizliegtas tādas reklāmas akcijas, kas izpaužas kā atlaides no šādu zāļu un paraaptieku preču pasūtījuma kopējās summas, ja šī summa pārsniedz noteiktu sliekšni.

40. Pirmkārt, ir jāidentificē tādi Savienības tiesību instrumenti, kas ir piemērojami reklāmas darbībām, kuras, lai arī to mērķis ir reklamēt zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus, tiek veiktas, izmantojot fiziskus datu nesējus. Manuprāt, pretēji tam, ko apgalvo A un Komisija, šādas darbības neietilpst Direktīvas 2000/31 3. panta piemērošanas jomā (1. iedaļa). Tāpat uz tām neattiecas Direktīvā 2001/83 ietvertās tiesību normas par zāļu reklāmu (2. iedaļa). Līdz ar to dalībvalstis var brīvi reglamentēt šīs darbības, ievērojot LESD noteiktās robežas (3. iedaļa).

1. Par Direktīvas 2000/31 3. panta nepiemērojamību

41. Saskaņā ar Direktīvas 2000/31 2. panta a) punktu, kurā ir atsauce uz Direktīvas 2015/1535¹⁸ 1. panta 1. punkta b) apakšpunktu, jēdziens “informācijas sabiedrības pakalpojums” aptver “jebkādu pakalpojumu, ko parasti sniedz par atlīdzību no attāluma, ar elektroniskiem līdzekļiem un pēc pakalpojumu saņēmēja individuāla pieprasījuma”. Kā par to liecina Direktīvas 2000/31 18. apsvērums, šis jēdziens aptver preču tirdzniecību tiešsaistē. Tas ietver arī pakalpojumus, par kuriem to saņēmēji nemaksā, piemēram, komercziņojumu sniegšanu tiešsaistē¹⁹.

42. Ņemot vērā šo definīciju, nav ne mazāko šaubu, ka zāļu un paraaptieku preču tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumi, ko sniedz A, ir informācijas sabiedrības pakalpojumi²⁰. Reklāmu tiešsaistē, ko īsteno pēdējā minētā un kas ir daļa no šiem tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumiem, pašu par sevi arī var kvalificēt kā informācijas sabiedrības pakalpojumu.

17 Tomēr skat. šo secinājumu 80. punktu.

18 Skat. šo secinājumu 5. punktu.

19 Skat. spriedumu, 2017. gada 4. maijs, *Vanderborght* (C-339/15, EU:C:2017:335, 36. un 37. punkts). Jēdziens “komercziņojums” Direktīvas 2000/31 2. panta f) punktā ir definēts kā “jebkāds ziņojuma veids, kas ir paredzēts tiešai vai netiešai preču, pakalpojumu reklamēšanai vai arī tāda uzņēmuma, organizācijas vai personas tēla reklamēšanai, kas veic komerciālu, rūpniecisku darbību vai nodarbojas ar amatniecību vai regulētu profesiju”.

20 Savā pirmajā 2003. gada 21. novembra ziņojumā Eiropas Parlamentam, Padomei un Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai par Direktīvas [2000/31] piemērošanu, COM(2003) 702, galīgā redakcija (12. lpp.), Komisija turklāt skaidri minēja farmaceitisku produktu tiešsaistes tirdzniecību to pakalpojumu skaitā, uz kuriem šī direktīva attiecas.

43. Tādēļ šie pakalpojumi ir pakļauti tā sauktajam “izcelsmes valsts” principam, kas ir noteikts Direktīvas 2000/31 3. pantā. Kā izriet no šī panta 1. punkta, šis princips nozīmē, ka informācijas sabiedrības pakalpojuma sniedzējam ir jāievēro tās tiesību normas, kas ir piemērojamas tajā dalībvalstī, kurā tas ir reģistrēts (saukta arī par “izcelsmes dalībvalsti”) attiecībā uz jomām, kas ietilpst koordinētajā jomā, kura definēta Direktīvas 2000/31 2. panta h) punktā. Saskaņā ar šīs direktīvas 3. panta 2. punktu pārējās dalībvalstīs koordinētajā jomā noteiktu iemeslu dēļ nedrīkst ierobežot tāda pakalpojuma brīvu apriti, izņemot šī panta 4. punktā pieļautās atkāpes.

44. Manuprāt, kā to apgalvo *Daniel B* u.c., to nosacījumu regulējums, ar kuriem tiešsaistes tirdzniecības pakalpojuma sniedzējs var reklamēt savu tīmekļvietni, izmantojot fiziskus datu nesējus, neietilpst Direktīvas 2000/31 3. pantā paredzētā izcelsmes valsts principa piemērošanas jomā.

45. Pirmkārt, tādu komercziņojumu uz fiziskiem datu nesējiem nosūtīšanu, kas attiecas uz tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumiem, pašu par sevi nevar kvalificēt kā informācijas sabiedrības pakalpojumu. Fiziskā reklāma, kuras mērķis ir mudināt klientus apmeklēt tīmekļvietni, ar kuras starpniecību pakalpojumu sniedzējs sniedz tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus, nav pakalpojums, ko sniedz “ar elektroniskiem līdzekļiem”.

46. Otrkārt, izcelsmes valsts principu arī nevar piemērot šādu komercziņojumu reglamentēšanai, pamatojoties uz to, ka šāds regulējums ierobežotu šo tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu brīvu apriti. Tas tā ir tāpēc, ka prasības attiecībā uz fizisko reklāmu, manuprāt, neietilpst koordinētajā jomā Direktīvas 2000/31 2. panta h) punkta izpratnē.

47. Šajā ziņā ir jānorāda, ka koordinētā joma aptver prasības, kas pakalpojuma sniedzējam ir jāizpilda gan attiecībā uz informācijas sabiedrības pakalpojuma sniegšanas darbības sākšanu, gan attiecībā uz šīs darbības veikšanu. Saskaņā ar šīs tiesību normas i) punktu prasības attiecībā uz informācijas sabiedrības pakalpojuma sniegšanas darbības veikšanu aptver prasības attiecībā uz pakalpojumu kvalitāti vai saturu, “tostarp tās, kas piemērojamas reklamēšanai”. Tomēr Direktīvas 2000/31 21. apsvērumā ir norādīts, ka koordinētā joma “ietver tikai prasības attiecībā uz tiešsaistes darbībām”, tādām kā tostarp “tiešsaistes reklamēšana”.

48. Šo interpretāciju apstiprina arī tas, ka tiešsaistē pasūtītu preču piegāde kā fiziska darbība, kas tiek veikta pēc informācijas sabiedrības pakalpojuma sniegšanas, ir skaidri izslēgta no koordinētās jomas saskaņā ar Direktīvas 2000/31 2. panta h) punkta ii) apakšpunktu²¹. Šī pati loģika, manuprāt, nozīmē, ka fiziskā reklāma, kas tiek veikta pirms šāda pakalpojuma sniegšanas, arī neietilpst koordinētajā jomā.

49. Šāda izslēgšana man šķiet vēl jo vairāk pamatota tāpēc, ka fizisko reklāmu, ko pakalpojumu sniedzējs veic attiecībā uz tā sniegtajiem tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumiem, nevar uzskatīt par šo pakalpojumu neatņemamu sastāvdaļu. Šī reklāma ir nošķirama no turpmākā hipotētiskā notikuma, proti, no tirdzniecības tiešsaistē reklāmas prospektu adresātiem. Šādos apstākļos tādu komercziņojumu nosūtīšana, kas prezentēti fiziskos datu nesējos, nav neatņemama daļa no informācijas sabiedrības pakalpojuma sniegšanas veikšanas, ko veido preču tirdzniecība tiešsaistē.

2. Par Direktīvas 2001/83 VIII un VIIIa sadaļas nepiemērojamību

50. Direktīvas 2001/83 VIII sadaļā “Reklāma” un VIIIa sadaļā “Informācija un reklāma” ir ietverta virkne tiesību normu, kas reglamentē zāļu reklāmu. Saskaņā ar judikatūru ar šīm tiesību normām zāļu reklāmas nozare ir tikusi pilnībā saskaņota²².

21 Šajā ziņā skat. spriedumu, 2010. gada 2. decembris, *Ker-Optika* (C-108/09, EU:C:2010:725, 29. un 30. punkts).

22 Skat. spriedumu, 2007. gada 8. novembris, *Gintec* (C-374/05, EU:C:2007:654, 20. punkts).

51. Es uzskatu, kā to būtībā norādīja Komisija, ka Direktīvas 2001/83 VIII un VIIIa sadaļas tiesību normas nesaskaņo reklāmas nozari neatkarīgi no tā, vai runa ir par reklāmu uz fiziskiem datu nesējiem vai elektroniskiem datu nesējiem, attiecībā uz zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumiem²³. Šajā ziņā ir jāatgādina, ka no Tiesai iesniegtajiem lietas materiāliem izriet, ka A īstenotās reklāmas kampaņas mērķis bija nevis mudināt iegādāties noteiktas zāles, bet gan mudināt izmantot tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus, ko šī sabiedrība piedāvāja attiecībā uz veselu zāļu un paraaptieku preču klāstu. Tas, ka izplatītajos reklāmas prospektos attiecīgā gadījumā, kā to norādīja *Daniel B* u.c., ilustratīvos nolūkos bija attēlotas vienas vai otras vispārēji izmantotas zāles, neatspēko šo konstatējumu.

52. Šajā ziņā šīs direktīvas 86. panta 1. punkta formulējums, protams, nav pārliecinošs, jo tajā “zāļu reklāma” nozīmē “jebkāda veida informācijas izplatīšanu, apstāigājot klientus, aģitējot vai pamudinot viņus, nolūkā veicināt zāļu parakstīšanu, piegādi, tirdzniecību vai patērēšanu”. Proti, šī definīcija pirmšķietami neizslēdz to, ka tiek veicināta nevis noteiktu zāļu lietošana, bet gan nenoteiktu zāļu iegāde konkrētā aptiekā. Tomēr es norādu, ka neviena no informācijas izplatīšanas formām, kas kā piemēri ir norādīti minētās direktīvas 86. panta 1. punktā, neattiecas uz noteiktas aptiekas reklāmu. Turklāt visas šīs pašas direktīvas 86.–100. panta tiesību normas attiecas uz noteiktu zāļu reklāmu. To mērķis ir reglamentēt reklāmas ziņojuma saturu, kā arī zāļu reklamēšanas noteikumus. Šo tiesību normu mērķis nav reglamentēt aptiekas pakalpojumu reklāmu un it īpaši tās zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu reklāmu.

53. Citiem vārdiem sakot, Direktīvas 2001/83 VIII un VIIIa sadaļas tiesību normas tikai un izsmeļoši saskaņo nosacījumus, ar kādiem dalībvalstis var ierobežot zāļu reklāmu. Šī saskaņošana neskar dalībvalstu iespēju LESD un attiecīgā gadījumā citos atvasināto tiesību aktos noteiktajās robežās reglamentēt jomas, uz kurām tā neattiecas, piemēram, noteiktas aptiekas reklāmu vai tās sniegtu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu reklāmu.

54. Šo secinājumu neatspēko apstākļi, saskaņā ar kuru Tiesa spriedumā lietā *Deutscher Apothekerverband*²⁴ nosprieda, ka ar Direktīvas 2001/83 88. panta 1. punktu, ar kuru ir aizliegta recepšu zāļu reklāma, netiek pieļauts absolūts aizliegums reklamēt zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus, ciktāl šāds aizliegums attiecas uz bezrecepšu zālēm. Tiesas pieeja, manuprāt, nozīmē vienīgi to, ka šāds aizliegums, lai gan tas neattiecas uz pašu zāļu reklāmu, praksē to kavē, ja attiecīgās zāles tiek tirgotas tiešsaistē. No tā nekādi neizriet, ka jebkāda veida ierobežojumi bezrecepšu zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu reklāmai būtu aizliegti tādēļ, ka tie nav skaidri atļauti ar Direktīvas 2001/83 VIII un VIIIa sadaļas tiesību normām.

55. Savukārt noteikumi par zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu reklāmu, jo to rezultātā tiek reglamentēta zāļu tirdzniecība tiešsaistē pacientiem, varētu būt nosacījumi tādu zāļu mazumtirdzniecībai dalībvalsts teritorijā, kas tiek piedāvātas iedzīvotājiem tālpārdošanā, izmantojot informācijas sabiedrības pakalpojumus. Saskaņā ar Direktīvas 2001/83 85.c panta 2. punktu dalībvalstis var paredzēt šādus nosacījumus, ja tie ir pamatoti ar sabiedrības veselības aizsardzību.

56. Šajā ziņā Direktīvas 2011/62, ar kuru tika ieviests Direktīvas 2001/83 85.c pants, 21. apsvērumā ir norādīts, ka ar šī panta 2. punktu Savienības likumdevējs ir vēlējis “[ņemt] vērā t[o], ka Savienības līmenī nav saskaņoti īpaši nosacījumi par zāļu piegādi iedzīvotājiem mazumtirdzniecībā, un tādēļ dalībvalstis zāļu piegādei iedzīvotājiem var piemērot nosacījumus [LESD] robežās”. Tādējādi Direktīvas 2001/83 85.c panta 2. punkts ir jāsaprot kā vienkārša dalībvalstu kompetences reglamentēt zāļu mazumtirdzniecības nosacījumus, ievērojot LESD un it īpaši ar to garantētās pamatbrīvības, atzīšana.

