

D E C Y Z J A Nr 2/REKL/2015

Na podstawie 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.) w związku z art. 94a ust. 1 i 2, ustawy z dnia 6 września 2001r.- *Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz.U. z 2008r. Nr 45 poz. 271 z późn. zm.) oraz art. 104 § 1 i art. 105 § 1 i art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. kodeksu postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013r. poz. 267 z późn. zm.)

ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

- I. **nakłada** na przedsiębiorcę [REDAKTOWANO] karę pieniężną w kwocie 1.000 zł (słownie: jeden tysiąc 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 w związku ze stwierdzeniem prowadzenia zakazanej reklamy aptek i ich działalności o jakiej mowa w 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. **umarza postępowanie** w sprawie naruszenia przepisu 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.) wobec zaprzestania prowadzenia zakazanej reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKTOWANO] położonej w [REDAKTOWANO] i apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKTOWANO] położonej w [REDAKTOWANO] oraz ich działalności poprzez ogłoszenie reklamowe w zakresie w jakim art. 94a ust. 3 tej ustawy nakłada na wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego obowiązek wydania decyzji nakazującej zaprzestania prowadzenia zakazanej reklamy o jakim mowa w art. 94a ust. 1.

UZASADNIENIE

W dniu 30.01.2015r. do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Łodzi wpłynęło pismo dotyczące reklamy apteki o nazwie [REDAKTOWANO] położonej w [REDAKTOWANO] i apteki o nazwie [REDAKTOWANO] położonej w [REDAKTOWANO] oraz ich działalności. Do pisma załączono okładkę (str. I-II, VII-VIII) dodatku do gazety *EXPRESS ILLUSTROWANY* z 17.12.2014r. o nazwie *EXPRESS na zdrowie*, w którym na str. VIII ukazało się ogłoszenie o treści:

**Apteka czynna:
Pon.-pt. 7.30-21.30**

Sob.,nd. i święta 8.00- 20.00
Tel. 42 663 95 01

Apteka czynna:
Pon.-pt. 7.45-20.30
Sobota 8.00- 16.00
Tel. 42 710 15 70

**Z okazji świąt Bożego Narodzenia
oraz Nowego 2015 Roku
pragniemy złożyć
wszystkim Klientom Naszych Aptek
serdeczne życzenia
zdrowia, radości i uśmiechów.**

LOGO zamieszczone obok danych adresowych każdej z aptek zawiera centralnie umieszczone zdjęcie kwiatów i wokół niego po okręgu umieszczone białe napisy na czerwonym tle

TANIE LEKI

Pismem z 23.02.2015r. Łódzki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił spółkę o wszczęciu postępowania w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 ze zm.) przez [REDAKTURA] oraz wezwał do udzielenia odpowiedzi na pytania:

1. czy spółka zleciła wydruk ogłoszenia w dodatku „EXPRESS na zdrowie” do gazety *EXPRESS ILUSTROWANY* z 17.12.2014r.?
2. czy było to ogłoszenie jednorazowe?
3. na jakiej podstawie w ogłoszeniu obok nazwy apteki położonej w [REDAKTURA] [REDAKTURA] umieszczone zostało logo o treści [REDAKTURA] **TANIE LEKI**?

i do złożenia stosownych wyjaśnień w terminie 7 dni od daty doręczenia pisma.

Pismem z dnia 05.03.2015r., złożonym w terminie, strona potwierdziła zlecenie wydruku ww. ogłoszenia. Strona oświadczyła, że było to jednorazowe ogłoszenie w związku ze zbliżającymi się Świątami Bożego Narodzenia i Nowym Rokiem, a ze względu na mały format projektu ogłoszenia, strona nie zwróciła uwagi na logo umieszczone obok nazw prowadzonych przez spółkę aptek ogólnodostępnych.

Zgodnie z art. 10 ustawy z 14 czerwca 1960r. – Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013r. poz. 267 z późn. zm.) pismem z dnia 06.03.2015r., organ poinformował stronę o zakończeniu postępowania dowodowego 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 ze zm.) przez spółkę [REDAKTURA] prowadzącą reklamę apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKTURA] położonej w [REDAKTURA] i apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKTURA] położonej w [REDAKTURA] oraz ich

działalności. Poinformowano również o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodowych i materiałów oraz zgłoszonych żądań, a także o możliwości zapoznania się z aktami sprawy.

W wyznaczonym terminie strona nie zapoznała się z aktami sprawy, nie wypowiedziała się co do zebranych dowodowych i materiałów i nie złożyła dodatkowych wyjaśnień.

I.

Organ zważył, co następuje:

Podstawą wszczęcia postępowania administracyjnego, którego stroną jest [REDAKOWANE], było pismo Okręgowej Izby Aptekarskiej w Łodzi, informujące o prowadzonej przez spółkę reklamie apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKOWANE] położonej w [REDAKOWANE] i apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKOWANE] położonej w [REDAKOWANE] oraz ich działalności.

Na podstawie złożonych oświadczeń organ ustalił, że strona zleciła jednorazowy wydruk ogłoszenia o treści wskazanej na wstępie wraz z logo, które umieszczone zostało obok danych adresowych prowadzonych przez stronę aptek ogólnodostępnych: o nazwie [REDAKOWANE] położonej w [REDAKOWANE] i o nazwie [REDAKOWANE] położonej w [REDAKOWANE]

Zgodnie z dyspozycją art. 94a ust. 1, ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne **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.

Brak w ustawie Prawo farmaceutyczne legalnej definicji reklamy skłania do posłużenia się w tym względzie definicjami podanymi w opracowaniach słownikowych, a także orzecznictwie sądów administracyjnych.

