

MINISTERSTWO ZDROWIA

Departament
Polityki Lekowej i Farmacji
MZ-PLO-024-15186-1/DR/12

Warszawa, dn.

2012-05-21

OIA - Współpraca
z Sankcją NIFA
Dok. Inkeracji
B. Janosik

WYGI SZCWD
Wpłynęło dn. 23.05.2012r.
L. dz. 1389/2012
Podpis Pajon

Pan

Grzegorz Kucharewicz

Prezes Naczelnej Izby Aptekarskiej

Szanowny Panie Prezesie,

W odpowiedzi na Państwa pismo w sprawie gazetki „Zdrowie w pigułce”, znak: (P-79/2012) uprzejmie informuję co następuje.

Na wstępie należy wskazać, iż zasadnicze znaczenie dla przedmiotowego zagadnienia ma specyfika obszaru, jakim jest rynek produktów leczniczych. Wymusza ona wprowadzanie pewnych ograniczeń, uzasadnionych koniecznością zapewnienia bezpieczeństwa stosowania tych produktów, a tym samym ochrony życia i zdrowia ludzkiego.

Dokonanie oceny, czy prezentowany przez Państwa materiał (gazetka), może stanowić próbę obejścia przepisów ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo Farmaceutyczne (Dz. U. z 2008 r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.) będzie możliwe dopiero po przeprowadzeniu stosownego postępowania administracyjnego, które nie leży w gestii Ministra Zdrowia.

W świetle art. 94 a ust. 1 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.”

Reklamę produktu leczniczego definiuje art. 52 ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne. Zgodnie z tym przepisem reklamą produktu leczniczego jest *działalność polegająca na informowaniu lub zachęcaniu do stosowania produktu leczniczego, mająca na celu zwiększenie: liczby przepisywanych recept, dostarczania, sprzedaży lub konsumpcji produktów leczniczych.*

Należy wskazać, iż istotnie brak jest legalnej (ustawowej) definicji reklamy apteki. Mając jednak na uwadze treść w/w przepisów można uznać za reklamę apteki wszelkie działania o charakterze zachęty do dokonywania zakupu usług farmaceutycznych w konkretnej aptece lub punkcie aptecznym.

Definicję apteki wprowadza też orzecznictwo sądów administracyjnych.

W świetle wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 14 maja 2008 r. (sygn. akt VII SA/Wa 2215/07) „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.” Powyższa definicja powstała w oparciu o wykładnię językową.

W podobnym duchu wypowiedział się Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z dnia 20 września 2010 r. sygn. akt VI SA/Wa 838/10, w którym stwierdził, że „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 mającą na celu zwiększenie ich sprzedaży. Taki właśnie charakter posiadają foldery sieci aptek.”

Odnosząc się natomiast do Państwa pytania, informuję co następuje:

Przy założeniu, iż reklama apteki bądź jej działalności polega na zachęcaniu potencjalnych klientów do dokonywania zakupu usług farmaceutycznych w konkretnej aptece lub punkcie aptecznym, prezentowana gazetka może stanowić niedozwoloną reklamę z art. 94 a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne. Rozstrzygnięcie w tej kwestii należy jednak do wojewódzkich inspektorów farmaceutycznych, którzy (zgodnie z art. 94a ust. 2 ustawy Prawo Farmaceutyczne) prowadzą nadzór nad reklamą aptek i ich działalnością, w oparciu o przepisy kpa indywidualnie oceniając materiały rozpowszechniane przez aptekę pod kątem ich zgodności z obowiązującym prawem.

Dodatkowo należy wskazać, że reklama produktów leczniczych wydawanych bez recepty, o ile nie jest ona zakamuflowaną formą reklamy apteki prowadzoną na jej terenie, jest dozwolona. Reklama ta musi jednak spełniać przesłanki wynikające z ustawy Prawo farmaceutyczne oraz rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 21 listopada 2011 r. w sprawie reklamy produktów leczniczych (Dz. U. 2008 nr 210 poz.132)

Z poważaniem

ZASTĘPCA DYREKTORA
Departamentu Polityki Lekowej
i Farmacji
Wojciech Gładziak