

DECYZJA

Na podstawie art. 108 ust. 4 pkt 7 lit. b w zw. z art. 94a ust. 1, 2, 3 i 4 oraz art. 129b ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - *Prawo farmaceutyczne* (tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 2142 z późn. zm.) oraz art. 104 § 1, art. 105 § 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 [...] ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności, poprzez prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej pn. [...], zlokalizowanej w [...] i jej działalności polegającej na umieszczeniu informacji widocznej na zewnątrz lokalu apteki o możliwości szybszego sporządzenia „leku robionego” (recepturowego) tj. w ciągu 15 minut oraz umieszczenia w izbie ekspedycyjnej apteki informacji o produkcie leczniczym oraz innych produktach, jako dostępnych w „PROMOCJI”.
- II. Nakazuje zaprzestania prowadzenia reklamy apteki pn. [...], zlokalizowanej [...] i jej działalności poprzez umieszczanie informacji widocznej na zewnątrz lokalu apteki o możliwości szybszego sporządzania leków recepturowych, „robionych”.
- III. Nakłada na przedsiębiorcę, a to [...], karę pieniężną w wysokości 2000,00 zł (słownie: dwa tysiące 00/100 zł) 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. Umarza postępowanie w części dotyczącej wydania nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy aptek i ich działalności polegającej na umieszczeniu w izbie ekspedycyjnej apteki ogólnodostępnej pn.: [...] informacji o produkcie leczniczym oraz innych produktach, jako dostępnych w „PROMOCJI”.
- V. Nadaje decyzji w pkt II rygor natychmiastowej wykonalności.

U Z A S A D N I E N I E

W dniu 24.04.2017 roku do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Krakowie wpłynęło pismo informujące, że „[...] reklamuje się poprzez plakat wystawiony za szybą witryny o treści »[...]«. Napis na plakacie narusza zakaz reklamowania się aptek, a ponadto wprowadza w błąd pacjentów, sugerując, że w innych aptekach wyrób leku trwa dłużej.” W załączeniu przesłano zdjęcie okna izby ekspedycyjnej z plakatem.

W celu potwierdzenia powyższej informacji w dniu 17.05.2017 roku w aptece została przeprowadzona kontrola doraźna w zakresie przestrzegania zakazu reklamy aptek i ich działalności. Z kontroli został sporządzony protokół podpisany przez inspektora farmaceutycznego przeprowadzającego kontrolę oraz pełnomocnika podmiotu kontrolowanego.

Kontrola wykazała obecność w oknie izby ekspedycyjnej tablicy widocznej na zewnątrz lokalu apteki, z informacją o treści:

[...].

Stojąc na zewnątrz lokalu apteki niewidoczne było odesłanie oznaczone symbolem „*”. Dopiero po wyciągnięciu tablicy przez kierownika apteki i jej okazaniu można było stwierdzić, że „*” odsyła do treści o brzmieniu:

**nie dotyczy czopków, globulek, proszków dzielonych
zależy od dostępności składników.*

W trakcie kontroli kierownik apteki Pani mgr farm. [...] złożyła pisemne wyjaśnienia dotyczące tablicy, w których stwierdziła, że:

„(..) została ona umieszczona prawdopodobnie w lutym 2017 roku. O umieszczeniu tablicy zdecydował właściciel apteki. Zainteresowanie pacjentów tak szybkim sporządzeniem leku recepturowego nie jest duże. W ciągu tygodnia takie sytuacje zdarzają się około 5 razy. Zazwyczaj pacjenci wolą odebrać lek recepturowy w dniu następnym.”

