



Gdańsk, dnia 22.11.2019 r.

WIF-GD.8523.1.8.2019

*ponytko*  
*ponims byc 8523.1.8.2019*

**DECYZJA Nr 11/NKP/2019**

Na podstawie:

- art. 112 ust. 3 w związku z art. 94a ust. 1, 2, 3, 4 oraz art. 129b ust. 1 i 2 ustawy Prawo farmaceutyczne tj. z 22.02.2019 r. (Dz.U. z 2019 r. poz. 499), zwanej dalej prawem farmaceutycznym;
- art. 104 § 1 i art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego tj. z dnia 3 października 2018 r. (Dz.U. z 2018 r. poz. 2096), zwanego dalej kpa

**Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Gdańsku:**

1. Stwierdza, że z siedzibą w prowadziło niedozwoloną reklamę znajdujących się na terenie województwa pomorskiego aptek oznaczonych (lista aptek stanowi załącznik do decyzji), polegającą na:
  - 1) przeprowadzeniu w okresie od 5.02.2018 r. do 25.03.2018 r. reklamowej kampanii telewizyjnej z wykorzystaniem filmu „ na każde kliknięcie”,
  - 2) prowadzeniu portalu internetowego systemu zamawiania leków poprzez portal w sposób promujący działające na terenie województwa pomorskiego apteki wykorzystujące znak
2. Umarza postępowanie w części dotyczącej nakazania zaprzestania prowadzenia przez z siedzibą w niedozwolonej reklamy w postaci emisji w internecie „ leki na każde kliknięcie” i nałożenia kary- z uwagi na brak dostatecznych dowodów na prowadzenie takiej reklamy tj., że emisja odbywała się na zlecenie strony lub za jej przyzwoleniem.
3. Umarza postępowanie w części dotyczącej nakazania zaprzestania prowadzenia przez z siedzibą w niedozwolonej reklamy opisanej w punkcie 1 ppkt 1 powyżej - z uwagi na jej nieprowadzenie w chwili wydania decyzji.
4. Nakazuje z siedzibą w i zaprzestanie prowadzenia niedozwolonej reklamy opisanej w punkcie 1 ppkt 2, polegającej na prowadzeniu portalu internetowego systemu zamawiania leków poprzez portal w sposób promujący działające na terenie województwa pomorskiego apteki wykorzystujące znak lub
5. Nakłada na siedzibą w karę pieniężną w wysokości 25.000 zł (dwadzieścia pięć tysięcy złotych), w związku z prowadzeniem niedozwolonej reklamy działalności znajdujących się na terenie województwa pomorskiego aptek oznaczonych opisanej w punkcie 1 ppkt 1 i 2
6. Decyzji, w zakresie punktu 4 powyżej, nadaje rygor natychmiastowej wykonalności.

## UZASADNIENIE

W dniu 5 kwietnia 2018 r. Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Gdańsku wszczął postępowanie w sprawie niedozwolonej reklamy znajdujących się na terenie województwa pomorskiego aptek oznaczonych . . . . . Podstawą wszczęcia postępowania było powzięcie informacji, iż w pasmach reklamowych ogólnopolskich stacji telewizyjnych oraz w internecie rozpowszechniane są materiały reklamowe „ . . . . . Leky na każde kliknięcie”. Ponadto na stronie . . . . . oferowano sprzedaż między innymi leków, w tym leków na receptę, dostarczanych za pośrednictwem aptek, stosując zachęty poprzez zamieszczanie ww. oferty w rubryce „wyprzedaż” używania sformułowania „oferta ważna do ....”.

Do sprawy włączono pliki video, pismo Głównego Inspektora Farmaceutycznego, raport Departamentu Monitoringu Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, zrzuty ze strony internetowej . . . . ., w tym zakładki „wyprzedaże”.

