

## DECYZJA

Na podstawie art. 120 ust. 1 pkt 2 oraz art. 129b ust. 1 w związku z art. 2 pkt 40, art. 94a, art. 96 ust. 1 pkt 3 i ust. 2, art. 96a ust. 1 pkt 1 lit. d oraz pkt. 4 lit. e w związku z art. 96 ust. 4 pkt 3 ustawy z dnia 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 2142 z późn. zm., dalej: *ustawa Prawo farmaceutyczne*, § 3 ust.1 i ust. 2 pkt 1, 3, § 4 ust.2 pkt. 2 oraz § 9 ust.2 pkt 4 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z 18 października 2002 r. w sprawie podstawowych warunków prowadzenia apteki /Dz. U. Nr 187, poz.1565/, § 6 ust. 3, §8 ust.1 pkt 6 i 12 oraz §10 pkt 3 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 30 września 2002 r. w sprawie szczegółowych wymogów, jakim powinien odpowiadać lokal apteki /Dz. U. Nr 171, poz.1395/, § 1 pkt 5 w związku z § 1 pkt. 6 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 26 września 2002 roku w sprawie wykazu pomieszczeń wchodzących w skład powierzchni podstawowej i pomocniczej apteki /Dz. U. Nr 161, poz.1338/ oraz § 4 ust.2 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z 18 października 2002 r. w sprawie podstawowych warunków prowadzenia apteki /Dz. U. Nr 187, poz.1565/, § 5 ust.3 pkt 3 i § 6 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 12 marca 2008 r. w sprawie określenia szczegółowych zasad i trybu wstrzymywania i wycofywania z obrotu produktów leczniczych i wyrobów medycznych /Dz. U. Nr 57, poz. 347/, § 2 ust.3 pkt 2, 3 i 4 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 18 października 2002 roku w sprawie wydawania z apteki produktów leczniczych i wyrobów medycznych /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz.493/, art. 42 ust. 1 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o przeciwdziałaniu narkomanii /tekst jednolity Dz. U. z 2017 r. poz.783/, § 3 ust. 2 pkt 2 lit. c oraz § 5 ust. 2 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 11 września 2006 r. w sprawie środków odurzających, substancji psychotropowych, prekursorów kategorii 1 i preparatów zawierających te środki lub substancje / tekst jednolity Dz. U. z 2015 r. poz. 1889/, § 13 ust. 1-2, 3 pkt 1-4 w związku z § 14 Rozporządzenia Ministra Zdrowie z dnia 8 marca 2012 roku w sprawie recept lekarskich /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 62/, Farmakopea Polska wyd. IX (str. 3556) oraz art. 104 § 1, art. 105 § 1 i art. 107 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku - *Kodeks postępowania administracyjnego* (tekst jednolity Dz. U. z 2017 r. poz. 1257, dalej: k.p.a.)

### MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY w Krakowie

- I. **Stwierdza naruszenie** przez podmiot, a to spółkę [...] ustawowego zakazu reklamy apteki i jej działalności, polegającej na obecności w izbie ekspedycyjnej **apteki ogólnodostępnej o nazwie: [...]** zlokalizowanej w [...] gazetki o charakterze reklamowym pn. „[...]”, plakatów pn. „[...]”, „[...]” i „[...]”, hasła „PROMOCJA” i „promocje” oraz kosza na którym umieszczono różne kwoty rabatu, także uwidocznienie cen wybranych produktów z dodatkowymi symbolami i tym samym wywołanie poprzez różnorodność działań zainteresowanie prezentowaną ofertą i zachętę do zakupu produktów oferowanych przez aptekę po atrakcyjnych cenach.
- II. **Umarza postępowanie administracyjne** w zakresie wydania nakazu zaprzestania prowadzenia przez podmiot, a to spółkę [...] niedozwolonej reklamy apteki

ogólnodostępnej o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...], a polegającej na prowadzeniu działań reklamowych opisanych w punkcie I decyzji, wobec ich zaprzestania.

**III. Nakłada** na podmiot, a to spółkę [...] **karę pieniężną w wysokości 6000 zł** (słownie: sześć tysięcy złotych 00/100) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 94a ust. 1 ustawy *Prawo farmaceutyczne* w zakresie opisanym w punkcie I niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa.

