



Warszawa, dnia 09.01.2020 r.

Główny Inspektor Farmaceutyczny
Paweł Piotrowski

POD.502.1.2020.MPIE.1

DECYZJA

Na podstawie art. 34 ust. 5 i 16 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2019 r. poz. 1292), w związku z art. 94a ust. 1 i art. 129b ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2019 r. poz. 499 ze zm.) oraz art. 104 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2018 r. poz. 2096 ze zm.; dalej „k.p.a.”),

GLÓWNY INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

po rozpatrzeniu wniosku – dotyczącego wydania interpretacji przepisów ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne, z których wynika obowiązek świadczenia przez przedsiębiorcę daniny publicznej w jego indywidualnej sprawie, w związku z planowaną działalnością gospodarczą, polegającą na: świadczeniu usług pozycjonowania w wyszukiwarce internetowej, strony internetowej apteki, punktu aptecznego lub innej strony internetowej, za pośrednictwem której sprzedawane są produkty lecznicze lub wyroby medyczne,

udziela interpretacji odnośnie działalności opisanej powyżej.

Opisana przez Wnioskodawcę (planowana) działalność polegająca na świadczeniu usług pozycjonowania w wyszukiwarce internetowej, strony internetowej apteki, punktu aptecznego lub innej strony internetowej, za pośrednictwem której sprzedawane są produkty lecznicze lub wyroby medyczne, w ocenie Głównego Inspektora Farmaceutycznego nie będzie naruszała zakazu reklamy aptek i ich działalności, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne, o ile powyższymi działaniami nie towarzyszy prezentacja treści zachęcających w jakikolwiek sposób do korzystania z usług konkretnej apteki.

UZASADNIENIE

..... –pismem z dnia 25 września 2019 r., zwróciła się z wnioskiem o wydanie interpretacji przepisów ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne, w związku z planowaną działalnością.

Wnioskodawca przedstawił schemat planowanej działalności w następujący sposób:

Wnioskodawca jest przedsiębiorcą, który świadczy drogą elektroniczną szeroko rozumiane usługi internetowe. W ramach świadczonych usług, Wnioskodawca zajmuje się między innymi czynnościami pozycjonowania stron internetowych w wyszukiwarkach internetowych (dalej „Wyszukiwarka” lub „Wyszukiwarki”) np. w wyszukiwarce internetowej Google.

Pozycjonowanie stron internetowych stanowi zespół czynności technicznych mających na celu poprawę kolejności wyświetlania informacji na temat strony internetowej w określonej Wyszukiwarce. Dzięki pozycjonowaniu, po wpisaniu do Wyszukiwarki szukanego hasła, użytkownik łatwiej dowiaduje się o lokalizacji danej strony internetowej, gdyż informacje na jej temat zostaną wyświetlone przed informacjami na temat stron, które nie są pozycjonowane (na przykład na pierwszej stronie Wyszukiwarki).

Do Wnioskodawcy zwracają się z zapytaniami o zawarcie umów w zakresie pozycjonowania stron internetowych w Wyszukiwarkach apteki lub inne podmioty zajmujące się sprzedażą produktów leczniczych lub wyrobów medycznych.

Wnioskodawca zajął następujące stanowisko w sprawie:

usługa pozycjonowania stron internetowych aptek, punktów aptecznych lub innych stron, za pośrednictwem których są sprzedawane produkty lecznicze nie narusza zakazu reklamy określonego w art. 94a ust. 1 i 1 a ustawy - Prawo farmaceutyczne.

Główny Inspektor Farmaceutyczny po zapoznaniu się z przedstawionym stanem faktycznym oraz stanowiskiem Wnioskodawcy, dokonał następującej analizy:

Przepis art. 94a ust. 1 ustawy z 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne stanowi, że reklama aptek i ich działalności jest zabroniona, wskazując jednocześnie, że spod powyższego zakazu wyłączona jest jedynie informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki. Przepisy nie definiują wprost pojęcia „reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności”, stąd sposób jego rozumienia został wypracowany z pomocą orzecznictwa Sądów Administracyjnych.

W wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego z 27.08.2014 r., sygn. akt: II GSK 1000/13, wskazano, że art. 52 ustawy z 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne definiuje reklamę produktu leczniczego: *„Reklamą produktu leczniczego jest działalność polegająca na informowaniu lub zachęcaniu do stosowania produktu leczniczego, mająca na celu zwiększenie: liczby przepisywanych recept, dostarczenia, sprzedaży lub konsumpcji produktów leczniczych.”*

Przyjąć należy, że racjonalny ustawodawca posługuje się na gruncie danej ustawy jednakowo brzmiącymi terminami w takim samym znaczeniu, o ile sam nie wskaże inaczej. W konsekwencji, reklamą (jako taką) jest działalność sprzedawcy polegająca na informowaniu lub zachęcaniu do określonego zachowania się nabywcy, mająca na celu zwiększenie jego obrotów.

W przypadku reklamy produktu leczniczego będzie to zachęcanie do stosowania tego produktu, natomiast w przypadku reklamy apteki lub jej działalności będzie to zachęcanie do korzystania z jej usług.

Zwiększeniem obrotów sprzedającego będzie w przypadku reklamy produktu leczniczego zwiększenie liczby przepisywanych recept, dostaw, sprzedaży lub konsumpcji produktów leczniczych, zaś w przypadku reklamy apteki lub jej działalności będzie to zwiększenie liczby przeprowadzanych przez nią transakcji lub ich wartości.

