

**ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

Łódź, dnia 07 stycznia 2013r.

FŁ-II.8523.31.2012.2013

DECYZJA Nr 1/REKL/2013

Na podstawie art. 94a ust. 1 i 2, 3, 4 oraz art. 129b ust.1, 2, 4 *ustawy z dnia 6 września 2001r. - Prawo farmaceutyczne* (t.j. 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 z późn. zm.)

ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

- I. **nakazuje** przedsiębiorcy [REDAKTOWANE]
[REDAKTOWANE] prowadzącej aptekę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANE]
[REDAKTOWANE] położoną w [REDAKTOWANE] zaprzestać
prowadzenia reklamy apteki i jej działalności, w części dotyczącej oferty cenowej
(rabatowej) dla uczestników programów: [REDAKTOWANE]
[REDAKTOWANE] wobec stwierdzenia naruszenia art. 94a ust. 1
ustawy z dnia 6 września 2001r. - Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz. U. z 2008r. Nr 45 poz.
271 z późn. zm.),
- II. **nakłada** na przedsiębiorcę [REDAKTOWANE]
[REDAKTOWANE], karę pieniężną w kwocie 5.000 zł (słownie złotych: pięć tysięcy 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, w którym decyzja stała się
ostateczna,
- III. **decyzji w pkt. I nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności.**

UZASADNIENIE

W dniach 21 – 28 sierpnia 2012r. inspektorzy Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Łodzi na podstawie upoważnienia Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego FŁ-I.057.319.2012 z dnia 20 sierpnia 2012r. przeprowadzili kontrolę planową w aptecę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANE]

położonej w , prowadzonej przez , na podstawie zezwolenia Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego znak

W trakcie kontroli stwierdzono między innymi, że apteka znajduje się na stronach internetowych uczestniczy w oraz obsługuje fakt ten został wpisany w protokół z kontroli znak FŁ-II-8521.70.2012.

W oświadczeniu złożonym w trakcie kontroli (załącznik nr 3 do protokołu), właściciel/kierownik apteki oświadczył, że apteka uczestniczy w ww. programach i obsługuje Ponadto właściciel/kierownik oświadczył, że nie posiada materiałów reklamowych dotyczących w/w programów i nie prowadzi rejestracji pacjentów.

W dniu 29 sierpnia 2012r. podpisany został protokół pokontrolny znak FŁ-II.8521.70.2012 przez właściciela/kierownika apteki. W protokole tym poinformowano kontrolowanego, że przedsiębiorca, który nie zgadza się z ustaleniami zawartymi w protokole kontroli, może w terminie 7 dni od dnia jego doręczenia, złożyć pisemnie zastrzeżenia lub wyjaśnienia, wskazując stosowne wnioski dowodowe.

Pismem z dnia 14 września 2012r. organ zawiadomił stronę o wszczęciu postępowania w przedmiocie naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. - *Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.), dotyczącego reklamy apteki ogólnodostępnej położonej w oraz jej działalności, wnosząc o:

1. złożenie umowy lub umów łączących przedsiębiorcę z organizatorem i/lub innymi podmiotami będącymi współorganizatorami ww. programów,
2. potwierdzenie posiadania w systemach komputerowych funkcjonujących w aptece, zainstalowanych programów umożliwiających pacjentom posiadającym Kartę Uczestnika Programu, naliczanie punktów za zakupione w aptece produkty oraz ich sumowanie, a także korzystanie z innych upustów i rabatów,
3. wyjaśnienie, kto rozprawdza Karty Uczestnika Programu i kto prowadzi rejestrację pacjentów, czy są to pracownicy apteki,
4. wyjaśnienie, który z podmiotów uczestniczących w Programach finansuje wydawanie kart i broszur oraz wydaje produkty po obniżonych cenach i pokrywa różnicę pomiędzy ceną detaliczną, a obniżoną ceną płaconą przez pacjenta.

