

KOMUNIKAT W SPRAWIE UCZESTNICTWA APTEK W PROGRAMIE „KARTY DUŻEJ RODZINY”

W związku z ofertami składanymi przez terenowe organy administracji publicznej, proponującymi aptekom uczestnictwo w programie „Karty Dużej Rodziny”, biuro OIA przedstawia poniżej informacje otrzymane z Biura Ministra Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej dotyczące konsekwencji uczestnictwa aptek w powyższym programie.

Biuro OIA w Białymstoku

Korespondencja z dnia 28 sierpnia 2014r.

Nawiązując do rozmowy telefonicznej przesyłam informacje, jakie udało mi się zebrać odnośnie do zakazu reklamy aptek.

Poniżej odpowiedź udzielona na pytania dziennikarki p. Klary Klingier.

W odpowiedzi na zapytanie z dnia 19 sierpnia 2014 r. dotyczące reklamy aptek, Główny Inspektor Farmaceutyczny informuje, iż zgodnie z art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2008 r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.): *„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 brzmienia powyższego przepisu brak jest legalnej definicji reklamy aptek, a ustawodawca wskazuje jedynie co nie jest reklamą. Wyprowadzając definicję reklamy należy zatem sięgnąć do orzecznictwa w tym zakresie. W wyroku z dnia 10 grudnia 2012 r. (sygn. akt VI SA/Wa 1756/12), czyli wydanego po wprowadzeniu całkowitego zakazu reklamy, w brzmieniu obowiązującym aktualnie, Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie stwierdził, że: *„(...) reklamą apteki, jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów lub skorzystania z określonych usług. Reklama może przyjmować różne formy, w szczególności: hasła, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów czy gazetek. Za reklamę apteki zostały również uznane czynności polegające na wręczaniu bonów rabatowych, umieszczanie obok nazwy apteki „niskie ceny”, „wysokie rabaty”. (...) Ponadto na gruncie art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne za reklamę apteki i jej działalności uznaje się każde działanie poza informowaniem o lokalizacji i godzinach pracy apteki.”.*

W wyrokach Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie (z 24 stycznia 2013 r., sygn. akt VI SA/Wa 1908/12, z 17 grudnia 2007 r. sygn. akt VII SA/Wa 1707/07, z 6 marca 2008 r. sygn. akt VII SA/Wa 2216/07, z 14 maja 2008 r. sygn. akt VII SA/Wa 2215/07, z 20 września 2010 r., sygn. akt VI SA/Wa 838/10) wskazano, że: „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, jeżeli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych oferowanych w danej aptece.”

Wynika z powyższego, że reklamą działalności apteki jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do skorzystania z usług konkretnej apteki.

Uczestnictwo w programie „Karta Dużej Rodziny” jest niczym innym jak zachętą do skorzystania z usług apteki będącej partnerem tego projektu. Udział w przedmiotowym programie jest przejawem promocji przedsiębiorcy, który poprzez uczestnictwo w tym programie oczekuje długoterminowych korzyści dla prowadzonej przez siebie działalności. Działania mające na celu niesienie pomocy dla rodzin wielodzietnych nie mogą ani naruszać obowiązującego prawa ani też zmierzać do jego obejścia. Przedsiębiorcy mogą niejako „przy okazji” uczestniczenia jako partner we wskazanym programie prowadzić niedozwoloną reklamę apteki. Takie działanie w opinii Głównego Inspektora Farmaceutycznego stanowi naruszenie art. 94a ustawy – Prawo farmaceutyczne.

Z wyrazami szacunku
Agnieszka Środa
Biuro Ministra
Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej
tel. 66 11 611 fax 661 13 36