

**Śląski Wojewódzki  
Inspektor Farmaceutyczny  
w Katowicach**

40-074 Katowice, ul. Raciborska 15

Katowice, 03.06.2016 r.

DNA.8521.29.2016

(...)

**DECYZJA**

Na podstawie art. 94a ust. 2 i 3, w związku z art. 108 ust. 4 pkt 7 litera b) oraz na podstawie 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 oraz 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 „(...)”, zlokalizowanej w (...)

- 1) **stwierdza naruszenie** przez przedsiębiorcę – (...) zakazu, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy-Prawo farmaceutyczne, poprzez wystawienie w oknie izby ekspedycyjnej powyższej apteki opakowań suplementów diety, oznakowanych ceną sprzedaży z napisem „*Super cena*” i **umarza niniejsze postępowanie w części dotyczącej nakazania ww. przedsiębiorcy zaprzestania prowadzenia powyższej reklamy apteki;**
- 2) na podstawie art. 129b ust. 1 i 2 ustawy-Prawo farmaceutyczne, nakłada na przedsiębiorcę (...), **karę pieniężną w wysokości (...)złotych (słownie (...)złotych).**

**Uzasadnienie**

W dniu (...). do tutejszego inspektoratu wpłynęło zawiadomienie (dane zawiadamiającego do wiadomości organu) o podejrzeniu prowadzenia reklamy apteki, polegającej na umieszczeniu w oknie izby ekspedycyjnej apteki ogólnodostępnej o nazwie „Apteka (...)”, zlokalizowanej w (...), produktów leczniczych wraz z cenami, pod którymi umieszczono napis „*Super cena*”. Ponadto w zawiadomieniu podano, iż w powyższej aptece wydawane są pacjentom gazetki. Do zawiadomienia dołączono zdjęcia przedstawiające budynek, w którym znajduje się apteka, zdjęcie okna apteki oraz trzy egzemplarze gazetek.

W związku z powyższym zawiadomieniem Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zdecydował o przeprowadzeniu w ww. aptece kontroli w zakresie postępowania wyjaśniającego. W trakcie kontroli stwierdzono, iż w oknie izby ekspedycyjnej umieszczono opakowania suplementów diety: (...). Opakowania te oznaczono ceną sprzedaży oraz napisem „*Super cena*”. Zgodnie z wyjaśnieniami przedsiębiorcy, złożonymi w trakcie kontroli, suplementy diety zostały wystawione w oknie apteki w (...) 2015r. W dniu kontroli, tj(...) opakowania suplementów wraz z oznakowaniem zostały usunięte z witryny okiennej.

W trakcie kontroli stwierdzono również, że w izbie ekspedycyjnej wyłożono trzy rodzaje gazetek, w których zamieszczono informacje o produktach leczniczych i suplementach diety wraz z cenami sprzedaży tych produktów. Z oświadczeń złożonych w trakcie kontroli przez

przedsiębiorcę wynikało, że gazetki stanowią reklamę produktów leczniczych prowadzoną na zlecenie podmiotów odpowiedzialnych. Z uwagi na fakt, iż w trakcie kontroli nie przedstawiono stosownych dokumentów, potwierdzających powyższe, przedsiębiorca zobowiązał się (w formie pisemnego oświadczenia) do dostarczenia dokumentów, związanych z powyższymi gazetkami, tj. umów lub zleceń podmiotów odpowiedzialnych. W dniach (...) do tutejszego inspektoratu wpłynęły pisma przedsiębiorcy, do których dołączono skany umów o współpracy oraz zleceń. Powyższe umowy i zlecenia zawarte zostały pomiędzy przedsiębiorcą prowadzącym przedmiotową aptekę a podmiotami odpowiedzialnymi (producentami) produktów leczniczych i suplementów diety, wymienionych w przedmiotowych gazetkach.

Dokonując analizy przesłanego materiału dowodowego oraz dokumentacji fotograficznej sporządzonej w trakcie kontroli przedmiotowej apteki stwierdzono, że w oknie izby ekspedycyjnej apteki znajdowały się opakowania suplementów diety oznakowane ceną sprzedaży oraz napisem „*Super cena*”.

Biorąc pod uwagę ustalenia kontroli przeprowadzonej w przedmiotowej aptece i złożone przez przedsiębiorcę wyjaśnienia oraz przesłane dokumenty, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uznał, że oznakowanie opakowań suplementów diety, wystawionych w oknie, ceną sprzedaży i napisem „*Super cena*” może naruszać zakaz prowadzenia reklamy aptek i ich działalności, i 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 przysługującym jej prawie do czynnego udziału w sprawie.