W odpowiedzi na prowadzone postępowanie strona w piśmie z dnia 24 września 2012r. potwierdziła, że:

1. Zgodnie z umową i regulaminem [REDAKTOWANE], apteka nalicza „plusy” dla swoich pacjentów za każde wydane 5 zł na produkty nierefundowane ze środków publicznych. W aptece jest zainstalowane dodatkowe oprogramowanie, które pozwala naliczać i sumować plusy. Za zgromadzone plusy pacjent może otrzymać rabat na niektóre produkty ze zwykłego asortymentu apteki, nierefundowane ze środków publicznych i zapłacić za nie 1 zł brutto.
2. [REDAKTOWANE] oraz [REDAKTOWANE] nie przewidują zbierania punktów – są to programy rabatowe dla poszczególnych grup pacjentów oferujące im możliwość nabycia określonych produktów nierefundowanych ze środków publicznych z rabatem określonym w programie dla danego produktu.
3. Kartami programów i formularzami rejestracyjnymi dysponuje organizator programu (w przypadku [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] w przypadku [REDAKTOWANE]). Zasadą jest, że pacjent rejestruje się do programów za pośrednictwem strony internetowej lub infolinii organizatora. Jedynie w przypadku [REDAKTOWANE], z uwagi na specyfikę tego programu, dopuszczono możliwość wydawania zainteresowanemu pacjentowi karty i formularza rejestracyjnego tego programu przez farmaceutę w aptece. W takim przypadku pacjent otrzymuje od farmaceuty formularz, który osobiście wypełnia, a następnie zakleja, aby ukryć swoje dane osobowe i oddaje farmaceucie. Farmaceuta tak zabezpieczone formularze odsyła do organizatora ([REDAKTOWANE]).
4. Wydawaniem kart programów, formularzy rejestracyjnych i innych materiałów dotyczących programów zajmuje się organizator programu.
5. Apteka wydaje pacjentowi-uczestnikowi [REDAKTOWANE] produkty po zwykłych cenach stosowanych przez aptekę. W przypadku sprzedaży takiemu pacjentowi produktu z rabatem, apteka sprzedaje mu wybrany produkt za 1 złoty.
6. W przypadku [REDAKTOWANE], apteka wydaje pacjentowi-uczestnikowi tego programu produkty z przysługującym mu rabatem określonym w programie dla danego produktu.

Do w/w pisma załączona została:

1. Umowa o współpracy określająca zasady uczestnictwa Apteki w programie opieki farmaceutycznej realizowanym wspólnie z [REDAKTOWANE] zawarta w dniu 1 lutego 2012r. w Łodzi pomiędzy [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE], a [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE], prowadzącą aptekę w [REDAKTOWANE]

- [REDACTED]
2. Umowa zawarta w dniu 12 października 2011r. pomiędzy [REDACTED]
[REDACTED], a [REDACTED]
[REDACTED] prowadzącą aptekę w [REDACTED]
[REDACTED].
 3. Oferta udziału w [REDACTED] z dnia 22 września 2010r. organizowanego przez [REDACTED] we współpracy z [REDACTED], jako głównym sponsorem, który pokrywa część kosztów marketingowo-promocyjnych [REDACTED] oraz [REDACTED]
 4. Deklaracja [REDACTED] z dnia 20 października 2011r. podpisana przez właściciela/kierownika apteki w [REDACTED]
[REDACTED]
 5. Zmiana zasad uczestnictwa w programach [REDACTED]
[REDACTED], obowiązująca od dnia 01 stycznia 2012r.

