

**Śląski Wojewódzki
Inspektor Farmaceutyczny
w Katowicach**

40-074 Katowice, ul. Raciborska 15

Katowice, 31.05.2016 r.

(...)

(...)

DECYZJA

Na podstawie art. 94a ust. 2, 3 i 4 oraz art. 129b ust. 1 i 2, w związku z art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r.-Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 ze zm.), oraz na podstawie art. 105 § 1, w związku z art. 104 § 1 i art. 107 § 1 i § 3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r.-Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2016r., poz. 23), Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Katowicach, po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego, wszczętego z urzędu w dniu (...). wobec przedsiębiorcy – (...) w sprawie podejrzenia prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie (...) zlokalizowanej w (...)

- 1) **stwierdza naruszenie** przez przedsiębiorcę – (...), zakazu, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy-Prawo farmaceutyczne, poprzez:
 - a) zamieszczenie w oknie izby ekspedycyjnej apteki plakatu o treści: „*Szczepionki p/grypie (...) zł*”,
 - b) zamieszczenie w izbie ekspedycyjnej apteki plakatu o treści: „*Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych*”,**i umarza niniejsze postępowanie w części dotyczącej nakazania ww. przedsiębiorcy zaprzestania prowadzenia powyższej reklamy apteki;**
- 2) **stwierdza naruszenie** przez przedsiębiorcę- (...), zakazu, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy-Prawo farmaceutyczne, poprzez prowadzenie reklamy apteki za pomocą zamieszczenia w izbie ekspedycyjnej ww. apteki napisu o treści „*Nasze Hity!!!*”, **i nakazuje zaprzestanie jej prowadzenia;**
- 3) na podstawie art. 129b ust. 1 i 2 ustawy-Prawo farmaceutyczne, **nakłada na przedsiębiorcę (...), karę pieniężną w wysokości (...) złotych (słownie (...) złotych);**
- 4) nakazowi zawartemu w pkt 2 niniejszej decyzji, na podstawie dyspozycji art. 94a ust. 4 ustawy-Prawo farmaceutyczne, **nadaje rygor natychmiastowej wykonalności.**

Uzasadnienie

W dniu (...). do tutejszego inspektoratu wpłynęła interwencja - zawiadomienie (dane zawiadamiającego do wiadomości organu) o podejrzeniu prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie „(...)”, zlokalizowanej w (...). W zawiadomieniu podano, iż ww. apteka narusza przepisy o zakazie prowadzenia reklamy poprzez rozdawanie na ulicach miasta i okolicznych wsi ulotek z informacją o prowadzeniu w środy sprzedaży

leków w cenach hurtowych, w oknach apteki umieszczono reklamy z cenami leków i suplementów diety oraz napisy „Promocja” i „Wyprzedaż”, przed apteką wystawiony jest potykacz z ofertą cenową, a w szpitalu oraz na ulicach roznoszone są wizytówki uprawniające do uzyskania w ww. aptece 10% rabatu przy zakupie leków. Do zawiadomienia dołączono dokumentację fotograficzną (4 zdjęcia).

Dokonując analizy przesłanych fotografii stwierdzono, że w oknie ww. apteki umieszczono plakat z informacją o treści: „*Szczepionki p/grypie (...) zł*”. Dwa zdjęcia przedstawiają potykacze, na których umieszczono listę różnych produktów – suplementów diety, produktów leczniczych z podanymi cenami sprzedaży. Na potykaczach nie podano informacji, której apteki powyższa oferta dotyczy, a ze zdjęcia nie wynikało w jakim miejscu ww. potykacze się znajdowały.

W związku ze złożoną interwencją, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zdecydował o przeprowadzeniu w powyższej aptece kontroli. Z ustaleń kontroli przeprowadzonej w dniu (...) wynikało, że w izbie ekspedycyjnej znajdował się dużych rozmiarów plakat o treści: „*Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych*”, oraz napis o treści: „*Nasze Hity!!!*”, umieszczony na regale.

W trakcie kontroli apteki nie stwierdzono, aby okna oznakowane były napisami: „*Wyprzedaż*” oraz „*Promocja*”, a przed apteką nie były wystawione potykacze z cenami. W związku ze złożoną interwencją inspektorzy udali się również do Szpitala (...). Nie stwierdzono, aby na terenie ww. szpitala znajdowały się wizytówki przedmiotowej apteki, z informacją o udzielanym przez aptekę rabacie.

Odnosząc się do zarzutów zawartych w zawiadomieniu o podejrzeniu prowadzenia reklamy apteki, kontrolowany przedsiębiorca w trakcie kontroli wyjaśnił, iż dystrybucja na terenie miasta ulotek z informacją, że w aptece są ceny hurtowe, nigdy nie miała miejsca, a plakat o treści: „*Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych*”, znajdujący się w ekspedycji apteki, dotyczy wybranych suplementów OTC oraz kosmetyków i jest to akcja producentów połączona z obecnością w aptece hostessy.