23 *Conseil d'État* [Valsts padome] (Francija) arī ir izmantojusi šo interpretāciju 2018. gada 4. aprīļa spriedumā Nr. 407292 (FR:CECHR:2018:407292.20180404, 6. punkts), kas pievienots A un *Daniel B* u.c. rakstveida apsvērumiem.

24 Spriedums, 2003. gada 11. decembris (C-322/01, EU:C:2003:664, 144. punkts).

3. Par LESD 34. panta piemērošanu

57. Kā izriet no iepriekš minētā, tā kā aptiekas piegādāto zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu fiziskā reklāma Savienības līmenī nav saskaņota, valsts tiesību normas, kas – tāpat kā Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. pants, kā tos ir interpretējusi un piemērojusi *tribunal de commerce de Paris*, – ierobežo iespējas reklamēt šos pakalpojumus, ir jāizvērtē, ņemot vērā ar LESD garantētās pamatbrīvības.

a) *Par nepieciešamību veikt vērtējumu, ņemot vērā preču aprites brīvību un/vai pakalpojumu sniegšanas brīvību*

58. Lietas dalībnieki un ieinteresētās personas, kas ir iesniegušas apsvērumus Tiesā, nav vienisprātis par to, vai tādi valsts pasākumi kā pamatlietā aplūkotie, ar kuriem aptiekām ir aizliegts nosūtīt lielā apjomā reklāmas prospektus un piedāvāt atlaides savās tīmekļvietnēs, ja pirkuma summa sasniedz noteiktu sliekšni, ir jāizvērtē, ņemot vērā LESD 34. pantā garantēto preču brīvu apriti, kā to ierosina iesniedzējtiesa, LESD 56. pantā paredzēto pakalpojumu sniegšanas brīvību vai arī abas šīs brīvības secīgi.

59. A, Grieķijas valdība un Komisija attiecīgos pasākumus analizē no LESD 34. panta viedokļa²⁵, savukārt Spānijas un Nīderlandes valdības tos vērtē, ņemot vērā LESD 56. pantu. Francijas valdība pēc tam, kad tā apgalvoja, ka šie pasākumi ir tādi tirdzniecības nosacījumi, kas neietilpst LESD 34. panta piemērošanas jomā, aicina Tiesu izvērtēt to atbilstību LESD 56. pantam.

60. Šajā ziņā es atgādinu, ka zāļu tirdzniecība tiešsaistē ir “informācijas sabiedrības pakalpojums” Direktīvas 2015/1535 1. panta 1. punkta izpratnē. Tā arī ir jāuzskata par “pakalpojumu”, uz kuru attiecas LESD 56. pants. Tādējādi A īstenotās reklāmas kampaņas mērķis, reklamējot noteiktu tirdzniecības kanālu – savu Francijas patērētājiem veltīto tīmekļvietni – bija piesaistīt šos pēdējo minētos, lai tie iegādātos šīs sabiedrības piedāvātās zāles un paraaptiekas preces. Šīs abas preču kategorijas LESD 34. panta izpratnē ir “preces”²⁶. Līdz ar to uz aplūkotajiem pasākumiem vienlīdz labi var attiekties gan LESD 34. pants, jo tie attiecas uz preču tirdzniecības nosacījumiem, gan LESD 56. pants, ciktāl tie ierobežo aptiekas iespējas izplatīt informāciju par saviem zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumiem.

61. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, ja valsts pasākums attiecas gan uz preču brīvu apriti, gan uz citu pamatbrīvību, Tiesa to principā izskata tikai attiecībā uz vienu no šīm pamatbrīvībām, ja izrādās, ka viena no tām ir gluži otršķirīga salīdzinājumā ar otru un var tai tikt piesaistīta²⁷.

62. Tiesa jau ir nospriedusi – lai arī uz nosacījumiem, kas saistīti ar preču tirdzniecību, principā attiecas preču brīva aprite, nevis pakalpojumu sniegšanas brīvība, nevar izslēgt, ka vienlaikus ar kādas preces pārdošanu tiek veikta darbība, kas ietver “pakalpojumu” aspektus. Katrā konkrētā gadījumā ir jānoskaidro, vai šis pakalpojums ir gluži otršķirīgs aspekts, salīdzinot ar elementiem, kas attiecas uz preču brīvu apriti²⁸.

25 Tā kā Komisija uzskata, ka valsts tiesiskais regulējums, ar kuru ir reglamentēta aptiekas tīmekļvietnes fiziska reklāma, ietilpst Direktīvas 2000/31 un Direktīvas 2001/83 piemērošanas jomā, tā vērtē šādu tiesisko regulējumu, ņemot vērā LESD 34. pantu, tikai pakārtoti.

26 Skat. it īpaši spriedumus, 2017. gada 8. jūnijs, *Medisanus* (C-296/15, EU:C:2017:431, 53. punkts), un 2019. gada 18. septembris, *VIPA* (C-222/18, EU:C:2019:751, 60. punkts).

27 Skat. it īpaši spriedumus, 2005. gada 26. maijs, *Burmanjer* u.c. (C-20/03, EU:C:2005:307, 35. punkts); 2010. gada 2. decembris, *Ker-Optika* (C-108/09, EU:C:2010:725, 43. punkts), kā arī 2019. gada 18. septembris, *VIPA* (C-222/18, EU:C:2019:751, 58. punkts).

28 Spriedums, 2005. gada 26. maijs, *Burmanjer* u.c. (C-20/03, EU:C:2005:307, 33. un 34. punkts).

63. Piemērojot šos principus, Tiesa izvērtēja valsts pasākumus, ar kuriem tiek reglamentēta uzņēmuma īstenota tādu preču reklāma, ko tas piedāvā tirdzniecībā, vienīgi preču brīvas aprites kontekstā²⁹. Tā vietā, lai uzskatītu, ka reklāmas ziņojumu izplatīšana ir mērķis pati par sevi, tā tika uzskatīta kā otršķirīgs elements attiecībā pret attiecīgo preču pārdošanu³⁰. Tiesa arī izvērtēja – tikai saistībā ar LESD 34. pantu – valsts pasākumus, ar kuriem tiek regulēta preču tirdzniecība internetā, kas tomēr ir informācijas sabiedrības pakalpojums³¹.

64. Attiecinot šo pieeju uz šo lietu, manuprāt, tā pamato uzskatu, ka, lai arī reklāmas kampaņa bija vērsta uz to, lai reklamētu nevis konkrētas preces, ko A piedāvā tirdzniecībā, bet gan tās sniegtos tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus, reklāmas ziņojumu izplatīšana bija šo preču tirgošanas palīgdarbība.

65. Secinājumu, ka pamatlietā aplūkotie pasākumi, kas izriet no Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. panta piemērošanas, ir jāizvērtē tikai saistībā ar LESD 34. pantu, neatspēko spriedums *Gourmet International Products*³², uz kuru atsaucas Francijas valdība, lai pamatotu tēzi, ka šie pasākumi ir jāizvērtē arī saistībā ar LESD 56. pantu.

66. Šajā spriedumā Tiesa izvērtēja secīgi no preču brīvas aprites aspekta un no pakalpojumu sniegšanas brīvības aspekta valsts tiesisko regulējumu, ar kuru tika ierobežotas alkoholisko dzērienu reklāmas iespējas³³. Tiesa rīkojās identiski arī spriedumā *De Agostini* un *TV-Shop*³⁴ un spriedumā *ARD*³⁵, kuri attiecās uz valsts tiesiskajiem regulējumiem, ar kuriem reglamentēja preču televīzijas reklāmu. Tiesa tajos nosprieda, ka šie valsts tiesiskie regulējumi, lai arī tie var būt tirdzniecības nosacījumi, kas ir izslēgti no preču brīvas aprites piemērošanas jomas, ir jāizvērtē saistībā ar pakalpojumu sniegšanas brīvību.

67. Atšķirībā no šīs lietas, kas attiecas uz reklāmu, ko veic aptieka, lai reklamētu savus tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus, šie spriedumi attiecās uz reklāmas pakalpojumiem, ko vienā dalībvalstī reģistrēts pakalpojumu sniedzējs sniedz citā dalībvalstī reģistrētam saņēmējam (reklāmdevējam)³⁶. Šādā kontekstā reklāmas pakalpojuma pārrobežu sniegšanas nosacījumus nevarēja uzskatīt par reklāmdevēja īstenotas preču tirdzniecības palīgdarbību.

68. No tā izriet, ka pamatlietā aplūkotie pasākumi, kas izriet no Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. panta piemērošanas, ir jāizvērtē saistībā ar LESD 34. pantu un nav jāpārbauda to atbilstība arī LESD 56. pantam.

29 Skat. spriedumu, 2004. gada 25. marts, *Karner* (C-71/02, EU:C:2004:181, 35. punkts).

30 Skat. spriedumu, 2004. gada 25. marts, *Karner* (C-71/02, EU:C:2004:181, 47. punkts).

31 Spriedumi, 2003. gada 11. decembris, *Deutscher Apothekerverband* (C-322/01, EU:C:2003:664, 65. un nākamie punkti), kā arī 2010. gada 2. decembris, *Ker-Optika* (C-108/09, EU:C:2010:725, 44.–46. punkts).

32 Spriedums, 2001. gada 8. marts (C-405/98, EU:C:2001:135).

33 Spriedums, 2001. gada 8. marts (C-405/98, EU:C:2001:135, 13.–42. punkts).

34 Spriedums, 1997. gada 9. jūlijs (no C-34/95 līdz C-36/95, EU:C:1997:344, 39.–54. punkts).

35 Spriedums, 1999. gada 28. oktobris (C-6/98, EU:C:1999:532, 45.–52. punkts).

36 Tādējādi 1997. gada 9. jūlija spriedums *De Agostini* un *TV-Shop* (no C-34/95 līdz C-36/95, EU:C:1997:344) un 1999. gada 28. oktobra spriedums *ARD* (C-6/98, EU:C:1999:532) attiecās uz vienā dalībvalstī reģistrētu organizāciju televīzijas reklāmas pārraidīšanas pakalpojumu sniegšanu citā dalībvalstī reģistrētiem reklāmdevējiem. 2001. gada 8. marta spriedums *Gourmet International Products* (C-405/98, EU:C:2001:135) attiecās uz vienas dalībvalsts teritorijā reģistrētu preses uzņēmumu tiesībām piedāvāt potenciālajiem reklāmdevējiem, kas reģistrēti citās dalībvalstīs, reklāmas izvietošanai paredzētos laukumus to publikācijās.

b) Par attiecīgo pasākumu kvalificēšanu par “pasākumiem ar līdzvērtīgu iedarbību”

69. Ar LESD 34. pantu dalībvalstu starpā ir aizliegti importa kvantitatīvie ierobežojumi un citi pasākumi ar līdzvērtīgu iedarbību. Kopš sprieduma *Dassonville*³⁷ Tiesa uzskata, ka ikviens dalībvalsts pasākums, kas var tieši vai netieši, pašlaik vai potenciāli traucēt tirdzniecību Savienībā, ir pasākums ar kvantitatīviem ierobežojumiem līdzvērtīgu iedarbību šīs tiesību normas izpratnē.

70. Saskaņā ar judikatūru, kas izriet no sprieduma *Keck* un *Mithouard*³⁸, tādu valsts tiesību normu piemērošana citu dalībvalstu ražojumiem, kas ierobežo vai aizliedz atsevišķus pārdošanas veidus, nav uzskatāma par tādu, kas tieši vai netieši, faktiski vai iespējami rada šķēršļus tirdzniecībai starp dalībvalstīm šī judikatūras nozīmē, ja šīs normas attiecas uz visiem attiecīgajiem uzņēmējiem, kuri darbojas valsts teritorijā, un ja to juridiskā un faktiskā ietekme uz attiecīgās valsts un citu dalībvalstu izcelsmes ražojumu tirdzniecību ir vienāda.

71. Tiesa vairākkārt ir uzskatījusi, ka valstu tiesiskais regulējums, kas ierobežo uzņēmuma iespējas īstenot reklāmu, ir pasākumi, kas ierobežo atsevišķus pārdošanas veidus³⁹. Tādējādi tie neietilpst LESD 34. panta piemērošanas jomā, ja tiek izpildīti abi iepriekš minētie nosacījumi.

72. Pirmais no šiem nosacījumiem šajā lietā ir acīmredzami izpildīts. Iesniedzējtiesa balstās uz principu, saskaņā ar kuru, kā uzskata *tribunal de commerce de Paris*, Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235 22. un R. 4235-64. pants ir piemērojami visām aptiekām, kas pārdod zāles Francijas iedzīvotājiem, neatkarīgi no tā, vai tās ir reģistrētas Francijā vai citā dalībvalstī.

73. Sarežģītāks ir jautājums par to, vai ir izpildīts arī otrais no minētajiem nosacījumiem. Šajā ziņā Tiesa vairākkārt ir nospriedusi, ka valsts tiesību normām, ar kurām ir aizliegta noteiktu veidu reklāma konkrētās nozarēs, ir vienāda juridiskā un faktiskā ietekme uz citu dalībvalstu izcelsmes un valsts ražojumu tirdzniecību, līdz ar to šīs normas ir tirdzniecības nosacījumi, kas neietilpst LESD 34. panta piemērošanas jomā⁴⁰. Tas it īpaši attiecas uz profesionālās ētikas noteikumu, ar ko farmaceitiem aizliedza reklamēt ārpus aptiekām parafarmaceutiskas preces, kuras tiem ir atļauts tirgot⁴¹.

