MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR
FARMACEUTYCZNY
31-011 Kraków, ul. Szczepański 5
tel. 422-75-41, 422-75-43
fax: 422-75-52

FAKR-II.8523.82-2.2014

Kraków, dnia 28.05.2015 r.

DECYZJA

Na podstawie art. 94a ust. 1, 2, 3, 4 art. 129b ust. 1, 2, 4 i 5 ustawy z dnia 6 września 2001 r. *Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz. U. z 2008 r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.) oraz art. 105 § 1 w związku z art. 104 § 1 i art. 107 § 1 i § 3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku *Kodeks postępowania administracyjnego* (t. j. Dz. U. z 2013 r., poz. 267 z późn. zm.)

MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY W KRAKOWIE

I. Stwierdza naruszenie przez podmiot Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w adres ul. ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności poprzez prowadzenie reklamy aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w ul. w ul. w ul. oraz ich działalności polegającej na kolportowaniu na terenie aptek informatora Centrum Informacji Medycznej, który zawierał ceny produktów leczniczych jak również informacje, że oferta cenowa obowiązuje do 31.03.2014 r. lub do wyczerpania zapasów;

II. Nakłada na podmiot Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w adres ul. karę pieniężną w wysokości zł (słownie: zł z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. *Prawo farmaceutyczne* w zakresie opisanym w punkcie I niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa;

III. Umarza postępowanie w części dotyczącej nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w ul. w ul. w ul. i ich działalności, poprzez kolportowanie na terenie aptek informatora Centrum Informacji Medycznej, który zawierał ceny produktów leczniczych jak również informacje, że oferta cenowa obowiązuje do 31.03.2014 r. lub do wyczerpania zapasów.

U z a s a d n i e n i e

W dniu 15.07.2014 r. do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Krakowie wpłynęła informacja przekazana przez Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Katowicach o anonimowym zawiadomieniu o podejrzeniu prowadzenia na terenie województwa małopolskiego reklamy trzech aptek ogólnodostępnych o nazwie za pomocą informatora CENTRUM INFORMACJI MEDYCZNEJ (Oferta obowiązuje do 31.03.2014 r. lub do wyczerpania zapasów). Do zawiadomienia dołączono potwierdzoną za zgodność z oryginałem kopię egzemplarza ulotki i gazetki reklamowej. Dokonując analizy przesłanych materiałów reklamowych

stwierdzono, że w informatorze CENTRUM INFORMACJI MEDYCZNEJ zamieszczono w tzw. modułach reklamowych, reklamy produktów leczniczych, suplementów diety, wyrobu medycznego i kosmetyku wraz z ich krótki opisem oraz ceną dla pacjenta. Pod modułami reklamowymi zamieszczono tekst: *„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 gazetki zamieszczono tekst: *„Godziny otwarcia"* i podano godziny otwarcia oraz adresy trzech aptek, prowadzonych przez Podmiot na terenie województwa małopolskiego. W informatorze nie podano danych wydawcy informatora. W trakcie postępowania wyjaśniającego uzyskano informacje od podmiotu prowadzącego apteki, iż

1. Apteki wymienione nie prowadza ani nie prowadziły reklamy swojej działalności;
2. Informator Medyczny był wydawany dla pacjentów na terenie aptek jako wyciąg z cennika oraz informator o czynnościach danych aptek;
3. Informator ten nie był kolportowany poza terenem aptek;
4. Informator Medyczny służył informacji o cenach i czynności danej apteki;
5. Wszystkie informacje medyczne i formy graficzne w tym Informatorze pochodziły ze źródeł firm farmaceutycznych zlecających wykonanie niniejszego.

