

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

Warszawa, dnia 18 maja 2018 r.

WIF.WA.II.8523.2.2018.TP  
IK: 50016

## DECYZJA

1. Na podstawie art. 94a ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2017 r., poz. 2211 z późn. zm.) 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 z siedzibą w , przy ul. nr KRS: zaprzestania prowadzenia reklamy aptek ogólnodostępnych w wydawanej przez w/w podmiot poprzez jednoczesne umieszczanie artykułów sponsorowanych informujących o możliwości kupowania tańszych leków oraz ogłoszeń aptek zawierających logo, nazwę i adres aptek.

2. Na podstawie art. 129b ust. 1 i 2 ustawy Prawo farmaceutyczne oraz art. 104 § 1 Kpa Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny nakłada na podmiot z siedzibą w , przy ul. nr KRS: arę pieniężną w wysokości 20.000 zł (słownie: dwadzieścia 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 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 reklamy aptek ogólnodostępnych:

- w dniu 9 stycznia 2015 r., poprzez opublikowanie artykułu o treści: „Czy można taniej kupić leki?” oraz opublikowanie ogłoszeń dotyczących w/w aptek zawierających

charakterystyczne logo, nazwę i adres. Wraz z informacją została przekazana kserokopia strony

W ramach prowadzonego innego postępowania o naruszenie zakazu reklamy przez Spółkę JK – właściciela aptek – pismem z dnia 7 listopada 2017 r., znak: WIF.PŁO.8523.1.2017.AK Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zwrócił się do Spółki o udzielenie informacji kto zlecił umieszczenie w gazecie w/w artykułu oraz kto zlecił umieszczenie w gazecie ogłoszeń wskazanych aptek. Pismem z dnia 13 listopada 2017 r. Spółka poinformowała, że zlecenie opublikowania artykułu sponsorowanego umieściła firma [redacted]. Pismem z dnia 22 listopada 2017 r. Spółka została ponownie wezwana do wskazania kto zlecił umieszczenie w gazecie ogłoszeń aptek. W odpowiedzi, pismem z dnia 30 listopada 2017 r., Spółka udzieliła informacji, że zlecenie umieszczenia ogłoszeń złożył Pan [redacted].

Z uwagi na treść artykułu oraz ogłoszeń, pismem z dnia 26 lutego 2018 r., znak: WIF.WA.II.8523.2.2018.TP, organ wydający decyzję poinformował Spółkę o wszczęciu postępowania dotyczącego naruszenia przez Spółkę zakazu reklamy aptek. Jednocześnie Spółka została pouczona o prawach strony określonych w art. 10 § 1 oraz art. 73 Kpa oraz wezwana do poinformowania jaki był nakład gazety z dnia 9 stycznia 2015 r., w jaki sposób egzemplarze gazety były kolportowane oraz czy przed lub po dacie 9 stycznia 2015 r. gazeta publikowała inne materiały dotyczące wskazanych aptek. Do dnia wydania decyzji Spółka nie skorzystała z przysługujących jej praw strony.

W trakcie prowadzenia postępowania wyjaśniającego, pismem z dnia 29 marca 2018 r. organ I instancji zwrócił się do Pana [redacted] z pytaniem, czy zlecał on umieszczenie ogłoszeń aptek w [redacted]. Korespondencja została zwrócona przez operatora pocztowego z informacją, że taki adres nie istnieje. Ze względu na fakt, że administracyjnie adres [redacted] znajduje się w [redacted], a nie w [redacted] korespondencja została wysłana na adres: [redacted]. Ponadto w trakcie postępowania organ ustalił, że ogłoszenia dotyczące aptek były publikowane także w wydaniach gazety z dnia 19 grudnia 2014 r. oraz 16 stycznia 2015 r. W wydaniu z dnia 19 grudnia 2014 r. ogłoszenia aptek zostały umieszczone pod modulem o treści: „Świąt Bożego Narodzenia pełnych miłości, radości i spokoju, a w Nowym Roku szczęścia, zdrowia, sukcesów osobistych oraz zawodowych życzą PRACOWNICY [redacted] H APTEKI UCZESTNICZĄ W PROGRAMIE OSZCZĘDNY PACJENT”. Z kolei w wydaniu z dnia 16 stycznia 2015 r. ogłoszenia aptek zostały umieszczone pod artykułem [redacted] informującym o możliwości kupowania tańszych leków. Ze stron tytułowych gazety wynika, że obejmuje ona swoim zasięgiem [redacted] każdorazowy nakład kontrolowany wynosi 30.000 egzemplarzy.