**IV. Nakazuje** podmiotowi prowadzącemu aptekę ogólnodostępną o nazwie: [...] zlokalizowaną w [...], a to spółce [...]:

1. [...].

2. [...].

3. [...].

4. [...].

5. [...].

6. [...].

7. [...].

8. [...].

9. [...].

10. [...].

11. [...].

12. [...].

13. [...].

14. [...].

15. [...].

16. [...].

17. [...].

18. [...].

19. [...].

20. [...].

21. [...].

22. [...].

23. [...].

24. [...].

- V. **Zobowiązuje do wykonania nakazów zawartych w pkt. IV w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszej decyzji.**
- VI. **Zobowiązuje do niezwłocznego poinformowania na piśmie o sposobie wykonania poszczególnych poleceń Wojewódzkiego Inspektorat Farmaceutyczny w Krakowie.**

### UZASADNIENIE

**W trakcie kontroli planowej apteki ogólnodostępnej o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...], przeprowadzonej w dniu 7 czerwca 2017 roku w obecności początkowo kierownika apteki Pani mgr farm. [...], która przedłożyła pisemne upoważnienie, a następnie Pana mgr farm. [...] – wspólnika spółki [...], stwierdzono uchybienia w pracy ww. apteki.**

Uchybienia te zostały zawarte w protokole z dnia 12.07.2017 roku podpisanym przez inspektora farmaceutycznego oraz Pana mgr farm. [...] oraz Panią mgr farm. [...].

Podmiot kontrolowany nie wniósł zastrzeżeń do protokołu kontroli.

Pismem z dnia 21.07.2017 roku zostało z urzędu wszczęte postępowanie administracyjne w przedmiocie:

- I. dostosowania działalności gospodarczej do przepisów:
  - Ustawy z dnia 6 września 2001 roku - Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 poz.2142 z późn. zm./ oraz rozporządzeń wykonawczych
  - Ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o przeciwdziałaniu narkomanii /tekst jednolity Dz. U. z 2017 r. poz.783/
  - Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 11 września 2006 r. w sprawie środków odurzających, substancji psychotropowych, prekursorów kategorii 1 i preparatów zawierających te środki lub substancje / tekst jednolity Dz. U. z 2015 r. poz. 1889/
  - Rozporządzenia Ministra Zdrowie z dnia 8 marca 2012 roku w sprawie recept lekarskich /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 62 z późn. zm./.
  - Farmakopei Polskiej wyd. IX (str. 3556)
- II. naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 roku - Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 poz.2142 z późn. zm./ w zakresie reklamy apteki i jej działalności

w związku z niezgodnościami stwierdzonymi w trakcie kontroli planowej przeprowadzonej w dniu 07.06.2017 roku w aptece ogólnodostępnej o nazwie: [...],[...].

Równocześnie podmiot prowadzący aptekę został poinformowany o prawie do wzięcia udziału w postępowaniu poprzez wypowiedzenie się co do zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego oraz zgłaszanie wniosków dowodowych i wyjaśnień – w terminie 7 dni od daty doręczenia zawiadomienia o wszczęciu postępowania.

Strona nie skorzystała z przysługujących jej uprawnień.

W trakcie postępowania administracyjnego do siedziby Wojewódzkiego Inspektorat

Farmaceutycznego w Krakowie została wezwana Pani mgr farm. [...] w charakterze świadka w celu złożenia wyjaśnień. O przesłuchaniu została poinformowana Strona postępowania.

Pismem dnia 11.08.2017 r. Strona została poinformowana, że Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zamierza wydać decyzję kończącą postępowanie administracyjne w przedmiocie dostosowania działalności gospodarczej do ww. przepisów oraz naruszenia art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne. Jednocześnie określono termin do zapoznania się z zebrany materiał dowodowy i wypowiedzenia się w jego przedmiocie.

Strona nie skorzystała z przysługujących jej uprawnień.

Mając na uwadze zgromadzony w trakcie kontroli materiał dowodowy, a tym samym ustalony stan faktyczny, organ zważył, co następuje.

