

Komunikat nr 1/2017
Dolnośląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego
we Wrocławiu
z dnia 17 marca 2017 r.
w sprawie zakazu prowadzenia reklamy apteki i punktu aptecznego
oraz ich działalności

Dolnośląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny we Wrocławiu przypomina o obowiązującym **zakazie prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej i punktu aptecznego oraz ich działalności.**

Zgodnie z art. 94a ust. 1 zd. pierwsze ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne (Dz.U. z 2016 r. Nr 45, poz. 2142), zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego (art. 94a ust. 1 zd. drugie Prawa farmaceutycznego). Wojewódzki inspektor farmaceutyczny sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego (art. 94a ust. 2 Prawa farmaceutycznego). W razie stwierdzenia naruszenia przepisu ust. 1 lub 1a wojewódzki inspektor farmaceutyczny nakazuje, w drodze decyzji, zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy (art. 94a ust. 3 Prawa farmaceutycznego).

Reklamą apteki i jej działalności jest każde działanie, niezależnie od sposobu i metody jego przeprowadzenia oraz środków użytych do jego realizacji, jeżeli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów, w tym produktów leczniczych i wyrobów medycznych, oferowanych w danej aptece/zachęcenie do skorzystania z usług apteki. Objęcie zakazem „każdego działania” wyłącza z tej dyspozycji tylko jeden stan faktyczny, określony w zdaniu drugim ust. 1 art. 94a Prawa farmaceutycznego, tj. informowanie o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. Zakaz reklamy ma zatem szeroki charakter i obejmuje swym zakresem każdy rodzaj reklamy, w tym także reklamę skojarzeniową czy ukrytą. Sąd Najwyższy wyraził stanowisko, iż: „powszechnie przyjmuje się, że reklamą są wszelkie formy przekazu, w tym także takie, które nie zawierają w sobie elementów oceniających ani zachęcających do zakupu, mogą jednak zostać przyjęte przez ich odbiorców jako zachęta do kupna. [...] 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” (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2 października 2007 r., II CSK 289/07, Lex nr 307127).

Co ważne, nie jest istotne z punktu widzenia naruszenia zakazu reklamy apteki i jej działalności, czy reklama dokonywana jest wewnątrz czy na zewnątrz apteki. Jej działalność reklamowa może przejawiać się tak we wnętrzu lokalu aptecznego, jak i poza nim. Przepis art. 94a Prawa farmaceutycznego nie wyznacza granic miejscowych reklamy (zob. np. wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 6 maja 2014 r., VI SA/Wa 3112/13, CBOSA).

Reklama apteki i jej działalności może przyjmować różne formy zachęcania, np.: poprzez ulotki, spoty, foldery, plakaty, filmy, gazetki, programy lojalnościowe/rabatowe, które biorącym w nim udział daje określone bonusy (korzyści w szerokim tego słowa znaczeniu), konkursy, w których przeprowadzaniu udział bierze apteka, czy akcje rabatowe. Zakazem prowadzenia reklamy apteki i jej działalności objęta jest każda reklama niezależnie od tego, jakie medium wykorzystano do jej przekazania (reklama internetowa, telewizyjna, prasowa, czy radiowa).

Powyższe uwagi dotyczą także zakazu prowadzenia reklamy punktu aptecznego i jego działalności.

Wojewódzki inspektor farmaceutyczny **może cofnąć zezwolenie**, jeżeli nie wykonano decyzji wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego, o której mowa w art. 94a ust. 3 Prawa farmaceutycznego, tj. nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy (art. 103 ust. 2 pkt 5 Prawa farmaceutycznego).

Podkreślenia wymaga, że w myśl art. 129b ust. 1 Prawa farmaceutycznego, **karze pieniężnej w wysokości do 50 000 złotych podlega ten kto wbrew przepisom art. 94a prowadzi reklamę apteki, punktu aptecznego oraz ich działalności**. Co warte zaznaczenia, obowiązek poniesienia ujemnych konsekwencji finansowych za popełniony delikt administracyjny (naruszenie ww. zakazu) jest niezależny od obowiązku zaprzestania prowadzenia reklamy apteki, punktu aptecznego i ich działalności (zob. np. wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 25 marca 2015 r., VI SA/Wa 2637/14, CBOSA). Zaprzestanie więc prowadzenia reklamy apteki, punktu aptecznego i ich działalności, nie oznacza, że nie zostanie nałożona za naruszenie ww. zakazu kara pieniężna.

Dodać trzeba, że zgodnie z art. 19 Kodeksu Etyki Aptekarza Rzeczypospolitej Polskiej (uchwała Nr VI/25/2012 VI Krajowego Zjazdu Aptekarzy z dnia 22 stycznia 2012 r.), aptekarz:

1) nie reklamuje siebie oraz swoich usług. Nie uczestniczy w reklamie usług farmaceutycznych, jak i ich promocji niezgodnej z prawem lub dobrymi obyczajami;

2) unika działalności przyczyniającej się do zwiększania konsumpcji produktów leczniczych.

Dolnośląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny we Wrocławiu udostępnia – na stronie BIP www.wif.wroclaw.pl – podjęte decyzje w przedmiocie nakazania zaprzestania prowadzenia reklamy apteki/punktu aptecznego i jej/jego działalności oraz nałożenia kary pieniężnej, wychodząc z założenia, że działanie takie ma nie tylko charakter informacyjny, ale i (a może nawet przede wszystkim) prewencyjny. Orzeczenia sądów administracyjnych dotyczące kwestii zakazu prowadzenia reklamy apteki, punktu aptecznego i ich działalności dostępne są w Centralnej Bazie Orzeczeń Sądów Administracyjnych.

Dolnośląski Wojewódzki
Inspektor Farmaceutyczny
we Wrocławiu
mgr farm. Urszula Stawińska-Zagórska