

FŁ-II.8523.9.2012

**D E C Y Z J A Nr 1/REKL/2012**

Na podstawie art. 94a ust. 1, 2, 3 i 4 oraz art. 129b ust. 1, 2, 4 ustawy z dnia 6 września 2001r.- *Prawo farmaceutyczne* (tekst jednolity Dz. U. z 2008r. Nr 45 poz. 271 z późn. zm.) oraz art.104 kpa w związku z art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. kodeksu postępowania administracyjnego (t.j Dz. U z 2000r. Nr 98 poz.1071 ze zm.)

**ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

- I. **nakazuje** przedsiębiorcy [REDAKTOWANE] prowadzącej aptekę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANE] zlokalizowanej w [REDAKTOWANE] przy [REDAKTOWANE], zaprzestać prowadzenia reklamy apteki i jej działalności,
- II. **nakłada** na przedsiębiorcę [REDAKTOWANE] karę pieniężną w kwocie 2.000 zł (słownie złotych: dwa tysiące złotych), którą należy wpłacić na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Łodzi nr 58 1010 1371 0009 8322 3100 0000 w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji,
- III. decyzji w pkt.1 nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności.

**UZASADNIENIE**

W dniu 08 lutego 2011r. do Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Łodzi wpłynęło pismo dotyczące reklamy działalności apteki ogólnodostępnej położonej w [REDAKTOWANE] przy [REDAKTOWANE]. Do pisma załączone zostały zdjęcia baneru reklamowego apteki. Z przekazanych materiałów wynika, że przedmiotowy baner reklamowy wskazujący kierunek do [REDAKTOWANE], prócz informacji o godzinach jej czynności zawiera treści: Kupuj Taniej SZEROKI ASORTYMENT LEKÓW GOTOWYCH (DERMATOLOGIA, KARDIOLOGIA, OKULISTYKA), SZCZEPIONKI ORAZ LEKI RECEPTUROWE.

Pismem z dnia 21 lutego 2012r., Łódzki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił stronę o wszczęciu postępowania mającego na celu ustalenie czy doszło do naruszenia dyspozycji 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. – *Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz.U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 ze zm.) oraz wezwał stronę do złożenia wyjaśnień w przedmiocie prowadzonej reklamy działalności apteki w terminie siedmiu dni od daty otrzymania niniejszego pisma.

Przedsiębiorca, zawiadomiony o prowadzonym postępowaniu, pismem znak L.dz. 10/12 z dnia 8 marca 2012r., doręczonym w dniu 12 marca 2012r., złożył wyjaśnienia, w których potwierdził umieszczenie przywołanych powyżej treści na „plaszzy informacyjnej” będącej własnością Spółki prowadzącej aptekę ogólnodostępną położoną w [REDAKTOWANE] przy [REDAKTOWANE] oraz zadeklarował zmianę treści przedmiotowego baneru reklamowego w przypadku wydania stosownej decyzji administracyjnej.

W związku z uregulowaniami art. 10 § 1 kpa, pismem z dnia 21 marca 2012r.,

doręczonym w dniu 27 marca 2012r., organ zawiadomił, że zakończył prowadzenie postępowania dowodowego w przedmiocie naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. - Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.) przez stronę.

Poinformował, że w terminie dziesięciu dni od daty otrzymania niniejszego pisma strona może wypowiedzieć się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań, może również zapoznać się z aktami spraw. We wskazanym terminie strona nie złożyła dodatkowych wyjaśnień. Po jego upływie w dniu 13 kwietnia 2012r. strona złożyła pismo L.dz. 19/12 z dnia 10 kwietnia 2012r., w którym potwierdziła stan faktyczny, co do informacji umieszczonych na banerze reklamowym oraz podtrzymała swoje stanowisko zawarte w piśmie znak L.dz. 10/12 z dnia 8 marca 2012r.

Organ zważył, co następuje:

I.

Przedmiotowa apteka o nazwie [REDAKTOWANO] położona w [REDAKTOWANO] przy [REDAKTOWANO] prowadzona jest przez przedsiębiorcę: [REDAKTOWANO] na podstawie zezwolenia wydanego przez Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego znak [REDAKTOWANO].

Podstawą wszczęcia i prowadzenia przedmiotowego postępowania, którego stroną jest [REDAKTOWANO], prowadząca ww. aptekę, jest art. 94a ust. 1, 2 i 3 ustawy Prawo farmaceutyczne.