74. Tomēr Tiesa nevērtēja tādā pašā veidā valsts tiesību normas, ar kurām bija paredzēts pilnīgs reklāmas vai vismaz noteikta veida reklāmas akcijas aizliegums attiecībā uz attiecīgajā dalībvalstī likumīgi tirgotu preci.

37 Spriedums, 1974. gada 11. jūlijs (8/74, EU:C:1974:82, 5. punkts). Skat. arī spriedumu, 2019. gada 3. jūlijs, *Delfarma* (C-387/18, EU:C:2019:556, 20. punkts un tajā minētā judikatūra).

38 Spriedums, 1993. gada 24. novembris (C-267/91 un C-268/91, EU:C:1993:905, 16. punkts). Skat. arī spriedumus, 2010. gada 2. decembris, *Ker-Optika* (C-108/09, EU:C:2010:725, 51. punkts); 2015. gada 12. novembris, *Visnapuu* (C-198/14, EU:C:2015:751, 103. punkts), kā arī 2016. gada 21. septembris, *Etablissements Fr. Colruyt* (C-221/15, EU:C:2016:704, 35. punkts).

39 Skat. spriedumus, 1993. gada 15. decembris, *Hünernmund* u.c. (C-292/92, EU:C:1993:932, 22. punkts); 1995. gada 9. februāris, *Leclerc-Siplec* (C-412/93, EU:C:1995:26, 22. punkts); 1997. gada 9. jūlijs, *De Agostini* un *TV-Shop* (no C-34/95 līdz C-36/95, EU:C:1997:344, 39. punkts); 1999. gada 28. oktobris, *ARD* (C-6/98, EU:C:1999:532, 46. punkts); 2001. gada 8. marts, *Gourmet International Products* (C-405/98, EU:C:2001:135, 19. un 20. punkts), kā arī 2004. gada 25. marts, *Karner* (C-71/02, EU:C:2004:181, 39. punkts).

40 Skat. spriedumus, 1993. gada 15. decembris, *Hünernmund* u.c. (C-292/92, EU:C:1993:932, 22. punkts); 1995. gada 9. februāris, *Leclerc-Siplec* (C-412/93, EU:C:1995:26, 24. punkts), kā arī 2004. gada 25. marts, *Karner* (C-71/02, EU:C:2004:181, 42. punkts).

41 Spriedums, 1993. gada 15. decembris, *Hünernmund* u.c. (C-292/92, EU:C:1993:932, 22.–24. punkts).

75. Šāda pieeja liecina par to, ka Tiesa ir atzinusi reklāmas būtisko nozīmi, lai vienas dalībvalsts izcelsmes preces varētu piekļūt citas dalībvalsts tirgum⁴². Tas tā ir vēl jo vairāk, ja reklāma attiecas uz uzņēmuma tiešsaistes tirdzniecības vietni. Proti, tirdzniecība internetā ir īpaši efektīvs veids, kā tirgot vienas dalībvalsts izcelsmes zāles citā dalībvalstī⁴³. A šajā ziņā norāda, ka reklāma ir vienīgais līdzeklis, kas ir pieejams citā dalībvalstī reģistrētai aptiekai, lai piesaistītu Francijas klientus savai tīmekļvietnei, jo nepastāv redzamība, ko piedāvā fiziskas aptiekas esamība Francijā.

76. Tādējādi spriedumā *Gourmet International Products*⁴⁴ tika uzskatīts, ka jebkāds aizliegums alkoholisko dzērienu reklāmai, kas vērsta uz patērētājiem, izmantojot paziņojumus presē, radio un televīzijā, tieši nosūtot neprasītus reklāmas materiālus vai izliekot plakātus publiskās vietās, citu dalībvalstu izcelsmes preču pieeju tirgum apgrūtina vairāk nekā valstī ražotajām precēm, kuras patērētājs spontāni labāk atpazīst⁴⁵.

77. Gluži pretēji, spriedumā *Karner*⁴⁶ Tiesa uzskatīja, ka aizliegums, kas neattiecas uz noteiktu reklāmas akcijas veidu pašu par sevi, lai gan tas principā var ierobežot pārdošanas kopējo apjomu attiecīgajā dalībvalstī un tārad samazināt arī citu dalībvalstu izcelsmes preču pārdošanas apjomu, neietekmē vairāk citu dalībvalstu izcelsmes preču tirdzniecību nekā vietējā ražojuma preču tirdzniecību.

78. Lai noteiktu, vai valsts pasākums izraisa pilnīgu reklāmas aizliegumu vai vismaz noteikta veida reklāmas aizliegumu šī judikatūras virziena nozīmē, manuprāt, dažas atziņas pēc analogijas var gūt no tā, kā Tiesa ir definējusi Direktīvas 2006/123/EK par pakalpojumiem iekšējā tirgū⁴⁷ 24. panta 1. punktā izmantotu radniecīgu jēdzienu. Saskaņā ar šo tiesību normu dalībvalstīm ir jāatceļ absolūti aizliegumi reglamentēto profesiju komercziņojumiem. Tiesa uzskata, ka šajā kontekstā par absolūtiem aizliegumiem ir jāuzskata ne tikai noteikumi, ar kuriem šādas profesijas pārstāvjiem ir aizliegts izmantot komercziņojumus neatkarīgi no to formas, bet arī noteikumi, ar kuriem ir aizliegts izmantot vienu vai vairākus komercziņojumu veidus. Tādējādi jēdziens “absolūti aizliegumi” ietver profesionālos noteikumus, kas aizliedz plašsaziņas līdzekļos vai dažos no tiem sniegt informāciju par pakalpojuma sniedzēju vai tā darbību⁴⁸. Manuprāt, šī definīcija ir attiecināma LESD 34. panta piemērošanas ietvaros.

79. Šajā gadījumā pirmšķietami un kā to apgalvo Francijas valdība un Komisija, aizliegums reklamēt zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus tādā formā, kas izpaužas kā prospektu masveida nosūtīšana pa pastu, tostarp tos ievietojot tirdzniecības partnera pakās, attiecīgajā gadījumā piedāvājot atlaides, pats par sevi nav pilnīgs noteikta veida reklāmas aizliegums, proti, tas nav aizliegums īstenot šo preču reklāmu pa pastu.

42 Skat. arī ģenerāladvokāta F. Dž. Džeikobsa [F. G. Jacobs] secinājumus lietā *Leclerc-Siplec* (C-412/93, EU:C:1994:393, 19.–22. punkts); ģenerāladvokāta F. Dž. Džeikobsa secinājumus apvienotajās lietās *De Agostini* un *TV-Shop* (no C-34/95 līdz C-36/95, EU:C:1996:333, 99. punkts), kā arī pēc analogijas spriedumu, 2011. gada 5. aprīlis, *Société fiduciaire nationale d'expertise comptable* (C-119/09, EU:C:2011:208, 43. punkts).

43 Skat. spriedumus, 2003. gada 11. decembris, *Deutscher Apothekerverband* (C-322/01, EU:C:2003:664, 74. punkts), un pēc analogijas, 2010. gada 2. decembris, *Ker-Optika* (C-108/09, EU:C:2010:725, 54. punkts).

44 Spriedums, 2001. gada 8. marts (C-405/98, EU:C:2001:135, 21. punkts).

45 Ir arī jānorāda, ka 1997. gada 9. jūlija spriedumā *De Agostini* un *TV-Shop* (no C-34/95 līdz C-36/95, EU:C:1997:344, 44. punkts) Tiesa nosprieda, ka pilnīgs reklāmas, kas vērsta uz bērniem, kuri jaunāki par 12 gadiem, aizliegums un maldinošas reklāmas pilnīgs aizliegums varētu būt šķērslis, uz kuru attiecas LESD 34. pants, ja tiek pierādīts, ka tas juridiski un faktiski neietekmē vienādi valsts ražojumu un citu dalībvalstu izcelsmes preču tirdzniecību. Tiesa ir uzticējusi valsts tiesai veikt šo pārbaudi.

46 Spriedums, 2004. gada 25. marts (C-71/02, EU:C:2004:181, 42. punkts). Šajā nozīmē skat. arī spriedumu, 1999. gada 28. oktobris, *ARD* (C-6/98, EU:C:1999:532, 48. punkts).

47 Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (2006. gada 12. decembris) (OV 2006, L 376, 36. lpp.).

48 Skat. spriedumu, 2011. gada 5. aprīlis, *Société fiduciaire nationale d'expertise comptable* (C-119/09, EU:C:2011:208, 29. punkts).

80. Tomēr A norāda, ka veids, kā tos ir interpretējusi un piemērojusi *tribunal de commerce de Paris*, ar Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. pantu jebkura reklāma, ko īsteno aptieka, faktiski tiek kvalificēta kā tāda, kas potenciāli ir pretrunā profesijas cieņai, un jebkāda cenu atlaide tiek kvalificēta kā tāda, kas var mudināt uz zāļu nepamatotu lietošanu⁴⁹. A it īpaši pārmet *tribunal de commerce de Paris*, ka tā nav noteikusi nevienu kritēriju, kas ļautu attiecīgo reklāmas praksi kvalificēt kā “masveida”, ne arī robežu, no kuras sākot tiek uzskatīts, ka reklāmas akcija mudina uz zāļu nepamatotu lietošanu. Arī Nīderlandes valdība uzskata, ka Francijas tiesības vispārīgi aizliedz jebkāda veida reklāmu, ko farmaceiti īsteno gan tiešsaistē, gan bezsaistes vidē.

81. *Daniel B* u.c. iebilst, ka aptiekas tīmekļvietnes izveidošana var radīt paziņojumu drukātajā presē, kurā ir norādīta šīs vietnes adrese. Farmaceiti arī varētu ievietot sludinājumus par savu tiešsaistes tirdzniecības darbību drukātajā presē⁵⁰. Turpretī *Daniel B* u.c., šķiet, atzīst, ka ar Francijas tiesībām aptiekām vismaz ir aizliegts īstenot reklāmu pa pastu, kas vērsta uz privātpersonām.

82. Šādos apstākļos *cour d'appel de Paris* būs jāpārbauda, vai šīs tiesību normas – atsevišķi vai kopā ar citām tiesību vai normatīvo aktu normām – pilnībā aizliedz reklāmu, ko nosūta pa pastu, lai reklamētu zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus. Apstiprinošas atbildes uz šo jautājumu gadījumā ar Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. pantu noteiktie ierobežojumi būtu jākvalificē kā pasākumi ar līdzvērtīgu iedarbību LESD 34. panta izpratnē. Tādā gadījumā iesniedzējtiesai būtu jāpārbauda, vai šie ierobežojumi tomēr ir attaisnoti ar kādu no LESD 36. pantā uzskaitītajiem vispārējo interešu apsvērumiem vai obligātajām prasībām⁵¹.

c) Par pasākumu ar līdzvērtīgu iedarbību pamatojumu

83. Francijas valdība norāda, ka Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. panta mērķis, kā tas ir norādīts tā formulējumā, ir aizsargāt farmaceita profesijas cieņu. Šis mērķis sekmējot plašāka sabiedrības veselības aizsardzības mērķa sasniegšanu. Šī kodeksa R. 4235-64. panta mērķis esot novērst zāļu nepamatotu vai neatbilstošu lietošanu, un tādējādi tas piedalās sabiedrības veselības aizsardzībā.

84. Sabiedrības veselības aizsardzība ir LESD 36. pantā skaidri atzīts vispārējo interešu mērķis. Turklāt Tiesa jau ir atzinusi specifiskāku mērķu leģitimitāti, proti, nodrošināt reglamentētas profesijas neatkarību, cieņu un godprātību⁵², kā arī novērst zāļu nepamatotu vai nepareizu lietošanu⁵³.

85. Tomēr ar mērķiem, uz kuriem atsaucas Francijas valdība, attiecīgos pasākumus varēs pamatot tikai tad, ja šie pasākumi ir piemēroti, lai nodrošinātu šo mērķu sasniegšanu, un nepārsniedz to, kas ir nepieciešams to sasniegšanai⁵⁴.

49 A atsaucas uz Konkurences iestādes (Francija) 2019. gada 4. aprīļa atzinumu Nr. 19-A-08 par zāļu izplatīšanas pilsētā nozari un privātās medicīniskās bioloģijas nozari. Tajā šī iestāde apgalvo, ka jēdzienu “klientu piesaistīšana” un “farmaceita profesijas cieņa” neprecizitāte esot likusi kolēģijām noteikt sodus par jebkāda veida reklāmu tiešsaistē neatkarīgi no tā, vai tā attiecas uz aptiekām, tirgotajām precēm vai piedāvātajiem pakalpojumiem.

50 *Daniel B* u.c. atsaucas uz Sabiedrības veselības kodeksa R. 5125-26. pantu, kurā ir noteikts: “Aptieku reklāma ir atļauta, tikai ievērojot šādus nosacījumus un izņēmumus:

1° Par aptiekas izveidošanu, nodošanu, īpašnieka maiņu, kā arī tīmekļvietnes izveidi var sniegt paziņojumu drukātajā presē, norādot tikai farmaceita vārdu, viņa universitātes, slimnīcas un zinātniskos grādus [...], aptiekas tīmekļvietnes adresi, priekšteča vārdu, aptiekas adresi, attiecīgajā gadījumā norādot darbības, kas saistītas ar tādu preču tirdzniecību, kuras norādītas L. 5125-24. panta pirmajā daļā minētajā sarakstā. Šis sludinājums iepriekš tiek paziņots *conseil régional de l'ordre des pharmaciens* [Farmaceitu kolēģijas reģionālajai padomei]. Tas nedrīkst pārsniegt 100 [cm²] izmēru.