W zawiadomieniu o wszczęciu postępowania Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zobowiązał stronę do udzielenia pisemnej odpowiedzi na następujące pytania:

- 1) Do kiedy ww. spoty mają być emitowane w programach telewizyjnych i w internecie?
- 2) Od jakiego czasu realizowane są zamówienia za pośrednictwem portalu ?
- 3) Które apteki biorą udział w realizacji zamówień za pośrednictwem strony
- 4) Jakie są zasady udziału danej apteki w realizowaniu zamówień za pośrednictwem portalu . . . . . w szczególności czy istnieje porozumienie bądź regulamin na podstawie których apteki współpracują ze stroną? Zobowiązano do przesłania kopii takiego porozumienia/regulaminu.
- 5) Na czyj rachunek wpływają płatności klientów za oferowane na stronie . . . . . produkty realizowane za pomocą narzędzi zamieszczonych na stronie, na rachunek strony, czy podmiotu prowadzącego aptekę, w której następuje odbiór leku?

W odpowiedzi z dnia 17.04.2018 r. strona wyjaśniła, że spoty były emitowane do 25.03.2018 r. Natomiast portal rezerwacyjny . . . . . funkcjonuje od 2008 r., a sklep internetowy – który jednak nie prowadzi wysyłkowej sprzedaży leków, istnieje od 2015 r. Strona nie podała aptek biorących udział w realizacji zamówień za pośrednictwem portalu, wskazując, że są to apteki wymienione na portalu. Jednak wybór apteki nie oznacza decyzji o zakupie. Pacjent może przyjść do apteki, albo zrezygnować z zakupu. System rezerwacji nie różni się od rezerwacji telefonicznej w samej aptece. Wybór należy do pacjenta. . . . . nie jest stroną umów zawartych z przedsiębiorcami prowadzącymi apteki, a zasady funkcjonowania portalu dostępne są na stronie internetowej.

Po przeanalizowaniu odpowiedzi . . . . . organ, mając na uwadze treść art. 7 i art. 77 kpa, działając na podstawie art. 50 § 1 tegoż kodeksu oraz art. 37a ust. 8 prawa farmaceutycznego, Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zobowiązał stronę do przesłania oryginałów lub potwierdzonych za zgodność zgodnie z przepisami kodeksu postępowania administracyjnego następujących dokumentów związanych z prowadzoną działalnością:

- 1) dowodów księgowych faktur dokumentujących zakup przez stronę usług reklamowych polegających na emisji w telewizji i internecie spotu reklamowego: „ . . . . . na każde kliknięcie”,
- 2) umowy/zamówienia/zlecenia, na mocy której strona dokonała zakupu usług reklamowych polegających na emisji w telewizji i internecie spotu reklamowego: . . . . . na każde kliknięcie”,
- 3) oświadczeń/zgód podmiotów prowadzących apteki, które zostały wymienione na portalu . . . . . ia udział w realizacji zamówień za pośrednictwem tego portalu,

- 4) porozumień, korespondencji mailowej z hurtownikami farmaceutycznymi oraz podmiotami prowadzącymi apteki uczestniczące w realizacji zamówień za pośrednictwem portalu dotyczących ustalenia cen produktów leczniczych oferowanych na ww. stronie, w tym ustalania asortymentu i cen produktów objętych zakładką „Wyprzedaż”.

W piśmie z dnia 8.08.2018 r. strona, odpowiadając na zobowiązanie opisane w punkcie 1 i 2 powyżej ponownie potwierdziła, że to ona zleciła emisję w telewizji i Internecie spotu reklamowego „leki na każde kliknięcie”. Odmówiła przedstawienia dokumentów twierdząc, że nie dotyczą one prowadzenia reklamy i zawierają tajemnicę przedsiębiorcy. Odnosząc się do zobowiązania z punktu 3 i 4 powyżej strona oznajmiła, że nie dysponuje takimi oświadczeniami, a o cenach produktów dostępnych w aptekach decydują sami przedsiębiorcy prowadzący apteki. Jednocześnie strona wniosła o wyjaśnienie związku takich dokumentów z prowadzonym postępowaniem.

W swoich kolejnych wyjaśnieniach z dnia 4.10.2018 r. strona podała, że to decyduje o rodzaju asortymentu, okresowych ofertach, cenach zamieszczonych na portalu . Są to ceny maksymalne. Z umowy o uczestniczenie w Internetowym Systemie Zamawiania Leków wynika, że przedsiębiorca prowadzący aptekę dokona sprzedaży zamówionych przez pacjenta produktów po cenie detalicznej nie wyższej niż cena określona w ofercie dostępnej na stronie internetowej.