Pismem z dnia 18 kwietnia 2018 r. Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił stronę o zamiarze zakończenia postępowania oraz ponownie poinformował o prawie

do czynnego udziału w postępowaniu, wypowiedania się co do zebranych dowodów i materiałów oraz przeglądania akt sprawy.

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 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” (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 ogłoszenia aptek zawierające logo, nazwę i adres umieszczone w sąsiedztwie artykułów informujących o możliwości zakupu tańszych leków, czy modułu informującego o uczestniczeniu aptek w programie . . . . . były skierowana bezpośrednio do potencjalnych klientów apteki, a ich celem było zwiększenie sprzedaży w przedmiotowych aptekach. Kwalifikacji działania strony nie zmienia fakt, że inny podmiot złożył zamówienie na artykuł, a inny podmiot złożył zamówienie na ogłoszenia z logo, nazwą i adresem aptek, ponieważ ostatecznie to strona, jako wydawca umieściła powyższe treści w gazecie w taki sposób, aby logo i nazwa aptek były kojarzone z możliwością zakupu tańszych leków. Zgodnie z wyrokiem NSA z dnia 11 października 2016 r., sygn. akt: II GSK 590/15 „karze pieniężnej podlega każdy, kto wbrew przepisom art. 94a

ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. z 2016 r. poz. 2142) prowadzi reklamę apteki lub punktu aptecznego. Dla nałożenia na spółkę kary na podstawie art. 129b ust. 1 tej ustawy wystarczające było ustalenie, że spółka prowadziła niedozwoloną reklamę aptek. Dla jej odpowiedzialności nie mają znaczenia powiązania z podmiotami prowadzącymi reklamowane apteki, ani też okoliczność, czy reklamę tę prowadziła z własnej inicjatywy czy też na zlecenie innego podmiotu, np. "konsorcjum" podmiotów prowadzących reklamowane apteki. Kwestia ustalenia podmiotu, który zlecił prowadzenie reklamy będzie istotna w przypadku prowadzenia postępowania w sprawie ukarania podmiotu zlecającego."

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 oraz archiwalnych wydań gazety dostępnych w formie elektronicznej na stronie: \_\_\_\_\_

W sprawie publikacji przedmiotowych treści strona wypowiedziała się jedynie co do tego kto składał zamówienia na artykuł i ogłoszenia zamieszczone w numerze z dnia 9 stycznia 2015 r. i w tym zakresie jej wyjaśnienia zostały uznane za wiarygodne.

\*

Odnosnie 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 miały na celu zwiększenie obrotu w konkretnych aptekach. Strona zajmuje się zawodowo działalnością wydawniczą, wobec czego powinna mieć na uwadze, że reklama niektórych produktów, czy rodzajów działalności może być zabroniona lub podlegać ograniczeniom. Należyta staranność w zakresie działalności prowadzonej zawodowo nakazywała, bowiem zweryfikowanie, czy Prawo farmaceutyczne zezwala na publikację takich treści. Ponadto treści reklamowe były publikowane w dużym nakładzie – 30.000 egzemplarzy gazety, i kolportowane na terenie powiatu pruszkowskiego, gdzie zlokalizowane są przedmiotowe apteki. Jako okoliczność obciążającą

należało wziąć pod uwagę również fakt, że treści reklamowe nie były publikowane przypadkowo, a ogłoszenia zawierające logo, nazwę i adres aptek pojawiły się w trzech kolejnych wydaniach każdorazowo w powiązaniu z informacją wskazującą na możliwość zakupu tańszych leków. Jednocześnie, przy ustalaniu wysokości kary, organ wydający decyzję wziął pod uwagę fakt, że dotychczas na stronę nie została nałożona kara za prowadzenie reklamy aptek.

Mając na uwadze powyższe, zdaniem organu I instancji, kara w wysokości 20.000 zł (słownie: dwadzieścia 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  
*Kostkiewicz*  
mgr farm. Mariola Kostkiewicz



**Otrzymują:**

- 1.
2. a/a.