2° Papildus R. 4235-57. pantā minētajiem informācijas sniegšanas līdzekļiem par aptiekām aptiekas var drukātajā presē publicēt sludinājumus par iepriekš 1°. punktā minētajām darbībām, kuru maksimālais izmērs ir 100 [cm²] un kuros ir ietverts tos nosaukums un adrese, kā arī to tālruna un faksa numuri un aptieku darba laiks.”

51 Skat. it īpaši spriedumu, 1997. gada 9. jūlijs, *De Agostini* un *TV-Shop* (no C-34/95 līdz C-36/95, EU:C:1997:344, 45. punkts).

52 Skat. pēc analogijas no pakalpojumu sniegšanas brīvības aspekta spriedumus, 2011. gada 5. aprīlis, *Société fiduciaire nationale d'expertise comptable* (C-119/09, EU:C:2011:208, 30. punkts); 2013. gada 12. septembris, *Konstantinides* (C-475/11, EU:C:2013:542, 57. punkts), kā arī 2017. gada 4. maijs, *Vanderborgh* (C-339/15, EU:C:2017:335, 68. punkts).

53 Spriedums, 2009. gada 19. maijs, *Apothekerkammer des Saarlandes* u.c. (C-171/07 un C-172/07, EU:C:2009:316, 33. punkts).

54 Skat. it īpaši spriedumus, 2004. gada 13. jūlijs, *Bacardi France* (C-429/02, EU:C:2004:432, 33. punkts); 2019. gada 18. jūnijs, *Austrija/Vācija* (C-591/17, EU:C:2019:504, 122. punkts), kā arī 2019. gada 18. septembris, *VIPA* (C-222/18, EU:C:2019:751, 69. punkts).

86. Pienākums pierādīt pasākuma piemērotību un nepieciešamību, lai sasniegtu izvirzītos mērķus, katrā konkrētajā gadījumā gulstas uz valsts iestādēm. Valsts tiesai, izvērtējot valsts tiesisko regulējumu saistībā ar pamatojumu, kas attiecas uz cilvēku veselības un dzīvības aizsardzību, ir objektīvi jāizvērtē, vai attiecīgās dalībvalsts iesniegtie pierādījumi ļauj saprātīgi uzskatīt, ka izvēlētie pasākumi ir piemēroti iecerēto mērķu īstenošanai, kā arī vai ir iespējams šos mērķus sasniegt ar preču brīvu apriti mazāk ierobežojošiem pasākumiem⁵⁵.

87. Šis samērīguma pārbaudes ietvaros ir jāņem vērā, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru cilvēku veselība un dzīvība ir pirmajā vietā starp labumiem un interesēm, kuras aizsargā LESD. Dalībvalstis pašas var izlemt, kādā līmenī tās vēlas nodrošināt sabiedrības veselības aizsardzību, kā arī veidu, kādā šis līmenis ir jāsasniedz. Tā kā šis aizsardzības līmenis dažādās dalībvalstīs var būt atšķirīgs, Tiesa dalībvalstīm šajā ziņā atzīst rīcības brīvību⁵⁶.

88. Turklāt Tiesa ir vairākkārt uzsvērusi zāļu īpašo raksturu, kuru terapeitiskā iedarbība tās būtiski atšķir no citām precēm⁵⁷. Šīs terapeitiskās iedarbības rezultātā zāles, ja tās tiek lietotas bez vajadzības vai nepareizā veidā, var būtiski apdraudēt veselību, par ko pacients var nezināt zāļu lietošanas laikā⁵⁸.

89. Attiecībā uz komercziņojumiem par veselības aprūpes pakalpojumiem Tiesa spriedumā lietā *Vanderborght*⁵⁹ nosprieda, ka intensīva reklāmu vai agresīvu veicinošo reklāmas ziņojumu izmantošana var kaitēt veselības aizsardzībai un zobārsta profesijas cieņai, pasliktinot iespaidu par zobārsta profesiju un mainot attiecības starp zobārstiem un viņu pacientiem, kā arī dodot priekšroku neatbilstošas vai nevajadzīgas aprūpes sniegšanai. Kā norāda Francijas valdība, šis secinājums, ņemot vērā uzticības attiecības, kurām ir jādominē arī starp farmaceitu un tā klientu, pēc analogijas ir piemērojams reklāmai, ko aptieka veic, lai reklamētu savus zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus⁶⁰.

90. Ņemot vērā šos apsvērumus, man šķiet, ka aizliegums masveidā ievietot tirdzniecības partneru pakās reklāmas lapas, ja attiecīgajā gadījumā šajās [reklāmas] lapās ir reklamētas uz pasūtījuma summu balstītas reklāmas akcijas, manuprāt, ir *piemērots*, lai sasniegtu farmaceita profesijas cieņas aizsardzības mērķi. Kā apgalvo Spānijas valdība, šāda ievietošana [pakās] rada risku, ka zāles tiek pielīdzinātas parastām precēm, kurām ir radīti tādi paši apstākļi kā patēriņa precēm, piemēram, apģērbiem vai apaviem, kas tiek piegādāti tirdzniecības partnera pakās. Reklāmas prospektu izplatīšana lielā mērogā potenciālo patērētāju pastkastītēs arī rada priekšstatu par farmaceita profesiju kā merkantilu un vērstu uz tirdzniecību, kas var izkropļot sabiedrības uztveri par šo profesiju. Es tāpat kā Francijas, Spānijas un Grieķijas valdības uzskatu, ka dalībvalstij ir tiesības uzskatīt šo praksi par pretēju šīs profesijas cieņai.

55 Skat. spriedumus, 2015. gada 23. decembris, *Scotch Whisky Association* u.c. (C-333/14, EU:C:2015:845, 56. punkts), kā arī 2019. gada 18. septembris, *VIPA* (C-222/18, EU:C:2019:751, 70. punkts un tajā minētā judikatūra).

56 Skat. it īpaši spriedumus, 2009. gada 19. maijs, *Apothekerkammer des Saarlandes* u.c. (C-171/07 un C-172/07, EU:C:2009:316, 19. punkts); 2016. gada 27. oktobris, *Audace* u.c. (C-114/15, EU:C:2016:813, 70. punkts), kā arī 2019. gada 18. septembris, *VIPA* (C-222/18, EU:C:2019:751, 71. punkts). Skat. arī Direktīvas 2011/62 22. apsvērumu.

57 Skat. it īpaši spriedumus, 2009. gada 19. maijs, *Apothekerkammer des Saarlandes* u.c. (C-171/07 un C-172/07, EU:C:2009:316, 31. punkts), un 2019. gada 18. septembris, *VIPA* (C-222/18, EU:C:2019:751, 73. punkts). Skat. arī Direktīvas 2011/62 22. apsvērumu.

58 Skat. it īpaši spriedumus, 2009. gada 19. maijs, *Apothekerkammer des Saarlandes* u.c. (C-171/07 un C-172/07, EU:C:2009:316, 32. punkts).

59 Spriedums, 2017. gada 4. maijs (C-339/15, EU:C:2017:335, 69. punkts).

60 Tiesa arī 2009. gada 2. aprīļa spriedumā *Damgaard* (C-421/07, EU:C:2009:222, 22. punkts) un 2011. gada 5. maija spriedumā *Novo Nordisk* (C-249/09, EU:C:2011:272, 32. punkts) nosprieda, ka zāļu reklāma spēj kaitēt sabiedrības veselībai.

91. Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. pants turklāt atbilst normām, kas noteiktas Kopienas farmaceitu paziņojumu labas rīcības kodeksā⁶¹, ko *Daniel B* u.c. ir pievienojuši saviem rakstveida apsvērumiem⁶². Saskaņā ar šo kodeksu, “ja tiek atļauta reklāma un reklāmas akcijas, tām ir jā saglabā aptiekām atbilstošs profesionālais veidols”.

92. Turklāt, tā kā reklāmas prospektos piedāvātās reklāmas akcijas, kuras balstījās uz pasūtījuma summu, bija tieši vērstas uz to, lai mudinātu konkrēti iegādāties zāles attiecīgās aptiekas tīmekļvietnē un lai liktu pacientiem tērēt summas, kas pārsniedz noteiktus sliekšņus, šo reklāmas akciju aizliegums, manuprāt, bija piemērots, lai īstenotu mērķi novērst zāļu nepamatotas lietošanas veicināšanu.

93. Šajā ziņā ir jānoraida A būtībā izvirzītā argumentācija, saskaņā ar kuru šādu reklāmas akciju aizliegums šajā lietā neesot ne lietderīgs, ne *a fortiori* nepieciešams sabiedrības veselības aizsardzībai, jo tā papildus paraaptiekas precēm tirgo tikai bezrecepšu zāles. A ieskatā, tā kā šādas zāles rada mazāku apdraudējumu veselībai nekā recepšu zāles, sabiedrības veselības intereses neattaisno ierobežojošu pasākumu noteikšanu, kuru mērķis ir ierobežot vai reglamentēt patēriņu.

94. Kā tiesas sēdē būtībā norādīja Francijas un Grieķijas valdības, tas, ka atsevišķu zāļu izsniegšanai nav nepieciešama ārsta iesaistīšanās, nekādā ziņā nenozīmē, ka šīm zālēm nav nevēlamas blakusparādības un tās nerada būtisku risku sabiedrības veselībai, it īpaši, ja tās tiek lietotas nepamatotos daudzumos. Turklāt Tiesa ir atzinusi apdraudējumu, kas saistīts ar zāļu nepamatotu lietošanu, to neaprobežojot ar tām zālēm, kuru izsniegšanai ir vajadzīga ārsta recepte⁶³.

95. Otrkārt, attiecībā uz attiecīgo aizliegumu *nepieciešamību* es atgādinu, ka Tiesa spriedumā *Vanderborgh*⁶⁴ nosprieda, ka valsts tiesību akti, kas vispārējā un absolūtā veidā aizliedz jebkādu reklāmu, ko īsteno zobārsti, lai reklamētu [zobu] ārstniecības pakalpojumus, pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai aizsargātu sabiedrības veselību un zobārsta profesijas cieņu. Turpretī, Tiesas ieskatā, valsts tiesību akti, kas attiecīgajā gadījumā šauri reglamentē zobārstu izmantoto komunikācijas instrumentu iespējamo veidu un nosacījumus, saturot alternatīvus, mazāk ierobežojošus pasākumus, kas ir saderīgi ar LESD 56. pantu. Manuprāt, šī argumentācija ir attiecināma arī uz tādas reklāmas veidu un nosacījumiem, ko var īstenot aptiekas, lai reklamētu to tirgotās preces un sniegtos pakalpojumus.

96. *Daniel B* u.c., kā arī Francijas un Grieķijas valdības uzskata, ka Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. un R. 4235-64. pantā ir tikai paredzēts stingrs regulējums tās reklāmas veidiem un nosacījumiem, ko var īstenot aptiekas.

97. Kā izklāstīts iepriekš⁶⁵, A savukārt sūdzas par dažādo ierobežojumu, kas Francijas tiesībās paredzēti zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu reklāmai, kumulatīvo ietekmi. Nīderlandes valdība tāpat kā A vēlas noskaidrot, vai Francijas tiesību akti patiesībā nesatur farmaceitu īstenotas reklāmas vispārēju aizliegumu. Arī Komisija uzskata, ka Francijas tiesiskais regulējums ievērojami ierobežo reklāmu lielākajā daļā iespējamo datu nesēju. Neviens no šiem lietas dalībniekiem un ieinteresētajām personām tomēr neapstrīd, kā to ir uzsvēris *Daniel B* u.c. un Komisija, ka aptiekas sniegto tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu reklāma ir iespējama vismaz drukātajā presē, ievērojot noteiktus nosacījumus.

61 Izstrādāts 2001. gada 14. jūnijā Eiropas Savienības Farmaceutiskās grupas paspārnē. Šajā ziņā skat. Komisijas 2011. gada 21. novembra pirmo ziņojumu Eiropas Parlamentam, Padomei un Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai par Direktīvas [2000/31] piemērošanu, COM(2003) 702, galīgā redakcija, 12. lpp.

62 Direktīvas 2000/31 8. panta 2. punktā likumdevējs ir paudis savu vēlmi pieņemt rīcības kodeksus Savienības līmenī attiecībā uz reglamentētajām profesijām.

63 Skat. šo secinājumu 88. punktu.

64 Spriedums, 2017. gada 4. maijs (C-339/15, EU:C:2017:335, 72. punkts). Skat. arī rīkojumu, 2018. gada 23. oktobris, *Conseil départemental de l'ordre des chirurgiens-dentistes de la Haute-Garonne* (C-296/18, nav publicēts, EU:C:2018:857, 18. punkts).

65 Skat. šo secinājumu 80. punktu.

98. Šādos apstākļos nešķiet, ka citā dalībvalstī reģistrētai aptiekai nebūtu nekādas iespējas reklamēt savus tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumus, kas paredzēti patērētājiem Francijā⁶⁶. Katrā ziņā es konstatēju, ka pamatlieta attiecas vienīgi uz to, vai ar Savienības tiesībām ir saderīgs aizliegums farmaceitam īstenot reklāmas kampaņu par saviem tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumiem, kas izpaužas kā neprasītu reklāmas prospektu nosūtīšana iedzīvotājiem un attiecīgajā gadījumā piedāvājot atlaides no pasūtīto zāļu cenas. Lai atrisinātu šo lietu, nav nepieciešams atrisināt jautājumu par to, vai Sabiedrības veselības kodeksa tiesību normas, tā kā ar tām ir aizliegta arī cita veida reklāma, ir nesamērīgas.

