

DECYZJA

Na podstawie art. 94a ust. 3 i 4, art. 120 ust. 1 pkt. 2 oraz art. 129b ust. 1 w związku z art. 88 ust. 5 pkt. 6 i art. 94a ust.1 i 2 *Ustawy z dnia 6 września 2001 roku Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 2142 z późn. zm./ (dalej: ustawa Prawo farmaceutyczne)*, Rozporządzenia Ministra Zdrowia z 18 października 2002 roku w sprawie wzoru prowadzenia ewidencji zatrudnionych w aptece farmaceutów i techników farmaceutycznych /Dz.U. Nr 187, poz.1566/, § 3 ust.1, § 4 ust. 2 pkt. 1 i 3 oraz § 9 ust.2 pkt. 4 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z 18 października 2002 r. w sprawie podstawowych warunków prowadzenia apteki /Dz. U. Nr 187, poz.1565/, § 8 ust. 1 pkt. 2 i pkt. 12 oraz §10 pkt.3 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 30 września 2002 r. w sprawie szczegółowych wymogów, jakim powinien odpowiadać lokal apteki /Dz. U. Nr 171, poz.1395/, § 2 pkt. 2 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 26 września 2002 roku w sprawie wykazu pomieszczeń wchodzących w skład powierzchni podstawowej i pomocniczej apteki /Dz. U. Nr 161, poz.1338/, § 2 ust.2 pkt.2 lit. b Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 18 października 2002 roku w sprawie wydawania z apteki produktów leczniczych i wyrobów medycznych /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz.493/, §3 ust.7 i 8 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 11 września 2006 r. w sprawie środków odurzających, substancji psychotropowych, prekursorów kategorii 1 i preparatów zawierających te środki lub substancje /t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 1889/ oraz art. 104 § 1 i art. 107 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku - *Kodeks postępowania administracyjnego* (tekst jednolity Dz. U. z 2017 r. poz. 1257)

MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY w Krakowie

- I. **Stwierdza naruszenie** przez przedsiębiorcę, a to [...] z siedzibą w [...], ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności, polegającej na obecności w izbie ekspedycyjnej **apteki ogólnodostępnej o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...]** banerów z napisem: PROMOCJA co stanowi zachętę do korzystania z usług apteki z uwagi na możliwość zakupu produktów leczniczych oraz innych produktów dostępnych w aptece w niższej promocyjnej cenie.
- II. **Nakazuje zaprzestania prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...]** i jej działalności poprzez usunięcie z izby ekspedycyjnej banerów z napisem: PROMOCJA.
- III. **Nakłada** na przedsiębiorcę, a to [...] z siedzibą w [...] **karę pieniężną w wysokości 3000 zł** (słownie: trzy tysiące złotych 00/100) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. *Prawo farmaceutyczne* w zakresie opisanym w punkcie I niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa.
- IV. **Nadaje decyzji w pkt II rygor natychmiastowej wykonalności.**
- V. **Nakazuje** podmiotowi prowadzącemu aptekę ogólnodostępną o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...], a to spółce [...] z siedzibą w [...]:

1. [...].

2. [...].
3. [...].
4. [...].
5. [...].
6. [...].
7. [...].
8. [...].
9. [...].
10. [...].
11. [...].

- VI. Zobowiązuje do wykonania nakazów zawartych w pkt. V:
- a) ppkt. 1 – 2, 4 - 11 - w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszej decyzji.
 - b) ppkt. 3 – do dnia 31 października 2017 roku.
- VII. Zobowiązuje do niezwłocznego poinformowania na piśmie o sposobie wykonania poszczególnych poleceń Wojewódzki Inspektorat Farmaceutyczny w Krakowie.