W wyroku z 10.12.2012 r., sygn. akt: VI SA/Wa 1756/12, 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. (...) 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.”*

Sąd Najwyższy w uzasadnieniu do orzeczenia z 02.10.2007 r., sygn. akt: II CSK 289/07 wskazał, że: *„Przy rozróżnieniu informacji od reklamy trzeba mieć na względzie, że podstawowym wyznacznikiem przekazu reklamowego jest nie tylko mniej lub bardziej wyraźna zachęta do kupna towaru, ale i faktyczne intencje podmiotu dokonującego przekazu oraz odbiór przekazu przez podmioty, do których jest kierowany. Wypowiedź jest reklamą gdy nad warstwą informacyjną przeważa zachęta do nabycia towaru - taki cel przyświeca nadawcy wypowiedzi i tak odbiera ją przeciętny odbiorca, do którego została skierowana”*.

Powyższe stanowisko, podzielił również Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z 11.10.2016 r., sygn. akt: II GSK 1156/15.

W licznych wyrokach Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie (z 24.01.2013 r., sygn. akt: VI SA/Wa 1908/12, z 17.12.2007 r. sygn. akt: VII SA/Wa 1707/07, z 06.03.2008 r. sygn. akt: VII SA/Wa 2216/07, z 17.10.2008 r. sygn. akt: VII SA/Wa 698/08, z 20.09.2010 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.”*

Prezentowane w przytoczonym powyżej orzecznictwie stanowisko, podziela również Naczelny Sąd Administracyjny m.in. w wyrokach: z 11.10.2016 r., sygn. akt: II GSK 682/15, z 26.05.2015 r., sygn. akt: II GSK 907/14.

Odnosząc do niniejszej sprawy treść art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne i przytoczone orzecznictwo Główny Inspektor Farmaceutyczny ocenia planowane przez Wnioskodawcę działania jako nienaruszające zakazu reklamy

apteki i jej działalności, o ile działaniom Wnioskodawcy nie będzie towarzyszyć prezentacja treści zachęcających w jakikolwiek sposób do korzystania z konkretnej apteki.

W ocenie Głównego Inspektora Farmaceutycznego, zespół czynności technicznych mających na celu poprawę kolejności wyświetlania w określonej Wyszukiwarce informacji na temat stron internetowych aptek, punktów aptecznych lub innych stron, za pośrednictwem których są sprzedawane produkty lecznicze lub wyroby medyczne nie narusza art. 94 ust. 1 lub 1a ustawy z 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne, pod warunkiem, że wyżej wskazanym czynnościom nie będzie towarzyszyć prezentacja jakichkolwiek informacji, których celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów lub skorzystania z określonych usług.

Z uwagi na przedstawione okoliczności faktyczne i prawne, Główny Inspektor Farmaceutyczny rozstrzygnął jak w osnowie.

Pouczenie:

1. Zgodnie z art. 129 § 1 i 2 w zw. z art. 127 § 3 k.p.a., strona może zwrócić się do Głównego Inspektora Farmaceutycznego z wnioskiem o ponowne rozpatrzenie sprawy w terminie 14 dni od dnia doręczenia niniejszej decyzji.
2. W trakcie biegu terminu do wniesienia wniosku o ponowne rozpoznanie sprawy, strona może zrzec się prawa do złożenia wniosku wobec Głównego Inspektora Farmaceutycznego. Z dniem doręczenia organowi oświadczenia o zrzeczeniu się prawa do złożenia wniosku o ponowne rozpatrzenie sprawy, niniejsza decyzja staje się ostateczna i prawomocna (art. 127a § 1 i 2 w zw. z art. 127 § 3 k.p.a.).
3. W przypadku zrzeczenia się prawa do złożenia wniosku o ponowne rozpatrzenie sprawy, na niniejszą decyzję, jako decyzję ostateczną i prawomocną, nie będzie przysługiwać skarga do wojewódzkiego sądu administracyjnego (art. 16 § 3 k.p.a.).
4. Na decyzję służy stronie skarga do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie w terminie 30 dni od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Głównego Inspektora Farmaceutycznego, ul. Senatorska 12, 00-082 Warszawa;
5. Zgodnie z art. 230 § 1 i 2 p.p.s.a. w zw. z § 2 ust. 6 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 16 grudnia 2003 r. w sprawie wysokości oraz szczegółowych zasad pobierania wpisu w postępowaniu przed sądami administracyjnymi (Dz. U. z 2003 r. Nr 221, poz. 2193 z późn. zm.), wnosząc skargę na niniejszą decyzję, należy uiścić wpis w wysokości 200 zł. Wpis należy uiścić na rachunek bankowy Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie, albo bezpośrednio w kasie Sądu.
6. Strona może ubiegać się o przyznanie jej prawa pomocy (zwolnienie od kosztów sądowych oraz ustanowienie adwokata, radcy prawnego) na zasadach określonych w art. 243 § 1 i następnie p.p.s.a.



Główny Inspektor Farmaceutyczny
Paweł Piotrowcki
Paweł Piotrowcki

Otrzymuje:

1. [Redacted]
2. Ad acta.

2020-01-09
[Signature]