DZIENNIK USTAW
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Warszawa, dnia 18 listopada 2026 r.

Poz. 1518

USTAWA

z dnia 22 października 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) wykorzystywać wizerunku lub głosu osób posiadających wykształcenie farmaceutyczne lub sugerujących posiadanie takiego wykształcenia ani polegać na odwoływaniu się do zaleceń tych osób w sposób naruszający zasady wykonywania zawodu farmaceuty, dotyczące w szczególności niezależności, godności i prestiżu zawodu farmaceuty, tajemnicy zawodowej i rzetelności wobec pacjentów i innych przedstawicieli zawodu farmaceuty;

6) zawierać treści sugerujących, że w przypadku braku skorzystania z oferty nastąpi pogorszenie lub brak poprawy stanu zdrowia;

7) być reklamą, o której mowa w art. 16 ust. 1 pkt 1–3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji;

8) 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 którym mowa w ust. 1b pkt 3–5, 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, finansowania lub organizowania reklamy naruszającej te przepisy, a ponadto może nakazać publikację całości lub części decyzji w miejscach jej rozpowszechniania, publikację sprostowania reklamy 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:

a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Kto prowadzi, finansuje lub organizuje reklamę z naruszeniem art. 94a ust. 1a lub 1b, podlega karze pieniężnej w wysokości do 1 000 000 zł.”,

b) po ust. 1 dodaje się ust. 1a i 1b w brzmieniu:

„1a. Kto nie wykonuje nałożonego na niego decyzją wydaną na podstawie art. 94a ust. 3 nakazu zaprzestania prowadzenia, finansowania lub organizowania reklamy albo po jej wykonaniu ponownie prowadzi, finansuje lub organizuje reklamę objętą tą decyzją, podlega karze pieniężnej w wysokości do 1 000 000 zł.

1b. Jeżeli prowadzenie, finansowanie lub organizowanie reklamy z naruszeniem art. 94a ust. 1b dotyczy więcej niż jednej apteki lub jednego punktu aptecznego, karę pieniężną, o której mowa w ust. 1, nakłada się odrębnie w odniesieniu do reklamy każdej apteki i każdego punktu aptecznego, których dotyczy naruszenie.”,

c) ust. 2 otrzymuje brzmienie:

„2. Karę pieniężną, określoną w ust. 1 i 1a, nakłada wojewódzki inspektor farmaceutyczny w drodze decyzji. Przy ustalaniu wysokości kary uwzględnia się okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także możliwości finansowe podmiotu podlegającego tej karze.”.

Art. 2. 1. Postępowania, o których mowa w art. 94a ust. 3 i art. 129b ustawy zmienianej w art. 1, w brzmieniu dotychczasowym, w sprawie prowadzenia reklamy:

1) aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności,

2) placówek obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności odnoszącej się do wyrobów medycznych

– wszczęte i niezakończone decyzją ostateczną przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, podlegają umorzeniu, przy czym decyzja o umorzeniu nie wymaga uzasadnienia.

2. Postępowania, o których mowa w art. 94a ust. 3 i art. 129b ustawy zmienianej w art. 1, w brzmieniu dotychczasowym, w sprawie prowadzenia reklamy placówek obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności odnoszącej się do produktów leczniczych, wszczęte i niezakończone decyzją ostateczną przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, są prowadzone na podstawie przepisów ustawy zmienianej w art. 1, w brzmieniu dotychczasowym.

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

Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej: *K. Nawrocki*