Pismem z dnia (...) 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 pełnomocnik strony złożył wyjaśnienia w sprawie. Z uwagi na fakt, iż do pisma nie dołączono pisemnego pełnomocnictwa ani dowodu uiszczenia opłaty skarbowej, pismem z dnia (...) Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wezwał stronę do przesłania pełnomocnictwa wraz z dowodem uiszczenia opłaty skarbowej. W dniu (...) wpłynęły pisma strony oraz pełnomocnika, przekazujące żądane dokumenty.

W piśmie złożonym w dniu (...) pełnomocnik strony wyjaśnił, iż (...) przedsiębiorca prowadzący przedmiotową aptekę, nie miała wpływu na opisane powyżej działania reklamujące aptekę, gdyż opakowania suplementów diety zostały umieszczone w oknie apteki, wraz z oznakowaniem ceną i napisem „*Super cena*”, przez jej pracownika bez jej zgody i wiedzy.

Ponadto, zdaniem pełnomocnika, należy odróżnić reklamę apteki, która jest zakazana, od reklamy produktów leczniczych, zatem działanie polegające na wystawieniu w oknie izby ekspedycyjnej apteki opakowań suplementów diety oznakowanych ceną sprzedaży z napisem „*Super cena*”, nie nosi znamion naruszenia art. 94a ustawy-Prawo farmaceutyczne.

Zdaniem pełnomocnika, opisane działania stanowiły dopuszczalną przez przepisy prawa reklamę produktów leczniczych i suplementów diety na terenie apteki, a wystawienie suplementu diety wraz z ceną nie odnosiło się do działalności samej apteki, ale miało na celu zachęcenie do nabywania konkretnego produktu.

Ponadto pełnomocnik wskazał, iż obniżki i promocje cenowe same w sobie nie są reklamą, lecz dozwolonym narzędziem handlowym, dlatego umieszczenie informacji o promocji w pomieszczeniu apteki nie może być uznane za jej reklamę, lecz za dopuszczalną formę

wsparcia sprzedaży. Informowanie o cenach w aptece jest nie tylko prawem, ale i obowiązkiem wynikającym z ustawy z dnia 9 maja 2014r. o informowaniu o cenach towarów i usług.

Pełnomocnik wskazał ponadto, iż witryna apteki znajduje się na parkingu oddalonym od głównej drogi o około 100 metrów i odbiorcami treści zamieszczonych w witrynie są klienci tej konkretnej apteki i nie można uznać zawartości witryny za informację reklamową dla ogółu obywateli. Pełnomocnik wyjaśnił, że witryna apteki ma swoją stronę wewnętrzną widoczną dla klientów przebywających wewnątrz apteki i to dla nich przeznaczona była informacja o cenach. Zdaniem pełnomocnika, umieszczenie produktu z wyeksponowaną ceną nie zawierało informacji wskazującej, iż dokonanie zakupu w tej danej aptece jest korzystniejsze od zakupu w innej aptece.

Po zapoznaniu się z całością zgromadzonego materiału dowodowego Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny stoi na stanowisku, że przedsiębiorca – (...) poprzez umieszczenie w oknie izby ekspedycyjnej apteki opakowań suplementów diety oznaczonych ceną sprzedaży i napisem „*Super cena*”, naruszyła 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 **jakikolwiek 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 opakowania suplementów diety, wystawione w oknie izby ekspedycyjnej, oznakowane były ceną sprzedaży, a ponadto napisem „*Super cena*”. Takie działanie bezspornie miało charakter reklamowy, gdyż stanowiło bezpośrednią zachętę dla odbiorcy takiego przekazu do dokonania zakupu w aptece. Uwidocznienie cen sprzedaży tak, aby były widoczne dla przechodniów oraz dodatkowe wzmocnienie przekazu poprzez użycie sformułowania „*Super cena*”, niewątpliwie miało na celu przyciągnięcie do apteki potencjalnych klientów (pacjentów).

Odnosząc się do wyjaśnień pełnomocnika strony złożonych w toku postępowania, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w pierwszej kolejności wskazuje, że 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. Przedsiębiorca zatem musi prowadzić aptekę zgodnie z obowiązującymi przepisami i żadne działanie dotyczące apteki nie może dokonywać się bez jego wiedzy i zgody.

