SEJM
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
X kadencja

Druk nr 3020

S P R A W O Z D A N I E
KOMISJI ZDROWIA

o rządowym projekcie ustawy o zmianie ustawy – Prawo farmaceutyczne (druk nr 3002)

Marszałek Sejmu, zgodnie z art. 37 ust. 1 i art. 40 ust. 1 regulaminu Sejmu skierował w dniu 11 sierpnia 2026 r. powyższy projekt ustawy do Komisji Zdrowia do pierwszego czytania.

Komisja Zdrowia po przeprowadzeniu pierwszego czytania oraz rozpatrzeniu tego projektu ustawy na posiedzeniu w dniu 2 września 2026 r.

wnosi:

Wysoki Sejm uchwalić raczy załączony projekt ustawy.

Komisja, zgodnie z art. 43 ust. 3 regulaminu Sejmu, przedstawia na żądanie wnioskodawcy następujący wniosek mniejszości:

W art. 1 pkt 3 nadać brzmienie:

„3) w art. 129b:

a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„Kto prowadzi reklamę apteki lub punktu aptecznego z naruszeniem przepisów art. 94a ust. 1a lub 1b, podlega karze pieniężnej w wysokości do 10 000 000 zł.”.”.

– poseł J. Cieszyński

Warszawa, dnia 2 września 2026 r.

Sprawozdawca	Przewodnicząca Komisji Zdrowia
(-) Krzysztof Bojarski	(-) Marta Golbik

Projekt

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, 791, 1004 i 1079) wprowadza się następujące zmiany:

1) w art. 94a:
   a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

      „1. Reklamą apteki lub punktu aptecznego jest działalność polegająca na zachęcaniu do skorzystania z oferty apteki lub punktu aptecznego, mająca na celu zwiększenie sprzedaży asortymentu dostępnego w aptece lub punkcie aptecznym, świadczonych w nich usług lub realizowanych w nich świadczeń lub programów wynikających z powszechnie obowiązujących przepisów prawa.”,
   b) w ust. 1a skreśla się wyrazy „lub wyrobów medycznych”,
   c) po ust. 1a 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 ze świadczonych w nich usług, realizowanych w nich świadczeń lub programów wynikających z powszechnie obowiązujących przepisów prawa lub w zamian za przedstawienie dowodu skorzystania 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 osób, które nie ukończyły 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) być łączona, w ramach przekazu, z informacjami o produktach, usługach lub działalności, które nie są związane z przedmiotem działalności apteki lub punktu aptecznego.

1c. Działania lub czynności określone w ust. 1b stanowią niedozwoloną formę reklamy, o której mowa w ust. 1, niezależnie od tego, czy jest prowadzona, finansowana lub organizowana przez podmiot prowadzący aptekę lub punkt apteczny czy przez podmiot trzeci.

1d. Przez wizerunek lub głos, o których mowa w ust. 1b pkt 3 i 4, należy rozumieć wizerunek lub głos faktycznej osoby lub 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 reklamy naruszającej te przepisy, a ponadto może nakazać publikację całości lub części decyzji w miejscach jej rozpowszechniania, publikację sprostowania reklamy wprowadzającej w błąd lub usunięcie stwierdzonych naruszeń.”;

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 i ich działalności;”;

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

„1. Kto prowadzi reklamę apteki lub punktu aptecznego z naruszeniem przepisów art. 94a ust. 1a lub 1b, podlega karze pieniężnej w wysokości do 100 000 zł.”.

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 do dnia 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.