UZASADNIENIE

W trakcie kontroli planowej apteki ogólnodostępnej o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...], przeprowadzonej w dniu [...] roku w obecności początkowo pracownika apteki Pani mgr farm. [...], a następnie kierownika apteki Pani mgr farm. [...], która przedłożyła pisemne pełnomocnictwo (do reprezentowania spółki [...] z siedzibą w [...]) w trakcie kontroli oraz podpisania protokołu pokontrolnego), **stwierdzono uchybienia w pracy ww. apteki.**

Uchybienia te zostały zawarte w protokole z dnia 11.05.2017 roku podpisanym przez inspektora farmaceutycznego oraz kierownika apteki.

W wyniku kontroli stwierdzono:

1. [...].
2. [...].
3. [...].
4. [...].
5. [...].
6. [...].

7. [...].

8. [...].

9. [...].

10. Obecność w izbie ekspedycyjnej banerów z napisem: **PROMOCJA** stanowi zachętę do korzystania z usług apteki z uwagi na możliwość zakupu produktów leczniczych oraz innych produktów dostępnych w aptece w promocyjnej cenie co stanowi naruszenie art. 94a ustawy z dnia 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz.2142 z późn. zm./.

11. [...].

12. [...].

Podmiot kontrolowany nie wniósł zastrzeżeń do protokołu kontroli.

Pismem z dnia 30.06.2017 roku zostało z urzędu wszczęte postępowanie w przedmiocie:

I. Dostosowania działalności gospodarczej do przepisów:

- Ustawy z dnia 6 września 2001 roku - Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 poz.2142 z późn. zm./ oraz rozporządzeń wykonawczych
- Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 11 września 2006 r. w sprawie środków odurzających, substancji psychotropowych, prekursorów kategorii 1 i preparatów zawierających te środki lub substancje /t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 1889/.

II. Naruszenia art. 94a ust. 1 Ustawy z dnia 6 września 2001 roku - Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 poz.2142 z późn. zm./ w zakresie działalności reklamowej apteki.

w związku z niezgodnościami stwierdzonymi w trakcie kontroli planowej, przeprowadzonej w dniu [...] roku, w aptece ogólnodostępnej o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...].

Równocześnie podmiot prowadzący aptekę został poinformowany o prawie do wzięcia udziału w postępowaniu poprzez wypowiedzenie się co do zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego oraz zgłaszanie wniosków dowodowych i wyjaśnień – w terminie 7 dni od daty doręczenia zawiadomienia o wszczęciu postępowania.

Strona nie skorzystała z przysługującej jej uprawnień.

Pismem dnia 30.06.2017 r. Strona została poinformowana, że Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zamierza wydać decyzję kończącą postępowanie administracyjne w przedmiocie dostosowania działalności gospodarczej do ww. przepisów. Jednocześnie poinformowano, że przed wydaniem decyzji kończącej postępowanie administracyjne stronie postępowania służy prawo do wypowiedzenia się, co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszenia ewentualnych żądań.

W dniu 14.07.2017 r. do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo z dnia 10.07.2017 roku nowego pełnomocnika [...] pn. „Pismo”, w którym wniesiono o sporządzenie oraz przesłanie kopii akt niniejszej sprawy z uwagi na ważny interes Strony oraz odniesiono się do zarzutu naruszenia art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne.

Pismem z dnia 17.07.2017 roku Pan [...] został wezwany do uzupełnienia braków formalnych wniesionego ww. poprzez doręczenie pełnomocnictwa do reprezentowania [...] wraz z dowodem uiszczenia 17 zł od udzielonego pełnomocnictwa – w terminie 7 dni od daty otrzymania niniejszego wezwania pod rygorem pozostawienia pisma z dnia 10.07.2017 roku bez rozpoznania

W dniu 24.07.2017 roku zostało do tut. inspektoratu wpłynęło brakujące pełnomocnictwa wraz z dowodem uiszczenia opłaty skarbowej.

W dniu 04.08.2017 roku została przesłana kopia akt sprawy potwierdzona za zgodność oryginałem.

