



DOLNOŚLĄSKI WOJEWÓDZKI  
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY  
WE WROCŁAWIU

WOJEWÓDZKI INSPEKTORAT FARMACEUTYCZNY  
we Wrocławiu

11. 01. 2013 Wrocław, 10.01.2013r.

WPEŁYNIŁO L. dz. 20	WYSŁAÑO L. dz.
------------------------	-------------------

WIF-WR-I.8523.7.2012

**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:  
niezgodnej z przepisami prawa reklamy  
apteki oraz jej działalności poprzez umieszczenie w aptece o nazwie  
przy ulotki zawierającej wyciąg z cennika, w którym  
umieszczone są obniżone ceny refundowanych produktów leczniczych i wyrobów  
medycznych a także sugerowane ceny leków pełnopłatnych zarejestrowanych w kategorii  
dostępności Rp lub OTC oraz informacją o możliwości współpracy z Fundacją o nazwie  
w celu zakupu leków w najniższych cenach

**Uzasadnienie**

DWIF zawiadomieniem z dnia 20.01.2012r wszczął postępowanie administracyjne w sprawie  
prowadzenia przez aptekę niedozwolonej reklamy apteki o nazwie: położonej  
przy ul. i jej działalności polegającej na umieszczaniu w  
aptece o nazwie ulotki zawierającej  
wyciąg z cennika, w którym umieszczone są obniżone ceny refundowanych produktów  
leczniczych i wyrobów medycznych a także sugerowane ceny leków pełnopłatnych  
zarejestrowanych w kategorii dostępności Rp lub OTC oraz informacja o możliwości  
współpracy z Fundacją o nazwie w celu zakupu leków w najniższych cenach.

Dnia 28.02.2012r Inspektor farmaceutyczny dokonał lustracji działalności apteki pod kątem

reklamy stanowiącej przedmiot wszczętego postępowania administracyjnego w wyniku czego stwierdził iż w aptece znajduje się gazetka zawierająca produkty lecznicze z sugerowaną ceną.

Dnia 02.03.2012r DWIF na podstawie art.10§1 KPA zawiadomił stronę o zamiarze zakończenia prowadzonego postępowania wszczętego dnia 20.01.2012r- w sprawie naruszenia art. 94a ust 1 ustawy prawo farmaceutyczne

Dnia 16.03.2012r wpłynęło pismo pełnomocnika strony – wraz z pełnomocnictwem o przedłużenie terminu do wypowiedzenia się przez stronę co do zebranych w sprawie dowodów i twierdzeń. Dnia 27.03.2012r DWIF przedłużył stronie termin do zapoznania , wypowiedzenia stroną co do zebranych w sprawie dowodów i twierdzeń do dnia 10 .04.2012r.

Dnia 27.03.2012r wpłynęło do DWIF zawiadomienie wraz ze zdjęciem o naruszeniu przez art. 94a prawa farmaceutycznego poprzez umieszczenie w drzwiach izby ekspedycyjnej apteki plakatu o treści „

Dnia 29.03.2012r DWIF wezwał pełnomocnika strony do złożenia wyjaśnień dotyczących umieszczenia w drzwiach izby ekspedycyjnej „  
„ la plakatu o treści „ MAMY NAJTAŃSZE ODPOWIEDNIKI DROGICH LEKÓW”.

Dnia 27.04.2012r DWIF na podstawie art.10§1 KPA zawiadomił pełnomocnika strony o zamiarze zakończenia prowadzonego postępowania wszczętego dnia 20.01.2012r .- w sprawie naruszenia art. 94a ust 1 ustawy prawo farmaceutyczne.

Dnia 16.05.2012r DWIF w związku z brakiem odpowiedzi pełnomocnika strony na wezwanie z dnia 29.03.2012r tym razem wezwał stronę do złożenia wyjaśnień dotyczących umieszczenia w drzwiach izby ekspedycyjnej „  
„ plakatu o treści „ MAMY NAJTAŃSZE ODPOWIEDNIKI DROGICH LEKÓW”.

Dnia 28.06.2012r DWIF na podstawie art.10§1 KPA zawiadomił stronę oraz jej pełnomocnika o zamiarze zakończenia prowadzonego postępowania wszczętego dnia 20.01.2012r .- w sprawie naruszenia art. 94a ust 1 ustawy prawo farmaceutyczne przez aptekę o nazwie ,  
prowadzoną przez przedsiębiorcę: .1. W zawiadomieniu poinformowano stronę o możliwości wypowiedzenia się co do zebranego materiału dowodowego w terminie 7 dni od daty otrzymania niniejszego zawiadomienia.

Strona nie skorzystała z przysługującego jej uprawnienia.

Dnia 19.10.2012r Inspektor farmaceutyczny dokonał lustracji działalności apteki pod kątem reklamy stanowiącej przedmiot wszczętego postępowania administracyjnego w wyniku czego stwierdził usunięcie plakatu z drzwi izby ekspedycyjnej

plakatu o treści „MAMY NAJTAŃSZE ODPOWIEDNIKI DROGICH LEKÓW” oraz usunięcie z apteki wszelkich cech reklamy apteki i jej działalności.

DWIF we Wrocławiu zważył, co następuje:

Zgodnie z brzmieniem art. 94a ust. 1, 2 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. Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego. W razie stwierdzenia naruszenia wyżej wymienionego przepisu Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny nakazuje w drodze decyzji zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy.