W wyniku kontroli przeprowadzonej w dniu 07.06.2017 roku w aptece ogólnodostępnej o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...] stwierdzono następujące nieprawidłowości:

1. [...].
2. [...].
3. [...].
4. [...].
5. [...].
6. [...].
7. [...].
8. [...].
9. [...].
10. [...].
11. [...].
12. [...].
13. [...].
14. [...].
15. [...].
16. [...].
17. [...].
18. [...].
19. [...].
20. [...].

21. [...].

22. Obecność w izbie ekspedycyjnej gazetki o charakterze reklamowym pn. „[...]”, plakatów pn. „[...]”, „[...]” i „[...]”, hasła „PROMOCJA” i „promocje” oraz kosza na którym umieszczono różne kwoty rabatu, także uwidocznienie cen wybranych produktów z dodatkowymi symbolami wywołuje poprzez różnorodność działań zainteresowanie prezentowaną ofertą i stanowi zachętę do zakupu produktów oferowanych przez aptekę po atrakcyjnych cenach i tym samym co stanowi naruszenie art. 94a ustawy z dnia 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz.2142 z późn. zm./.

23. [...].

24. [...].

25. [...].

Odnosząc się do stwierdzonych powyżej uchybień należy stwierdzić, że waga i ilość uchybień stwierdzonych w trakcie kontroli apteki budzi poważne zastrzeżenia co do przestrzegania obowiązujących przepisów prawa w zakresie prowadzonej działalności. Tym samym zaistniała konieczność wszczęcia postępowania, celem wydania stosownych nakazów przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego w ramach jego uprawnień ustawowych.

Stwierdzone naruszenia dotyczyły w dużym stopniu przepisów dotyczących obrotu produktami leczniczymi, a zgodnie z art. 65 ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 2142 z późn. zm./:

**„Obrót produktami leczniczymi może być prowadzony tylko na zasadach określonych w ustawie.”**

Jednocześnie na podstawie art. 120 ust. 1 pkt 2 ustawy Prawo farmaceutyczne:

**„W razie stwierdzenia wymagań dotyczących obrotu produktami leczniczymi lub wyrobami medycznymi, właściwy organ nakazuje, w drodze decyzji, usunięcie w ustalonym terminie stwierdzonych uchybień.”**

Wydanie niniejszej decyzji było więc niezbędne, aby jasno wskazać przedsiębiorcy, jakich naruszeń obowiązującego prawa dopuścił się przy prowadzeniu apteki i równocześnie wyraźnie nakazać przestrzegania obowiązujących przepisów.

Pozwoli to w przyszłości na ustalenie, czy podmiot prowadzący aptekę stosuje się do decyzji wydawanych przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego. Brak wykonania decyzji, na podstawie art. 103 ust.2 pkt 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, może prowadzić nawet do cofnięcia zezwolenia na prowadzenie apteki ogólnodostępnej.

W zakresie natomiast stwierdzonych działań o charakterze reklamowym, na wstępie należy zważyć, że w myśl art. 94a ust.2 ustawy Prawo farmaceutyczne nadzór nad przestrzeganiem przepisów zakazujących aptekom i punktom aptecznym prowadzenie reklamy prowadzi wojewódzki inspektor farmaceutyczny. W razie stwierdzenia naruszenia przepisów ustawy w tym przedmiocie wojewódzki inspektor farmaceutyczny uprawniony jest do wydania decyzji w tym zakresie na podstawie art. 94a ust. 1 pkt. 3 ustawy Prawo farmaceutyczne nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy, której brak wykonania może prowadzić nawet do cofnięcia zezwolenia na prowadzenia apteki ogólnodostępnej.

W ocenie organu w niniejszej sprawie niewątpliwie doszło do prowadzenia niedozwolonej reklamy apteki przez podmiot prowadzący aptekę.