Ponadto przedsiębiorca wskazał, iż w oknach nie są umieszczane informacje dotyczące cen leków czy suplementów, a informacja o cenie szczepionki (...) była umieszczona w oknie apteki przez okres około trzech dni w miesiącu (...), po czym została usunięta.

Przedsiębiorca wyjaśnił, iż potykacz, o którym mowa w zawiadomieniu, nie należy do apteki, apteka nie posiada wizytówek uprawniających do uzyskania rabatów, a cyt.: „*ogromne reklamy z napisem promocja wyprzedaż są wierutnym kłamstwem.*”

W dniu (...) do tutejszego inspektoratu wpłynęło pismo, w którym przedsiębiorca poinformował, iż plakat z napisem o treści: „*Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych*” został usunięty.

Z uwagi na fakt, iż działania polegające na zamieszczeniu w oknie izby ekspedycyjnej apteki plakatu o treści: „*Szczepionki p/grypie (..) zł*”, zamieszczeniu w izbie ekspedycyjnej apteki napisu „*Nasze Hity!!!*” oraz plakatu o treści: „*Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych*”, mogą naruszać zakaz prowadzenia reklamy aptek i ich działalności, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny pismem z dnia (...) zawiadomił przedsiębiorcę – (...), o wszczęciu z urzędu postępowania administracyjnego w sprawie podejrzenia naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy-Prawo farmaceutyczne. Jednocześnie strona została poinformowana o prawie do czynnego udziału w postępowaniu.

W piśmie przesłanym w dniu (...), doręczonym w dniu (...), Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny poinformował stronę o prawie do wypowiedzenia się przed wydaniem decyzji, co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań.

W dniu (...) do tutejszego inspektoratu wpłynęło pismo, w którym strona wskazała, iż w przedmiotowej aptece nie stwierdzono w dniu kontroli napisów o treści: „promocja” ani „wyprzedaż”, oraz że w oknach izby ekspedycyjnej nie było wywieszonych ulotek, informacji z nazwami produktów leczniczych lub suplementów diety oraz cen. W związku z powyższym, zdaniem strony, w przedmiotowej sprawie brak jest okoliczności pozwalających na sformułowanie wobec strony zarzutu naruszenia art. 94a ustawy-Prawo farmaceutyczne.

Po zapoznaniu się z całością zgromadzonego materiału dowodowego Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny stoi na stanowisku, że przedsiębiorca (...) poprzez zamieszczenie w oknie izby ekspedycyjnej apteki o nazwie „(...)” zlokalizowanej w (...), plakatu o treści: „Szczepionki p/grypie (...) zł”, zamieszczenie w izbie ekspedycyjnej ww. apteki napisu „Nasze Hity!!!” oraz plakatu o treści: „Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych”, naruszył art. 94a ust. 1 ustawy-Prawo farmaceutyczne.

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

Art. 94a ust. 1 ustawy-Prawo farmaceutyczne nie definiuje reklamy działalności aptek. W związku z powyższym, za zasadne należy uznać sięgnięcie 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 maja 2008r., sygn. akt VII SA/Wa 2215/07 LEX nr 477210, wyrok WSA z 20 września 2010r., 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 **jakiegokolwiek działanie 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 – np. 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 (vide wyrok WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008r., sygn. akt VII SA/WA 69/08).

Ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego wynika, że plakaty o treści: „Szczepionki p/grypie (...) zł”, „Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych”, oraz napis: „Nasze Hity!!!”, były eksponowane w oknie izby ekspedycyjnej lub

w samej ekspedycji apteki. Powyższe treści bezspornie stanowiły wyraźną zachętę do dokonania zakupów w tak reklamowanej aptece – sformułowania „*super promocja*”, „*leki w cenach hurtowych*”, „*nasze hity*” mają charakter czysto reklamowy i miały na celu zwrócenie uwagi pacjentów na określone grupy towarów. Zwiększona liczba pacjentów, zachęconych obietnicą niskich cen (hurtowych) mogła mieć wpływ na wzrost sprzedaży w aptece.

Podanie informacji o cenie produktu leczniczego poprzez umieszczenie plakatu „*Szczepionki p/grypie (...) zł*”, w oknie apteki, niewątpliwie miało na celu skłonienie do zakupu potencjalnych pacjentów – plakat był doskonale widoczny dla przechodniów.

W efekcie takie działania miały zdecydowany wpływ na dokonanie przez pacjenta wyboru apteki, w której zechce on dokonać zakupów, gdyż wyróżniały aptekę z grona innych aptek. Tym samym mogły przyczynić się do wzrostu poziomu sprzedaży, poprzez przyciągnięcie klientów do apteki.

Zgodnie z art. 105 § 1 ustawy-Kodeks postępowania administracyjnego, gdy postępowanie administracyjne z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części.