Z raportu Departamentu Monitoringu Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji zawierającego daty i godziny emisji reklamy: „ na każde kliknięcie” wynikało, że w okresie od 5.02.2018 do 25.03.2018 r. przedmiotowy spot był emitowany 4440 razy. W większości przypadków czas emisji wynosił 15 s. W pozostałych wypadkach dana emisja trwała 29-30 s. Emisja miała miejsce w następujących stacjach telewizyjnych: TVN, TVN7, Food network, Puls 2, TOITV, Discovery, Discovery History, Fightklub, TTV Twoja telewizja, TVN Style, NTL, TVN24, TV PULS, DTX, Motowizja, AXN White, Animal Planet HD, Eleven Sports 1, Eleven Sports 2, AXN Spin, HG TV, Investigation Discovery, TVN Turbo, Power TV, Nuta.TV, Adventure, AXN Black, Travel Channel, Romance TV, TVN24 Biznes i Świat, TLC, TV Fabuła, Sportklub.

W oparciu o zgromadzony materiał dowodowy Pomorski Wojewódzki Inspektor farmaceutyczny wydał w dniu 5.11.2018 r. decyzję, w której stwierdził, że strona prowadziła reklamę aptek : polegającą na emisji ww. filmu w internecie i telewizji, ponadto prowadziła reklamę : za pośrednictwem portalu internetowego systemu zamawiania leków. W związku z tym nałożył na stronę karę pieniężną w wysokości 35.000 zł.

W wyniku złożonego przez stronę odwołania Główny Inspektor Farmaceutyczny decyzją z dnia 21.05.2019 r. (PORZII.61.176.2018.EM.J) uchylił ww. decyzję PWIF w całości i przekazał sprawę do ponownego rozpoznania, formułując szereg zaleceń do dalszego przebiegu postępowania.

Ponownie rozpatrując sprawę PWIF pismem z dnia 25.09.2019 r. doprecyzował, że przedmiotem badania organu w zakresie kampanii telewizyjnej i internetowej jest spot reklamowy: „ na każde kliknięcie”, opisany w raporcie Departamentu Monitoringu Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji jako: „ APTEKA PANI Z TERMOMETREM DZIECKO PAN/TABLET WYSZUKIWANIE CIĘŻARÓWKA”. Ponadto po ponownym przeanalizowaniu materiału dowodowego i zaleceń GIF, PWIF zobowiązał stronę do odpowiedzi na następujące pytania:

- 1) W jakim okresie przedmiotowy spot był emitowany w internecie?
- 2) W jaki sposób emitowano spot w internecie, w szczególności na jakich stronach i serwisach internetowych?

W piśmie z dnia 4.10.2019 r. strona wyjaśniła, że . nie zlecała i w konsekwencji nie zawarła żadnych umów dotyczących emisji spotu reklamowego „ Leky na każde kliknięcie” w internecie. Jeżeli ww. spot reklamowy był emitowany na stronach internetowych będących poza administracją spółki to miało to miejsce bez wiedzy i zgody

Pismem z dnia 14.10.2019 r. PWIF poinformował stronę o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych w sprawie dowodów i materiałów przed wydaniem decyzji. W zakreślonym terminie nie złożono żadnych uwag, żądań czy wyjaśnień.

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny po przeanalizowaniu materiału dowodowego uznał, że strona prowadziła niedozwoloną reklamę znajdujących się na terenie województwa pomorskiego aptek oznaczonych (lista aptek działających na terenie województwa pomorskiego stanowi załącznik do decyzji), polegającą na: przeprowadzeniu w okresie od 5.02.2018 r. do 25.03.2018 r. reklamowej kampanii telewizyjnej z wykorzystaniem filmu opisanego w raporcie Departamentu Monitoringu Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji jako: „APTEKA PANI Z TERMOMETREM DZIECKO PAN/TABLET WYSZUKIWANIE CIEŻAROWKA” oraz na prowadzeniu portalu internetowego systemu zamawiania leków w sposób promujący działające na terenie województwa pomorskiego apteki wykorzystujące znak

Rozstrzygnięcie oparto o następujące ustalenia stanu faktycznego.