W trakcie kontroli stwierdzono bowiem obecność w izbie ekspedycyjnej:

- Gazetek pn. „[...]” czerwiec 2017 z logo programu „[...]”, które obejmowały zarówno produkty lecznicze, jak i suplementy diety, dietetyczne środki spożywcze specjalnego przeznaczenia medycznego, wyroby medyczne i kosmetyki. Informacje zawarte w gazetce obejmowały skład, stosowanie i działanie oraz producenta, a w przypadku produktu leczniczego substancję czynną wskazania, przeciwwskazania i podmiot odpowiedzialny. Dodatkowo znajdowało się zdjęcie każdego z produktów (jego opakowanie zewnętrzne bądź opakowanie wewnętrzne i bezpośrednio), a także jego cena. W dole większości stron gazetki znajdował się napis o treści: „Przed użyciem zapoznaj się z ulotką, która zawiera wskazania, przeciwwskazania, dane dotyczące działań niepożądanych i dawkowanie oraz informacje dotyczące stosowania produktu leczniczego, bądź skonsultuj się z lekarzem lub farmaceutą, gdyż każdy lek niewłaściwie stosowany zagraża Twojemu życiu lub zdrowiu”.

Na ostatniej stronie znajdował się napis o treści: „Fotografie preparatów mają charakter informacyjny i mogą odbiegać od ich rzeczywistego wyglądu. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za błędy w druku. Przedstawiona oferta cenowa ma charakter informacyjny, nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 par. 1 kodeksu cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych. Oferta jest ofertą Producenta i obowiązuje od 1.06 do 30.06.2017 r. lub do wyczerpania zapasów.”

- Plakatu pn. identyczną z nazwą gazetki tj. „[...]” z tym samym logo w górnym prawym rogu. Plakat umieszczony był na szybie izby ekspedycyjnej, a widoczny był z wnętrza izby ekspedycyjnej. Plakat ten przedstawiał niektóre produkty z gazetki tj. umieszczony na str. 1 produkt leczniczy Enterol 250 x 10 kaps. oraz umieszczone na str. 20 takie produkty, jak: kosmetyk CERA+ Solutions krem ochronny z filtrami SPF 50, produkt leczniczy Claritine 10mg x 7 tabl., produkt leczniczy Raphacholin C x 30 tabl. draż. i wyrób medyczny COREGA krem SUPER MOCNY 40g). Ceny produktów prezentowanych na plakacie były identyczne z cenami w gazetce.

Poniżej prezentowanych produktów znajdował się napis o treści: „Fotografie preparatów mają charakter informacyjny i mogą odbiegać od ich rzeczywistego wyglądu. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za błędy w druku. Przedstawiona oferta cenowa ma charakter informacyjny, nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 par. 1 kodeksu cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych. Oferta jest ofertą Producenta i obowiązuje od 1.06 do 30.06.2017 r. lub do wyczerpania zapasów.”

W dole plakatu znajdował się napis o treści: „Przed użyciem zapoznaj się z ulotką, która zawiera wskazania, przeciwwskazania, dane dotyczące działań niepożądanych i dawkowanie oraz informacje dotyczące stosowania produktu leczniczego, bądź skonsultuj się z lekarzem lub farmaceutą, gdyż każdy lek niewłaściwie stosowany zagraża Twojemu życiu lub zdrowiu”. Treść powyższych informacji była identyczna do informacji w gazetce.

- Plakatu pn. „[...]” który znajdował się w izbie ekspedycyjnej i umieszczony był na drzwiach prowadzących do pomieszczenia administracyjno - szkoleniowego. Plakat był odwzorowaniem str. 3 gazetki pn. „[...]” czerwiec 2017.

Dodatkowo zawierał w lewym górnym rogu napis „czerwiec 2017”, w prawym górnym rogu logo identyczne jak ww. gazetka, a poniżej oferty dotyczące okresów 1-7 czerwca, 8-16 czerwca, 17-23 czerwca oraz 24-30 czerwca i pojedynczych produktów w każdym z wymienionych okresowych wraz z ich cenami. Na plakacie znajdowała

się również dodatkowy napis: „Fotografie preparatów mają charakter informacyjny i mogą odbiegać od ich rzeczywistego wyglądu. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za błędy w druku. Przedstawiona oferta cenowa ma charakter informacyjny, nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 par. 1 kodeksu cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych. Oferta jest ofertą Producenta i obowiązuje od 1.06 do 30.06.2017 r. lub do wyczerpania zapasów.”

