

dr Piotr Rodziewicz

adwokat

REKLAMA USŁUG WETERYNARYJNYCH

I. ZAKRES DOPUSZCZLANEJ INFORMACJI O ZAKŁADACH LECZNICZYCH DLA ZWIERZĄT

Zgodnie z przepisem art. 29 ust. 1 ustawy z dnia 18 grudnia 2003 r. o zakładach leczniczych dla zwierząt (Dz.U. 2004 Nr 11, poz. 95 z zm.), zakład leczniczy dla zwierząt może podawać do wiadomości publicznej informacje o zakresie i rodzajach świadczonych usług weterynaryjnych, godzinach otwarcia zakładu leczniczego dla zwierząt oraz adresie zakładu leczniczego dla zwierząt. Forma i treść tych informacji nie mogą nosić cech reklamy. W ramach wskazanej wyżej ustawy, w przepisie art. 29 ust. 2 zlz zostało zawarte upoważnienie dla Krajowej Rady Lekarsko-Weterynaryjnej do określenia zasad podawania do publicznej wiadomości informacji, o których mowa w przepisie art. 29 ust. 1 zlz. W wykonaniu wskazanego upoważnienia została przyjęta uchwała nr 116/2008/IV Krajowej Rady Lekarsko-Weterynaryjnej z dnia 12 grudnia 2008 r. w sprawie szczegółowych zasad podawania do publicznej wiadomości informacji o zakresie i rodzajach świadczonych usług weterynaryjnych, godzinach otwarcia oraz adresie zakładu leczniczego dla zwierząt. W myśl powyższej uchwały, informacja publiczna może zawierać następujące dane:

1. rodzaj zakładu zgodnie z wpisem do ewidencji zakładów leczniczych dla zwierząt;
2. nazwę zakładu;
3. adres siedziby zakładu;
4. adres e-mail;
5. nazwę własnej strony internetowej www;
6. numery telefonów;
7. godziny przyjęć;
8. określenie zakresu świadczenia usług w stosunku do niektórych gatunków zwierząt, układów, narządów lub ich rodzaju;
9. nazwiska lekarzy weterynarii wykonujących usługi z ewentualnym podaniem :

- a. stopnia lub tytułu naukowego w dziedzinie nauk weterynaryjnych;
- b. tytułu posiadanej specjalizacji. Tytuł specjalizacji powinien być zgodny z nazwą określoną w rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej z 28 listopada 1994 r. w sprawie trybu i szczegółowych zasad uzyskiwania tytułu specjalisty przez lekarza weterynarii (Dz.U. Nr 131, poz. 667, z zm.),
- c. innych kwalifikacji po uzgodnieniu z właściwą okręgową radą lekarsko – weterynaryjną (np. posiadanie kwalifikacji uzyskanych zagranicą).

Wskazana wyżej informacja, zgodnie z brzmieniem uchwały, absolutnie nie może nosić cech reklamy, a także zawierać informacji cenowych. Ponadto uchwała określa szczegółowo warunki techniczne, jakie muszą spełniać tablice z informacjami o zakładzie leczniczym dla zwierząt oraz ogłoszenia prasowe zawierające takie informacje. Kwestia oznaczenia zakładów leczniczych dla zwierząt stanowi również przedmiot regulacji uchwały nr 80/2004 /III Krajowej Rady Lekarsko-Weterynaryjnej z dnia 11 maja 2004 r. w sprawie oznaczania zakładów leczniczych dla zwierząt.

Ponadto zgodnie z § 5 uchwała nr 116/2008/IV Krajowej Rady Lekarsko-Weterynaryjnej z dnia 12 grudnia 2008 r. w sprawie szczegółowych zasad podawania do publicznej wiadomości informacji o zakresie i rodzajach świadczonych usług weterynaryjnych, godzinach otwarcia oraz adresie zakładu leczniczego dla zwierząt niedozwolona jest wszelka aktywna forma informowania, która w istocie nosi cechy reklamy, i tak zabronione jest:

1. rozdawania ulotek, wizytówek, broszur lub innych materiałów reklamowych poza siedzibą zakładu leczniczego dla zwierząt;
2. wysyłania ogłoszeń pocztą, internetowych i SMS-owych;
3. artykułów na zamówienie w mediach;
4. artykułów sponsorowanych w mediach;
5. plakatów z wyjątkiem ogłoszeń o obowiązkowych szczepieniach,
6. informacji wielkoformatowej przekraczającej 4 metry kwadratowe,
7. informacji na samochodach, autobusach lub innych środkach komunikacji z wyjątkiem samochodu używanego przez zakład leczniczy dla zwierząt, właściciela i kierownika tego zakładu;
8. tworzenia w celach reklamowania usług: prezentacji, filmów z przeprowadzanych zabiegów, stosowanego leczenia, dostępnych powszechnie (np. strony internetowe);

9. umieszczania informacji na przystankach komunikacji publicznej.

Poza wskazaną aktywnością mogącą nosić cechy reklamy zakazane jest również zamawianie lub sponsorowanie audycji i publikacji w mediach na temat zakładu leczniczego dla zwierząt.

Wskazane regulacje odnoszą się do świadczenia usług weterynaryjnych w ramach zakładu leczniczego dla zwierząt, poza nimi należy mieć również na uwadze przepis art. 7 Kodeksu Etyki Lekarza Weterynarii, zgodnie z którym lekarz weterynarii nie używa i nie zezwala na używanie swojego nazwiska i tytułu zawodowego do reklamowania towarów i usług, należy przyjąć że wskazany zakaz nie wprowadza rozróżnienia usług jakich ma on dotyczyć, tym samym odnosi się on również do usług weterynaryjnych. Ponadto zgodnie z przepisem art. 46 Kodeksu Etyki Lekarza Weterynarii w sytuacjach dotyczących spraw zawodowych nieprzewidzianych w Kodeksie etyki lekarz weterynarii obowiązany jest postępować zgodnie z uchwałami samorządu lekarzy weterynarii, tym samym przepis ten nakazuje stosowanie się lekarzowi weterynarii do postanowień uchwał samorządu zawodowego, w tym do tych dotyczących dozwolonej informacji o świadczonych usługach weterynaryjnych w ramach zakładu leczniczego dla zwierząt.

Przechodząc do samego pojęcia reklamy należy zauważyć, że w ramach systemu prawnego brak jest jednej uniwersalnej definicji reklamy, choć termin ten pojawia się w szeregu aktów normatywnych.

Zgodnie z jedną z definicji zawartą w przepisie art. 4 pkt 17) ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. 2011 Nr 43, poz. 226 t.j. z zm.) reklamą jest przekaz handlowy, pochodzący od podmiotu publicznego lub prywatnego, w związku z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, zmierzający do promocji sprzedaży lub odpłatnego korzystania z towarów lub usług; reklamą jest także autopromocja. Zgodnie natomiast z art. 2 ust. 1 Dyrektywy Rady nr 84/450 EWG z dnia 10 września 1984 r. w sprawie ujednoczenia przepisów prawnych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących reklamy wprowadzającej w błąd „*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.

Mając powyższe na uwadze, należy dojść do wniosku, że wszelka forma przekazu zmierzające do promocji świadczonych usług weterynaryjnych, niemieszcząca się w

regułach podawania do publicznej wiadomości informacji o zlz, wynikających z ustawy o zlz oraz właściwej uchwały Krajowej Rady Lekarsko – Weterynaryjnej, stanowi niedopuszczalną reklamę usług weterynaryjnych. Podkreślenia wymaga, że nie ma znaczenia medium, za pomocą którego taki przekaz jest kierowany, w związku z powyższym również kierowanie wskazanego przekazu za pomocą Internetu, w tym portali społecznościowych, portali aukcyjnych itp. Nosić będzie znamiona reklamy, która zgodnie z przytoczonymi regulacjami jest zakazana.

II. KONSEKWENCJE NARUSZENIA ZAKAZU REKLAMY USŁUG WETERYNARYJNYCH

Konsekwencje naruszenia zakazu reklamy usług weterynaryjnych można rozważać na dwóch płaszczyznach, po pierwsze odpowiedzialności zawodowej lekarza weterynarii, po drugie odpowiedzialności wykroczeniowej.