Poza sporem jest ustalenie, że strona zleciła wyemitowanie w okresie od 5.02.2018 do 25.03.2018 r. w telewizji spotu reklamowego opisanego w raporcie Departamentu Monitoringu Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji jako: „PANIE Z TERMOMETREM DZIECKO PAN/TABLET WYSZUKIWANIE CIEŻAROWKA”. Spot był emitowany 4440 razy. W większości przypadków czas emisji wynosił 15 s. W pozostałych przypadkach dana emisja trwała 29-30 s. Łącznie czas emisji wyniósł ponad 23h. Emisja miała miejsce w następujących stacjach telewizyjnych: TVN, TVN7, Food network, Puls 2, TO!TV, Discovery, Discovery History, Fightklub, TTV Twoja telewizja, TVN Style, NTL, TVN24, TV PULS, DTX, Motowizja, AXN White, Animal Planet HD, Eleven Sports 1, Eleven Sports 2, AXN Spin, HG TV, Investigation Discovery, TVN Turbo, Power TV, Nuta.TV, Adventure, AXN Black, Travel Channel, Romance TV, TVN24 Biznes i Świat, TLC, TV Fabuła, Sportklub. W trakcie filmu prezentowane jest

w barwach pomarańczowej i niebieskiej. Jednocześnie wypowiedziana jest fraza: „Potrzebne leki dla całej rodziny? Kliknij . Mamy 15.000 leków i innych produktów farmaceutycznych. Nasz nowoczesny system zamówień skompletuje wszystko to czego potrzebujesz. Szybko, bezpiecznie, na już. Na komputerze, na tablecie, na telefonie. Leków na każde twoje kliknięcie. Na filmie pokazywana jest młoda kobieta zamawiająca leki na stronie przedstawiony jest również obiekt wyglądający na hurtownię leków z , w którym na taśmociągach przemieszczają się pudełka z

Bezspornym jest również, że i nie prowadzi aptek, ani hurtowni produktów leczniczych. Podobnie bezspornym jest fakt, iż na terenie województwa pomorskiego prowadzonych jest ponad 80 aptek i punktów aptecznych, które używają i z charakterystycznym krzyżem, mające w nazwie „, lista ww. aptek stanowi załącznik do decyzji.

Niekwestionowana jest również okoliczność, że 2008 r. prowadzi portal rezerwacyjny od 2015, sklep internetowy – który jednak nie prowadzi wysyłkowej sprzedaży leków, istnieje. Na stronie oferty leków zamieszczane są między innymi z użyciem zakładki „wyprzedaż” lub informacji „oferta ważna do ...” Z wyjaśnień strony wynika, że to . decyduje o asortymencie, cenach, okresowych promocjach widocznych na . Przedsiębiorcy prowadzący apteki i uczestniczący w ISZL zawarli ze stroną umowy, na podstawie których zobowiązani są do sprzedaży zamówionych produktów w cenie nie wyższej niż cena określona w ofercie na portalu

Wg informacji zamieszczonych na stronie w systemie rezerwacji leków bierze udział aptek z województwa pomorskiego, wszystkie to apteki : zakładce nie ma podanych aptek, które nie wchodziłyby do :

W zakładce regulamin znajduje się REGULAMIN świadczenia usług i sprzedaży w . W punkcie V.3-5 Regulaminu czytamy, że Internetowy System Zamawiania Leków (dalej ISZL) pozwala użytkownikowi na składanie zamówień na Produkty objęte ofertą Portalu, w celu zapewnienia ich dostępności we wskazanej przez niego aptece ogólnodostępnej. Produkty

objęte ofertą ISZL są sprzedawane przez poszczególne apteki ogólnodostępne, wskazane w zakładce Zakup zamówionych Produktów w ramach ISZL, ich odbiór oraz zapłata ceny dokonywane są w aptece ogólnodostępnej wybranej przez Użytkownika spośród wskazanych w Portalu. Z kolei w punkt VI.2 Regulaminu stanowi, że wszystkie ceny podawane w ISZL są cenami brutto, podlegającymi stałej aktualizacji i wyrażone są w złotych polskich (PLN). Apteka realizująca zamówienie ma obowiązek wydać zamawiane produkty nie objęte refundacją w cenie nie wyższej niż ceny określone podczas dokonania zamówienia. Płatność ceny zamówionych Produktów dokonywana jest w aptece gotówką lub kartą płatniczą, zgodnie z akceptowaną w danej aptece formą płatności.