99. Turklāt A apgalvo, ka tādu reklāmas akciju aizliegums, kas balstīts uz pasūtījuma summu, pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai novērstu zāļu nepamatotu lietošanu, jo tas ir piemērojams pat tad, ja pasūtījums sastāv tikai no paraaptieku precēm. Tiesai iesniegtie lietas materiāli neļauj noteikt, vai ar Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-64. pantu esot aizliegtas arī šādas reklāmas akcijas, ja pasūtījuma summa, kas tiek ņemta vērā, lai noteiktu atlaides saņemšanu, attiecas tikai uz paraaptiekas precēm, izslēdzot jebkādas zāles. Apstiprinošas atbildes gadījumā attiecīgais aizliegums, manuprāt, pārsniegtu to, kas ir nepieciešams, lai novērstu zāļu nepamatotu lietošanu. Manuprāt, uz pasūtījuma summu balstītu reklāmas akciju aizliegums *tikai tad, ja šis pasūtījums ietver zāles*, būtu pietiekams, lai sasniegtu šo mērķi.

100. Tomēr jebkurā gadījumā man šķiet, ka aizliegumu nosūtīt masveidā potenciālajiem patērētājiem reklāmas prospektus, kuri satur tādas reklāmas akcijas, kādas tiek aplūkotas pamatlietā, pašu par sevi attaisno nepieciešamība aizsargāt farmaceita profesijas cieņu.

D. Par zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu digitālās reklāmas ierobežojumu saderību ar Savienības tiesībām

101. Kā izriet no lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu, arī *tribunal de commerce de Paris* ir interpretējusi Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-64. pantu tādējādi, ka ar to ir aizliegtas reklāmas akcijas, kas saistītas ar pasūtījuma summu, ja šīs akcijas tiek uzrādītas aptiekas tīmekļvietnē. Turklāt ar Rikojumu par tehniskajiem noteikumiem ir aizliegts aptiekām izmantot maksas atsauces pakalpojumu meklētājprogrammās un cenu salīdzināšanas vietnēs. Tā kā šīs metodes mērķis ir piesaistīt aptiekas tīmekļvietnei potenciālos patērētājus, kas veic meklēšanu internetā, maksas atsauces pakalpojumiem arī ir reklāmas raksturs⁶⁷.

102. Turpmāk izklāstīto iemeslu dēļ es uzskatu, ka aizliegums aptiekai savā tīmekļvietnē uzrādīt reklāmas akcijas zālēm un aizliegums izmantot maksas atsauces pakalpojumu ietilpst Direktīvas 2000/31 3. panta piemērošanas jomā (1. iedaļa). Tā kā šos aizliegumus nosaka informācijas sabiedrības pakalpojuma galamērķa dalībvalsts un tā kā tie ierobežo šī pakalpojuma brīvu apriti koordinētajā jomā noteikta iemesla dēļ, tie ir pieļaujami tikai saskaņā ar stingrajiem nosacījumiem, kas noteikti šī panta 4. punktā (2. un 3. iedaļa).

1. Par Direktīvas 2000/31 3. panta piemērojamību

103. Saskaņā ar Direktīvas 2000/31 3. panta 2. punktu informācijas sabiedrības pakalpojuma galamērķa dalībvalsts principā nedrīkst ierobežot šī pakalpojuma brīvu apriti šīs direktīvas 2. panta h) punktā definētajā koordinētajā jomā noteiktu iemeslu dēļ.

⁶⁶ Tāpat nav strīda par to, ka citā dalībvalstī reģistrētas aptiekas tīmekļvietne vienmēr var izmantot dabīgos (bezmaksas) atsauces pakalpojumus meklētājprogrammās (skat. šo secinājumu 136. punktu).

⁶⁷ Šajā nozīmē skat. *Conseil d'État* 2018. gada 4. aprīļa spriedumu Nr. 407292 (FR:CECHR:2018:407292.20180404, 8. punkts).

104. Atgādināšu, ka koordinētajā jomā ietilpst prasības, kas tiešsaistes tirdzniecības pakalpojuma sniedzējam ir jāizpilda attiecībā uz šī pakalpojuma reklāmu internetā⁶⁸.

105. Turklāt no šīs tiesību normas izriet, ka koordinētajā jomā ietilpst šādas prasības “neatkarīgi no tā, vai tās ir vispārējas vai arī tās ir īpaši izveidotas [informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzējiem vai šāda veida pakalpojumiem]”⁶⁹. Tādējādi apstākļi, ka Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-64. pants vispārēji attiecas uz reklāmu gan tiešsaistē, gan bezsaistes vidē, nevar izslēgt tajā noteiktās koordinētās jomas prasības.

106. Lidz ar to tiešsaistes tirdzniecības pakalpojuma galamērķa dalībvalsts principā nevar ierobežot pakalpojuma sniegšanu tādu prasību dēļ, kas attiecas uz reklāmu internetā.

107. Aizliegums izmantot maksas atsauces pakalpojumu meklētājprogrammās, ierobežojot iespējas reklamēt tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu, ierobežo šī pakalpojuma brīvu apriti. Tā kā reklāmu internetā pašu par sevi var uzskatīt par informācijas sabiedrības pakalpojumu, šis aizliegums ierobežo arī tā brīvu apriti. Tas pats attiecas uz aizliegumu piedāvāt atlaides aptiekas tīmekļvietnē, jo šī prakse tiek uzskatīta par tādu, kas mudina lietot zāles.

108. Šajā ziņā nevar piekrist *Daniel B* u.c. argumentācijai, ka ar Direktīvas 2000/31 8. panta 1. punktu esot atzīta galamērķa dalībvalsts kompetence, lai reglamentētu tādas regulētas profesijas kā farmaceita profesijas pārstāvju komercziņojumus⁷⁰. Ar šo tiesību normu dalībvalstīm tiek uzdots atļaut komercziņojumus, kas ietilpst informācijas sabiedrības pakalpojumā vai kas veido šādu pakalpojumu, saskaņā ar atbilstību profesionālajiem noteikumiem attiecībā jo īpaši uz profesijas neatkarību, cieņu un godu. Manā ieskatā, to nevar uztvert kā noteikumu, ar kuru galamērķa dalībvalstij tiek piešķirta kompetence reglamentēt komercziņojumus, atkāpjoties no Direktīvas 2000/31 3. panta 1. un 2. punkta. Šīs direktīvas 8. panta 1. punkts ir atrodams nodaļā “Principi”, kurā ir apkopota virkne tiesību normu, ar kurām tiek minimāli saskaņoti atsevišķi aspekti, kas skar informācijas sabiedrības pakalpojumu sniegšanu⁷¹. Tādējādi minētās direktīvas 8. panta 1. punkts ir pozitīvas saskaņošanas tiesību norma, jo tā uzliek pienākumu ikvienai dalībvalstij atļaut reglamentētas profesijas pārstāvjiem, kas ir reģistrēti to teritorijā, īstenot komercziņojumu par viņu informācijas sabiedrības pakalpojumu piedāvājumu, ievērojot šai profesijai piemērojamos profesionālās ētikas noteikumus⁷².

109. Lai atbildētu uz iesniedzējtiesas uzdoto jautājumu, turklāt ir jānoskaidro, vai aizliegums aptiekai savā tīmekļvietnē izvietot reklāmas akcijas par zālēm un aizliegums izmantot maksas atsauces pakalpojumu ir nosacījumi, ko dalībvalsts ir noteikusi zāļu mazumtirdzniecībai tās teritorijā Direktīvas 2001/83 85.c panta 2. punkta izpratnē⁷³. Šī tiesību norma, kuras saturu Tiesai vēl nav bijusi iespēja skaidrot, rada zināmas interpretācijas grūtības, ņemot vērā tās saikni ar Direktīvas 2000/31 3. pantu.

68 Ir arī jānorāda, ka ar Direktīvas 2000/31 8. panta 1. punktu ir daļēji saskaņots veids, kā reglamentētas profesijas pārstāvji izmanto komercziņojumus, kas ietilpst informācijas sabiedrības pakalpojumā vai kas veido šādu pakalpojumu (skat. šo secinājumu 108. punktu).

69 Jēdziens “koordinētā joma”, kas definēts Direktīvas 2000/31 2. panta h) punktā, šajā ziņā atšķiras no jēdziena “noteikumi par pakalpojumiem” Direktīvas 2015/1535 1. panta 1. punkta e) apakšpunkta nozīmē. Šis pēdējais jēdziens attiecas tikai uz vispārīga rakstura prasībām attiecībā uz informācijas sabiedrības pakalpojumu sniegšanas uzsākšanu un veikšanu, *izņemot noteikumus, kas nav paredzēti šiem pakalpojumiem*. Šajā ziņā skat. šo secinājumu 81. zemsvītras piezīmi.

70 Jēdziens “regulēta profesija” ir definēts Direktīvas 2000/31 2. panta g) punktā.

71 Papildus komercziņojumiem (6.–8. pants) šie aspekti attiecas arī uz prasībām uzņēmumu dibināšanas un informācijas jomā (4. un 5. pants), uz elektroniskiem līgumiem (9.–11. pants), kā arī uz starpnieku saistībām (12.–15. pants).

72 Šajā ziņā no 2017. gada 4. maija sprieduma *Vanderborght* (C-339/15, EU:C:2017:335, 49. punkts) izriet, ka ar Direktīvas 2000/31 8. panta 1. punktu netiek pieļauts, ka dalībvalsts aizliedz jebkāda veida elektroniskus komercziņojumus par veselības aprūpes pakalpojumu sniegšanu, tostarp izmantojot pakalpojuma sniedzēja izveidotu tīmekļvietni. Tomēr dalībvalstis var attiecīgā gadījumā šauri reglamentēt tiešsaistes komercziņojumu veidu un nosacījumus. Skat. arī rīkojumu, 2018. gada 23. oktobris, *Conseil départemental de l'ordre des chirurgiens-dentistes de la Haute-Garonne* (C-296/18, nav publicēts, EU:C:2018:857).

73 Turklāt, kā es jau uzsvēru šo secinājumu 50.–54. punktā, Direktīvas 2001/83 VIII un VIIIa sadaļas noteikumi nav piemērojami reklāmai, kas attiecas nevis uz zālēm, bet gan uz konkrētas aptiekas sniegtajiem pakalpojumiem.

110. Pretēji tam, ko apgalvo Spānijas valdība, Direktīva 2001/83 nav *lex specialis*, kas ir pārāka par Direktīvu 2000/31. Kā izriet no tās 1. panta 3. punkta un tās 11. apsvēruma, Direktīva 2000/31 pārklājas ar atvasināto tiesību instrumentiem, kas it īpaši ir piemērojami noteiktās nozarēs. Tikai šīs direktīvas 1. panta 5. punktā un pielikumā uzskaitītās nozares⁷⁴ – kurās neietilpst ne tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumi, ne zāļu reklāmas pakalpojumi⁷⁵ – neietilpst tās 3. pantā paredzētā izcelsmes valsts principa piemērošanas jomā.

111. Kā es jau norādīju⁷⁶, Direktīvas 2001/83 85.c panta 2. punktā ir vienīgi atgādināta dalībvalstu kompetence noteikt nosacījumus zāļu piegādei mazumtirdzniecībā to teritorijās LESD paredzētajās robežās. Šī tiesību norma neskar ierobežojumus, kas Direktīvas 2000/31 3. panta 2. punktā ir noteikti zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu galamērķa dalībvalsts kompetencei paredzēt nosacījumus, kas attiecas uz šīs tiešsaistes tirdzniecības īstenošanu un ar to saistītās reklāmas tiešsaistē īstenošanu.

112. Ņemot vērā, ka ar Direktīvu 2000/31 koordinētā joma saskaņā ar tās 2. panta h) punkta i) apakšpunktu ietver prasības attiecībā uz informācijas sabiedrības pakalpojuma sniegšanas darbību un ka šī kategorija ietver prasības, kas attiecas uz šādu pakalpojumu reklāmu tiešsaistē, Direktīvas 2001/83 85.c panta 2. punkts nevar atļaut galamērķa dalībvalstij reglamentēt šo reklāmas veidu un tādējādi atkāpties no kompetences, kas piešķirta šajā jomā izcelsmes dalībvalstij ar Direktīvas 2000/31 3. panta 1. un 2. punktu.

113. Tomēr ar Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punktu dalībvalstīm ir atļauts atkāpties no izcelsmes valsts principa, ievērojot būtiskos un procesuālos nosacījumus, kas uzskaitīti attiecīgi šīs tiesību normas a) un b) apakšpunktā. Kā izriet no sprieduma *Airbnb Ireland*⁷⁷, šīs atkāpes var izpausties tādējādi, ka informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzējam konkrētā gadījumā tiek piemērots tiesiskais regulējums, kas vispārīgi tiek piemērots noteiktai pakalpojumu sniedzēju vai pakalpojumu kategorijai.