W umowie zawartej w dniu 12 października 2011r. pomiędzy [REDACTED]
[REDACTED], a [REDACTED]
[REDACTED], prowadzącą aptekę [REDACTED] zawarto postanowienia:

- we wstępie umowy, że System skutkować będzie zwiększeniem sprzedaży w aptekach uczestniczących w Systemie,
- w § 1 ust. 1, że celem [REDACTED] jest obsługa procesów prywatnych refundacji/dofinansowania/przekazywania rabatów do zakupu produktów leczniczych, wyrobów medycznych, suplementów diety i innych produktów dopuszczonych do sprzedaży w aptece, w relacji pacjent-instytucja refundująca/dofinansująca/rabatująca,
- w § 1 ust. 2, że głównym narzędziem wykorzystywanym w Systemie jest specjalna karta, zwana „[REDACTED]”,
- w § 1 ust. 6, że [REDACTED] przewiduje możliwość składania specjalnych ofert dla Apteki na uczestnictwo w dodatkowo odpłatnych kampaniach z wykorzystaniem [REDACTED]

Do Umowy [REDACTED]
[REDACTED] zawartej w dniu 1 lutego 2012r. w Łodzi pomiędzy [REDACTED]
[REDACTED], a [REDACTED],
prowadzącą aptekę w [REDACTED] nie został załączony Program [REDACTED]
[REDACTED], stanowiący załącznik do niniejszej umowy.

Ponadto nie złożono umowy łączącej przedsiębiorcę z organizatorem [REDACTED]
[REDACTED]

Pismem z dnia 1 października 2012r. organ wezwał stronę do przedstawienia:

1. dokumentu na podstawie, którego uczestniczy w [REDAKTOWANE],
2. Programu [REDAKTOWANE] lub innych materiałów zawierających opis programów i ich regulaminów.

W piśmie z dnia 24 października 2012r. strona poinformowała, że akceptacja kart [REDAKTOWANE] następuje na podstawie umowy ogólnej zawartej pomiędzy [REDAKTOWANE] a apteką. Akceptacja kart [REDAKTOWANE] nie wymaga od apteki podpisania żadnej dodatkowej deklaracji.

Przy piśmie strona złożyła [REDAKTOWANE] stanowiący załącznik do Umowy [REDAKTOWANE].

Podręcznik ten zawiera opis [REDAKTOWANE].

W dołączonym załączniku [REDAKTOWANE] stanowiącym integralną część umowy zawarto postanowienia:

- w rozdziale 2, że pacjentom oferuje się m.in. oszczędności, takie jak obniżki cen produktów dostępnych bez recepty oraz leków nierefundowanych, rabaty na wybrane produkty wyszczególnione w Informatorze Programu, które można uzyskać stosując zasady: za każde 5 zł wydane na produkty nierefundowane uczestnik Programu otrzyma 1 plus, zgromadzone plusy uprawniają do skorzystania z rabatu, dzięki któremu produkt z Informatora Programu kosztuje 1 zł – cena każdego produktu z Informatora Programu to odpowiednia liczba plusów + 1 zł,
- w rozdziale 3, że w celu zgłoszenia uczestnictwa w [REDAKTOWANE] należy wypełnić formularz rejestracyjny dostępny w Aptekach uczestniczących w Programie lub na portalu [REDAKTOWANE]. Każdy Uczestnik otrzymuje po przystąpieniu do Programu Kartę Uczestnika Programu, która umożliwia Uczestnikom Programu dokonującym zakupów w Aptekach uczestniczących w Programie m.in. korzystanie ze specjalnej oferty rabatowej tych Aptek. Odbiór karty dokonywany jest w Aptece uczestniczącej w Programie, wskazanej przez Uczestnika w formularzu rejestracyjnym. W przypadku rejestracji dokonywanej za pośrednictwem portalu [www.\[REDAKTOWANE\]](http://www.[REDAKTOWANE]) Karta przesyłana jest na wskazany przez Uczestnika adres,
- w rozdziale 5, że pacjent przy rejestracji do Programu otrzymuje Pakiet Powitalny w skład którego wchodzi: specjalne etui, na którym znajdują się podstawowe informacje nt. Programu, Karta Uczestnika, ulotka „Zażywanie leków”.

Informacje o Programie i warunkach uczestniczenia w nim, umieszczone są także na stronie internetowej [REDAKTOWANE] innego przedsiębiorcy wraz z udostępnionymi

danymi aptek w nich uczestniczących.