Ponadto [illegible] wskazała, iż *„Informator Medyczny był wydawany tylko jako informacja medyczno-farmaceutyczna w aptekach tak aby pacjenci mogli znać ceny oraz czynności aptek. Informujemy również, iż polegająca na wydawaniu Informatora Medycznego została zawieszona, nie jest i nie będzie prowadzona przez spółkę*

Na podstawie powyższych ustaleń Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w dniu 21.01.2015 r. wszczął z urzędu postępowanie administracyjne w związku z podejrzeniem naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne poprzez prowadzenie reklamy działalności powyższych aptek polegającej na kolportowaniu na terenie aptek informatora Centrum Informacji Medycznej, który zawierał ceny produktów leczniczych jak również informacje że oferta cenowa obowiązuje do 31.03.2014 r. lub do wyczerpania zapasów. Jednocześnie strona została poinformowana o przysługującym jej prawie do czynnego udziału w postępowaniu. W odpowiedzi strona przesłała do tutejszego inspektoratu informacje potwierdzające wyjaśnienia złożone w piśmie z dnia 19.08.2014 r. Pismem z dnia 27.03.2015 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny poinformował przedsiębiorcę prowadzącego apteki położone w [illegible] przy ul. [illegible], w [illegible] przy ul. [illegible] w [illegible] przy ulicy [illegible] o przysługującym stronie przed wydaniem decyzji prawie do wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszenia ewentualnych żądań. W terminie określonym w piśmie strona nie zajęła stanowiska w sprawie.

Po zapoznaniu się z całością zgromadzonego materiału dowodowego Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny stoi na stanowisku, ze przedsiębiorca kolportując **na terenie aptek informator Centrum Informacji Medycznej (Oferta cenowa obowiązuje do 31.03.2014 r. lub do wyczerpania zapasów)** w którym zamieszczono reklamy produktów leczniczych, suplementów diety, wyrobu medycznego i kosmetyku wraz z ich cenami dla pacjenta oraz podano na ostatniej stronie listę adresów oraz godzin otwarcia

trzech aptek prowadzonych przez Stronę na terenie województwa małopolskiego, naruszył zakaz prowadzenia reklamy aptek i ich działalności.

Zgodnie z art. 94a ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne nadzór nad przestrzeganiem ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego został powierzony wojewódzkim inspektorom farmaceutycznym. Z art. 94 a ust. 1 powyższej ustawy wynika, że : *„zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacjach i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego"*. Na podstawie art. 94a ust. 3 upoważniono wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego do wydawania decyzji administracyjnych nakazujących do zaprzestania takiej działalności.

Art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne nie definiuje reklamy działalności aptek. W związku z powyższym należy sięgnąć do definicji reklamy aptek przyjętej w orzecznictwie sądów administracyjnych, którą te sądy posługiwały się w uzasadnieniach. Zgodnie z taką definicją ***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 14 maj 2008 r., syg. Akt VII SA/Wa 2215/07 LEX nr 477210, wyrok WSA z 20 września 2010 r., sygn. akt VI SA/Wa 838/10, LEX nr 759762). W podanym orzecznictwie dotyczącym pojęcia reklamy nie ograniczono istoty reklamy do samego „przekazu" lub „komunikatu". Zwrócono uwagę, iż elementem rozstrzygającym o reklamowym charakterze danego działania jest w szczególności cel czyli **zwiększenie sprzedaży danej apteki**. Z powyższego wynika, że **jakiekolwiek działania skłaniające do zakupów produktów leczniczych i innych artykułów w konkretnej aptece może zostać uznane za mające charakter reklamowy**. Z powyższego wynika, że aby działania mogły być uznane za reklamę **muszą zawierać element zachęcania do zakupu** na przykład poprzez wskazanie, że korzystanie z usług apteki niesie za sobą jakieś dodatkowe korzyści oraz muszą zachęcać do korzystania z usług w konkretnej aptece. Ważne jest aby dana aktywność była **bezpośrednio prowadzona lub powiązana z daną placówką**. Reklamą działalności apteki będzie więc **zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do apteki** w celu dokonania w niej zakupów - **niezależnie od form i metod prowadzenia reklamy** oraz użytych do jej realizacji środków – jeżeli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych (Wyrok WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008 r., sygn. akt VIISA/WA 69/08). Z przedstawionych powyżej ujęć reklamy wynika jednoznacznie, że elementem rozstrzygającym o reklamowym charakterze działania jest jego cel czyli zwiększenie sprzedaży w aptece.