114. Līdz ar to šajā lietā ir jāpārbauda, vai ir izpildīti Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punktā minētie nosacījumi. Turklāt prasības attiecībā uz reklāmu tiešsaistē, ņemot vērā LESD tiesību normas, nav jāizvērtē. Saskaņā ar judikatūru ikviens valsts pasākums jomā, kurā ir veikta izsmelīga saskaņošana Savienības līmenī, ir jāizvērtē, ņemot vērā šī saskaņošanas pasākuma normas, nevis primāro tiesību aktu normas⁷⁸. Precīzāk, Direktīvas 2000/31 3. pants satur koordinēšanas noteikumu, kura mērķis ir garantēt kontroli informācijas sabiedrības pakalpojumu avotā jomās, uz kurām attiecas koordinētā joma. Tā loģika nozīmē, ka attiecībā uz šiem jautājumiem dalībvalstis var atkāpties no izcelsmes valsts principa tikai saskaņā ar šī panta 4. punktā paredzētajiem nosacījumiem. Līdz ar to šādas atkāpes nav jāizvērtē, ņemot vērā LESD tiesību normas.

74 Skat. Direktīvas 2000/31 3. panta 3. punktu.

75 Direktīvas 2001/83 85.c panta 1. punkts, tā kā tajā ir tieša atsauce uz Direktīvu 2000/31, turklāt ir balstīts uz premisu, saskaņā ar kuru šī direktīva attiecas uz zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumiem.

76 Skat. šo secinājumu 56. punktu.

77 Spriedums, 2019. gada 19. decembris (C-390/18, EU:C:2019:1112, 81. un nākamie punkti).

78 Skat. it īpaši spriedumu, 2015. gada 12. novembris, *Visnapuu* (C-198/14, EU:C:2015:751, 40. punkts un tajā minētā judikatūra).

2. Par Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā paredzēto procesuālo nosacījumu ievērošanu

115. Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā ir noteikts, ka, pirms tiek pieņemts pasākums, lai atkāptos no šī panta 2. punkta, attiecīgā pakalpojuma galamērķa dalībvalstij ir jālūdz pakalpojumu sniedzēja reģistrācijas dalībvalstij veikt pasākumus. Ja pēdējā minētā neapmierina šo lūgumu vai neveic pietiekamus pasākumus, pirmajai dalībvalstij ir jāpaziņo Komisijai un otrajai dalībvalstij par savu nodomu veikt ierobežojošus pasākumus pret šo pakalpojumu sniedzēju⁷⁹.

116. A apgalvo, ka Francijas Republika nav izpildījusi Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā tai paredzēto pienākumu. Lai gan iesniedzējtiesai tas ir jāpārbauda, no Tiesai iesniegtajiem lietas materiāliem neizriet, ka šī dalībvalsts būtu paziņojusi Komisijai un dalībvalstij, kurā pakalpojumu sniedzējs ir reģistrēts, proti, Nīderlandes Karalistei, par savu nodomu piemērot šim pakalpojumu sniedzējam Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-64. pantu, kā arī Rikojumu par tehniskajiem noteikumiem⁸⁰.

117. Kā norādīja A, no paziņojumu datu bāzes saskaņā ar Direktīvu 2015/1535 izriet, ka Rikojums par tehniskajiem noteikumiem tāpat kā Rikojums par zāļu izplatīšanas labo praksi Komisijai tika paziņots saskaņā ar šīs direktīvas 5. panta 1. punktu⁸¹. Tomēr šāds paziņojums nevar aizstāt paziņojumu, kas noteikts Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā. Proti, paziņošanas pienākumi, kas ir ieviesti ar šīm divām tiesību normām, ir obligāti atkarībā no laika secības, kas abu pienākumu gadījumā atšķiras, šiem pienākumiem ir atšķirīgs mērķis un papildinošs raksturs.

118. Pirmkārt, Direktīvas 2015/1535 5. panta 1. punktā ir paredzēts, ka dalībvalstis paziņo Komisijai tiesiskā regulējuma projektus, kas tostarp attiecas uz noteikumiem par informācijas sabiedrības pakalpojumiem. Šis paziņošanas mērķis ir ļaut Komisijai, kā arī citām dalībvalstīm⁸² pirms to pieņemšanas pārbaudīt, vai paredzētie vispārīgie un abstraktie noteikumi atbilst LESD garantētajām pamatbrīvībām.

119. Otrkārt, pēc šo noteikumu pieņemšanas Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā galamērķa dalībvalstij vēl ir noteikts pienākums paziņot izcelsmes dalībvalstij, kā arī Komisijai par savu nodomu konkrētā gadījumā piemērot minētos noteikumus konkrētam pakalpojumu sniedzējam vai pakalpojumam, precizējot, kādu pasākumu attiecībā uz to tā plāno veikt. Turklāt galamērķa dalībvalsts var veikt šādu piemērošanu tikai tad, ja tā iepriekš ir lūgusi izcelsmes dalībvalstij veikt pasākumus un ja šī pēdējā minētā šādus pasākumus nav pieņēmusi vai arī tie ir bijuši nepietiekami.

79 Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā ir precizēts, ka tas tā ir, “neskarot tiesas procesus, tostarp iepriekšējo izmeklēšanu un darbības, kas veiktas saskaņā ar kriminālizmeklēšanu [...]”. Lasot to kopsakarā ar Direktīvas 2000/31 26. apsvērumu, šis ievadteikums, šķiet, nozīmē, ka par valsts krimināltiesību un kriminālprocesa noteikumu piemērošanu, lai uzsāktu jebkādas izmeklēšanas pasākumus un citus pasākumus, kas nepieciešami, lai atklātu un sauktu pie atbildības par noziedzīgiem nodarījumiem, ciktāl tie rada šķērslī informācijas sabiedrības pakalpojumu brīvai aprītei, nav jāpaziņo saskaņā ar šīs direktīvas 3. panta 4. punkta b) apakšpunktu. Es arī uzsveru, ka saskaņā ar šīs direktīvas 3. panta 5. punktu steidzamības gadījumā no šī paziņošanas pienākuma var atkāpties.

80 Tas, ka Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-64. pants tieši neattiecas uz tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumiem, neatbrīvo Francijas Republiku no tai noteiktā paziņošanas pienākuma saskaņā ar Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktu. Proti, koordinētā joma šīs direktīvas 2. punkta h) punkta nozīmē aptver visas prasības attiecībā uz informācijas sabiedrības pakalpojumu sniegšanas uzsākšanu un veikšanu neatkarīgi no tā, vai tās ir piemērojamas vispārīgi vai tikai šiem pakalpojumiem. Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā paredzētā pienākuma paziņot ierobežojošos pasākumus piemērošanas joma šajā ziņā atšķiras no Direktīvas 2015/1535 5. panta 1. punktā paredzētā pienākuma paziņot tehnisko noteikumu projektu piemērošanas jomas. Kā izriet no šīs direktīvas 1. panta 1. punkta e) apakšpunkta, “noteikumi par pakalpojumiem”, par kuriem ir jāpaziņo, ietver jebkuru vispārīga rakstura prasību attiecībā uz informācijas sabiedrības pakalpojumu sniegšanas uzsākšanu un veikšanu, izņemot noteikumus, kas nav paredzēti šiem pakalpojumiem. Lai gan vispārīga prasība attiecībā uz tādu pakalpojumu sniegšanas uzsākšanu vai veikšanu, kas ietver informācijas sabiedrības pakalpojumus, bet neaprobežojoties tikai ar tiem, nav jāpaziņo saskaņā ar Direktīvas 2015/1535 5. panta 1. punktu, attiecīgās dalībvalsts nodoms piemērot šo pašu prasību katrā atsevišķā gadījumā uz konkrētu pakalpojumu ir jāpaziņo saskaņā ar Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktu. Šī argumentācija attiecas arī uz Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-22. pantu.

81 Skat. Komisija, TRIS datubāze, <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tris/en/search/?trisaction=search.detail&year=2016&num=410> un <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tris/en/search/?trisaction=search.detail&year=2016&num=411>.

82 Saskaņā ar Direktīvas 2015/1535 5. panta 1. punkta piekto daļu pēc tam, kad Komisija no dalībvalsts ir saņēmusi paziņojumu par tehnisko noteikumu projektu, tā par to nekavējoties informē pārējās dalībvalstis.

120. Spriedumā *Airbnb Ireland*⁸³ Tiesa nosprieda, ka tas, ka dalībvalsts nav izpildījusi savu Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā paredzēto pienākumu paziņot [pasākumu] tāpat kā Direktīvas 2015/1535 5. panta 1. punktā paredzēto pasākumu, padara tiesisko regulējumu, ar kuru ir paredzēts ierobežojošais pasākums, par tādu, uz kuru nevar atsaukties attiecībā pret attiecīgo pakalpojumu sniedzēju. Uz šo nespēju atsaukties [uz ierobežojošu pasākumu] var atsaukties ne tikai kriminālprocesā, bet arī, kā tas ir šajā lietā, tiesvedībā starp privātpersonām.

121. Gadījumā, ja iesniedzējtiesa apstiprinātu, ka Francijas Republika nav ievērojusi Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktā paredzētos procesuālos nosacījumus, tai būtu jāsecina, ka attiecībā uz A nevar atsaukties uz pamatlietā aplūkotajām attiecīgajām tiesību normām, un nav jāpārbauda, vai ir izpildīti šīs tiesību normas a) apakšpunktā minētie būtiskie nosacījumi⁸⁴. Šie procesuālie un būtiskie nosacījumi ir kumulatīvi⁸⁵. Pilnības labad es turpinājumā tomēr izvērtēšu, vai Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta a) apakšpunktā paredzētie būtiskie nosacījumi ir ievēroti.

3. Par Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta a) apakšpunktā paredzēto būtisko nosacījumu ievērošanu

122. Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta a) apakšpunktā ir noteikts, ka jebkuram pasākumam, kas ierobežo informācijas sabiedrības pakalpojumu brīvu apriti, ir jābūt nepieciešamam, lai nodrošinātu sabiedrisko kārtību, sabiedrības veselības aizsardzību, sabiedrības drošību vai patērētāju aizsardzību, un tas ir jāpieņem pret noteiktu informācijas sabiedrības pakalpojumu, kas ierobežo šos mērķus vai kas rada nopietnas aizdomas, ka tas varētu ierobežot šos mērķus, un tam jābūt samērīgam ar šiem mērķiem. Šie nepieciešamības un samērīguma nosacījumi lielā mērā sakrīt ar tiem nosacījumiem, kas ir jāievēro, radot jebkādas šķēršļus LESD 34. un 56. pantā garantētajām pamatbrīvībām. No šī viedokļa raugoties, kā to norādīja Komisija, attiecīgo pasākumu atbilstība Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punktam ir jāizvērtē, ņemot vērā judikatūru par šīm tiesību normām.

123. Lai pamatotu A tīmekļvietnē uzrādīto reklāmas akciju aizliegumu, Francijas valdība atsauca uz tiem pašiem mērķiem, kas ir norādīti, lai pamatotu šādu reklāmas akciju aizliegumu, ja sabiedrība par tām tiek informēta, izmantojot fiziskus datus nesējus. Uz šiem mērķiem attiecas sabiedrības veselības aizsardzība, un tādējādi saskaņā ar Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta a) apakšpunkta i) punktu tie ir iemesli, kas var attaisnot atkāpi no šī panta 2. punkta.

124. Maksas atsauces pakalpojums, kura mērķis ir palielināt konkrētas aptiekas redzamību, uzrādot tās tīmekļvietni meklētājprogrammas pirmajos rezultātos, pats par sevi nesatur reklāmas ziņu ar saturu, ko varētu uzskatīt kā farmaceita profesijas necienīgu vai kā tādu, kas mudina lietot zāles. Attiecībā uz šādas prakses aizliegumu Francijas valdība tiesas sēdē atsauca uz nepieciešamību nodrošināt līdzsvarotu aptieku sadalījumu visā valsts teritorijā. Šī valdība uzskata, ka maksas atsauces pakalpojums var mainīt šo teritoriālo līdzsvaru, koncentrējot zāļu tirdzniecību liela izmēra mazumtirdzniecības tiešsaistes tirdzniecības aptiekās. Šī parādība varot pastiprināt aptieku “darbības izmiršanas” situāciju, kas jau ir konstatēta noteiktos Francijas reģionos. Minētā valdība precizē – lai gan nevar izslēgt, kā to norādīja A un Komisija, ka zāļu tirdzniecība tiešsaistē atvieglo personām, kas dzīvo visizolētākajās zonās, piekļuvi bezrecepšu zālēm, šādas prakses attīstības blakusiedarbība būtu tāda, ka piekļuve zālēm, kurām ir vajadzīga ārsta recepte un kuras var izsniegt tikai fiziskā aptiekā, kļūtu sarežģītāka.

83 Spriedums, 2019. gada 19. decembris (C-390/18, EU:C:2019:1112, 96. un 97. punkts).

84 Praksē Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunkts tādējādi liedz privātpersonai dalībvalsts tiesās atsaukties uz to, ka citā dalībvalstī reģistrēts informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzējs nav ievērojis pirmajā dalībvalstī spēkā esošās prasības, it īpaši profesionālās ētikas prasības, ja vien šis dalībvalsts iestāde iepriekš nav izpildījusi ar šo tiesību normu ieviestos procesuālos pienākumus.

85 Skat. spriedumu, 2019. gada 19. decembris, *Airbnb Ireland* (C-390/18, EU:C:2019:1112, 99. punkts).

125. Šajā ziņā Tiesa jau ir atzinusi, ka ar vajadzību nodrošināt stabilu dalībvalsts apgādi ar būtiskajām medicīnas precēm var pamatot šķērsli tirdzniecībai starp dalībvalstīm, ciktāl šis mērķis attiecas uz cilvēku veselības un dzīvības aizsardzību⁸⁶. Līdz ar to Francijas valdības izvirzītais mērķis, lai pamatotu maksas atsaucis pakalpojuma aizliegumu, ir arī iemesls, kas Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta a) apakšpunktā ir atzīts par leģitīmu.

