

**STANOWISKO Nr IX/2/2026**  
**NACZELNEJ RADY APTEKARSKIEJ**  
**z dnia 7 września 2026 r.**

**w sprawie konieczności wprowadzenia zmian w projekcie ustawy o zmianie ustawy –  
Prawo farmaceutyczne (druk sejmowy nr 3002)**

Na podstawie art. 39 ust. 1 pkt 2, 4 i 12 w zw. z art. 7 ust. 1 i ust. 2 pkt 6, 11 i 12a ustawy z dnia 19 kwietnia 1991 r. o izbach aptekarskich (t.j. Dz. U. z 2025 r. poz. 1693), w zw. z art. 2 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i ust. 4 pkt 17, art. 27-29, art. 35 ustawy z dnia 10 grudnia 2020 r. o zawodzie farmaceuty (t.j. Dz. U. z 2025 r. poz. 608), Naczelna Rada Aptekarska przedstawia następujące stanowisko:

1. Naczelna Rada Aptekarska, po ponownej analizie projektu ustawy o zmianie ustawy – Prawo farmaceutyczne, zawartego w druku sejmowym nr 3002, podtrzymuje stanowisko, że **projekt w obecnym kształcie wymaga istotnych zmian na etapie prac parlamentarnych.**
2. Naczelna Rada Aptekarska konsekwentnie opowiada się za stworzeniem takiego modelu regulacji reklamy aptek i punktów aptecznych, który umożliwi rzetelne informowanie pacjentów o działalności aptek, dostępnych usługach i świadczeniach, a jednocześnie zapewni skuteczną ochronę pacjentów, niezależności zawodowej farmaceutów oraz szczególnego charakteru apteki jako placówki ochrony zdrowia publicznego.
3. W ocenie Naczelnej Rady Aptekarskiej osiągnięcie tego celu wymaga przyjęcia **czterech poprawek**, odnoszących się do najistotniejszych kwestii wymagających zmiany w projekcie.
4. **Konieczność doprecyzowania statusu farmaceuty oraz wykorzystywania autorytetu osób związanych z ochroną zdrowia.**

Projektowany art. 94a ust. 1b pkt 4 ustawy – Prawo farmaceutyczne wymaga doprecyzowania w zakresie zakazu wykorzystywania w reklamie aptek i punktów aptecznych wizerunku, głosu oraz zaleceń osób, którym odbiorca może przypisywać szczególny autorytet zawodowy lub ekspercki.

Naczelna Rada Aptekarska stoi na stanowisku, że projektowana norma powinna jednoznacznie uwzględniać status farmaceuty jako osoby wykonującej samodzielny zawód medyczny oraz wyraźnie odnosić się do osób posiadających wykształcenie farmaceutyczne. Posłużenie się wyłącznie pojęciem „wykształcenia medycznego” może prowadzić do wątpliwości interpretacyjnych, co ma szczególne znaczenie w regulacji dotyczącej reklamy aptek i punktów aptecznych.

Z tego względu NRA wnosi o jednoznaczne objęcie zakazem wykorzystywania wizerunku lub głosu osób wykonujących zawód medyczny, posiadających wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne oraz osób przedstawianych jako posiadające taki status lub kwalifikacje, a także odwoływania się do zaleceń takich osób.

**5. Konieczność doprecyzowanie odpowiedzialności za prowadzenie niedozwolonej reklamy.**

Projektowany system odpowiedzialności za naruszenie przepisów dotyczących reklamy aptek i punktów aptecznych powinien uwzględniać rzeczywisty sposób **prowadzenia, organizowania i finansowania** działalności reklamowej.

Odpowiedzialność, **obok podmiotów bezpośrednio prowadzących reklamę, powinna obejmować także podmioty, które ją organizują lub finansują.** Rozwiązanie takie ograniczy możliwość obchodzenia przepisów poprzez formalne rozdzielanie czynności związanych z reklamą pomiędzy różne podmioty.

NRA proponuje również podwyższenie maksymalnej wysokości administracyjnej kary pieniężnej do 1 000 000 zł, tak aby sankcja była skuteczna i odstrasżająca, w szczególności w przypadku reklamy prowadzonej na szeroką skalę.

Istotnym elementem poprawki jest ponadto przesądzenie, że jeżeli jedno naruszenie dotyczy więcej niż jednej apteki lub jednego punktu aptecznego, kara jest wymierzana odrębnie w odniesieniu do każdej placówki objętej naruszeniem. Rozwiązanie to zapewnia powiązanie wymiaru odpowiedzialności ze skalą naruszenia i zapobiega sytuacji, w której kampania obejmująca znaczną liczbę aptek podlegałaby takiej samej maksymalnej sankcji jak naruszenie dotyczące jednej placówki.

**6. Konieczność uzupełnienia katalogu niedopuszczalnych form reklamy o reklamy naruszające standardy rzetelności przekazu reklamowego.**

Naczelna Rada Aptekarska uznaje za konieczne uzupełnienie projektowanego art. 94a ust. 1b ustawy – Prawo farmaceutyczne o podstawowe standardy rzetelności reklamy, nawiązujące do rozwiązań funkcjonujących na gruncie art. 16 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Niedopuszczalna powinna być w szczególności reklama sprzeczna z przepisami prawa lub dobrymi obyczajami, uchybiająca godności człowieka, wywołująca lęk, wykorzystująca przesady lub stanowiąca istotną ingerencję w sferę prywatności.