W trakcie kontroli przeprowadzonej w przedmiotowej aptece w dniu (...) nie stwierdzono, aby plakat o treści: „*Szczepionki p/grypie (...) zł*”, był wywieszony w oknie apteki. Zgodnie z wyjaśnieniami strony, plakat ten zamieszczony był w oknie przez okres około trzech dni (...) po czym został usunięty. Plakat o treści: „*Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych*”, który znajdował się w aptece w dniu kontroli, zgodnie z pisemnym wyjaśnieniem przedsiębiorcy, złożonym w dniu (...) został usunięty z izby ekspedycyjnej apteki. W związku z powyższym Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zdecydował o umorzeniu niniejszego postępowania w części dotyczącej nakazania stronie zaprzestania prowadzenia reklamy przedmiotowej apteki za pomocą ww. plakatów.

Wobec faktu, iż strona nie poinformowała o usunięciu z izby ekspedycyjnej apteki napisu „*Nasze Hity!!!*”, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny nakazał przedsiębiorcy w niniejszej decyzji zaprzestanie prowadzenia ww. działania reklamującego aptekę w (...). Decyzji w tym zakresie nadano rygor natychmiastowej wykonalności.

Zgodnie z art. 129b ust. 1 ustawy-Prawo farmaceutyczne, 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. Treść art. 129b ust. 2 ustawy-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 upoważniałyby wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego do zaniechania zastosowania kary administracyjnej w przypadku stwierdzenia, że naruszenie art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne miało miejsce, nawet jeżeli przedsiębiorca od naruszenia tego przepisu już odstąpił.

Ustalając wymiar kary pieniężnej za prowadzenie reklamy przedmiotowej apteki, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uwzględnił stopień, okres oraz okoliczności naruszenia ustawy, a także fakt, że jest to pierwsze naruszenie przez stronę przepisów

dotyczących zakazu prowadzenia reklamy aptek, stwierdzone przez Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego. Strona reklamowała swoją aptekę zamieszczając w oknie apteki plakat z informacją o cenie leku (...), a w ekspedycji plakat o treści: „*Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych*” oraz napis „*Nasze Hity!!!*”, przy czym dwa pierwsze plakaty, zgodnie z wyjaśnieniami strony zostały usunięte. W postępowaniu ustalono, że plakat z informacją o cenie szczepionki eksponowany był w oknie apteki, zgodnie z wyjaśnieniami strony, przez okres około trzech dni (...), po czym został usunięty. Strona poinformowała Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego o usunięciu z izby ekspedycyjnej plakatu o treści: „*Super Promocja w każdy wtorek leki pełnopłatne w cenach hurtowych*” w piśmie złożonym w dniu (...) a zatem plakat ten eksponowany był w aptece co najmniej przez okres około miesiąca, tj. od dnia kontroli – (...) do dnia (...) (data złożenia przez stronę pisma z informacją o usunięciu plakatu). Do dnia wydania niniejszej decyzji strona nie poinformowała o usunięciu z izby ekspedycyjnej apteki napisu: „*Nasze Hity!!!*”.

Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny stoi na stanowisku, iż użyte w treści plakatów sformułowania miały charakter reklamowy i niewątpliwie stanowiły zachętę dla pacjentów. Ponadto wyróżniały aptekę i wskazywały wprost, że ta apteka oferuje różne artykuły w atrakcyjnych, korzystnych dla pacjentów cenach. Podobną rolę spełniło wywieszenie w oknie apteki plakatu z informacją o cenie szczepionki (...) Napis „*Nasze Hity!!!*” zwraca uwagę pacjentów na wybrane artykuły i może skłaniać do ich zakupu.

Mając na uwadze powyższe ustalenia, organ wymierzył przedsiębiorcy karę pieniężną w wysokości (...) złotych (słownie (...)złotych). Wymierzona kara jest, zdaniem Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego, adekwatna do stopnia dokonanego naruszenia zakazu prowadzenia niedozwolonej reklamy apteki i jej działalności. Funkcjonowanie apteki, która jest placówką ochrony zdrowia publicznego, podlega szczególnemu nadzorowi oraz poddane jest licznym restrykcyjnym wymogom prawnym związanym z prowadzeniem obrotu detalicznego produktami leczniczymi, a od przedsiębiorcy prowadzącego aptekę wymagana jest znajomość przepisów regulujących ten rodzaj działalności gospodarczej, w tym również art. 94a ust. 1 ustawy-Prawo farmaceutyczne.

Należy wskazać, iż wymiar kary ma na celu nadanie jej roli prewencyjnej, która ma jednocześnie zapobiec ponownemu naruszeniu zakazu reklamy aptek i ich działalności. Ponadto kara musi być dotkliwa dla przedsiębiorcy, z uwagi na fakt pełnienia funkcji represyjnej, jednakże dolegliwość ta musi być możliwa do spełnienia.

Mając powyższe na uwadze zadecydowano jak wyżej.

Pouczenie

Od niniejszej decyzji służy stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego w Warszawie. Odwołanie należy wnieść za pośrednictwem Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Katowicach w terminie 14 dni od doręczenia decyzji.

Nałożoną karę należy uiścić w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna, na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Katowicach: NBP o/o Katowice 03 1010 1212 0051 2222 3100 0000.

Otrzymują:

1. adresat
2. a/a