Zgodnie z przepisem art. 45 ustawy z dnia 21 grudnia 1990 r. o zawodzie lekarza weterynarii i izbach lekarsko – weterynaryjnych (Dz.U. 2014, poz. 1509 t.j.) członkowie samorządu lekarsko – weterynaryjnego podlegają odpowiedzialności zawodowej przed sądami lekarsko-weterynaryjnymi za postępowanie sprzeczne z zasadami etyki i deontologii weterynaryjnej oraz za naruszenie przepisów o wykonywaniu zawodu lekarza weterynarii. Zgodnie z przepisem art. 46 Kodeksu Etyki Lekarza Weterynarii, lekarz weterynarii jest zobligowany do stosowania się do uchwał samorządu zawodowego. W związku z powyższym w przypadku naruszenia przepisów ustawy o zlz lub wskazanej wyżej uchwały samorządu zawodowego dotyczącej informowania o działalności zakładu leczniczego dla zwierząt lub postanowienia zawartego w kodeksie etyki lekarz weterynarii może ponosić odpowiedzialność zawodową przed sądem lekarsko – weterynaryjnym. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na przepis § 7 uchwały nr 116/2008/IV Krajowej Rady Lekarsko-Weterynaryjnej z dnia 12 grudnia 2008 r. w sprawie szczegółowych zasad podawania do publicznej wiadomości informacji o zakresie i rodzajach świadczonych usług weterynaryjnych, godzinach otwarcia oraz adresie zakładu leczniczego dla zwierząt, zgodnie z którym za realizację postanowień uchwały odpowiedzialny jest kierownik zakładu leczniczego dla zwierząt, którym zawsze musi być lekarz weterynarii. W związku z powyższym nawet wówczas, gdy podmiot prowadzący zakład leczniczy dla zwierząt nie będzie lekarzem weterynarii, to odpowiedzialnym za przestrzeganie przepisów dotyczących informowania o

działalności zakładu leczniczego dla zwierząt będzie kierownik zakładu leczniczego dla zwierząt.

Poza odpowiedzialnością zawodową za naruszenie zakazu dotyczącego reklamy zakładu leczniczego dla zwierząt grozi również odpowiedzialność wykroczeniowa. Podstawy odpowiedzialności za wykroczenie zostały uregulowane w ustawie z dnia 20 maja 1971 r. – Kodeks wykroczeń (Dz.U. 2013, poz. 482 j.t. z zm.). Zgodnie natomiast z przepisem art. 147a § 2 wskazanej ustawy, kto podaje do wiadomości publicznej informacje o zakresie i rodzajach udzielanych świadczeń zdrowotnych lub usług z zakresu medycyny weterynaryjnej mające formę i treść reklamy podlega karze aresztu, ograniczenia wolności albo grzywny. Odpowiedzialność za wskazane wykroczenie może ponosić zarówno lekarz weterynarii pełniący funkcje kierownika zakładu leczniczego dla zwierząt, a także w takim zakładzie zatrudniony, jak i osoba prowadząca zakład leczniczy dla zwierząt nie będąca lekarzem weterynarii. Należy podkreślić, że ewentualna odpowiedzialność wykroczeniowa lekarza weterynarii jest niezależna od odpowiedzialności zawodowej.

KONKLUZJE:

1. reklama usług weterynaryjnych jest zakazana;
2. dopuszczalne jest podawanie informacji o zakładach leczniczych dla zwierząt i świadczonych w nich usługach w formie i o treści ściśle wskazanej w ustawie o zlz oraz uchwale nr 116/2008/IV Krajowej Rady Lekarsko-Weterynaryjnej z dnia 12 grudnia 2008 r. w sprawie szczegółowych zasad podawania do publicznej wiadomości informacji o zakresie i rodzajach świadczonych usług weterynaryjnych, godzinach otwarcia oraz adresie zakładu leczniczego dla zwierząt;
3. lekarzowi weterynarii naruszającemu zakaz reklamy usług weterynaryjnych grozi odpowiedzialność zawodowa przed sądami lekarsko – weterynaryjnymi oraz odpowiedzialność za popełnione wykroczenie;
4. osobie prowadzącej zakład leczniczy dla zwierząt niebędącej lekarzem weterynarii za naruszenie zakazu reklamy usług weterynaryjnych grozi odpowiedzialność za wykroczenie.