126. Ņemot vērā minēto, es atgādinu, ka valsts iestādēm ir jāsniedz pierādījumi par brīvas aprites pamatbrīvību ierobežojoša pasākuma piemērotību un nepieciešamību, lai nodrošinātu leģitīma mērķa sasniegšanu⁸⁷.

127. Šajā ziņā šo secinājumu 90.–99. punktā izklāstītie apsvērumi par tādu reklāmas akciju piemērotību un nepieciešamību, kas sabiedrībai tiek darītas zināmas, izmantojot iedzīvotāju pastkastītēs ievietotus [reklāmas] prospektus, piedāvājot atlaidi no cenas, ja pasūtījums pārsniedz noteiktu summu, ir piemērojami *mutatis mutandis*, ja šīs reklāmas akcijas tiek uzrādītas aptiekas tīmekļvietnē.

128. Attiecībā uz maksas atsaucis pakalpojuma aizliegumu A un Komisija apstrīd, pirmkārt, tā *piemērotību* Francijas iestāžu izvirzītā mērķa sasniegšanai. A uzskata, ka dažādie ierobežojumi zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu reklāmai var vairāk traucēt jaunu, bieži – nelielu tirgus dalībnieku ienākšanai Francijas tirgū. Savukārt Komisija šaubās par to, vai pastāv pietiekama cēloņsakarība starp to, ka tiek īstenota zāļu tiešsaistes tirdzniecības reklamēšana, un fizisko aptieku izzušanu. Šajā ziņā Komisija apgalvo, ka tradicionālajām aptiekām joprojām ir zināmas konkurences priekšrocības, it īpaši attiecībā uz piekļuvi precēm un to tūlītēju izsniegšanu. Tā arī uzsver, ka šīs pēdējās minētās saglabā monopolu recepšu zāļu tirdzniecībā.

129. Manuprāt, apgalvojums, ka nepastāv norādītā cēloņsakarība starp maksas atsaucis pakalpojuma aizliegumu un ievērojama skaita aptieku izzušanas riska novēršanu izolētajās zonās, pats par sevi nevar radīt šķērsli tam, ka šis aizliegums ir piemērots izvirzītā mērķa sasniegšanai. Proti, saskaņā ar judikatūru gadījumos, kad pastāv nedrošība par riska cilvēku veselībai, tostarp, precīzāk, riska par drošu un kvalitatīvu iedzīvotāju apgādi ar zālēm, pastāvēšanu vai nozīmīgumu, attiecīgā dalībvalsts drīkst īstenot aizsardzības pasākumus, negaidot, kad šo risku pastāvēšana tiktu pilnībā pierādīta. Šādā situācijā šī dalībvalsts var pieņemt pasākumus, kas pēc iespējas vairāk samazina risku sabiedrības veselībai⁸⁸.

130. Tomēr attiecīgajai dalībvalstij, manuprāt, joprojām ir jāpierāda apgalvotā riska pastāvēšana, kā arī cēloņsakarības starp ierobežojošo pasākumu un šī riska samazināšanu vai attiecīgi starp praksi, ko ar šo pasākumu ir paredzēts ierobežot, un minētā riska palielināšanos pietiekama varbūtība⁸⁹.

131. Citiem vārdiem sakot, ja dalībvalsts, lai pamatotu ierobežojošu pasākumu, atsaucas uz nepieciešamību izvairīties no riska rašanās – piemēram, aptieku teritoriālā tīkla blīvuma samazināšanās fenomena rašanās vai pasliktināšanās –, tai nevar uzlikt pienākumu iesniegt empīriskus pierādījumus, kas nepārprotami pierāda, ka pastāv cēloņsakarība starp attiecīgo pasākumu un vēlamu iedarbību. Šāds pierādījums faktiski nozīmētu gaidīt, ka šis risks īstenojas, lai varētu pārbaudīt, vai ierobežojošais pasākums ļauj to efektīvi novērst. Tāda valsts tiesiskā regulējuma samērīguma pārbaudē, kas pieņemts īpaši sensitīvajā sabiedrības veselības jomā, ir jāņem vērā to vērtējumu sarežģītība, kas ir vadījuši valsts

86 Skat. it īpaši spriedumus, 2009. gada 19. maijs, *Apothekerkammer des Saarlandes* u.c. (C-171/07 un C-172/07, EU:C:2009:316, 28. punkts), kā arī 2016. gada 19. oktobris, *Deutsche Parkinson Vereinigung* (C-148/15, EU:C:2016:776, 31. punkts).

87 Skat. šo secinājumu 86. punktu.

88 Skat. spriedumus, 2009. gada 19. maijs, *Apothekerkammer des Saarlandes* u.c. (C-171/07 un C-172/07, EU:C:2009:316, 30. punkts), kā arī 2019. gada 18. septembris, *VIPA* (C-222/18, EU:C:2019:751, 72. punkts un tajā minētā judikatūra). Šajā nozīmē skat. arī spriedumu, 2015. gada 23. decembris, *Scotch Whisky Association* u.c. (C-333/14, EU:C:2015:845, 57. punkts).

89 Šī pieeja atspoguļo LESD 191. panta 2. punktā garantēto piesardzības principu. Gadījumā, kad sakarā ar nepārliciecinātu rezultātu vai pētījumu raksturu nav iespējams precīzi noteikt riska pastāvēšanu vai tā apmēru, bet pastāv iespēja, ka sabiedrības veselībai tiks nodarīts reāls kaitējums gadījumā, ja risks īstenošos, šis princips pamato ierobežojošu pasākumu pieņemšanu. Skat. konkrēti spriedumu, 2019. gada 1. oktobris, *Blaise* u.c. (C-616/17, EU:C:2019:800, 43. punkts un tajā minētā judikatūra).

iestāžu izvēli, un nenoteiktība, kas raksturo šāda tiesiskā regulējuma sekas⁹⁰. Tomēr attiecīgajai dalībvalstij papildus attaisnojošajiem iemesliem, uz ko tā atsaucas, ir jāsniedz analīze par tiesiskā regulējuma piemērotību un nepieciešamību, kā arī precīza informācija, kas ļauj pamatot tās argumentāciju⁹¹. Tādā gadījumā valsts tiesai ir jāpārbauda, vai iesniegtie pierādījumi ļauj saprātīgi uzskatīt, ka šis tiesiskais regulējums ir piemērots iecerētā mērķa īstenošanai, un vai ir iespējams to sasniegt ar mazāk ierobežojošiem pasākumiem. Šajā kontekstā tai ir jāņem vērā visi pierādījumi, kas ir tās rīcībā nolēmuma pieņemšanas brīdī⁹².

132. Šajā gadījumā Francijas valdība Tiesā tikai apgalvoja, ka maksas atsauces pakalpojums var pastiprināt aptieku teritoriālā tīkla blīvuma samazināšanās fenomenu, nesniedzot precīzāku analīzes informāciju, kas papildinātu šo argumentāciju. Man ir šaubas, ka šāds apgalvojums ir pietiekams, lai pierādītu, ka maksas atsauces pakalpojuma aizliegums ir piemērots, lai novērstu šādas sekas. Ņemot to vērā, tieši iesniedzējtiesai, ņemot vērā visus pierādījumus, kas tai būs iesniegti uz nolēmuma pieņemšanas brīdī, būs jāizvērtē, vai šī valdība ir pierādījusi attiecīgā pasākuma piemērotību, lai novērstu aptieku skaita samazināšanos Francijas teritorijā, kā rezultātā visā šajā teritorijā vairs netiktu nodrošināta droša un kvalitatīva apgāde [ar zālēm].

133. Šajā ziņā es tikai norādīšu, kā Tiesa jau ir atzinusi, ka tradicionālās aptiekas “labāk nekā aptiekas, kas nodarbojas ar tirdzniecību pa pastu, var sniegt pacientiem individuālas konsultācijas ar savu darbinieku palīdzību un nodrošina apgādi ar zālēm neatliekamās palīdzības situācijās”⁹³. Tomēr šī salīdzinošā priekšrocība pati par sevi nevar aizkavēt aptieku “darbības izmiršanas” parādības pastiprināšanās riska iestāšanos, uz kuru atsaucas Francijas valdība. Ar nosacījumu, ka šī valdība var pamatot šāda riska pastāvēšanu un pierādīt pietiekamu varbūtību, ka maksas atsauces pakalpojums, palielinot liela izmēra tiešsaistes aptieku redzamību, palielina minēto risku, šādas prakses aizliegums būtu jāuzskata par atbilstošu tam, lai sasniegtu šī riska samazināšanas mērķi.

134. Otrkārt, attiecībā uz *nepieciešamību* aizliegt maksas atsauces pakalpojumu A norāda, ka varēja tikt apsvērta iespēja pieņemt mazāk ierobežojošu pasākumu, aizliedzot tikai maksas atsauces pakalpojumu, pamatojoties uz konkrētiem atslēgvārdiem.

135. Es šaubos, ka šāds pasākums ļautu Francijas valdības izvirzītos mērķus sasniegt tikpat efektīvi kā spēkā esošais aizliegums. Kā norāda šī valdība, šī aizlieguma mērķis ir novērst, ka pirmajā plānā tiek izvirzīta viena aptieka, kaitējot visām pārējām. Tā kā šī maksas atsauces pakalpojuma iedarbība nav atkarīga no atslēgvārdu izvēles, ar minēto aizliegumu izvirzīto mērķi nevar sasniegt, to attiecinot tikai uz atsevišķiem atslēgvārdiem.

136. Turklāt, kā apgalvo Komisija, lai gan ir taisnība, ka meklētājprogrammas ir galvenais veids, kā sabiedrība uzzina par tiešsaistes aptiekām, Francijas tiesiskais regulējums nekādā veidā neliedz tiešsaistes aptiekām atrasties meklētājprogrammas pirmajos rezultātos, pamatojoties uz dabīgo atsauces pakalpojumu (t.i., izmantojot šīs meklētājprogrammas izstrādāto algoritmu, neatkarīgi no jebkādiem attiecīgā pakalpojumu sniedzēja maksājumiem). Ņemot vērā arī kaut vai ierobežotas iespējas reklamēt savu tīmekļvietni citos veidos⁹⁴, maksas atsauces pakalpojuma aizliegums nelaupa aptiekām iespējas to darīt zināmu sabiedrībai.

90 Skat. ģenerāladvokāta Ī. Bota [Y. Bot] secinājumus lietā *Scotch Whisky Association* u.c. (C-333/14, EU:C:2015:527, 84. punkts). Šajā ziņā skat. arī López Artetxe, S., “Is Health Really the First Thing in Life?”, *Legal Issues of Economic Integration* (2017), 315.–321. lpp., kā arī Dunne, N., “Minimum Alcohol Pricing: Balancing the “Essentially Incomparable” in Scotch Whisky”, *The Modern Law Review* (2018), 901. un 902. lpp.

91 Skat. spriedumus, 2015. gada 23. decembris, *Scotch Whisky Association* u.c. (C-333/14, EU:C:2015:845, 54. punkts), kā arī 2016. gada 19. oktobris, *Deutsche Parkinson Vereinigung* (C-148/15, EU:C:2016:776, 35. punkts).

92 Skat. spriedumu, 2015. gada 23. decembris, *Scotch Whisky Association* u.c. (C-333/14, EU:C:2015:845, 63. punkts).

93 Spriedums, 2016. gada 19. oktobris, *Deutsche Parkinson Vereinigung* (C-148/15, EU:C:2016:776, 24. punkts).

94 Skat. šo secinājumu 95.–97. punktu.

E. Par pienākuma likt pacientam aizpildīt anketu par veselības stāvokli saderību ar Savienības tiesībām

1. Par Direktīvas 2000/31 3. panta piemērojamību

137. Rikojuma par zāļu izplatīšanas labo praksi tiesību norma, ar kuru noteikts, ka pirmā zāļu pasūtījuma, ko pacients ir veicis aptiekas tīmekļvietnē, apstiprināšana ir pakārtota anketas par veselības stāvokli iepriekšējai aizpildīšanai tiešsaistē, manuprāt, arī ietilpst Direktīvas 2000/31 3. pantā noteiktā izcelsmes valsts principa piemērošanas jomā.

138. Proti, šī tiesību norma drīzāk attiecas nevis uz nosacījumu par zāļu piegādi mazumtirdzniecībā Francijas teritorijā Direktīvas 2001/83 85.c panta 2. punkta izpratnē, bet gan uz prasību attiecībā uz tiešsaistes tirdzniecības darbību īstenošanu, ko veic farmaceits. Ar to tiek reglamentēti nosacījumi, ar kādiem var noslēgt pirkuma līgumu tiešsaistē, kā arī veids, kādā tiešsaistes tirdzniecības un farmaceita konsultēšanas darbība ir jāveic tiešsaistē. Koordinētā joma šīs direktīvas 2. panta h) punkta nozīmē atbilstoši šīs tiesību normas i) punktam aptver prasības, kas attiecas uz attiecīgā pakalpojuma sniegšanu un it īpaši tā saturu, tostarp līgumu jomā. Pienākums likt pacientam aizpildīt tādu anketu par veselības stāvokli kā pamatlietā aplūkotā tātad attiecas uz jomu, kas ietilpst koordinētajā jomā.