Ponieważ dokument [REDAKTOWANO] nie został poświadczony za zgodność z oryginałem oraz ponownie nie została przedstawiona dokumentacja dotycząca współpracy handlowej z organizatorem [REDAKTOWANO] [REDAKTOWANO] pismem z dnia 2 listopada 2012r. organ wezwał stronę do:

1. Przedstawienia kserokopii poświadczonej za zgodność z oryginałem, dokumentacji dotyczącej współpracy handlowej prowadzonej z organizatorem [REDAKTOWANO] [REDAKTOWANO] wraz ze wszystkimi pełnymi załącznikami.
2. Przedstawienia [REDAKTOWANO] *Przewodnik dla aptek* poświadczonego za zgodność z oryginałem.

Jednocześnie poinformował, że w przypadku braku otrzymania kompletu dokumentów sprawa będzie potraktowana jako utrudnianie wykonywania czynności urzędowych przez Inspekcję Farmaceutyczną.

W piśmie z dnia 27 listopada 2012r. strona poinformowała, że w przypadku przystąpienia apteki do *Programu* [REDAKTOWANO] nie miało miejsca żadne formalne przystąpienie apteki do tego programu, apteka jest jedynie akceptantem kart *Programu* [REDAKTOWANO] [REDAKTOWANO] na podstawie ogólnych postanowień umowy zawartej ze spółką [REDAKTOWANO] [REDAKTOWANO]

Przy piśmie strona złożyła [REDAKTOWANO] *Przewodnik dla aptek* stanowiący załącznik do Umowy o współpracy określającej zasady uczestnictwa Apteki w programie opieki farmaceutycznej, poświadczony za zgodność z oryginałem.

Zgodnie z art. 10 § 1 *ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. - Kodeks postępowania administracyjnego* (t.j. Dz.U. z 2000r. Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.) pismem z dnia 4 grudnia 2012r. organ poinformował o zakończeniu prowadzonego postępowania dowodowego i o zamiarze wydania decyzji kończącej postępowanie administracyjne w przedmiocie naruszenia art. 94a ust. 1 *ustawy z dnia 6 września 2001r. - Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz.U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.) [REDAKTOWANO]

[REDAKTOWANO], prowadzącą aptekę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANO] położoną w [REDAKTOWANO] [REDAKTOWANO]. Strona została poinformowana także, że może się wypowiedzieć, co do zebranych materiałów oraz zgłoszonych żądań w terminie 7 dni od dnia otrzymania pisma a po upływie wyznaczonego terminu zostanie wydana stosowna decyzja. W tym czasie strona miała możliwość również zapoznać się z aktami sprawy.

We wskazanym terminie, strona nie wniosła innych wyjaśnień, nie składała też żadnych wniosków.

I. Organ zważył, co następuje:

Podstawą wszczęcia i prowadzenia przedmiotowego postępowania, którego stroną jest [REDAKTOWANE] prowadząca aptekę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANE] położoną w [REDAKTOWANE], jest art. 94a ust. 1, 2 i 3 ustawy - Prawo farmaceutyczne oraz stwierdzenie podczas przeprowadzonej kontroli, że apteka uczestniczy w Programie [REDAKTOWANE], Programie [REDAKTOWANE], [REDAKTOWANE] oraz obsługuje [REDAKTOWANE], co narusza art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo farmaceutyczne. Zgodnie z brzmieniem art. 94a ust. 1, 2 i 3 tejże ustawy *zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy 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 farmaceutyczny nakazuje w drodze decyzji zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy.*

Zuwagi 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 skierowane 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 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),

- reklamą jest każda wypowiedź skierowana do potencjalnych konsumentów, odnosząca się do towarów, usług, a także przedsiębiorcy oferującego towary lub usługę mającą na celu zachęcenie i skłonienie adresatów do nabywania towarów lub korzystania z usług – wyrok SN z 26.01.2006r. sygn. akt V CSK 83/05.