W dniu 31.08.2017 r. do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo z dnia 17.08.2017 roku pełnomocnika pn. „Pismo”, w którym Strona podtrzymała stanowisko w odniesieniu się do zarzutu naruszenia art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne. Zdaniem Strony umieszczenie baneru z napisem PROMOCJA nie miało na celu reklamowanie apteki. Czynność polegająca na umieszczeniu ww. baneru należy uznać za przekazanie informacji. Dodatkowo informacja dotycząca niższych cen znajdowała się w lokalu apteki, więc nie docierała ona do nieograniczonej liczby odbiorców, a jedynie do pacjentów, którzy już zdecydowali się na wejście do apteki i skorzystania ze świadczonych przez nią usług. Ponadto Apteka ma obowiązek informowania pacjentów o cenach poszczególnych leków i wyrobów medycznych.

W powyższym piśmie nie wniesiono żadnych uwag odnośnie naruszenia innych obowiązujących przepisów.

Mając na uwadze zgromadzony w trakcie kontroli materiał dowodowy, a tym samym ustalony stan faktyczny, organ zważył, co następuje.

Odnosząc się do stwierdzonych powyżej uchybień należy stwierdzić, że ilość uchybień stwierdzonych w trakcie kontroli apteki budzi poważne zastrzeżenia co do przestrzegania obowiązujących przepisów prawa w zakresie prowadzonej działalności. Tym samym istniała konieczność wszczęcia postępowania, celem wydania stosownych nakazów przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego w ramach jego uprawnień ustawowych.

Stwierdzone naruszenia dotyczyły między innymi obrotu produktami leczniczymi, a zgodnie z art. 65 ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - *Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 2142 z późn. zm./*:

„Obrót produktami leczniczymi może być prowadzony tylko na zasadach określonych w ustawie.”

Jednocześnie na podstawie art. 120 ust. 1 pkt 2 ustawy Prawo farmaceutyczne:

„W razie stwierdzenia wymagań dotyczących obrotu produktami leczniczymi lub wyrobami medycznymi, właściwy organ nakazuje, w drodze decyzji, usunięcie w ustalonym terminie stwierdzonych uchybień.”

Wydanie niniejszej decyzji było niezbędne, aby jasno wskazać przedsiębiorcy, jakich naruszeń obowiązującego prawa dopuścił się przy prowadzeniu apteki i równocześnie wyraźnie nakazać przestrzegania obowiązujących przepisów.

Pozwoli to w przyszłości na ustalenie, czy podmiot prowadzący aptekę stosuje się do decyzji wydawanych przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego. Brak wykonania decyzji, na podstawie art. 103 ust.2 pkt 1 ustawy *Prawo farmaceutyczne*, może prowadzić nawet do cofnięcia zezwolenia na prowadzenie apteki ogólnodostępnej.

W zakresie natomiast stwierdzonych działań o charakterze reklamowym, na wstępie należy zważyć, że w myśl art. 94a ust.2 ustawy *Prawo farmaceutyczne* nadzór nad przestrzeganiem przepisów zakazujących aptekom i punktom aptecznym prowadzenie reklamy prowadzi wojewódzki inspektor farmaceutyczny. W razie stwierdzenia naruszenia przepisów ustawy w tym przedmiocie wojewódzki inspektor farmaceutyczny uprawniony jest do wydania decyzji w tym zakresie na podstawie art. 94a ust. 1 pkt. 3 ustawy *Prawo farmaceutyczne* nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy, której brak wykonania może prowadzić nawet do cofnięcia zezwolenia na prowadzenia apteki ogólnodostępnej.

W ocenie organu w niniejszej sprawie niewątpliwie doszło do prowadzenia niedozwolonej reklamy apteki przez podmiot prowadzący aptekę.