Gazetka reklamowa, w której podano dane adresowe aptek, a która jednocześnie zawiera reklamy różnych artykułów wraz z ich cenami, stanowi dla przeciętnego odbiorcy bezpośrednią i prosta wskazówkę, gdzie wymienione w gazetce towary może zakupić. Zdaniem organu, potencjalny pacjent apteki nie jest w stanie odróżnić reklamy produktów leczniczych od reklamy (informacji) dotyczącej aptek to jest ich nazw, adresów, telefonów gdyż materiał reklamowy w postaci gazetki zawierającej informacje o lekach i innych artykułach wraz z podanymi cenami oraz informacje o nazwach i adresach aptek jest z reguły przez pacjenta traktowany jako jedna nierozerwalna całość. informator CENTRUM INFORMACJI MEDYCZNEJ jest tak skonstruowany, ze pacjent bez problemów może

zidentyfikować w jakich aptekach nabędzie opisane w nim produkty, gdyż adresy tych aptek oraz ich godziny otwarcia podano na ostatniej stronie gazetki.

Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uznał, iż opisane powyżej działania polegające na kolportowaniu **na terenie aptek Informatora Centrum Informacji Medycznej, który zawierał ceny produktów leczniczych jak również informacje, że oferta cenowa obowiązuje do 31.03.2014 r. lub do wyczerpania zapasów** stanowią zabronioną reklamę działalności aptek, o której mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne. Mając na uwadze powyższe, a także w związku z treścią cytowanych przepisów oraz utrwalonym orzecznictwem sądów administracyjnych odnośnie reklamy nie ulega wątpliwości fakt naruszenia przez przedsiębiorcę prowadzącego przedmiotowe apteki zakazu reklamy aptek i ich działalności. W związku z powyższymi ustaleniami Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny jest zobligowany treścią art. 94a ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne do wydania niniejszej decyzji.

Organ jednak odmówił wiary twierdzeniom podmiotu prowadzącego apteki, iż informator ten nie był kolportowany poza terenem aptek, ponieważ z informacji przesłanej przez Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego wynika, iż informator ten był kolportowany do mieszkańców na terenie województwa śląskiego.

Zgodnie art.129b ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne karze pieniężnej w wysokości do 50 tysięcy złotych podlega ten, kto wbrew przepisom art. 94a prowadzi reklamę apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności. Treść art. 129b ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne, który brzmi: *„Karę pieniężną, określoną w ust. 1, 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"*, nakłada na wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego obowiązek wymierzenia kary pieniężnej, pozostawiając uznaniu wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego nie to, czy nałożyć karę pieniężną , lecz jedynie wysokość nałożonej kary. Wskazać należy, iż cytowane przepisy nie przewidują żadnych okoliczności faktycznych, które upoważniłyby wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego do zaniechania zastosowania kary administracyjnej w przypadku stwierdzenia, ze naruszenie art. 94a ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne miało miejsce.

W niniejszym postępowaniu potwierdzono prowadzenie reklamy przedmiotowych aptek i ich działalności przez przedsiębiorcę Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ z siedzibą w Mając na uwadze powyższe organ wymierzył przedsiębiorcy karę pieniężną w wysokośc złotych (słownie łotych). Ustalając wymiar kary Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uwzględnił stopień, okres oraz okoliczności naruszenia ustawy, a także, ze jest to pierwsze naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów dotyczących zakazu prowadzenia reklamy aptek.

Organ uznaje za udowodnione prowadzenie reklamy trzech aptek ogólnodostępnych położonych w przy ul. , w przy ul. , w przy ul. w okresie obowiązywania oferty zawartej w informatorze CENTRUM INFORMACJI MEDYCZNEJ to jest do dnia 31.03.2014

lub do wyczerpania zapasów. Nie potwierdzono kolportowania dalszych numerów wyżej wymienionej gazetki.

POUCZENIE

Od niniejszej decyzji służy stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego w Warszawie za pośrednictwem Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Krakowie w terminie 14 dni od dnia jej doręczenia.

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 4 i ust. 5 *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 numer rachunku:**

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

Małopolski Wojewódzki
Inspektor Farmaceutyczny w Krakowie
mgr farm. Józef Łoś

Otrzymuje:

1.

a / a