Reklama może przyjmować różne formy w szczególności haseł, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów czy gazetek. Istotnym elementem reklamy jest zamiar wywołania reakcji potencjalnych klientów. Podstawowym elementem reklamy, zgodnie z opinią sądu (wyrok WSA w Warszawie z 01.02.2008r. 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.

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

Reasumując należy stwierdzić, że reklamą jest każdego rodzaju działanie i informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów i która w taki sposób jest odbierana przez pacjentów. Za działania reklamowe winny być uznane wszystkie te działania, których zamierzonym celem jest pozyskanie nowych lub/i zatrzymanie „starych klientów”.

Na gruncie obecnie obowiązującego art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo Farmaceutyczne należy stwierdzić, że reklamą apteki jest wszystko to, co nie jest informacją o lokalizacji i godzinach pracy apteki. I nie ma tutaj znaczenia czy jest ona skierowana do publicznej wiadomości.

Za szerokim rozumieniem reklamy przemawia fakt, że ustawodawca nie zawarł w art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne żadnych wyłączeń, w przeciwieństwie do definicji reklamy produktu leczniczego, o jakim mowa w art. 52 tejże ustawy.

Organ na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego ustalił, że na terenie apteki, pracownicy apteki, rozdają Karty uczestnika [REDAKTURA] wraz ulotką informacyjną i formularzem zgłoszeniowym, wypełniony formularz pacjent oddaje do apteki.

Uczestniczenie w [REDAKTURA], zapewnia wg ustalonych zasad obniżki cen produktów dostępnych bez recepty oraz leków nierefundowanych, rabaty na wybrane produkty, objęte Informatorem Programu. Dokonywanie zakupów w aptekach objętych Programem, płacąc nawet tylko 1zł.

██████████ i Program ██████████ oferujące wybrany asortyment po promocyjnych cenach tylko swoim uczestnikom, mają za zadanie przyciągnięcie określonej grupy klientów (osoby po 60 roku życia, kobiety w ciąży, matki z małym dzieckiem) oraz zachęcają jego uczestników do dokonywania dalszych zakupów w tej aptece.

Organ ustalił, że:

- na podstawie Umowy ██████████
██████████
zawartej pomiędzy ██████████, a mgr ██████████, od dnia 01 lutego 2012r. apteka bierze udział w Programie ██████████,
- na podstawie Umowy zawartej w dniu 12 października 2011r. pomiędzy ██████████
██████████, a ██████████
██████████ oraz Zmianą zasad uczestnictwa w programach ██████████ dedykowanych dla osób urodzonych po 60 roku życia, obowiązującą od dnia 01 stycznia 2012r. apteka bierze udział w ██████████
██████████,
- na podstawie złożonych przez stronę pism z dnia 24 września 2012r. i 24 października 2012r., apteka bierze udział w ██████████.

Obowiązki apteki wynikające z umów oraz informacje zawarte w pismach wskazują jednoznacznie na świadczenie usług farmaceutycznych nie ujętych w ustawie - Prawo farmaceutyczne.

W ocenie organu udział w Programie ██████████
██████████ oraz w ██████████ apteki ogólnodostępnej o nazwie ██████████
██████████ położonej w ██████████ prowadzonej przez ██████████, zachęca uczestników programu do dokonywania zakupu produktów w tej aptece. W zamian, bowiem za uzbierane plusy lub przysługujący im rabat mogą oni uzyskać określone korzyści. Programy skłaniają uczestników do dalszych zakupów w aptece.

Działanie polegające na zachęcaniu do zakupów, oferujące pacjentom korzyści, należy uznać za reklamę apteki i jej działalności. Programy stwarzają warunki przymuszania do związania się z apteką oraz mają na celu zwiększenie obrotu w aptecę uczestniczącą w programie.

Programy, w których uczestniczy przedmiotowa apteka mieszczą się w pojęciu niedozwolonej reklamy z art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne. Informowanie na stronach internetowych o rabatach cenowych dla programów: Program ██████████
██████████ oraz wykaz aptek w nim uczestniczących w tym apteki ogólnodostępnej o nazwie ██████████

██████████ położonej w ██████████ stanowi reklamę apteki i jej działalności.