W definicjach zawartych w publikacjach słownikowych reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub skorzystania z określonych usług (Wielki Słownik Wyrazów Obcych pod redakcją M. Bańki, wyd. PWN, Warszawa 2003r.) Zgodnie z definicją Uniwersalnego Słownika Języka Polskiego pod red. Prof. Stanisław Dubisza (Wydawnictwo Naukowe PWN W-wa 2003r), na którą powołał się Sąd Wojewódzki w Warszawie (sygn. VII SA/Wa 1915/07) pod pojęciem reklamy rozumie się działanie polegające na zachęceniu potencjalnych klientów do zakupu określonych towarów i usług, a także napis, rysunek, plakat, film itp. służący temu celowi.

Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem sądów administracyjnych, wydanym zarówno pod rządami przepisu art. 94a ust.1 ustawy Prawo farmaceutyczne obowiązującego do dnia 31.12.2011r., jaki i w obecnym brzmieniu:

— reklamą działalności apteki lub punktu aptecznego jest każda ich 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),

— za reklamę apteki należy uznać wszelkie działania polegające na informowaniu i zachęcaniu do zakupu produktu leczniczego lub wyrobu medycznego w danej aptece lub punkcie aptecznym mające na celu zwiększenie ich sprzedaży (wyrok WSA w Warszawie z dn. 20.09.2010r. sygn. akt VI SA/Wa 838/10),

— reklamą apteki jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów lub skorzystania z określonych usług (wyrok WSA w Warszawie z dn. 10.12.2012r. sygn. akt VI SA/Wa 1756/12),

— reklamą działalności apteki będzie zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w aptece — niezależnie od formy i metody jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków — jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych (wyrok WSA w Warszawie z dn. 11.09.2013r. sygn. akt VI SA/Wa 1291/13).

W niniejszej sprawie istotny jest fakt, że zgodnie z Zezwoleniem Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego znak [REDAKTOWANO] nazwa apteki ogólnodostępnej położonej w [REDAKTOWANO] brzmi: [REDAKTOWANO]. Natomiast apteka położona w [REDAKTOWANO] nosi nazwę [REDAKTOWANO] – Zezwolenie [REDAKTOWANO]

W ogłoszeniu, które ukazało się na zlecenie strony w dodatku „EXPRESS na zdrowie” do gazety EXPRESS ILUSTROWANY z 17.12.2014r. nazwa apteki położonej w [REDAKTOWANO] została skrócona do pierwszego członu tzn.: [REDAKTOWANO], natomiast w przypadku drugiej z aptek w ogłoszeniu umieszczono pełną jej nazwę tzn.: [REDAKTOWANO]. Jednocześnie obok danych adresowych obu aptek umieszczone zostało logo z napisem o treści [REDAKTOWANO] (większa czcionka) [REDAKTOWANO] (mniejsza czcionka). Taki sposób przedstawienia danych adresowych prowadzonych przez stronę aptek, zdaniem organu, stanowi zabronioną reklamę aptek i ich działalności. Pomimo, iż strona na podstawie uzyskanego zezwolenia na prowadzenie apteki ma prawo do używania nazwy aptek zgodnej z tym zezwoleniem, to wskazać należy, że jej używanie ograniczone zostało przez zakaz reklamy wyrażony w art. 94a ust.1 ustawy Prawo farmaceutyczne, na co w wyroku sygn. VI SA/Wa 1740/14 wskazuje Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie. Przepis ten, jako dozwoloną dopuszcza jedynie informację o lokalizacji i godzinach czynności apteki.

Jednocześnie umieszczone logo i brak pełnej nazwy drugiej z aptek nie tylko wskazuje na reklamowy cel tego ogłoszenia, ale i wprowadza w błąd jego czytelników, co do nazw tych aptek. Ponadto wobec dyspozycji art. 94a ust. 1 PF slogan reklamowy *TANIE LEKI*, nie może zostać zaaprobowany, jako zgodny z prawem i nie da się zaprzeczyć iż, został on wykorzystany w celach reklamy prowadzonych przez stronę aptek położonych w [REDAKTOWANO] i w [REDAKTOWANO] i ich działalności.

Biorąc powyższe pod uwagę, należy stwierdzić, że strona prowadziła zabronioną reklamę aptek i ich działalności, mając na względzie przyciągnięcie pacjentów do aptek i osiągnięcie związanych z tym korzyści.

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.

Biorąc pod uwagę fakt, że:

- [REDAKOWANE], 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, zgodnie z oświadczeniami złożonymi w trakcie postępowania była jednorazowa,
- dwukrotnego informowania przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego wszystkich przedsiębiorców prowadzących apteki na terenie województwa łódzkiego drogą elektroniczną o zakazie, począwszy 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 obecnie www.lwif.pl

nałożona w wysokości 1000 zł kara pieniężna jest adekwatna do okoliczności, gdyż w ocenie Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora farmaceutycznego fakt prowadzenia reklamy apteki i jej działalności był bezsporny.

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.

II.

Zgodnie z art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. – *Kodeks postępowania administracyjnego* (tekst jednolity Dz.U. z 2013r. poz. 267 z późn. zm), gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części.

Zebrane w toku prowadzonego postępowania oświadczenia strony potwierdzają zaprzestanie prowadzenia reklamy aptek i ich działalności.

Wobec powyższego na podstawie 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.) w związku z art. 94a ust. 1 i 2, ustawy z dnia 6 września 2001r.- *Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz.U. z 2008r. Nr 45 poz. 271 z późn. zm.) oraz art. 104 § 1 i art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. kodeksu postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013r. poz. 267 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 niniejszej decyzji.

Otrzymują:

[Redacted signature block]

2. a/a