- Oznakowania produktów z gazetki pn. „[...]”, które umieszczone były na półkach w izbie ekspedycyjnej z bardzo wyraźną ceną identyczną jak w gazetce z dodatkowymi symbolami takimi jak wykrzyknik oraz symbol procentów, gdzie ukośnik miał dodatkowo strzałkę skierowaną w dół, co jest odbierane jako obniżka cen (dalej: symbol procentów).
- Oznakowania produktów z poza gazetki pn. „[...]” wyraźną ceną z dodatkowymi symbolami jak symbol procentów oraz symbol w postaci dłoni z zagiętymi czterema palcami i podniesionym do góry kciukiem (dalej: symbol dłoni).
- Haseł „PROMOCJA” i „promocje” umieszczonych w różnych miejscach izby ekspedycyjnej. Przy czym hasło „promocje” umieszczone powyżej półek było w sąsiedztwie symbolu.
- Plakatu pn. „[...] Termin obowiązywania: 12-30.06.2017 r.”, który w prawym górnym rogu zawierał logo „[...]” i dotyczył trzech produktów: kosmetyku Kwaśna woda w żelu 100ml, produktu leczniczego Fenistil żel 30g oraz produktu leczniczego MaxiBiotic maść 5g z wyraźnie zaznaczonymi cenami w białym kolorze na czerwonym tle. W odniesieniu do każdego z prezentowanych produktów podane były dodatkowe informacje. W przypadku produktów leczniczych informacje obejmowały: substancję czynną, wskazania, przeciwwskazania i podmiot odpowiedzialny. W przypadku kosmetyku informacje obejmowały: stosowanie i działanie oraz producenta.
- Kosza z oklejonym na czerwono bokiem, gdzie umieszczono w sposób przypadkowy kwoty rabatu w kolorze białym, przy użyciu czcionek różnej wielkości. Przy czym najmniejszą czcionką napisany był rabat „-5”, a największą „-50%”, chociaż najwyższy wskazany rabat to „-75%”.  
Wewnątrz kosza znajdowały się różnego rodzaju produkty, przykładowo: produkt leczniczy Pastyłki Wykrztuśne x 16 pastylek twardych oraz suplementy diety Sannti x 24 tabl. do ssania i rozgryzania, Tonisol x 50 tabl.

W izbie ekspedycyjnej prowadzone były więc różne formy reklamy apteki i jej działalności w postaci gazetki, plakatów, dodatkowych oznakowań w formie symboli (symbolu ręki, symbolu procentów, symbolu wykrzyknika) oraz haseł „PROMOCJA” i „promocje”, a także koszy z oznakowaniami w postaci rabatów o różnej wielkości. Kolorystyka i sposób ich wyeksponowania nie mogły pozostawać niezauważone. Cel był wyraźny, czyli zwrócenie uwagi na możliwość zakupu wybranych produktów leczniczych i pozostałego asortymentu w niższych, promocyjnych cenach i tym samym zwiększenie ich sprzedaży.

W trakcie przesłuchania przeprowadzonego w tuł. Inspektoracie w dniu 9 sierpnia 2017 r. Pani mgr farm. [...] potwierdziła wszystkie działania reklamowe stwierdzone w trakcie kontroli planowej, przeprowadzonej w dniu 07.06.2017 roku i wyjaśniła, że **pojawiły się prawdopodobnie w lutym 2016 roku**. Równocześnie poinformowała, że zgodę na umieszczenie w aptece tych różnych form reklamy podjął podmiot prowadzący aptekę. Były to ustalenia pomiędzy właścicielem apteki, a spółką [...], która jest spółką

marketingową [...].