Biorąc pod uwagę ustalenia stanu faktycznego PWiFi, działając na podstawie art. 105 kpa postanowił umorzyć postępowanie w części dotyczącej nakazania zaprzestania prowadzenia przez siedzibą w niedozwolonej reklamy w postaci emisji w internecie „na każde kliknięcie” i nałożenia kary - z uwagi na brak dostatecznych dowodów, że emisja odbywała się na zlecenie strony lub za jej przyzwoleniem. W piśmie z dnia 17.04.2018 r. strona przyznała, że spot reklamowy był emitowany w internecie do 25.03.2018 r. W kolejnych wyjaśnieniach z 8.08.2018 r. potwierdziła, że zleciła emisję sporu zarówno w telewizji, jak i w internecie. Z kolei w piśmie z dnia 4.10.2019 r. strona oświadczyła, że nie zlecała i w konsekwencji nie zawierała żadnych umów dotyczących emisji przedmiotowego spotu w internecie. Jeżeli spot był emitowany na stronach będących poza administracją to miało to miejsce bez wiedzy i zgody Ewidentnie wyjaśnienia strony nie są spójne. Organ nie miał jednak możliwości zweryfikowania ww. twierdzeń pod kątem ich wiarygodności, stąd też wątpliwości w zakresie ww. stanu faktycznego postanowił rozstrzygnąć na korzyść strony.

Ponadto organ na podstawie art. 105 kpa zdecydował o umorzeniu postępowania w części dotyczącej nakazania zaprzestania prowadzenia przez siedzibą w niedozwolonej reklamy – emisji przedmiotowego spotu w TV - z uwagi na jej nieprowadzenie w chwili wydania decyzji.

Istotą rozstrzygnięcia jest odpowiedź na pytania: czy zlecenie emisji przedmiotowego spotu reklamowego może być uznane za niedozwolona reklama aptek czy można kwalifikować jako niedozwolona reklama aptek sposób, w jaki prowadzony jest przez stronę internetowy system zamawiania leków.

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. Przepis ten w powyższym brzmieniu zaczął obowiązywać od dnia 1 stycznia 2012 r. na mocy art. 60 pkt 7 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych (Dz. U. Nr 122, poz. 696). Nowelizacja ustawy podyktowana była wprowadzeniem całkowitego zakazu reklamy aptek i punktów aptecznych oraz zakazu reklamy placówek obrotu pozaaptecznego odnoszącej się do produktów leczniczych i wyrobów medycznych. Z zakresu pojęcia reklamy apteki wyłączono jedynie informację o lokalizacji i godzinach pracy apteki. Przytoczone zmiany argumentowano koniecznością zwiększenia ochrony pacjentów oraz finansów publicznych przed negatywnymi skutkami reklamy aptek, wskazując, że: „cele przedsiębiorców prowadzących apteki, w tym dążenie do maksymalizacji zysku, muszą być podporządkowane wymogom wynikającym z konieczności ochrony zdrowia pacjentów” (uzasadnienie do projektu, druk sejmowy VI.3491). Interpretując art. 94a ust. 1 prawa farmaceutycznego przed jego nowelizacją (zabroniona jest reklama działalności aptek lub punktów aptecznych skierowana do publicznej wiadomości, która w sposób bezpośredni odnosi się do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych umieszczonych na wykazach leków refundowanych, lub produktów leczniczych lub wyrobów medycznych o nazwie identycznej z nazwą produktów leczniczych lub wyrobów medycznych umieszczonych na tych wykazach.) - posiłkując się definicją z *Wielkiego Słownika Wyrazów Obcych* (pod. Red. M. Bańki, PWN, Warszawa 2003) - wyrażano stanowisko, że reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług, wskazano, że reklamą jest działanie mające na celu zachęcanie potencjalnych klientów do zakupu. Twierdzono, że 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 - jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych" (vide wyroki WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008 r., sygn. akt VII SA/Wa 698/08 i z dnia 1 lutego 2008 r., sygn. akt VII SA/Wa 1960/07, opubl. orzeczenia.nsa.gov.pl). Należy mieć na uwadze, że sposób pojmowania reklamy w obszerny sposób przedstawił Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 2 października 2007 r., sygn. akt II CSK 289/07, LEX nr 341805, w którym wyjaśnił, iż: „reklama oznacza każde przedstawienie (wypowiedź) w jakiegokolwiek formie w ramach działalności handlowej, gospodarczej, rzemieślniczej lub wykonywania wolnych zawodów, dokonane w celu wspierania zbytu towarów lub usług. Powszechnie przyjmuje się, że reklamą są wszelkie formy przekazu, w tym także takie, które nie zawierają w sobie elementów ocennych ani zachęcających do zakupu, mogą jednak zostać przyjęte przez ich odbiorców jako zachęta do kupna. Wskazuje na to m.in. także art. 16 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., uznający za czyn nieuczciwej konkurencji wypowiedź, która zachęcając w istocie do nabycia towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji. Taka reklama wprowadza klienta w błąd, sugerując mu, że nie jest reklamą, a jedynie neutralną, rzetelną informacją. 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." Zbieżne stanowisko zajmowała także doktryna np.: M. Koremba w Komentarzu do art. 94a ustawy-Prawo farmaceutyczne. Zaprezentowane wyżej stanowiska, mimo iż dotyczą wcześniejszego brzmienia art. 94a prawa farmaceutycznego, pozostają aktualne w odniesieniu do nowych uregulowań obowiązujących od 1 stycznia 2012 r. (wyrok WSA z 8.11.2012 sygn. akt VI SA/Wa 1687/12, wyrok NSA z 20.05.2015 sygn. akt II GSK/746/14, wyrok NSA z 26.06.2014 sygn. akt II GSK 668/13, wyrok NSA z 27.08.2014 sygn. akt 1000/13: „Reklamą działalności apteki może być każde działanie zmierzające do zwiększenia sprzedaży. Reklama może przy tym przyjmować różne formy, w szczególności: hasła, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów, czy też gazetek”).