139. Šāds pienākums, nosakot pakalpojuma sniedzējam uzdevumu ievākt un analizēt pacientu atbildes uz paredzētās anketas jautājumiem, kā arī, kā to norāda A, potenciāli īstenojot zināmu preventīvu iedarbību attiecībā uz pacientiem, kuri vēlas iegādāties zāles tiešsaistē, manuprāt, ir uzskatāms par informācijas sabiedrības pakalpojuma brīvas aprites ierobežojumu Direktīvas 2000/31 3. panta 2. punkta nozīmē⁹⁵. Tādēļ to var piemērot, tikai ievērojot šīs direktīvas 3. panta 4. punkta a) un b) apakšpunktā paredzētos būtiskos un procesuālos nosacījumus.

2. Par Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punktā paredzēto būtisko un procesuālo nosacījumu ievērošanu

140. Attiecībā uz procesuālajiem nosacījumiem Tiesai iesniegtajos lietas materiālos nav norādīts, ka Francijas iestādes būtu paziņojušas savu nodomu piemērot A Rikojumu par zāļu izplatīšanas labo praksi atbilstoši Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta b) apakšpunktam, kas ir jāpārbauda iesniedzējtiesai.

141. Attiecībā uz Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta a) apakšpunktā minētajiem būtiskajiem nosacījumiem, kurus es vēlreiz aplūkošu, lai sniegtu izsmeļošu informāciju, Francijas valdība, lai pamatotu aptiekai uzlikto pienākumu likt pacientam aizpildīt minēto anketu pirms pirmā pasūtījuma apstiprināšanas šīs aptiekas tīmekļvietnē, atsaucas uz nepieciešamību nodrošināt pacientam individualizētu konsultāciju, lai viņu aizsargātu pret zāļu neatbilstošu izmantošanu.

142. Tiesa jau ir atzinusi šī ar sabiedrības veselību saistītā mērķa leģitimitāti⁹⁶. Proti, nevar izslēgt, ka zāļu tirdzniecība tiešsaistē, ņemot vērā to, ka starp farmaceitu un pacientu nav nekāda kontakta, ietver zāļu nepareizas vai nepamatotas lietošanas risku⁹⁷. Kā uzsvēra Francijas valdība, šis risks saistās – dažādās pakāpēs – ar jebkādu zāļu izsniegšanu neatkarīgi no tā, vai tās ir recepšu vai bezrecepšu zāles.

143. Iesniedzējtiesai būs jāpārbauda attiecīgā pienākuma piemērotība un nepieciešamība, lai sasniegtu minēto mērķi, pamatojoties uz pierādījumiem, ko tai iesniegusi Francijas valdība, un ņemot vērā turpmāk izklāstītos apsvērumus.

⁹⁵ Tiesa jau ir kvalificējusi aizliegumu pārdot kontaktlēcas internetā kā ierobežojumu šīs tiesību normas nozīmē (skat. spriedumu, 2010. gada 2. decembris, *Ker-Optika* (C-108/09, EU:C:2010:725, 76. punkts)). Šāda kvalifikācija, manā ieskatā, attiecas arī uz tiesību normām, kas, pilnībā neaizliedzot šādu tirdzniecību, tai paredz noteiktus ierobežojumus.

⁹⁶ Skat. spriedumu, 2003. gada 11. decembris, *Deutscher Apothekerverband* (C-322/01, EU:C:2003:664, 106. punkts).

⁹⁷ Šajā nozīmē skat. spriedumu, 2003. gada 11. decembris, *Deutscher Apothekerverband* (C-322/01, EU:C:2003:664, 114. punkts).

144. Šajā ziņā šī valdība atsaucas uz *Conseil d'État* spriedumu⁹⁸, kurā šī tiesa šo mērķi esot izskaidrojusi šādi: “šīs prasības mērķis ir ļaut farmaceitam – īpašos apstākļos, kad [zāļu] izsniegšana notiek elektroniski un kad viņam nav tieša kontakta ar pacientu, – atklāt iespējamās kontrindikācijas, vai pat, kā tas ir paredzēts Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-61. un R. 4235-62. pantā, neizsniegt zāles, ja viņam šķiet, ka tas ir nepieciešams pacienta veselības interesēs, un mudināt pēdējo minēto konsultēties ar kvalificētu speciālistu katru reizi, kad viņam tas šķiet nepieciešams”. *Conseil d'État* no tā secināja, kā to šajā lietā apgalvo Francijas valdība, ka prasība par iepriekšēju anketas par veselības stāvokli aizpildīšanu nepakļauj zāļu tirdzniecību tiešsaistē nesamērīgiem ierobežojumiem, ņemot vērā sabiedrības veselības aizsardzības mērķi.

145. Es šādam vērtējumam piekrišu. Kā apgalvo *Daniel B* u.c., šāda prasība ļauj nodrošināt, ka visi pacienti tiek aizsargāti vienādi, neatkarīgi no tā, vai tie iegādājas zāles internetā vai fiziskā aptiekā. Pretēji tam, ko apgalvo Komisija, Rikojums par zāļu izplatīšanas labo praksi nepakļauj zāļu izsniegšanu tiešsaistē stingrākiem noteikumiem nekā tie, kas attiecas uz zāļu izsniegšanu aptiekās.

146. Precīzāk, no Francijas valdības sniegtajiem paskaidrojumiem izriet, ka šī rikojuma mērķis ir ņemt vērā zāļu tirdzniecībai internetā piemītošo raksturu un īpašos apstākļus, kuras ietvaros farmaceitam, nepastāvot tiešam un vizuālam kontaktam ar pacientu, nav iespējas pēc savas iniciatīvas sniegt viņam konsultāciju, ja to prasītu viņa profesionālā pienākuma ievērošana⁹⁹. Šī farmaceita situācija šajā ziņā atšķiras no tā farmaceita situācijas, kurš zāles izsniedz fiziskā aptiekā. Protams, profesionālā pienākuma sniegt konsultāciju ievērošana obligāti nenozīmē, ka farmaceits lūdz ikvienam pacientam, kurš ierodas viņa aptiekā, atbildēt uz iepriekš minētajā anketā uzdotajiem jautājumiem. Tomēr pacienta fiziskā klātbūtne viņam vismaz sniedz iespēju uzdot pacientam jautājumus, kurus viņš uzskata par vajadzīgiem, lai izpildītu savu profesionālo pienākumu sniegt konsultāciju, pamatojoties uz šī pacienta redzamajām īpašībām un pazīmēm, kas liecina par viņa veselības stāvokli. Tādējādi prasībai par anketas par veselības stāvokli aizpildīšanu ir mērķis panākt, ka tiešsaistes farmaceits ir vienlīdzīgs ar farmaceitu, kas veic savu darbību fiziskā aptiekā, lai nodrošinātu, ka viņš var izpildīt savu profesionālo pienākumu sniegt konsultāciju.

147. A norāda virkni mazāk ierobežojošu pasākumu, kas, viņasprāt, ļautu sasniegt izvirzīto sabiedrības veselības aizsardzības mērķi ar tādu pašu efektivitāti. It īpaši Rikojums par zāļu izplatīšanas labo praksi jau nodrošinot, ka pacienti var saņemt individualizētu konsultāciju, pieprasot, lai virtuālās aptiekas sniedz viņiem iespēju veikt interaktīvu apmaiņu ar farmaceitu. A arī kontrolējot tās tīmekļvietnē pasūtītos daudzumus, pamatojoties uz dažādiem faktoriem, tostarp pacienta pasūtījumu vēsturi. Ar šīm kontrolēm pietiekot, lai novērstu zāļu nepamatotas lietošanas risku. Komisija arī uzskata, ka tas, ka pacientam tiek dota piekļuve zāļu lietošanas instrukcijai, ka viņam tiek atgādinātas galvenās kontrindikācijas un ka viņam tiek dota iespēja uzdot jautājumus farmaceitam pirms pasūtījuma veikšanas, kā arī iespēja farmaceitiem sazināties ar pacientu, pamatojoties uz to rīcībā esošo informāciju, konkrēti, pasūtījumu vēsturi, ir alternatīvi, mazāk ierobežojoši pasākumi.

148. Kā norāda *Daniel B* u.c., kā arī Spānijas valdība, pacienta iespēja konsultēties ar farmaceitu pirms pasūtījuma veikšanas, pat ja to papildina pēc pirmā pasūtījuma iegādāto daudzumu kontrole, nav tikpat efektīvs līdzeklis kā iepriekšēja pārbaude, veicot iepriekšēju informācijas vākšanu no pacienta un pārbaudot, vai viņa pasūtījums kvantitatīvi un kvalitatīvi atbilst viņa veselības stāvoklim. Turklāt Tiesa jau ir nospriedusi, ka “internetā esošo interaktīvo rīku, kas klientam ir jālieto pirms zāļu pirkuma veikšanas, vairošana”, ir piemērots pasākums kā alternatīva, kura mazāk aizskar preču brīvu apriti, aizliegumam tirgot zāles tiešsaistē, un kas ļauj tikpat efektīvi sasniegt mērķi samazināt tiešsaistē iegādāto zāļu nepareizas lietošanas risku¹⁰⁰.

98 Spriedums, 2018. gada 26. marts (Nr. 407289, FR:CECHR:2018:407289.20180326).

99 *Daniel B* u.c. šajā ziņā uzsvēra, ka Sabiedrības veselības kodeksa R. 4235-61. pantā ir paredzēts – “ja tas viņam šķiet nepieciešams pacienta veselības interesēs, farmaceitam ir jāatsakās izsniegt zāles”.

100 Spriedums, 2003. gada 11. decembris, *Deutscher Apothekerverband* (C-322/01, EU:C:2003:664, 114. punkts).

149. Šajā ziņā, kā to apgalvo Grieķijas valdība, ar Rīkojumu par zāļu izplatīšanas labo praksi ieviestajā anketā ir ietverti tikai elementāri jautājumi par vecumu, svaru, augumu, dzimumu, attiecīgajā brīdī lietotajām zālēm, iepriekšējām alerģijām, kontrindikācijām, kā arī grūtniecības stāvokli vai barošanu ar krūti. Uz šiem jautājumiem pacientam ir jāsniedz vienkārša un tieša atbilde. Manuprāt, šos jautājumus pamatoti varēja uzskatīt par atbilstošiem un nepieciešamiem, lai izvairītos no tā, ka pacients iegādājas zāles, kas nav piemērotas viņa veselības stāvoklim.

150. Šādos apstākļos pienākums pacientam aizpildīt šādu anketu pirms pirmā pasūtījuma apstiprināšanas man šķiet piemērots un nepieciešams, lai sasniegtu mērķi nodrošināt pacientiem individualizētu konsultāciju, lai viņus aizsargātu pret zāļu nepamatotu lietošanu sabiedrības veselības interesēs.

V. Secinājumi

151. Ņemot vērā visus iepriekš minētos apsvērumus, es ierosinu uz *cour d'appel de Paris* (Francija) uzdoto jautājumu atbildēt šādi:

- 1) LESD 34. pantam nav pretrunā tāds dalībvalsts tiesiskais regulējums, ar kuru tiek aizliegta citā dalībvalstī reģistrētas aptiekas piegādāto zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojumu reklāma, kas izpaužas kā reklāmas prospektu nosūtīšana pa pastu lielā apjomā, attiecīgajā gadījumā tos ievietojot tādu tirdzniecības partneru pakās, kas nodarbojas ar ikdienas patēriņa preču tirdzniecību tiešsaistē, un kā cenu samazinājuma piedāvāšana, ja pasūtījums pārsniedz noteiktu summu, ja vien šāds tiesiskais regulējums ir nepieciešams un samērīgs ar farmaceita profesijas cieņas aizsardzības mērķa sasniegšanu, kas ir jāpārbauda iesniedzējtiesai.
- 2) Ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2000/31/EK (2000. gada 8. jūnijs) par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko tirdzniecību) 3. panta 4. punkta b) apakšpunktu netiek pieļauts, ka zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojuma galamērķa dalībvalsts piemēro šim citā dalībvalstī reģistrētam pakalpojuma sniedzējam:
 - tiesisko regulējumu, ar kuru tiek aizliegtas šī pakalpojumu sniedzēja tīmekļvietnē uzrādītās reklāmas akcijas, kas izpaužas kā cenu samazinājuma piedāvājums, ja pasūtījums pārsniedz noteiktu summu;
 - tiesisko regulējumu, ar kuru tiek aizliegts izmantot maksas atsauces pakalpojumus meklētājprogrammās un cenu salīdzināšanas vietnēs, un
 - tiesisko regulējumu, ar kuru pirmā zāļu pasūtījuma, ko pacients veic minētā pakalpojumu sniedzēja tīmekļvietnē, apstiprināšana ir pakārtota anketas par veselības stāvokli iepriekšējai aizpildīšanai,

ja pirmā dalībvalsts nav paziņojusi otrajai dalībvalstij un Eiropas Komisijai par savu nodomu attiecīgo tiesisko regulējumu piemērot vienam un tam pašam pakalpojumu sniedzējam, kas ir jāpārbauda iesniedzējtiesai.

Gadījumā, ja par šādu tiesisko regulējumu ir paziņots, ar Direktīvas 2000/31 3. panta 4. punkta a) apakšpunktu tiek pieļauts, ka attiecīgā dalībvalsts to piemēro citā dalībvalstī reģistrētam zāļu tiešsaistes tirdzniecības pakalpojuma sniedzējam, ar nosacījumu, ka šī piemērošana ir piemērota un nepieciešama sabiedrības veselības aizsardzībai, kas ir jāpārbauda iesniedzējtiesai.