

WIF-GD.8523.1.4.2013

Strona: .

DECYZJA Nr 2./NKP./ 2013

Działając na podstawie:

- art. 112 ust. 3 w związku z art. 94a ust. 1 i 3 oraz art. 129b ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (tj. Dz. U. z 2008 r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.), zwanej dalej ustawą prawo farmaceutyczne;
- art. 104 § 1 i 2 Kodeksu postępowania administracyjnego (tekst jednolity z 2013 r. poz. 267) zwanego dalej kpa

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny

nakłada na

karę pieniężną w wysokości **5000 zł** (pięć tysięcy złotych), w związku z prowadzeniem reklamy działalności w stosunku do aptek:

- polegającej na zamieszczaniu ogłoszeń o lokalizacji wyżej wymienionych aptek oraz o godzinach ich otwarcia w dystrybuowanych bezpłatnie i skierowanych do nieograniczonego kręgu odbiorców miesięcznikach zawierających między innymi informacje o cenach leków, suplementów diety, kosmetyków oraz informacji, z użyciem elementów znaku słowno graficznego, którym oznakowane są ww. apteki.

UZASADNIENIE

Działając na podstawie art. 61 § 4 kpa w zw. z art. 129b ust. 1 ustawy prawo farmaceutyczne Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny pismem z dnia 19 czerwca 2013 r. wszczął z urzędu postępowanie w sprawie nałożenia kary pieniężnej w związku z naruszeniem art. 94a ww. ustawy tj. prowadzeniem niedozwolonej reklamy aptek. Podstawą wszczęcia postępowania jest materiał dowodowy zebrany w toku wszczętego w dniu 19 listopada 2012 r. (znak WIF-GD.8523.28.2012) przez tut. urząd postępowania w sprawie nakazania zaprzestania prowadzenia niedozwolonej reklamy w stosunku do ww. aptek prowadzonych przez stronę. W toku postępowania ustalono, iż strona zlecała umieszczanie w miesięczniku między innymi informacje o cenach leków, suplementów diety, kosmetyków, ogłoszeń o lokalizacji i godzinach czynności wyżej wymienionych aptek. Wydawca potwierdził, że nakład miesięcznika wynosił

każdorazowo sztuk i docierał do mieszkańców Trójmiasta. Pismem z dnia 21.03.2013 r. strona poinformowała o zaprzestaniu z dniem 1.04.2013 r. zlecenia umieszczenia w przedmiotowym miesięczniku "informacji o adresach przedmiotowych aptek.

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny dopuścił jako dowód w niniejszej sprawie dokumenty znajdujące się w aktach postępowania znak WIF-GD.8523.28.2012.

W zawiadomieniu o wszczęciu postępowania pouczono stronę, że o prawie do złożenia uwag i zastrzeżeń w terminie 14 dni od dnia otrzymania zawiadomienia. Strona nie skorzystała z tego prawo.

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny po zapoznaniu się z zebrany w sprawie materiałem dowodowym zważył co następuje.

W myśl art. 129b ust. 1 ustawy prawo farmaceutyczne karze pieniężnej w wysokości do 50.000 złotych podlega ten kto wbrew przepisom art. 94a prowadzi reklamę apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności.

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny po szczegółowym zapoznaniu się z materiałem dowodowym uznał, że zamieszczanie **ogłoszeń o lokalizacji wyżej wymienionych aptek oraz godzin ich otwarcia w dystrybuowanych bezpłatnie i skierowanych do nieograniczonego kręgu odbiorców miesięcznikach**, zawierających między innymi informacje o cenach leków, suplementów diety, kosmetyków oraz informacji, z użyciem elementów znaku słowno graficznego, którym oznakowane są ww. apteki jest zabronioną reklamą działalności aptek, o której mowa w art. 94a ustawy prawo farmaceutyczne.

Poza sporem jest ustalenie, że w bezpłatnym, ogólnodostępnym dla mieszkańców Trójmiasta miesięczniku " , o nakładzie sztuk, strona od maja 2012 r. stale zleca zamieszczanie nazw, adresów i godzin otwarcia prowadzonych przez siebie aptek. Informacje te zamieszczane są na ostatniej stronie wraz z aptekami prowadzonymi przez firmę powiązaną ze stroną kapitałowo i osobowo ezspornym jest również, że przedmiotowe miesięczniki zawierają między innymi reklamę szeregu produktów leczniczych, suplementów diety, kosmetyków, jak i urządzeń wspomagających leczenie, ze wskazaniem ceny produktu (na czerwonym polu) oraz tzw. oszczędności – kwoty do jakiej można na produkcie zaoszczędzić (na polu niebieskim). W gazetkach jest zamieszczona na wewnętrznym marginesie drobnym drukiem adnotacja „źródło: raport cenowy przygotowany przez . Strona przyznała, że w ofercie prowadzonych aptek znajdują się wymienione w gazetkach produkty w tych samych lub porównywalnych cenach. W miesięcznikach brak jest jakiegokolwiek jasnej, wyraźnej informacji, z której wynikałoby, że nie istnieje jakikolwiek związek pomiędzy ceną produktów a aptekami, których dane zostały zamieszczone na ostatniej stronie.