Z uwagi na fakt, że ustawa Prawo farmaceutyczne nie zawiera legalnej definicji reklamy posłużyć się należy w tym względzie definicją zawartą w wydanych opracowaniach słownikowych a także orzecznictwem sądów administracyjnych. I tak według Słownika Wyrazów Obcych Wydawnictwo Naukowe PWN 1996, za reklamę należy rozumieć rozpowszechnianie informacji o danych towarach, ich zaletach, wartości, miejscach i możliwościach nabycia... za pomocą plakatów, ogłoszeń w prasie, radiu i w telewizji stanowiące zachętę do nabywania towarów lub korzystania z określonych usług.

Podobna definicja zawarta jest w Małym Słowniku Języka Polskiego Wydawnictwo Naukowe PWN 1996. Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem sądów administracyjnych, wydanym wprawdzie pod rządami przepisu art. 94a ust.1 ustawy Prawo farmaceutyczne obowiązującego do dnia 31.12.2011r.

- za reklamę 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 leczniczych i wyrobów medycznych oferowanych w danej aptece (wyrok WSA w Warszawie z 14.05.2008r. sygn. akt VII SA/Wa 2215/07),
- reklamą działalności apteki jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług. (wyrok WSA w Warszawie z 6.03.2008r. sygn. Akt VII SA/Wa 2216/07),

- reklamą może być każde działanie skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych w niej oferowanych (wyrok WSA w Warszawie z 1.02.2008r. sygn. akt VII SA/Wa 1960/07),
- reklamą działalności apteki jest każde działanie, każda jej działalność niezależnie od formy i metody jej przeprowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków, jeśli celem tej działalności jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych w danej aptece lub punkcie aptecznym (wyrok WSA w Warszawie z dn. 22.11.2007r. sygn. akt VII SA/WA 1661/07),
- reklamą jest każda wypowiedź skierowana do potencjalnych konsumentów, odnosząca się do towarów, usług, a także przedsiębiorcy oferującego towary lub usługę mającą na celu zachęcenie i skłonienie adresatów do nabywania towarów lub korzystania z usług – wyrok SN z 26.01.2006r. sygn. akt V CSK 83/05.

Podstawowym elementem reklamy, zgodnie z opinią sądu (wyrok WSA w Warszawie z 1.02.2008r. sygn. Akt VII SA/Wa 1960/07) jest zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu produktu leczniczego lub wyrobu medycznego w konkretnej aptece, niezależnie od formy i metody jej przeprowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków, jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży ww. produktów w danej aptece lub punkcie aptecznym. Reklama może przyjmować różnorodne formy: plakatów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów czy gazetek. Istotnym elementem reklamy jest zamiar wywołania określonej reakcji potencjalnych klientów. Reasumując należy stwierdzić, że reklamą jest każdego rodzaju działanie zachęcające do nabycia oferowanych przez aptekę towarów i które w taki sposób jest odbierane przez pacjentów. Za działania reklamowe winny być uznane wszystkie te działania, których zamierzonym celem jest pozyskanie nowych lub zatrzymanie „starych klientów”. Na gruncie obecnie obowiązującego art. 94a ust. 1 ustawy Prawo Farmaceutyczne należy stwierdzić, że reklamą apteki jest wszystko to, co nie jest informacją o lokalizacji i godzinach pracy apteki. I nie ma tutaj znaczenia czy jest ona skierowana do publicznej wiadomości. Za szerokim rozumieniem reklamy przemawia fakt, że ustawodawca nie zawarł w art. 94a ust. 1 ustawy Prawo Farmaceutyczne żadnych wyłączeń, w przeciwieństwie do definicji reklamy produktu leczniczego o jakim mowa w art. 52 tejże ustawy.

DWIF we Wrocławiu mając powyższe na uwadze oraz zgromadzony materiał dowodowy ustalił, iż apteka o nazwie „położona w ...” prowadzona przez przedsiębiorcę: ... nie

proceeds already activities being the subject of this procedure. Above was confirmed by the pharmaceutical inspector with the inspection of the pharmacy premises on 19.10.2012. From these considerations there are grounds for the termination of the administrative procedure with regard to the lack of the subject of the procedure. In accordance with the judgment of the Supreme Administrative Court of 21 June 2006, sygn.akt I OSK 967/05: "Stosownie do dyspozycji art. 105 § 1 KPA bezprzedmiotowość postępowania ma miejsce w sytuacji, gdy istnieją okoliczności, czyniące wydanie decyzji administracyjnej prawnie niemożliwym z uwagi na brak przedmiotu postępowania. Tym przedmiotem jest zaś konkretna sprawa, w której organ administracji państwowej jest władny i jednocześnie zobowiązany rozstrzygnąć na podstawie przepisów prawa materialnego o uprawnieniach lub obowiązkach indywidualnego podmiotu. Postępowanie w takiej sprawie staje się bezprzedmiotowe, jeżeli braknie któregoś z elementów tego stosunku materialnoprawnego. Tym samym, sprawa administracyjna jest bezprzedmiotowa w rozumieniu art. 105 § 1 KPA wtedy, gdy nie ma materialnoprawnych podstaw do władczej, w formie decyzji administracyjnej ingerencji organu administracyjnego. Wówczas jakiegokolwiek rozstrzygnięcie merytoryczne pozytywne, czy negatywne staje się prawnie niedopuszczalne."

In this state of affairs, having the above on mind it was decided as in the sentence.

From this decision an appeal is allowed to the Chief Pharmaceutical Inspector with the mediation of the Lower Silesian Voivodeship Pharmaceutical Inspector in Wrocław within 14 days from the date of receipt.



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

Otrzymują:

- 1.
2. a/a