Nie można zgodzić się ze stanowiskiem pełnomocnika strony, iż działanie polegające na wystawieniu w oknie izby ekspedycyjnej apteki opakowań suplementów diety oznakowanych ceną sprzedaży z napisem „*Super cena*”, nie nosi znamion naruszenia art. 94a ustawy-Prawo farmaceutyczne, gdyż zdaniem pełnomocnika, stanowiły one dopuszczalną przez przepisy prawa reklamę produktów leczniczych i suplementów diety na terenie apteki. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy-Prawo farmaceutyczne regulują zasady prowadzenia reklamy produktów leczniczych i zgodnie z dyspozycją art. 60 ust. 1 ww. ustawy, reklama produktu leczniczego może być prowadzona wyłącznie przez podmiot odpowiedzialny lub na jego zlecenie. Pomijając fakt, iż opisane działania reklamujące aptekę dotyczyły suplementów diety (a nie leków), strona nie przedstawiła żadnych dokumentów, wskazujących, że wystawienie w oknie apteki suplementów diety wraz z ceną i oznakowaniem napisem „*Super cena*”, zostało zleczone przez producenta lub dystrybutora przedmiotowych produktów.

Ponadto, sposób uwidaczniania cen towarów i usług reguluje ustawa o informowaniu o cenach towarów i usług oraz wydane na jej podstawie rozporządzenia. Zgodnie z art. 4 ust. 1 powyższej ustawy, w przypadku obniżki ceny uwidacznia się także informacje o przyczynie obniżki ceny. Pełnomocnik strony podniósł, iż informowanie o cenach w aptece jest obowiązkiem wynikającym z ww. przepisów, jednak sposób w jaki strona eksponowała w aptece ceny suplementów diety (ceny wystawione w oknie wraz z napisem o treści „*Super cena*”) nie spełniał wymogów ustawy, na którą pełnomocnik się powołuje. Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zwraca uwagę, że dyspozycja art. 94a ust. 1 zdanie drugie, wyraźnie i jednoznacznie wskazuje, że nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki. Taki zapis oznacza, że każda informacja, w tym informacja o cenie danego produktu w danej aptece, która nie jest informacją o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego, jest reklamą.

Wyjaśnienia pełnomocnika, iż wystawienie suplementów diety w witrynie apteki, oznakowanych ceną i hasłem „*Super cena*”, w sposób doskonale widoczny z zewnątrz, skierowane było do pacjentów przebywających wewnątrz apteki, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uznaje za mało wiarygodne.

Ponadto, nie można się zgodzić ze stanowiskiem pełnomocnika, iż umieszczenie produktu z wyeksponowaną ceną nie zawierało informacji wskazującej, że dokonanie zakupu w tej aptece jest korzystniejsze niż w innej. Sam fakt umieszczenia w witrynie okiennej opakowań

artykułów dostępnych w aptece, oznakowanych ceną sprzedaży, świadczy o chęci poinformowania o cenach większej liczby odbiorców, niż tylko pacjentów, którzy w aptece się znajdują. Użycie zaś sformułowania „*Super cena*” podkreśliło wyjątkowość proponowanych cen.

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 przedmiotowej apteki opakowania suplementów diety zostały usunięte z witryny okiennej. W toku niniejszego postępowania nie stwierdzono, aby strona po przeprowadzonej kontroli apteki, prowadziła działania polegające na eksponowaniu w witrynie okiennej apteki produktów oznaczonych cenami lub innymi napisami. Z związku z powyższym Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uznał, że niniejsze postępowanie należy umorzyć w części dotyczącej nakazania stronie zaprzestania prowadzenia wyżej opisanej reklamy apteki.

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.

W niniejszym postępowaniu potwierdzono prowadzenie przez stronę reklamy przedmiotowej apteki poprzez wystawienie w witrynie okiennej opakowań suplementów diety oznakowanych ceną sprzedaży i napisem „*Super cena*”. Ustalając wymiar kary Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uwzględnił stopień, okres oraz okoliczności naruszenia ustawy.

Z wyjaśnień złożonych przez stronę w trakcie kontroli apteki oraz ustaleń tejże wynika, że eksponowanie ww. produktów w oknie apteki miało miejsce od (...) 2015r. do dnia (...) 2016r. (w tym dniu produkty wraz z oznakowaniem zostały przez stronę usunięte), a zatem suplementy diety oznakowane jak wyżej, były wystawione przez okres około jednego miesiąca. Niewątpliwie, opisany wyżej sposób eksponowania towarów dostępnych w aptece miał na celu skłonienie do zakupu większego grona potencjalnych pacjentów – produkty oznakowane ceną i napisem „*Super cena*” były widoczne z zewnątrz dla przechodniów.

Ustalając wymiar kary Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wziął również pod uwagę fakt, że jest to pierwsze naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów dotyczących zakazu prowadzenia reklamy aptek, stwierdzone przez Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego,

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. 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