Powyższy przepis stanowi, że **zabroniona jest reklama aptek oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach czynności apteki lub punktu aptecznego. Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego. W razie stwierdzenia naruszenia wyżej wymienionego przepisu wojewódzki inspektor farmaceutyczne nakazuje w drodze decyzji zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy.**

Z uwagi na fakt, że ustawa Prawo farmaceutyczne nie zawiera legalnej definicji reklamy posłużyć się należy w tym względzie definicją zawartą w wydanych opracowaniach słownikowych a także orzecznictwem sądów administracyjnych.

I tak według Słownika Wyrazów Obcych Wydawnictwo Naukowe PWN 1996, za reklamę należy rozumieć rozpowszechnianie informacji o danych towarach, ich zaletach, wartości, miejscach i możliwościach nabycia... za pomocą plakatów, ogłoszeń w prasie, radiu i w telewizji stanowiące zachętę do nabywania towarów lub korzystania z określonych usług.

Podobna definicja zawarta jest w Małym Słowniku Języka Polskiego Wydawnictwo Naukowe PWN 1996.

Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem sądów administracyjnych, wydanym wprawdzie pod rządami przepisu art. 94a ust.1 ustawy Prawo farmaceutyczne obowiązującego do dnia 31.12.2011r.

— za reklamę działalności apteki należy uznać każde działanie skierowanie do publicznej wiadomości, niezależnie od sposobu i metody jego przeprowadzenia oraz środków użytych do jego realizacji, jeśli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych oferowanych w danej aptece (wyrok WSA w Warszawie z 14.05.2008r. sygn. Akt VII SA/Wa 2215/07);

— reklamą działalności apteki jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług. ....

Istotnym elementem reklamy jest zamiar wywołania określonej reakcji potencjalnych klientów (wyrok WSA w Warszawie z 6.03.2008r. sygn. Akt VII SA/Wa 2216/07);

— reklamą może być każde działanie skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych w niej oferowanych (wyrok WSA w Warszawie z 1.02.2008r. sygn. akt VII SA/Wa 1960/07),

— reklamą działalności apteki jest każde działanie, każda jej działalność niezależnie od formy i metody jej przeprowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków, jeśli celem tej działalności jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych w danej aptece lub punkcie aptecznym (wyrok WSA w Warszawie z dn. 22.11.2007r. sygn. akt VII SA/WA 1661/07).

Tak więc ważnym elementem reklamy, zgodnie z opinią sądu (wyrok WSA w Warszawie z 1.02.2008r. sygn. Akt VII SA/Wa 1960/07) jest zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu produktu leczniczego lub wyrobu medycznego w konkretnej aptece, niezależnie od formy i metody jej przeprowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków, jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży ww. produktów w danej aptece lub punkcie aptecznym.

Reklama może przyjmować różne formy w szczególności haseł, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów czy gazetek.

Za reklamę działalności apteki zostały uznane również czynności polegające na wręczaniu bonów rabatowych, umieszczanie obok nazwy apteki napisów: niskie ceny, wysokie rabaty.

Za działania reklamowe winny być uznane wszystkie te działania, których zamierzonym celem jest pozyskanie nowych lub zatrzymanie „starych klientów”.

W przeciwieństwie do informacji handlowej, która zawiera obiektywne informacje o produkcie lub usługach świadczonych przez przedsiębiorcę istotą reklamy jest zachęcanie.

Reasumując należy stwierdzić, że reklamą jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów i która w taki sposób jest odbierana przez pacjentów.

Na gruncie obecnie obowiązującego art. 94a ust. 1 ustawy — Prawo Farmaceutyczne wszystko to, co nie jest informacją o lokalizacji i godzinach pracy apteki, stanowi zabronioną reklamę apteki oraz jej działalności.

Za szerokim rozumieniem reklamy przemawia fakt, że ustawodawca nie zawarł w cytowanym powyżej artykule żadnych wyłączeń, w przeciwieństwie do definicji reklamy produktu leczniczego o jakim mowa w art. 52 teże ustawy.

Nie ulega więc wątpliwości, że napisy: „Kupuj Taniej SZEROKI ASORTYMENT LEKÓW GOTOWYCH (DERMATOLOGIA, KARDIOLOGIA, OKULISTYKA), SZCZEPIONKI ORAZ LEKI RECEPTUROWE”, mają zachęcić potencjalnego klienta do zakupu szerokiego asortymentu tańszych leków. Tak więc należy je traktować, jako niedopuszczalną reklamę działalności apteki, która narusza art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne w obowiązującym jej brzmieniu.

W toku postępowania organ ustalił, że przedmiotowy baner reklamowy nie został usunięty do dnia wydania niniejszej decyzji, nie zmieniono również treści na nim zawartych, co zgodnie z pismem strony znak L.dz. 10/12 z dnia 8.03.2012r. zostanie wykonane dopiero po wydaniu stosownej decyzji.

