

Mazowiecki Wojewódzki
Inspektor Farmaceutyczny
03-707 Warszawa, ul. Floriańska 10
tel. 22 628-28-60; 22 628 24 09

Warszawa, dnia 26 marca 2018 r.

WIF.PŁO.8523.1.2017.TP
IK: 29282

DECYZJA

1. Na podstawie art. 94a ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2017 r., poz. 2211 j.t.) oraz art. 104 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2017 r., poz. 1257 z późn. zm.) Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny nakazuje podmiotowi

Spółka jawna z siedzibą w
nr KRS:), zaprzestania prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej o
nazwie zlokalizowanej w przy : poprzez:

- 1) umieszczanie na zewnętrznych szybach apteki widocznych z ulicy plakatów o treści reklamowej, takich jak: „(...) jesteś najlepszy? To pracuj z najlepszymi i zarabiaj najlepiej (...)”, lub „BEZPŁATNE BADANIE SKÓRY I WŁOSÓW (...)”,
- 2) umieszczanie w sali ekspedycyjnej przy produktach leczniczych, wyrobach medycznych i suplementach diety karteczek o treści reklamowej, takich jak: „HIT cenowy” wraz ze wskazaniem ceny,
- 3) umieszczanie wewnątrz apteki przy stanowisku kasowym plakatów o treści reklamowej, takich jak: „Drogi Pacjencie! Jeśli kupisz którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym, lub napisz: Postaramy się, aby to nigdy więcej się nie powtórzyło! Dziękujemy za zaufanie!”.

2. Na podstawie art. 105 § 1 Kpa Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny umarza postępowanie w części dotyczącej artykułu „ ” opublikowanego w tygodniku „ ”, egzemplarz z dnia r. ze względu na jego bezprzedmiotowość.

3. Na podstawie art. 129b ust. 1 i 2 ustawy Prawo farmaceutyczne oraz art. 104 § 1 Kpa Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny nakłada na podmiot Spółka jawna z siedzibą w nr KRS: () karę pieniężną w wysokości 10.000 zł (słownie: dziesięć tysięcy zł) z tytułu naruszenia zakazu reklamy apteki, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, poprzez prowadzenie reklamy za pomocą działań wskazanych w pkt 1 ppkt 1 - 3 niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

W związku z zadaniami wynikającymi z art. 94a ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne, tj. sprawowaniem nadzoru nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek do Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego została skierowana informacja o prowadzeniu, przez Spółkę [redacted], reklamy aptek. Wraz z informacją zostały przekazane m.in. artykuł z [redacted] dokumentacja fotograficzna oraz gazetka: [redacted]. "Analiza dotychczas prowadzonych postępowań wykazała jednak, że w odniesieniu do [redacted] w roku 2017 było prowadzone postępowanie zakończone decyzją umarzającą.

W celu zweryfikowania przesłanych informacji w dniu 7 kwietnia 2017 r. została przeprowadzona kontrola doraźna w aptece [redacted] zlokalizowanej w [redacted], przy [redacted].

Kontrola wykazała, że na zewnętrznych szybach apteki zostały umieszczone widoczne z ulicy plakaty o treści: „(...) jesteś najlepszy? To pracuj z najlepszymi i zarabiaj najlepiej (...)” oraz o treści: „BEZPŁATNE BADANIE SKÓRY I WŁOSÓW 18.04.2017 termin najbliższej wizyty dermoeksperta”. Z kolei wewnątrz apteki, w sali ekspedycyjnej przy produktach leczniczych, wyrobach medycznych i suplementach diety zostały umieszczone karteczki o treści: „HIT cenowy” wraz ze wskazaniem ceny. Przy stanowisku kasowym został umieszczony plakat o treści: „Drogi Pacjencie! Jeśli kupiłeś którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym, lub napisz: [redacted]. Postaramy się, aby to nigdy więcej się nie powtórzyło! Dziękujemy za zaufanie!”. Powyższe zostało podczas kontroli udokumentowane fotograficznie.

W trakcie prowadzenia postępowania wyjaśniającego w sierpniu 2017 r. do Inspektoratu wpłynęła kolejna informacja dotycząca reklamy apteki [redacted] zawierająca dokumentację fotograficzną – fotografia plakatów m.in. o treści: „BEZPŁATNY pomiar tkanki tłuszczowej”. Ze względu na fakt, że na przesłanych fotografiach nie da się ustalić, czy plakaty istotnie zostały umieszczone na szybach apteki [redacted] dokumentacja ta nie została włączona do materiału dowodowego niniejszego postępowania.

