



DOLNOŚLĄSKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY
WE WROCŁAWIU

POLECONY
WYMERZENIEM ODBIORU

Wrocław, 29.03.2012r.

WIF-WR-I.8523.14.2012

WOJEWÓDZKI INSPEKTORAT FARMACEUTYCZNY WE WROCŁAWIU	
02.04.2012	
WPLYNEŁO	WYSŁAŻONE
L. dz.	L. dz.
DECYZJA	

o umorzeniu postępowania

Na podstawie art. 105§ 1 Kodeksu Postępowania Administracyjnego (tj. Dz. U. 2000r Nr 98, poz. 1071 ze zm.)

postanawiam

umorzyć postępowanie administracyjne w sprawie prowadzenia przez przedsiębiorcę
..... 1 prowadzącego aptekę o nazwie: ,
..... niedozwolonej reklamy apteki i jej działalności poprzez umieszczenie w witrynie apteki plakatów informujących o cenach suplementów diety oraz możliwości odbioru nagrody za zakup .

Uzasadnienie

Dnia 24 stycznia 2012r. wpłynęło do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego we Wrocławiu pismo od kierownika Delegatury dotyczące prowadzenia niedozwolonej reklamy przez aptekę W załączeniu przesłano wydruki reklam umieszczonych w witrynach okiennych w/w apteki.
Dnia 25.01.2012r. Dolnośląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny przesłał do przedsiębiorcy prowadzącego aptekę tj: : zawiadomienie (znak sprawy: WIF-WR-I.8523.14.2012) o wszczęciu postępowania administracyjnego w sprawie naruszenia art. 94 a Ustawy z dnia 6 września 2001r.-Prawo Farmaceutyczne -(tekst jednolity z 2008r. Dz.U. Nr 45 poz. 271 z póź. zm.) polegającego na prowadzeniu przez aptekę , niedozwolonej reklamy działalności apteki, tj. umieszczeniu w witrynie apteki plakatów informujących o cenach suplementów diety, oraz możliwości odbioru nagrody za zakup Jednocześnie wezwano Stronę do udziału w toczącym się postępowaniu, składania wyjaśnień, wniosków i dowodów.
Strona nie wypowiedziała się w sprawie.

Dnia 02.03.2012r. Dolnośląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny we Wrocławiu na podstawie art.10§1 KPA zawiadomił stronę o zamiarze zakończenia prowadzonego postępowania wszczętego dnia 25.01.2012r.- w sprawie niedozwolonej reklamy działalności apteki

W zawiadomieniu poinformowano stronę o możliwości wypowiedzenia się co do zebranego materiału dowodowego w terminie do dnia 11 marca 2012r.

Dnia 07.03.2012r. wpłynęło do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego we Wrocławiu pismo od kierownika Delegatury informujące, iż w dniu 29.02.2012r, przeprowadzono lustrację witryn apteki i stwierdzono, że przeszklone witryny okienne apteki są pozbawione materiałów reklamowych.

Dnia 12.03.2012r. wpłynęło do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego we Wrocławiu pismo od kierownika apteki

informujące, iż apteka nie prowadzi żadnej działalności niezgodnej z prawem farmaceutycznym. Plakaty umieszczone w witrynach okiennych apteki nie były celowym działaniem, lecz stanowiły niedopatrzenie ze strony kierownika apteki i po rozmowie z kierownikiem Delegatury w zostały usunięte z witryn apteki.

Przepis art. 94a ust. 1 stanowi, że zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. Jak wynika z powyższego, w odróżnieniu od art. 52 dotyczącego reklamy produktu leczniczego, przepis ten nie zawiera legalnej definicji reklamy apteki i działalności aptek, konieczne jest więc odwołanie się do wykładni językowej. W definicjach zawartych w publikacjach słownikowych reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług ("Wielki Słownik Wyrazów Obcych" pod redakcją M. Bańki, wyd. PWN, Warszawa 2003 r.). Reklamą działalności apteki będzie więc zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonywania zakupów w tej aptece.

Formy reklamy mogą być różnorodne, są to np. plakaty, ulotki, spoty w telewizji, billboardy. Istotnym elementem reklamy jest zamiar wywołania określonej reakcji u potencjalnych klientów. Przytoczona definicja reklamy w zestawieniu z definicją apteki, zawartą w ustawie Prawo farmaceutyczne w art. 86, pozwala na przyjęcie, że reklamą apteki i działalności apteki jest działanie polegające na zachęcaniu potencjalnych klientów do dokonywania zakupu produktów leczniczych w konkretnej aptece lub punkcie aptecznym. Zauważyć trzeba, że art. 94a nie definiuje katalogu działań, które nie stanowiłyby reklamy apteki oraz działalności apteki. Przepis ten jedynie określa, iż nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. Dlatego też za reklamę apteki oraz działalności apteki należy uznać każde działanie, skierowane do publicznej wiadomości, niezależnie od sposobu i metody jego przeprowadzenia oraz środków użytych do jego realizacji, jeśli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów oferowanych w danej aptece.

W tym stanie rzeczy, po dokonaniu analizy zebranych w sprawie dokumentów nie stwierdzono obecnie naruszeń stanowiących podstawę wszczętego postępowania administracyjnego

Mając powyższe na uwadze zgodnie z dyspozycją art. 105 § 1KPA postanowiono jak w sentencji.

Od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego za pośrednictwem Dolnośląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego we Wrocławiu w terminie 14-tu dni od daty otrzymania.



Otrzymują:

1. strona
2. a/a

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