Zgodnie z treścią art. 94a ust. 1 prawa farmaceutycznego w brzmieniu obowiązującym od 1 stycznia 2012 r. zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi natomiast reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. Wobec braku definicji ustawowej definicji reklamy działalności aptek, należy się w tym względzie odwołać do opracowań słownikowych. W *Wielkim Słowniku Wyrazów Obcych* (red. M. Bańko, PWN, Warszawa 2003), wskazano, że reklamą jest działanie mające na celu zachęcanie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług. Reklamą działalności apteki będzie więc zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w aptece – niezależnie od form i metod jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków (wyrok WSA w Warszawie z 17.10.2008 r., VII SA/Wa 698/08, niepubl. oraz wyrok

WSA w Warszawie z 1.02.2008 r., VII SA/Wa 1960/07, LEX nr 451165). W wyroku z 2.10.2007 r. II CSK 287/07, LEX nr 307127 Sąd Najwyższy stwierdził: „Przy rozróżnieniu informacji od reklamy trzeba mieć na względzie, że podstawowym wyznacznikiem przekazu reklamowego jest nie tylko mniej lub bardziej wyraźna zachęta do kupna towaru, ale i faktyczne intencje podmiotu dokonującego przekazu oraz odbiór przekazu przez podmioty, do których jest kierowany. Wypowiedź jest reklamą, gdy nad warstwą informacyjną przeważa zachęta do nabycia towaru - taki cel przyświeca nadawcy wypowiedzi i tak odbiera ją przeciętny odbiorca, do którego została skierowana. Wszelkie promocje, w tym cenowe, są reklamą towaru i firmy, która ich dokonuje.”

W ocenie organu zamieszczanie **ogłoszeń o lokalizacji wyżej wymienionych aptek oraz godzin ich otwarcia w dystrybuowanych bezpłatnie i skierowanych do nieograniczonego kręgu odbiorców miesięcznikach** „zawierających między innymi informacje o cenach leków, suplementów diety, kosmetyków oraz informacji, z użyciem elementów znaku słowno graficznego, którym oznakowane są ww. apteki wywołuje lub co najmniej może wywołać u przeciętnego czytelnika-odbiorcy w pełni uzasadnione przeświadczenie, że reklamowane produkty po cenach wskazanych w miesięcznikach można nabyć w tychże aptekach. Tym samym działania strony polegające na zamieszczaniu w tego typu miesięcznikach informacji o konkretnych aptekach wpływają na wybory pacjentów, co do skorzystania z oferty konkretnej apteki.

Organ nie dał wiary wyjaśnieniom strony i Wydawcy, z których jakoby miało wynikać, że podane w miesięcznikach ceny produktów pozostają w całkowitym oderwaniu od działalności aptek prowadzonych przez stronę. Przedmiotowy miesięcznik nie ma charakteru porównywarki cenowej, która prezentuje ceny produktów kilkunastu konkretnych, z założenia konkurencyjnych aptek. Jeżeli w miesięczniku podawana jest cena minimalna konkretnego produktu, to właśnie po to, aby tą cenę skojarzyć z konkretnymi aptekami, gdzie cena ta jest oferowana. Podawania czytelnikowi minimalnej ceny produktu w oderwaniu od miejsca, w którym jest oferowana byłoby pozbawione sensu. Dla czytelnika taka informacja byłaby całkowicie bezwartościowa. Bezsporny fakt, iż strona w swojej ofercie posiada produkty wymienione w miesięcznikach w cenach tam wskazanych potwierdza istnienie związku pomiędzy zamieszczeniem informacji o działalności aptek z reklamą produktów zamieszczonych w gazetkach. W myśl art. 94a ust. 3 ustawy prawo farmaceutyczne w razie stwierdzenia naruszenia przepisu ust. 1 lub 1a wojewódzki inspektor farmaceutyczny nakazuje, w drodze decyzji, zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy.

Reasumując, Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uznał, że w przedmiotowej sprawie miała miejsce niedozwolona reklama przedmiotowych aptek, o jakiej mowa w art. 94a ust. 1 ustawy prawo farmaceutyczne.

W myśl art. 129b ust. 1 ustawy prawo farmaceutyczne karze pieniężnej w wysokości do 50.000 złotych podlega ten kto wbrew przepisom art. 94a prowadzi reklamę apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności. Zgodnie z treścią ust. 2. przy ustalaniu wysokości kary uwzględnia się w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów.

Przy ustalaniu wysokości kary organ uwzględnił fakt, iż zabroniona reklama była prowadzona w okresie od maja 2012 do kwietnia 2013 i została przerwana jeszcze w toku postępowania. Od tego czasu nie jest już prowadzona. Organ wziął również pod uwagę liczbę aptek, których dotyczyła reklama - 7, nakład gazetki deklarowany przez wydawcę w każdorazowej ilości sztuk oraz jej zasięg - Trójmiasto.

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny informuje, że kary pieniężne uiszcza się w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna, wpłacając przelewem na rachunek Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Gdańsku, ul. Na Stoku 50 na numer konta **25 1010 1140 0159 7422 3100 0000**

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.

POUCZENIE

Od decyzji przysługuje stronie odwołanie od Głównego Inspektora Farmaceutycznego, za pośrednictwem Pomorskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego, w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania.

POMORSKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY
Wojciech Wójcik
dr farm. Weronika Zebrowska