Z uwagi na ustalenia kontroli pismem z dnia 21 kwietnia 2017 r., znak: WIF.PŁO.8523.1.2017.HB, Spółka [redacted] została zawiadomiona o wszczęciu postępowania z urzędu w przedmiocie naruszenia zakazu określonego w art. 94a ust. 1 ustawy, poprzez artykuł w gazecie [redacted], plakaty reklamowe umieszczane na szybach i wewnątrz apteki oraz umieszczanie przy sprzedawanych produktach karteczek o treści: „HIT cenowy” wraz ze wskazaniem ceny. Jednocześnie strona została wezwana do wskazania kto zlecił umieszczenie artykułu w [redacted] /a oraz pouczona o jej prawach związanych z toczącym się postępowaniem określonych w art. 10 § 1 oraz art. 73 i 79 § 2 Kpa.

Pismem z dnia 21 kwietnia strona poinformowała m.in., że informacja przy stanowiskach pracy w aptece została przeredagowana. Z kolei w piśmie z dnia 28 kwietnia 2017 r. strona wyjaśniła, że nie wiedziała o istnieniu artykułu, nie zlecała jego umieszczenia w tygodniku i nigdy

nie kontaktowała się z tygodnikiem w celu umieszczenia jakichkolwiek treści związanych z apteką

W związku z treścią odpowiedzi organ wydający decyzję zwrócił się do redakcji z prośbą o informację kto zlecał publikację artykułu. Redakcja wyjaśniła, że strona nie zlecała publikacji, wobec czego, kwestia ta została wyłączona do wyjaśnienia w odrębnym postępowaniu.

Pismem z dnia 26 lutego 2018 r. Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił stronę o zamiarze zakończenia postępowania oraz ponownie poinformował o prawie do czynnego udziału w postępowaniu, wypowiadania się co do zebranych dowodów i materiałów oraz przeglądania akt sprawy. Jak zostało wskazane wcześniej, w przedmiotowej sprawie postępowanie wyjaśniające, po dokonanych wyłączeniach, było prowadzone w związku z umieszczaniem na zewnętrznych szybach apteki plakatów o treści reklamowej, umieszczaniem w sali ekspedycyjnej przy produktach leczniczych, wyrobach medycznych i suplementach diety karteczek o treści reklamowej oraz umieszczaniem wewnątrz apteki przy stanowisku kasowym plakatów o treści reklamowej.

W reakcji na zawiadomienie pełnomocnik strony poinformował, że strona nie przyczyniła się do opublikowania artykułu, a działania strony związane z prowadzeniem apteki w żadnym stopniu nie mają charakteru reklamowego w związku z czym wnosi o umorzenie postępowania.

Zgodnie z dyspozycją zawartą w art. 94a ust. 1 i 3 ustawy Prawo farmaceutyczne zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. Przepis ten nie definiuje pojęcia reklamy apteki/punktu aptecznego, a wskazuje jedynie działania, które reklamą nie są. W razie stwierdzenia naruszenia w/w przepisu wojewódzki inspektor farmaceutyczny nakazuje, w drodze decyzji, zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy.

W orzecznictwie wskazuje się, że wobec braku ustawowej definicji reklamy działalności aptek i punktów aptecznych, należy w tym względzie odwołać się do opracowań słownikowych. „W Wielkim Słowniku Wyrazów Obcych (pod red. M. Bańki, PWN, Warszawa 2003) wskazano, że reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie 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 aptecce niezależnie od form i metod jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków - jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych**” (wyrok WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008 r., sygn. akt: VII SA/Wa 698/08 oraz wyrok WSA w Warszawie z dnia 1 lutego 2008 r., sygn. akt: VII SA/Wa 1960/07). „Reklamą apteki jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów i która w taki sposób jest odbierana przez klientów. Szeroki sposób rozumienia reklamy aptek ogólnodostępnych uzasadnia również fakt, że art. 94a ust. 1 p.f., poza stwierdzeniem, że nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub

punktu aptecznego, nie zawiera katalogu działań, które byłyby *ex lege* wyłączone z zakresu tego pojęcia, jak ma to miejsce w przypadku reklamy produktu leczniczego. **Reklamą działalności apteki może być więc każde działanie zmierzające do zwiększenia w niej sprzedaży.** Reklama może przy tym przyjmować różne formy, w szczególności: hasła, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów, czy też gazetek" (wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 5 marca 2015 r., sygn. akt: II GSK 54/14).