Pani mgr farm. [...] powiedziała w trakcie przesłuchania, że sposób rozmieszczenia materiałów reklamowych był dowolny, a **produktów, które miały dodatkowe oznakowania obok ceny było około dziesięciu**. Równocześnie dodała: *”Nie stwierdziliśmy wyraźnego wzrostu sprzedaży produktów, które były w ten sposób oznakowane.”*

Logo, które miało większość materiałów reklamowych jest znakiem firmowym [...]. Materiały reklamowe w postaci gazetek, plakatów i dodatkowych oznakowań przy cenach niektórych produktów dostarczał kurier. Pani mgr farm. [...] nie miała wglądu do ewentualnej umowy w zakresie dostarczania do apteki materiałów reklamowych. Nie wie czy w ogóle taka istnieje, czy była to tylko zgoda ustna. Wie, że za umieszczenie materiałów reklamowych apteka nie pobierała żadnej gratyfikacji finansowej.

Pani mgr farm. [...] poinformowała w trakcie przesuchania, że **materiały reklamowe zostały usunięte w dniu następnym po kontroli, a z kosza na środku izby ekspedycyjnej zostały usunięte oznakowania w postaci różnych**

Równocześnie Pani mgr farm. [...] dodała: *„Aktualnie nie ma żadnych materiałów reklamowych, a na potwierdzenie tego przedkładam dziewięć zdjęć, które dotyczą tych samych miejsc w izbie ekspedycyjnej, gdzie w trakcie kontroli zostały stwierdzone materiały reklamowe. Zobowiązuję się, że będąc kierownikiem apteki nigdy więcej nie zgodzę się na prowadzenie jakiegokolwiek reklamy apteki i jej działalności.”* Dokumentacja fotograficzna została dołączona do protokołu przesłuchania.

Z dniem 1 stycznia 2012 roku znowelizowane zostały przepisy ustawy Prawo farmaceutyczne dotyczące reklamy aptek. Zgodnie z art. 94a ust. 1 ww. ustawy *„Zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.”*

Obecny zakaz reklamy aptek i punktów aptecznych jest szerszy (w porównaniu do stanu obowiązującego do 31 grudnia 2011 r.), gdyż dotyczy jakichkolwiek działań reklamowych, a nie jak poprzednio odnoszących się jedynie do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych finansowanych ze środków publicznych.

**Ustawa Prawo farmaceutyczne wprowadziła więc z dniem 1 stycznia 2012 roku całkowity zakaz reklamy apteki i jej działalności. Ustawodawca nie zdefiniował pojęcia reklamy, a jedynie wskazał co reklamy nie stanowi. Należy zatem przyjąć, że reklamą jest „wszystko”, co nie jest informacją o lokalizacji oraz godzinach pracy apteki.**

Od czasu jednak ustanowienia ustawowego zakazu prowadzenia reklamy aptek i ich działalności ugruntowało się już orzecznictwo sądowe w tym zakresie, zgodnie z którym reklamą jest każde działanie, które ma na celu zachęcanie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z konkretnych usług.

W wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego znajdujemy następujące stwierdzenia.

*„(...) reklamą apteki, jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów lub korzystania z określonych usług. Reklama może przyjmować różne formy, w szczególności: hasła, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów i gazetek. (...) Za działanie reklamowe powinno być uznane również takie działanie, których zamierzonym celem jest pozyskiwanie nowych klientów lub zatrzymywanie „starych”. (wyrok WSA z dnia 10 grudnia 2012 r. sygn. akt VI SA/Wa 1756/12)*

Reasumując oznacza to, że za reklamę apteki należy uznać każde działanie,



**niezależnie od sposobu i metody jej przeprowadzenia oraz użytych środków do jego realizacji, jeżeli jego celem jest zwiększenie sprzedaży towarów w niej oferowanych.** Objęcie zakazem „każdego działania” wyłącza z tej dyspozycji tylko jeden stan faktyczny, określony w zdaniu 2 art. 94a ust. 1 – kierowanie do publicznej wiadomości informacji o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. (wyrok WSA z dnia 25 kwietnia 2013 r. sygn. akt VI SA/Wa 315/13).

W tym przypadku reklama apteki i jej działalności polegała na oferowaniu różnych produktów o obniżonej cenie poprzez udzielone na nie rabaty oraz poprzez oferowanie różnych produktów umieszczonych w gazetce i na plakatch, gdzie oferta obowiązywała w ściśle określonym czasie i tym samym sugerowała, że w tym okresie jest wyjątkowa okazja do ich zakupu w atrakcyjnej cenie.

