

**Komunikat**  
**w sprawie czynności posiadających znamiona zabronionej reklamy aptek i punktów**  
**aptecznych oraz ich działalności.**

1. Do Naczelnej Izby Aptekarskiej docierają **informacje o działaniach posiadających znamiona zabronionej reklamy aptek i punktów aptecznych lub ich działalności**, w szczególności o zachowaniach polegających na **wykorzystywaniu informacji o cenach produktów leczniczych o kategorii dostępności OTC jako zachęty do korzystania ze świadczeń lub usługi konkretnej apteki ogólnodostępnej lub punktu aptecznego** (np. umieszczanie cen konkretnych produktów leczniczych OTC na szybach w pomieszczeniach apteki).
2. Zważywszy, że **sprawowanie nadzoru nad przestrzeganiem przepisów Pr. farm. w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego należy do kompetencji wojewódzkich inspektorów farmaceutycznych**, Naczelna Izba Aptekarska zaleca, aby w każdym przypadku wątpliwości co do charakteru konkretnej działalności informacyjnej lub promocyjnej, a w szczególności w przypadku podejrzenia naruszenia przez jakikolwiek podmiot zakazu reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności, **wniosek o zbadanie zgodności z prawem, wraz ze stosownymi dowodami** (np. zdjęciami, dokumentami), kierowany był bezpośrednio do właściwego, według siedziby apteki, wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego.
3. Naczelna Izba Aptekarska **apeluje do wszystkich farmaceutów**, w szczególności prowadzących apteki oraz kierujących aptekami, **o rygorystyczne przestrzeganie wskazanych powyżej zakazów**, ponieważ ich naruszenie skutkować może nałożeniem przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego kary pieniężnej lub cofnięciem zezwolenia na prowadzenie apteki ogólnodostępnej, a także odpowiedzialnością zawodową przed sądami aptekarskimi za postępowanie sprzeczne z zasadami etyki i deontologii zawodowej oraz przepisami prawnymi dotyczącymi wykonywania zawodu farmaceuty.
4. Naczelna Izba Aptekarska przypomina, że zgodnie z art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (tj. Dz.U. z 2024r. poz. 686, z późn. zm.), zwanej dalej „Pr.farm.”, 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 Pr. farm. w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego, a w razie stwierdzenia naruszenia ustawowego zakazu reklamy nakazuje, w drodze decyzji, zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy. Decyzji nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności. Stosownie do art. 103 ust. 2 pkt 5 Pr. farm., wojewódzki inspektor farmaceutyczny może cofnąć zezwolenie, jeżeli nie wykonano decyzji nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy. Ponadto, w myśl art. 129b ust. 1 Pr. farm., karze pieniężnej w wysokości do 50 000 złotych podlega ten, kto wbrew przepisom art. 94a Pr. farm. prowadzi reklamę apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności. Karę tę nakłada wojewódzki inspektor farmaceutyczny w drodze decyzji.