Nie ulega wątpliwości, że przedmiotowy spot wprost zachęca do korzystania ze :  
(za pomocą komputera, tabletu, telefonu), czyli nowoczesnego systemu zamawiania leków, w szczególności, gdy pacjent potrzebuje leki dla siebie i „całej swojej rodziny”, „szybko, bezpiecznie, na już”. Co istotne reklamowany system zamawiania leków nie jest systemem neutralnym to jest takim, który oferuje leki bliżej nieokreślonych aptek w Polsce. Ten system ma konkretną nazwę: Część tej nazwy „ jest doskonale rozpoznawaną nazwą które działają również na terenie województwa pomorskiego. W istocie umożliwiająca zamawianie leków dostępnych wyłącznie w aptekach z W istocie słowa, jakie padają w trakcie emisji spotu: „Mamy 15.000 leków i innych produktów farmaceutycznych” odnoszą się wyłącznie do oferty konkretnych aptek których lokalizacja została podana na :  
W ocenie organu spot pozytywnie utrwala u pacjenta : żywane przez : Dzięki reklamie system pośrednio będą odbierane jako nowoczesne, z bogatą ofertą i szybką realizacją, co nie wątpliwie może przyczynić się w przyszłości do wyboru przez pacjenta oferty aptek posługujących się Spot poprzez promowanie internetowego systemu zamawiania leków zachęca do skorzystania z oferty

Ze względu na ogólnopolski zasięg emisji spotu, opisana wyżej reklama sieci aptek dociera również na teren województwa pomorskiego. Zdaniem PIWF pacjenci mieszkający na terenie województwa pomorskiego mogli odbierać spot jako reklamę . położonych w pobliżu ich miejsca zamieszkania. To właśnie w tych aptekach będą mogli realizować swoje zamówienia złożone za pośrednictwem

Zdaniem PWIF sposób prowadzenia ISZL również należało uznać za prowadzenie niedozwolonej reklamy aptek i . Zdecydowało o tym kilka elementów. Po pierwsze, używanie w nazwie ISZL słowa i kolorystyki w połączeniu z zamieszczeniem oferty produktów leczniczych. Po drugie fakt, iż w ISZL, przynajmniej w obszarze województwa pomorskiego, biorą udział wyłącznie apteki - w sumie aptek. Po trzecie, stosowanie

na zachętę do skorzystania z oferty w postaci zakładek pod tytułem „wyprzedaż”, „oferta ważna do...”. Pacjent, który po obejrzeniu spotu, wejdzie na stronę: [ ] i na skutek zachęty zamówi lek, będzie mógł odebrać leki wyłącznie w aptekach [ ] (wskazanych w zakładce [ ]). W tej sytuacji należało uznać, że sposób prowadzenia przez stronę systemu internetowej rezerwacji leków nie jest neutralny z punktu widzenia dokonywanych przez pacjentów wyborów aptek.