Hasła promocje umieszczone w izbie ekspedycyjnej oraz symbole w postaci procentów, ręki i wykrzyknika były dodatkowymi narzędziami do zwrócenia uwagi pacjentów na niektóre produkty, ponieważ jest wyjątkowa okazja do ich nabycia w atrakcyjnej cenie. Tym samym było to działanie mające na celu zainteresowanie pacjentów atrakcyjną ofertą, a przez to zwiększenie sprzedaży tych produktów.

Hasło PROMOCJA dodatkowo wyraźnie sugeruje, że w aptece prowadzona jest sprzedaż produktów w niższych cenach. W tym miejscu należy odnieść się ponadto do zasad doświadczenia życiowego, jakie posiada współcześnie każdy konsument. Jest to bowiem powszechnie spotykana praktyka w handlu. Na co dzień w wielu miejscach spotykamy się z hasłami reklamowymi o promocjach. Tym samym rola promocji jest oczywista dla każdego, czyli że pozwala dokonać zakupów towarów w niższych, atrakcyjniejszych cenach niż ma to miejsce zazwyczaj. Promocja służy więc jednemu celowi, zwiększeniu sprzedaży towarów poprzez reklamę sprzedawcy i jego działalności.

Dodatkowo potencjalny pacjent nie był w stanie nie zauważyć powyższych powyższych form reklamy apteki ze względu na sposób ich umieszczenia, bardzo wyraźną kolorystykę, co zwiększało intensywność przekazu.

Mając powyższe na uwadze **organ uznał, że w tym przypadku miało miejsce prowadzenie niedozwolonej reklamy przez przedsiębiorcę prowadzącego aptekę ogólnodostępną**, stąd zasadnym było wszczęcie postępowania w tym zakresie.

**Podsumowując skoro podmiot prowadzący aptekę podjął stosowne kroki w celu wyeliminowania wszystkich form reklamy apteki i jej działalności oraz udokumentował ich usunięcie, nie ma konieczności nakazywania ich usunięcia na drodze decyzji, a tym postępowanie w tym zakresie stało się bezprzedmiotowe, co skutkuje postąpieniem zgodnie z art. 105 § 1 k.p.a., to jest umorzeniem postępowania w części dotyczącej aruzsena art.**

Czyn niedozwolony to na gruncie prawa administracyjnego czyn zabroniony pod groźbą kary, a w tym przypadku kara pieniężna jest przewidziana za prowadzenie reklamy apteki i oraz jej działalności, a jej zaprzestanie przed wydaniem decyzji może wpływać jedynie na wymiar tej kary. Przeciwnie stanowisko pozostawałoby w sprzeczności z całym systemem obowiązującego prawa, w którym czyny niedozwolone mogące stanowić przestępstwa lub delikty o charakterze administracyjnym podlegają karze bez względu na fakt ich zaprzestania w trakcie prowadzonych postępowań lub nawet przed ich wszczęciem.

Prowadzone postępowanie doprowadziło do pozytywnego ustalenia, że przedsiębiorca prowadził niedozwoloną reklamę apteki i jej działalności, a tym samym podlega karze przewidzianej w art. 129b ust. 1 *ustawy Prawo farmaceutyczne*.

Tym samym w świetle stwierdzonych działań reklamowych zaktualizował się obowiązek organu do postąpienia zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i ust. 2 *ustawy Prawo farmaceutyczne*. Przepis ten stwierdza, że **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**. Karę pieniężną nakłada wojewódzki inspektor farmaceutyczny, w drodze decyzji administracyjnej i jest to związane ze stwierdzeniem prowadzenia reklamy, niezależnie, czy określone działania są nadal prowadzone na dzień wydania decyzji, czy też zaprzestano tych działań. Przy ustalaniu wysokości kary uwzględnia się w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów. Wymierzenie kary pieniężnej jest obligatoryjne, a organ nakładając karę pieniężną ma jedynie możliwość jej miarkowania.

Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 6000,00 zł (słownie: sześć tysięcy złotych 00/100 zł). Wysokości kary jest adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności prowadzenia reklamy ww. apteki i jej działalności.