██████████ przewiduje korzyści finansowe dla pacjentów i podobnie jak wszelkiego rodzaju akcje promocyjne, rabatowe, czy rozpowszechnianie informacji o promocjach cenowych musi być traktowany w kategoriach art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne jako forma reklamy apteki i jej działalności.

Organ nie kwestionuje prowadzenia przez aptekę usług farmaceutycznych, polegających na udzielaniu informacji o produktach leczniczych i wyrobach medycznych, o których mowa w art. 86 ust. 2 pkt 4 ustawy Prawo farmaceutyczne, jak i na sprawowaniu opieki farmaceutycznej polegającej na dokumentowanym procesie, w którym farmaceuta, współpracując z pacjentem i lekarzem, a w razie potrzeby z przedstawicielami innych zawodów medycznych, czuwa nad prawidłowym przebiegiem farmakoterapii w celu uzyskania określonych jej efektów poprawiających jakość życia pacjenta, o której mowa w art. 2a ust. 1 pkt 7 *ustawy z dnia 19 kwietnia 1991r. o izbach aptekarskich* (t.j. Dz.U. z 2008r. Nr 136 poz. 856) czego dotyczy część Programu ██████████.

Pomimo przedstawionych korzystnych opinii prawnych przedłożonych, potwierdzających zgodność przedmiotowych programów z obowiązującymi przepisami, organ uważa, że uczestnictwo apteki o nazwie ██████████ ██████████ położonej w ██████████ prowadzonej przez ██████████ ██████████ w ██████████ ██████████, stanowi niedopuszczalną reklamę apteki i jej działalności, a tym samym narusza art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne w obowiązującym jej brzmieniu.

Zauważyć ponadto należy, że katalog usług świadczonych przez aptekę, o jakim mowa w art. 86 ust. 2. ustawy - Prawo Farmaceutyczne jest katalogiem zamkniętym. Wykonywanie, zatem przez aptekę usług polegających na wydawaniu pacjentom kart do zbierania plusów, wprowadzenie do własnych komputerów programów, które krótko mówiąc obsługują ██████████, których organizatorem jest inny przedsiębiorca, stanowi naruszenie tego przepisu, ale także warunków udzielonego przez Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego zezwolenia znak ██████████ na prowadzenie ww. apteki. Z podstawowych warunków prowadzenia działalności, zawartych w udzielonym stronie zezwoleniu wynika, że podjęcie działalności określonej w zezwoleniu i jej prowadzenie musi być zgodne z przepisami dotyczącymi produktów leczniczych, wyrobów medycznych i innego asortymentu, który może być przedmiotem obrotu prowadzonego w aptece, przepisami dotyczącymi aptek oraz Państwowej Inspekcji Farmaceutycznej.

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 zobowiązany nałożyć na przedsiębiorcę naruszającego powołany przepis stosowną karę pieniężną.

Strona przyznała, że prowadzona przez nią apteka uczestniczy w [REDAKTOWANE].

Organ w ramach prowadzonego postępowania stwierdził, że udział apteki w programie, który w istocie swej poprzez odnoszenie korzyści (otrzymywanych nagród) przez uczestniczących w nim pacjentów, zachęca do dokonywania zakupów w prowadzonej przez stronę aptecę stanowi niedozwoloną jej reklamę i jej działalność.

Biorąc pod uwagę fakt, że:

- [REDAKTOWANE] 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 01.01.2012r. przepisów,
- reklama apteki i jej działalności trwa od dnia 1 stycznia 2012r.,
- 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 www.wif.bip.lodz.pl , aktualnie www.lwif.pl

nałożona w wysokości 5.000 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 7 dni 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* (t.j. 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 z późn. zm.) postanowiłem jak na wstępie.

POUCZENIE

Od decyzji niniejszej służy stronie 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 signature area]

2. a/a