W trakcie kontroli stwierdzono bowiem, że w trzech miejscach w izbie ekspedycyjnej, powyżej produktów umieszczonych na półkach, znajdowały się banery. Na czerwonym tle banerów został umieszczony, przy użyciu białych, dużych liter, napis o treści: PROMOCJA. **Banery te swoją kolorystyką bardzo przyciągały wzrok.**

W trakcie kontroli kierownik apteki pisemnie wyjaśniła, że:
„(...) banery z nazwą „PROMOCJA”, znajdujące się w izbie ekspedycyjnej zostały umieszczone z chwilą otwarcia apteki, tj. w grudnia 2013 r. Poniżej banerów znajdują się na półkach produkty lecznicze i inny asortyment w promocyjnych cenach. Zainteresowanie tymi produktami jest zwiększone i dlatego produkty te lepiej się sprzedają w aptece. Ekspozycja produktów na półkach jest zmieniana średnio raz w miesiącu. Produkty, które początkowo są w promocyjnych cenach po zdjęciu z półek otrzymują wyższą cenę.

O umieszczeniu banerów oraz o cenach produktów w promocji i poza nią decyduje spółka prowadząca aptekę.”

W piśmie z dnia 17.08.2017 roku pełnomocnik strony nie kwestionował obecności w izbie ekspedycyjnej banerów z hasłem „PROMOCJA”. Potwierdził więc fakty stwierdzone w trakcie kontroli. Nie zostały też podważone wyjaśnienia kierownika apteki złożone pisemnie w trakcie kontroli.

Pełnomocnik stwierdził, że banery z napisem „PROMOCJA” należy uznać za przekazanie informacji. Trudno zgodzić się z tym stwierdzeniem.

Hasło PROMOCJA wyraźnie sugeruje, że w aptece prowadzona jest sprzedaż produktów w niższych cenach. W tym miejscu należy odnieść się ponadto do zasad doświadczenia życiowego, jakie posiada współcześnie każdy konsument. Jest to bowiem powszechnie spotykana praktyka w handlu. Na co dzień w wielu miejscach spotykamy się z hasłami reklamowymi o promocjach. Tym samym rola promocji jest oczywista dla każdego, czyli że pozwala dokonać zakupów towarów w niższych, atrakcyjniejszych cenach niż ma to miejsce zazwyczaj. Promocja służy więc jednemu celowi, zwiększeniu sprzedaży towarów poprzez reklamę sprzedawcy i jego działalności.

Dodatkowo potencjalny pacjent nie był w stanie nie zauważyć powyższych informacji, ze względu na sposób umieszczenia banerów z hasłem „PROMOCJA” oraz bardzo wyraźną kolorystykę, co zwiększało intensywność przekazu.

Potwierdziła, to kierownik apteki stwierdzając: *„Zainteresowanie tymi produktami jest zwiększone i dlatego produkty te lepiej się sprzedają w aptece.”*

Cel PROMOCJI został więc osiągnięty poprzez wzrost zainteresowania produktami, będącymi w promocji oraz poprzez wzrost ich sprzedaży, co stanowi niepodważalny cel każdej reklamy.

Pełnomocnik stwierdził również, że informacja dotycząca niższych cen znajdowała się w lokalu apteki, więc nie docierała ona do nieograniczonej liczby odbiorców, a jedynie do pacjentów, którzy już zdecydowali się na wejście do apteki. Trudno zgodzić się z tym stwierdzeniem.

Informacja o sprzedaży towarów w niższych cenach, z uwagi na promocję, umieszczono w izbie ekspedycyjnej, która jest niewątpliwie miejscem publicznym, dostępnym nieograniczonej liczbie osób. Informacje o treści reklamowej oddziaływały więc najpierw na pacjentów, którzy zdecydowali się na wejście do apteki. Następnie to oddziaływanie musiało się przenosić dalej do innych osób, na skutek przekazywani informacji o korzystniejszych, niższych cenach w aptecę położonej w [...]. Reklama docierała z pewnością do znacznie większej liczby osób niż tylko pacjenci, którzy zdecydowali się na wejście do apteki.

Z dniem 1 stycznia 2012 roku znowelizowane zostały przepisy ustawy Prawo

farmaceutyczne dotyczące reklamy aptek. Zgodnie z art. 94a ust. 1 ww. ustawy „Zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.”