Na ustalenie wysokości kary miały wpływ następujące okoliczności:

1. reklama apteki i jej działalności obejmowała różne formy (gazetka, plakaty, dodatkowe oznakowania w postaci równych symboli tj. symbolu ręki, symbolu procentów, symbolu wykrzyknika, haseł „PROMOCJA” i „promocje” oraz kosza z znakowaniami w postaci rabatów o różnej wielkości)
2. czas trwania reklamy dotyczył okresu około 16 miesięcy
3. strona – jako przedsiębiorca – jest profesjonalnym uczestnikiem obrotu prawnego, co szczególnie zobowiązuje ją do przestrzegania przepisów regulujących prowadzenie danej działalności (w tym również art. 94a ustawy – Prawo farmaceutyczne, który wszedł w życie z dniem 1 stycznia 2012 roku)
4. reklama dotyczyła jednej apteki
5. jest to już druga kara dotycząca tego podmiotu w związku z naruszeniem ustawowego zakazu reklamy apteki i jej działalności - poprzednia w wysokości 1000 zł (słownie: tysiąc złotych 00/100) została nałożona decyzją z dnia 23.04.2015 r., znak: FA.KR.-II.8523.86.2014
6. strona odstąpiła od prowadzenia działań reklamowych w dniu następnym po kontroli.

**Wyższy wymiar wynika z faktu, że doszło do ponownego naruszenia zakazu reklamy apteki i jej działalności przez podmiot prowadzący aptekę, a to spółkę [...].**

**Jako element łagodzący** należy uznać zachowanie Strony postępowania w dniu następnym po kontroli i usunięcie z izby ekspedycyjnej materiałów reklamowych oraz usunięcie oznakowania w postaci różnych % z kosza na środku izby ekspedycyjnej. Ponadto poprzednie naruszenie zakazu reklamy apteki i jej działalności dotyczyło innej apteki oraz innego rodzaju działań, a to wykorzystywania nazwy apteki, jako sloganu reklamowego

na banerze reklamowym oraz na witrynie apteki poprzez wyróżnianie słowa „NAJTAŃSZA”.

**Kara ma na celu również nadanie jej roli prewencyjnej** za naruszenie przepisów o zakazie reklamy apteki i zapobiec ponownemu naruszeniu zakazu w przyszłości.

**Kara ta ma również znaczenie edukacyjne** dla strony i stanowi ewentualną przestrożę dla innych przedsiębiorców prowadzących detaliczny obrót produktami leczniczymi przed podobnym naruszeniem.

Niemniej w polu widzenia Inspekcji pozostanie działanie przedsiębiorcy i **w przypadku ponownego zaistnienia działań reklamowych spotka się to z sankcją o wiele większych rozmiarów.**

Mając na względzie powyższe Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny postanowił nałożyć karę pieniężną jak w punkcie III sentencji decyzji.

W związku z powyższym postanowiono jak na wstępie.

### POUCZENIE

Od niniejszej decyzji służy odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego za pośrednictwem Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Krakowie w terminie czternastu dni od daty doręczenia decyzji.

Zgodnie z treścią art. 127a ustawy Kodeks postępowania administracyjnego w trakcie biegu terminu do wniesienia odwołania strona może zrzec się prawa do wniesienia odwołania wobec Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Krakowie.

Z dniem doręczenia Małopolskiemu Wojewódzkiemu Inspektorowi Farmaceutycznego w Krakowie oświadczenia o zrzeczeniu się prawa do wniesienia odwołania przez ostatnią ze stron postępowania, decyzja staje się ostateczna i prawomocna.

W przypadku złożenia przez stronę oświadczenia o zrzeczeniu się prawa do odwołania od decyzji nie przysługuje prawo do odwołania się ani skargi do sądu administracyjnego.

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 3 i art. 129ba ust. 1 Prawa farmaceutycznego kary pieniężne, uiszcza się w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Krakowie, Plac Szczepański 5, 31-011 Kraków w NBP O/Kraków numer rachunku: **46 1010 1270 0009 4122 3100 0000**.

Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami ustawowymi, za zwłokę następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

Otrzymują:

1. [...]
2. a/a