Zdaniem organu wydającego decyzję nie ulega wątpliwości, że w niniejszej sprawie informacja umieszczana na zewnętrznych szybach oraz przy stanowisku kasowym o treści:

„BEZPŁATNE BADANIE SKÓRY I WŁOSÓW (...)” oraz „Drogi Pacjencie! Jeśli kupiłeś którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym, lub napisz:

_____ Postaramy się, aby to nigdy więcej się nie powtórzyło! Dziękujemy za zaufanie!” była skierowana bezpośrednio do pacjentów. Nie ulega też wątpliwości,

że w pierwszym przypadku informacja miała na celu przyciągnięcie do apteki potencjalnych pacjentów poprzez oferowanie im bezpłatnych usług, zaś w drugim sugerowała, że w aptece

„_____ cena oferowanych preparatów jest najniższa. Z kolei umieszczenie w sali ekspedycyjnej przy produktach leczniczych, wyrobach medycznych i suplementach diety karteczek o treści: „HIT cenowy” wraz ze wskazaniem ceny miało wprost na celu przekonanie pacjentów, że jest to najlepsza cena danych produktów i przez to zachęcenie ich do dokonania zakupów.

Mając na względzie przytoczone okoliczności należy przyjąć, że strona naruszyła zakaz reklamy określony w art. 94a ust. 1 ustawy, a jej działania w sposób wyraźny wykroczyły poza dyspozycję przepisu, tj. możliwość informowania jedynie o lokalizacji oraz godzinach pracy apteki.

Powyższe zostało ustalone na podstawie skierowanych do Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego informacji o prowadzeniu reklamy apteki potwierdzonych następnie podczas czynności kontrolnych. W postępowaniu strona wypowiedziała się jedynie co do kwestii związanej z publikacją artykułu i w tym zakresie jej stanowisko zostało uznane za wiarygodne. Z wyjaśnień strony oraz odpowiedzi redakcji _____ wynika, że artykuł powstał

bez inspiracji podmiotu prowadzącego aptekę. Wobec czego postępowanie należało umorzyć w części dotyczącej wydania nakazu zaprzestania prowadzenia tego rodzaju reklamy.

*

Odnośnie kwestii nałożenia kary za naruszenie zakazu reklamy przepis art. 129b ust. 1 i 2 ustawy Prawa farmaceutycznego stanowi, 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 nakłada wojewódzki inspektor farmaceutyczny w drodze decyzji. Przy ustalaniu wysokości kary uwzględnia się w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów. Z powyższego wynika, że w przypadku udowodnienia naruszenia zakazu reklamy apteki organ I instancji jest obowiązany nałożyć karę pieniężną na podmiot, który dopuścił się naruszenia.

W przedmiotowym postępowaniu zostało udowodnione, że strona naruszyła zakaz określony w art. 94a ust. 1 ustawy, a zatem nałożenie kary pieniężnej stało się obligatoryjne. Przy ustalaniu wysokości kary organ wydający decyzję wziął pod uwagę, jako okoliczność obciążającą, fakt że strona w sposób oczywisty kierowała do przestrzeni publicznej informacje reklamowe, które wprost zachęcały do skorzystania z usług apteki i dokonania w niej zakupów. Dotychczas na stronę nie została nałożona kara za prowadzenie reklamy apteki, niemniej jednak zakaz określony w art. 94a ustawy obowiązuje w tym brzmieniu od roku 2012. A zatem strona prowadząca zawodowo działalność gospodarczą zobowiązana jest znać wskazany przepis i podejmując wyżej opisane działania powinna była liczyć się z możliwością jego naruszenia

Mając na uwadze powyższe, zdaniem organu I instancji, kara w wysokości 10.000 zł (słownie: dziesięć tysięcy zł) jest w pełni uzasadniona.

Pouczenie:

1. Od niniejszej decyzji stronie służy odwołanie, na podstawie art. 127 § 1 i 2 oraz art. 129 § 1 i 2 Kpa, do Głównego Inspektora Farmaceutycznego, za pośrednictwem Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Warszawie, w terminie czternastu dni od dnia doręczenia decyzji. Zgodnie z art. 127a 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, decyzja staje się ostateczna i prawomocna.
2. Zgodnie z art. 129ba ust. 1 ustawy Prawa farmaceutycznego karę pieniężną należy uiścić w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Warszawie, ul. Floriańska 10, 03-707 Warszawa - NARODOWY BANK POLSKI O. WARSZAWA nr: 06 1010 1010 0155 1222 3100 0000.
3. Od kary pieniężnej nieuiszczonej w terminie nalicza się odsetki za zwłokę w wysokości jak dla zaległości podatkowych.
4. Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami za zwłokę następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.



Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny
Warszawa
Łopka

Otrzymują:

- 1.
2. a/a.

va,