Obecny zakaz reklamy aptek i punktów aptecznych jest szerszy (w porównaniu do stanu obowiązującego do 31 grudnia 2011 r.), gdyż dotyczy jakichkolwiek działań reklamowych, a nie jak poprzednio odnoszących się jedynie do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych finansowanych ze środków publicznych.

Ustawa Prawo farmaceutyczne wprowadziła więc z dniem 1 stycznia 2012 roku całkowity zakaz reklamy apteki i jej działalności. Ustawodawca nie zdefiniował pojęcia reklamy, a jedynie wskazał co reklamy nie stanowi. Należy zatem przyjąć, że reklamą jest „wszystko”, co nie jest informacją o lokalizacji oraz godzinach pracy apteki.

Od czasu jednak ustanowienia ustawowego zakazu prowadzenia reklamy aptek i ich działalności ugruntowało się już orzecznictwo sądowe w tym zakresie, zgodnie z którym reklamą jest każde działanie, które ma na celu zachęcanie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z konkretnych usług. W tym przypadku były to towary po obniżonej cenie z uwagi na ich promocję.

Przykładowo zaistniał wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego, w którym znajdujemy następujące stwierdzenia.

„(...) reklamą apteki, jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów lub korzystania z określonych usług. Reklama może przyjmować różne formy, w szczególności: haseł, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów i gazetek. (...) Za działanie reklamowe powinno być uznane również takie działanie, których zamierzonym celem jest pozyskiwanie nowych klientów lub zatrzymywanie „starych”. (wyrok WSA z dnia 10 grudnia 2012 r. sygn. akt VI SA/Wa 1756/12)

Reasumując oznacza to, że za reklamę apteki należy uznać każde działanie, niezależnie od sposobu i metody jej przeprowadzenia oraz użytych środków do jego realizacji, jeżeli jego celem jest zwiększenie sprzedaży towarów w niej oferowanych. Objęcie zakazem „każdego działania” wyłącza z tej dyspozycji tylko jeden stan faktyczny, określony w zdaniu 2 art. 94a ust. 1 – kierowanie do publicznej wiadomości informacji o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. (wyrok WSA z dnia 25 kwietnia 2013 r. sygn. akt VI SA/Wa 315/13).

Mając powyższe na uwadze organ uznał, że w tym przypadku miało miejsce prowadzenie niedozwolonej reklamy przez przedsiębiorcę prowadzącego aptekę ogólnodostępną, stąd zasadnym było wszczęcie postępowania w tym zakresie.

Czyn niedozwolony to na gruncie prawa administracyjnego czyn zabroniony pod groźbą kary, a w tym przypadku kara pieniężna jest przewidziana za prowadzenie reklamy apteki i oraz jej działalności, a jej zaprzestanie przed wydaniem decyzji może wpływać jedynie na wymiar tej kary. Przeciwnie stanowisko pozostawałoby w sprzeczności z całym systemem obowiązującego prawa, w którym czyny niedozwolone mogące stanowić przestępstwa lub delikty o charakterze administracyjnym podlegają karze bez względu na fakt ich zaprzestania w trakcie prowadzonych postępowań lub nawet przed ich wszczęciem.

Prowadzone postępowanie doprowadziło do pozytywnego ustalenia, że przedsiębiorca prowadził niedozwoloną reklamę apteki i jej działalności, a tym samym podlega karze przewidzianej w art. 129b ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne.

Tym samym w świetle stwierdzonych działań reklamowych zaktualizował się obowiązek organu do postąpienia zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne. Przepis ten stwierdza, że karze pieniężnej w wysokości do 50 000 złotych podlega ten, kto wbrew przepisom art. 94a prowadzi reklamę apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności. Karę pieniężną nakłada wojewódzki inspektor farmaceutyczny, w drodze decyzji administracyjnej i jest to związane ze stwierdzeniem prowadzenia reklamy, niezależnie, czy określone działania są

nadal prowadzone na dzień wydania decyzji, czy też zaprzestano tych działań. Przy ustalaniu wysokości kary uwzględnia się w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów. Wymierzenie kary pieniężnej jest obligatoryjne, a organ nakładając karę pieniężną ma jedynie możliwość jej miarkowania.

Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 3000,00 zł (słownie: trzy tysiące złotych 00/100 zł). Wysokości kary jest adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności prowadzenia reklamy ww. apteki i jej działalności.

Na ustalenie wysokości kary miały wpływ następujące okoliczności:

1. przedmiotem reklamy było umieszczenie w trzech miejscach izby ekspedycyjnej, powyżej produktów umieszczonych na półkach, banerów z hasłem „PROMOCJA”
2. forma zakazanej reklamy w postaci baneru z hasłem „PROMOCJA”, którego wielkość i kolorystyka bardzo przyciągały wzrok, stanowiła wyraźną zachętę do korzystania z możliwości zakupu produktów w niższych cenach
3. czas trwania reklamy, który dotyczy ponad trzyletniego okresu
4. nie zaprzestano prowadzenia reklamy ww. apteki i jej działalności, pomimo wszczęcia niniejszego postępowania administracyjnego
5. strona – jako przedsiębiorca – jest profesjonalnym uczestnikiem obrotu prawnego, co szczególnie zobowiązuje ją do przestrzegania przepisów regulujących prowadzenie danej działalności (w tym również art. 94a ustawy – Prawo farmaceutyczne, który wszedł w życie z dniem 1 stycznia 2012 roku)
6. reklama dotyczyła jednej apteki.

Niski wymiar kary ma na celu nadanie jej roli prewencyjnej za naruszenie przepisów o zakazie reklamy apteki i zapobiec ponownemu naruszeniu zakazu w przyszłości.

Kara ta ma również znaczenie edukacyjne dla strony i stanowi ewentualną przestrożę dla innych przedsiębiorców prowadzących detaliczny obrót produktami leczniczymi przed podobnym naruszeniem.

Niemniej w polu widzenia Inspekcji pozostanie działanie przedsiębiorcy **i w przypadku ponownego zaistnienia działań reklamowych spotka się to z sankcją o wiele większych rozmiarów.**

Mając na względzie powyższe Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny postanowił nałożyć karę pieniężną jak w punkcie III sentencji decyzji.

W związku z powyższym postanowiono jak na wstępie.

Mając na względzie powyższe Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny postanowił nałożyć karę pieniężną jak w punkcie III sentencji decyzji.

W związku z powyższym postanowiono jak na wstępie.

POUCZENIE

Od niniejszej decyzji służy odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego za pośrednictwem Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Krakowie w terminie czternastu dni od daty doręczenia decyzji.

Zgodnie z treścią art. 127a ustawy Kodeks postępowania administracyjnego w trakcie biegu terminu do wniesienia odwołania strona może zrzec się prawa do wniesienia odwołania wobec Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Krakowie.

Z dniem doręczenia Małopolskiemu Wojewódzkiemu Inspektorowi Farmaceutycznego w Krakowie oświadczenia o zrzeczeniu się prawa do wniesienia odwołania przez ostatnią ze stron postępowania, decyzja staje się ostateczna i prawomocna.

W przypadku złożenia przez stronę oświadczenia o zrzeczeniu się prawa do odwołania od decyzji nie przysługuje prawo do odwołania się ani skargi do sądu administracyjnego.

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 3 i art. 129ba ust. 1 Prawa farmaceutycznego kary pieniężne, uiszcza się w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Krakowie, Plac Szczepański 5, 31-011 Kraków w NBP O/Kraków numer rachunku: **46 1010 1270 0009 4122 3100 0000**.

Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami ustawowymi, za zwłokę następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

Otrzymują:

1. [...]

2. a/a