## II.

Zgodnie z art. 129b ust. 1 i ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne karze pieniężnej w wysokości do 50.000 zł podlega ten, kto wbrew przepisom art. 94a prowadzi m.in. reklamę apteki oraz jej działalności. Karę pieniężną nakłada wojewódzki inspektor farmaceutyczny w drodze decyzji administracyjnej. Przy ustalaniu wysokości kary uwzględnia się w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów.

Przepisy ustawy nie zawierają jednak przypadków naruszeń, które uzasadniałyby zastosowanie kary pieniężnej w konkretnej wysokości.

Nałożenie kary pieniężnej jest obligatoryjne. Wynika wprost z przepisów ustawy. Organ stwierdzając prowadzenie zakazanej reklamy apteki jest zatem zobowiązany nałożyć na przedsiębiorcę naruszającego powołany przepis stosowną karę pieniężną.

Strona przyznała, że zgromadzone w sprawie materiały (fotografie wykonane w dniu 18.01.2012r., nadesłane przez przedsiębiorcę informującego o naruszeniu art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne) oddają stan faktyczny na ten dzień.

Organ w ramach prowadzonego postępowania stwierdził, że treści umieszczone na przedmiotowym banerze reklamowym zachęcające do dokonywania zakupów w prowadzonej przez stronę aptecę stanowią niedozwoloną reklamę jej działalności.

Biorąc pod uwagę fakt, że:

- [REDAKOWANA] nie była uprzednio karana, za naruszenie art. 94a ust.1 ustawy Prawo Farmaceutyczne,
- naruszenie art. 94a ust.1 ustawy Prawo Farmaceutyczne przez stronę stwierdzone zostało po raz pierwszy, po wejściu w życie zmienionych od dnia 1.01.2012r. przepisów,
- reklama apteki i jej działalności trwa przez okres ponad trzech miesięcy,
- dwukrotnego informowania przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego wszystkich przedsiębiorców prowadzących apteki na terenie województwa łódzkiego drogą elektroniczną o zakazie, poczynawszy od dnia 1 stycznia 2012r. prowadzenia reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności - poprzez przesłanie komunikatów z dnia 2 stycznia 2012r. i z dnia 10 stycznia 2012r. oraz umieszczenia ich na stronach internetowych – w Biuletynie Informacji Publicznej Inspektoratu pod adresem [ww.wif.bip.lodz.pl](http://ww.wif.bip.lodz.pl)

nałożona w wysokości 2.000 zł kara pieniężna jest adekwatna do okoliczności i czasu prowadzenia reklamy apteki i jej działalności.

Karę pieniężną uiszcza się na wskazane w rozstrzygnięciu decyzji konto w terminie 7dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna. Od kary pieniężnej nieuiszczonej w terminie nalicza się odsetki ustawowe. Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami za zwłokę następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

Ponieważ przedsiębiorca jest zobowiązany spełniać określone przepisami prawa warunki wykonywania działalności gospodarczej, naruszając obowiązujące przepisy prawa winien liczyć się z konsekwencjami, które w niniejszej sprawie polegają na ukaraniu go karą pieniężną.

III.

Zgodnie z art. 94a ust. 4 ustawy Prawo farmaceutyczne decyzji nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności. Zapis ten stanowi o obligatoryjnym charakterze nadania przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego takiej decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności. W przypadku wydania przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego decyzji nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy apteki oraz jej działalności organ zmuszony jest decyzji taki rygor nadać w przeciwieństwie do uregulowań zawartych w art. 108 § 1 kpa, które organ stosuje w przypadku gdy spełnione są przesłanki z niego wynikające m.in. ze względu na ochronę zdrowia lub życia ludzkiego. Art. 94a ust. 4 ustawy

Prawo farmaceutyczne możliwości fakultatywnych nadania decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności nie przewiduje.

Biorąc powyższe pod uwagę na podstawie art. 94a ust. 1 i 2, 3, 4, art. 129b ust.1, 2, 4 ustawy z dnia 6 września 2001r.- *Prawo farmaceutyczne* (tekst jednolity Dz. U. z 2008r. Nr 45 poz. 271 z późn. zm.) oraz art.104 kpa w związku z art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. kodeksu postępowania administracyjnego (t.j Dz. U z 2000r. Nr 98 poz.1071 ze zm.) postanowiłem jak na wstępie.

## POUCZENIE

Od decyzji niniejszej służy stronom odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego za moim pośrednictwem w terminie czternastu dni od daty otrzymania decyzji.

pieczęć okrągła

Łódzki Wojewódzki Inspektor  
Farmaceutyczny

mgr farm. Romuald Boguszewski

Otrzymują:

[Redacted area]

2. a/a