

Projekt z dnia 17.06.2026 r.

U S T A W A

z dnia 2026 r.

o zmianie ustawy – Prawo farmaceutyczne

Art. 1. W ustawie z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2026 r. poz. 612) wprowadza się następujące zmiany:

1) w art. 94a:

a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„Art. 94a. 1. Reklamą apteki lub punktu aptecznego jest działalność polegająca na zachęcaniu do skorzystania z oferty apteki lub punktu aptecznego, mająca na celu zwiększenie sprzedaży dostępnego w aptece lub punkcie aptecznym asortymentu lub świadczonych w nich usług, realizowanych w nich świadczeń lub programów wynikających z powszechnie obowiązujących przepisów prawa.”,

b) w ust. 1a skreśla się wyrazy „lub wyrobów medycznych”,

c) dodaje się ust. 1b–1d w brzmieniu:

„1b. Reklama, o której mowa w ust. 1, nie może:

1) polegać na oferowaniu w sposób pośredni lub bezpośredni jakiejkolwiek korzyści w zamian za nabycie asortymentu dostępnego w aptece lub punkcie aptecznym lub w zamian za skorzystanie z usług, świadczeń lub programów realizowanych w aptece lub punkcie aptecznym albo w zamian za dostarczenie dowodów na skorzystanie z tej oferty;

2) stanowić reklamy porównawczej w rozumieniu art. 16 ust. 3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2026 r. poz. 85);

3) być kierowana do dzieci ani młodzieży do ukończenia 18. roku życia, zawierać żadnego elementu, który jest do nich kierowany, ani posługiwać się ich wizerunkiem lub głosem;

4) wykorzystywać wizerunku lub głosu osób znanych publicznie, osób posiadających wykształcenie medyczne lub sugerujących posiadanie takiego wykształcenia ani polegać na odwoływaniu się do zaleceń tych osób;

- 5) zawierać treści sugerujących, że w przypadku braku skorzystania z oferty nastąpi pogorszenie lub brak poprawy stanu zdrowia;
- 6) wprowadzać w błąd;
- 7) w ramach zawartego w niej przekazu, być łączona z informacjami, które nie dotyczą działalności apteki lub punktu aptecznego.

1c. Działania lub czynności określone w ust. 1b stanowią niedozwoloną formę reklamy, o której mowa w ust. 1, niezależnie przez kogo jest ona prowadzona, finansowana bądź organizowana, w szczególności bez względu na to, czy jest prowadzona, finansowana bądź organizowana przez podmiot prowadzący aptekę lub punkt apteczny, czy przez podmiot trzeci.

1d. Ilekroć w ust. 1b pkt 3 i 4 jest mowa o wizerunku lub głosie, rozumie się przez to zarówno wizerunek lub głos faktycznej osoby, jak i wygenerowane cyfrowo.”,

d) ust. 3 otrzymuje brzmienie:

„3. W przypadku stwierdzenia naruszenia przepisów ust. 1a lub 1b, wojewódzki inspektor farmaceutyczny nakazuje, w drodze decyzji, zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy.”;

2) w art. 108 w ust. 4 w pkt 7 w lit. b średnik zastępuje się przecinkiem i dodaje się lit. c w brzmieniu:

„c) placówek obrotu pozaaptecznego;”;

3) w art. 129b ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Karze pieniężnej w wysokości do 100 000 złotych podlega ten kto prowadzi reklamę z naruszeniem art. 94a ust. 1a lub 1b.”.

Art. 2. Postępowania, o których mowa w art. 94a ust. 3 i art. 129b ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym, wszczęte i niezakończone decyzją ostateczną przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, podlegają umorzeniu. Decyzja o umorzeniu nie wymaga uzasadnienia.

Art. 3. Ustawa wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia.



KURS - ZAPISY OTWARTE

Reklama apteki – jak działać legalnie i skutecznie?

CENA NETTO: 599 zł
START: 24.08.2026

Zapisz się na listę oczekujących i otrzymaj **rabat w wysokości -30%**

ZAPISUJĘ SIĘ

REKLAMA