Proponowana zmiana nie wprowadza nowej koncepcji, lecz **rozwija i porządkuje rozwiązania obecne już w pierwotnej wersji projektu**, która przewidywała m.in. ograniczenia dotyczące reklamy wprowadzającej w błąd, wywołującej lęk lub presję oraz zawierającej treści niezgodne z prawem lub dobrymi obyczajami.

**Odejście od generalnego zakazu reklamy aptek i punktów aptecznych nie może oznaczać rezygnacji z podstawowych standardów rzetelności przekazu reklamowego i ochrony pacjentów przed nieuczciwymi lub nadmiernie ingerującymi formami reklamy.** Proponowana poprawka wyznacza w tym zakresie konkretne i proporcjonalne granice dopuszczalnej reklamy.

**7. Konieczność ochrony ustawowych zasad wykonywania zawodu farmaceuty w działalności reklamowej.**

Za szczególnie istotne Naczelna Rada Aptekarska uznaje wprowadzenie zasady, zgodnie z którą reklama apteki lub punktu aptecznego **nie może naruszać ustawowych zasad wykonywania zawodu farmaceuty ani utrudniać farmaceucie ich przestrzegania.** Ochrona ta powinna obejmować w szczególności niezależność, godność i prestiż zawodu, uczciwość zawodową, etykę i deontologię zawodową, tajemnicę zawodową oraz rzetelność wobec pacjentów. Potrzeba takiej regulacji wynika ze szczególnego statusu apteki jako placówki ochrony zdrowia publicznego oraz farmaceuty jako osoby wykonującej samodzielny zawód medyczny. Działalność reklamowa apteki może bowiem bezpośrednio oddziaływać na warunki wykonywania tego zawodu, relację farmaceuty z pacjentem oraz jego niezależność zawodową.

**Niedopuszczalne powinny być w szczególności mechanizmy reklamowe prowadzące do konfliktu pomiędzy realizacją celów marketingowych lub sprzedażowych a obowiązkiem kierowania się dobrem pacjenta i zachowania niezależności zawodowej.** Regulacja powinna chronić farmaceutę również przed presją wynikającą z reklamy organizowanej lub finansowanej przez inne podmioty.

**8. NRA podkreśla, że proponowane rozwiązania pozostają zgodne z prawem Unii Europejskiej oraz kierunkiem wynikającym z wyroku TSUE z dnia 19 czerwca 2025 r. w sprawie C-200/24. Nie przywracają generalnego zakazu reklamy aptek i punktów aptecznych, lecz ustanawiają szczególne i proporcjonalne granice jej dopuszczalności, służące ochronie pacjentów, niezależności zawodowej farmaceutów oraz prawidłowemu wykonywaniu zawodu farmaceuty.**

9. **Konieczność zachowania spójnego modelu regulacji.**

Wnioskowane przez Naczelną Radę Aptekarską poprawki należy traktować łącznie jako **elementy jednego, spójnego modelu regulacji reklamy aptek i punktów aptecznych**. Odejście od generalnego zakazu reklamy powinno zostać powiązane z precyzyjnym określeniem granic jej dopuszczalności, skutecznym systemem odpowiedzialności oraz zapewnieniem ochrony pacjentów i ustawowych zasad wykonywania zawodu farmaceuty. NRA podkreśla, że **wykonanie wyroku TSUE w sprawie C-200/24 nie wymaga wprowadzenia modelu nieograniczonej reklamy aptek**, lecz zastąpienia zakazu generalnego regulacją precyzyjną i proporcjonalną. Regulacja ta powinna z jednej strony umożliwiać prowadzenie reklamy zgodnie z prawem Unii Europejskiej, a z drugiej zapewniać ochronę zdrowia i bezpieczeństwa pacjentów, ich prawa do rzetelnej informacji oraz niezależności, godności i prestiżu zawodu farmaceuty.

**Przyjęcie przedstawionych poprawek pozwoli zachować właściwą równowagę pomiędzy dopuszczalnością reklamy a szczególnym charakterem apteki jako placówki ochrony zdrowia publicznego i farmaceuty jako osoby wykonującej samodzielny zawód medyczny.**

10. Mając powyższe na uwadze, Naczelna Rada Aptekarska uznaje za konieczne dokonanie zmian w projekcie ustawy o zmianie ustawy – Prawo farmaceutyczne, zawartym w druku sejmowym nr 3002.
11. Naczelna Rada Aptekarska deklaruje gotowość do dalszego merytorycznego udziału w pracach parlamentarnych nad projektem oraz do przedstawienia szczegółowego uzasadnienia proponowanych rozwiązań.

Niniejsze stanowisko zostało podjęte przy udziale 38 członków Naczelnej Rady Aptekarskiej na ogólną liczbę 47 członków:

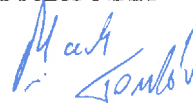
- 1) za - 38 członków,
- 2) przeciw - 0 członków,
- 3) wstrzymało się - 0 członków.

**Sekretarz NRA**



**mgr farm. Marcin Repelewicz**

**Prezes NRA**



**dr n. med. i n. o zdr. Marek Tomków**