5. Zagadnienie prowadzenia lub uczestniczenia przez farmaceutę w reklamie aptek lub punktów aptecznych oraz w reklamie produktów leczniczych normuje ustawa z dnia 10 grudnia 2020 r. o zawodzie farmaceuty (tj. Dz.U.2024r. poz. 676, z późn. zm.), zwana dalej „u.z.f.” oraz Kodeks Etyki Farmaceuty Rzeczypospolitej Polskiej, zwany dalej „K.E.F.”. Zgodnie z art. 29 ust. 1 u.z.f., farmaceuta nie może prowadzić reklamy produktów leczniczych skierowanej do wiadomości publicznej ani w niej uczestniczyć. Stosownie do art. 7 ust. 2c K.E.F., farmaceuta nie narzuca swych świadczeń lub usług pacjentom oraz nie pozyskuje pacjentów w sposób niezgodny z zasadami etyki i deontologii zawodowej oraz zasadami lojalności wobec innych farmaceutów. Zgodnie z art. 19 K.E.F., farmaceuta nie reklamuje siebie oraz swoich usług. Farmaceuta nie uczestniczy w reklamie usług farmaceutycznych, jak i ich promocji niezgodnej z prawem lub dobrymi obyczajami (ust. 1). Zakazane jest reklamowanie przez farmaceutę produktów leczniczych, wyrobów medycznych, suplementów diety, a także żywności specjalnego przeznaczenia, oraz uczestniczenie w każdej innej reklamie, która mogłaby naruszać godność zawodu farmaceuty lub podważać zaufanie do tego zawodu (ust. 1b). Farmaceuta unika działalności przyczyniającej się do zwiększania konsumpcji produktów leczniczych (ust. 2).
6. Jeżeli chodzi o treść i zakres zakazu reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności, to Naczelny Sąd Administracyjny przyjmuje w swoim orzecznictwie, że **reklamą jest każde działanie, które ma na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług**<sup>1</sup>. Podobnie reklamę zdefiniowano w art. 2 dyrektywy 2006/114/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 12 grudnia 2006 r. dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej (Dz.Urz.U.E.L z 2006 r. Nr 376, s. 21), w którym przyjęto, że **reklama oznacza przedstawienie w jakiegokolwiek formie w ramach działalności handlowej, gospodarczej, rzemieślniczej lub wykonywania wolnych zawodów w celu wspierania zbytu towarów lub usług, w tym nieruchomości, praw i zobowiązań**. Sąd Najwyższy w wyroku z 2 października 2007 r., sygn. akt II CSK 289/07<sup>2</sup>, stwierdził, że przy rozróżnieniu informacji od reklamy **trzeba mieć na uwadze, 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 jego adresatów**. 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. Orzecznictwo sądowe wskazuje, że reklamą działalności apteki może być każde działanie zmierzające do zwiększenia sprzedaży. Reklama może przy tym przyjmować różne formy, w szczególności: haseł, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów, czy też gazetek, programów lojalnościowych itp. W orzecznictwie przyjmuje się, że **wszelkie promocje, w tym cenowe i rabatowe, są reklamą towaru i firmy, która ich dokonuje**<sup>3</sup>. Nie ma również znaczenia, czy reklama dokonywana jest wewnątrz czy na zewnątrz apteki,

---

<sup>1</sup> Por. wyroki NSA z: 12 kwietnia 2018 r., sygn. akt [II GSK 1737/16](#); 18 października 2017 r., sygn. akt [II GSK 5143/16](#); 20 lipca 2017 r., sygn. akt [II GSK 2583/15](#); 11 października 2016 r., sygn. akt [II GSK 682/15](#); 25 sierpnia 2016 r., sygn. akt [II GSK 97/15](#) oraz sygn. akt [II GSK 550/15](#); 20 stycznia 2015 r., sygn. akt [II GSK 1718/13](#); wyrok NSA 16 grudnia 2014 r., sygn. akt [II GSK 1981/13](#)).

<sup>2</sup> Monitor Prawniczy 2007, Nr 20, poz. 1116.

<sup>3</sup> Por. wyrok NSA z 6 lutego 2018 r., sygn. akt II GSK 3102/17 oraz wyrok NSA z 4 marca 2021 r. sygn. II GSK 33/21 oraz powołane w nim orzecznictwo.

bowiem działalność reklamowa może przejawiać się tak we wnętrzu lokalu aptecznego, jak i poza nim<sup>4</sup>.

7. Mając na uwadze wskazany kontekst normatywny oraz przytoczone tezy z orzecnictwa sądowego, NIA przypomina, że zgodnie z art. 88 ust. 1 Pr. farm. **za prowadzenie apteki ogólnodostępnej odpowiada farmaceuta będący jej kierownikiem.** Stosownie do art. 35 ust. 1 u.z.f., aptekarz, w tym kierownik apteki, samodzielnie podejmuje decyzje w zakresie sprawowania opieki farmaceutycznej, udzielania usług farmaceutycznych oraz wykonywania zadań zawodowych, **kierując się wyłącznie dobrem pacjenta, i nie jest związany w tym zakresie poleceniem służbowym.** Podmiot prowadzący aptekę lub punkt apteczny ma obowiązek umożliwić aptekarzowi samodzielne podejmowanie decyzji w zakresie sprawowania opieki farmaceutycznej, udzielania usług farmaceutycznych lub wykonywania zadań zawodowych w zakresie, w jakim są one związane z prowadzoną przez ten podmiot działalnością. Jeżeli podmiot prowadzący aptekę nie wykonuje tego obowiązku, wojewódzki inspektor farmaceutyczny może cofnąć zezwolenie na prowadzenie apteki ogólnodostępnej.

---

<sup>4</sup> Por.m.in. wyrok NSA z 24 marca 2023 r., sygn. akt II GSK 66/20.