Dodać należn. że funkcjonowanie ISZL oparte jest na ścisłej współpracy [ ] aptekami [ ]. Ceny wskazane na portalu (które są cenami maksymalnymi) obowiązują bowiem całą [ ] biorących udział w systemie. W myśl punkt VI.2 Regulaminu Apteka realizująca zamówienie ma obowiązek wydać zamawiane produkty nie objęte refundacją w cenie nie wyższej niż ceny określone podczas dokonania zamówienia. Podobne zapisy są w umowach zawartych pomiędzy [ ] a przedsiębiorcami prowadzącymi apteki.

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.

Określając wysokość kary organ na korzyść strony uwzględnił fakt, iż działania reklamowe polegające na emisji spotu nie trwały długo od 5.02.2018 r. do 25.03.2018 r. Na niekorzyść strony uznano fakt, iż ISZL prowadzony jest w sposób sprzeczny z art. 94a prawa farmaceutycznego od momentu wszczęcia niniejszego postępowania tj. od 5.04.2018 r. (w zakresie udokumentowanym przez organ) i trwa do chwili obecnej. Za obniżeniem kary przemawia okoliczność, iż strona dotąd nie naruszyła zakazu prowadzenia reklamy aptek. Na niekorzyść strony należało przyjąć fakt, że działania reklamowe polegające na emisji spotu, mimo niedługiego czasu trwania, były bardzo ekspansywne, obejmowały kilkadziesiąt stacji telewizyjnych odbieranych na terenie całego kraju, w tym województwa pomorskiego, gdzie znajduje się aż [ ] aptek [ ] w których można zrealizować złożone zamówienia. Czym więcej aptek [ ] na terenie danego województwa, tym większa siła oddziaływania na pacjentów mieszkających w danym województwie. W aptekach [ ] realizowali, lub będą realizować swoje zamówienia złożone za pośrednictwem [ ] Gdyby na terenie województwa nie było aptek [ ] lub byłoby kilka - prawdopodobieństwo, że reklama doprowadziłaby do realizacji zamówień na terenie województwa pomorskiego byłoby znacznie mniejsze. Pacjenci nie braliby udziału w systemie zamówień, skoro nie mogliby odebrać leków w położonej w pobliżu aptece.

W takiej sytuacji kara pieniężna na poziomie 25.000 zł w ocenie organu jest adekwatna do stopnia i okoliczności naruszenia przepisów ustawy. Organ obniżył karę o 10.000 zł w stosunku do poprzednio wydanej decyzji z uwagi na umorzenie postępowania w części dotyczącej nakazania zaprzestania prowadzenia przez [ ] z siedzibą w [ ] niedozwolonej reklamy w postaci emisji w internecie „ [ ] i nałożenia kary- z uwagi na brak dostatecznych dowodów na prowadzenie takiej reklamy tj., że emisja odbywała się na zlecenie strony lub za jej przyzwoleniem.

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 Nr 25 1010 1140 0159 7422 3100 0000.

Od kary pieniężnej nieuiszczonej w terminie nalicza się odsetki, jak dla zaległości podatkowych. Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami za zwłokę następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

**POUCZENIE**

Od decyzji przysługuje stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego. Odwołanie od decyzji należy złożyć za pośrednictwem Pomorskiego Inspektora Farmaceutycznego w Gdańsku, w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania.

Zgodnie z art. 127a § 1 i 2 kpa w trakcie biegu terminu do wniesienia odwołania strona może zrzec się prawa do wniesienia odwołania wobec organu administracji publicznej, który wydał decyzję. Z dniem doręczenia organowi administracji publicznej oświadczenia o zrzeczeniu się prawa do wniesienia odwołania przez ostatnią ze stron postępowania, decyzja staje się ostateczna i prawomocna.

Otrzymują:

- 1) a/ax2
- 2) księgowość
- 3) adresat

POMORSKI WOJEWÓDZKI  
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

  
mgr farm. Beata Lutkiewicz