Kontrola wykazała ponadto, że w izbie ekspedycyjnej na szybach przy stole ekspedycyjnym umieszczone są informacje o produktach oferowanych przez aptekę w ramach promocji. Każda z informacji zawierała w górnej części hasło „PROMOCJA!”, poniżej którego widniała nazwa produktu, następnie wskazania do stosowania, zdjęcie opakowania i cena z wielkością opakowania i ewentualnie dawką. Oferowane produkty w promocyjnej cenie były to m.in.:

- produkt leczniczy Kreon Travix 10 000 x 20 tabletek (powinno być kaps. dojelitowych) - w cenie 9,99 zł
- suplement diety Immunalis D3 w dawce 2000 j.m. x 60 kaps. - w cenie 7,99 zł oraz w dawce 4000 j.m. x 60 kaps. - w cenie 9,99 zł
- suplement diety Biotevit x 30 tabl. – w cenie 14,99 zł
- dietetyczny środek spożywczy specjalnego przeznaczenia żywieniowego Diarino ORS x 10 saszetek – w cenie 9,99 zł.

W trakcie kontroli kierownik apteki Pani mgr farm. [...] złożyła pisemne wyjaśnienia, w którym stwierdziła, że:

„W odniesieniu do informacji o promocyjnych cenach suplementów diety i produktu leczniczego – Kreon Travix 10 000 x 20 kaps. dojelitowych, które umieszczone są na szybach przy stole ekspedycyjnym, wyjaśniam że otrzymaliśmy ogólnie polecenie umieszczenia informacji o wybranych produktach sprzedawanych w aptece. Nie zwróciłam uwagi, że informacja zawiera również słowo »promocja«.

Wywieszenie tego typu informacji powoduje zwiększenie zainteresowania pacjentów tymi produktami.”

W trakcie przeprowadzonych kontroli stwierdzono następującą niezgodność, którą wpisano w pkt. **III. Niezgodności stwierdzone w czasie kontroli** protokołu z ww. kontroli doraźnej:

Obecność informacji widocznej na zewnątrz lokalu apteki o możliwości szybszego sporządzenia leku robionego (recepturowego) tj. w ciągu 15 minut oraz obecność w izbie ekspedycyjnej informacji o produkcie leczniczym oraz innych produktach dostępnych w aptece będących w „PROMOCJI” jest reklamą apteki i jej działalności i stanowi naruszenie art. 94a ustawy z dnia 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne /tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz.2142 z późn. zm./.

Wraz z podpisanym protokołem w dniu 30.05.2017 roku do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo Pełnomocnika Strony pn. „Pismo kontrolowanego”. Pełnomocnik poinformował w nim, że „(...) oznaczenia »promocja« zostały usunięte. Ich umieszczenie na półkach z towarami było wywołane błędnym zrozumieniem informacji przekazanej przez podmiot prowadzący aptekę. Do apteki kupiono produkty będące w promocyjnej sprzedaży. Jednak nikt nie oczekiwał od personelu apteki, aby informacje o tym umieścić na wywieszkach z cenami. Nie jest to praktykowane przez podmiot prowadzący aptekę w żadnej z prowadzonych aptek.” Równocześnie pełnomocnik stwierdził „(...) nie można zgodzić się z tezą, iż informacja o możliwości wykonania leku recepturowego w 15 minut jest reklamą. Przede wszystkim lek recepturowy nigdy nie jest produktem nabywanym impulsywnie. Do jego nabycia konieczna jest recepta. Dlatego taka informacja nie może zachęcać do nabywania produktów.” Pełnomocnik strony dostarczył do tut. Inspektoratu podpisany protokół.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że informacje o produktach oferowanych przez aptekę w ramach promocji umieszczone były w izbie ekspedycyjnej na szybach przy stole ekspedycyjnym. Informacje na szybach przy stole ekspedycyjnym zawierały w górnej części hasło „PROMOCJA!” poniżej którego widniała nazwa produktu, następnie wskazania do stosowania, zdjęcie opakowania i cena z wielkością opakowania i ewentualnie dawką.

Pismem z dnia 21.06.2017 r. zawiadomiono Stronę poprzez Pełnomocnika o wszczęciu z urzędu postępowanie administracyjnego w przedmiocie podejrzenia 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 reklamy apteki i jej działalności w związku ze stwierdzeniem w trakcie kontroli doraźnej przeprowadzonej w dniu 17.05.2017 roku w aptece informacji widocznej na zewnątrz lokalu apteki o możliwości szybszego sporządzenia leku robionego (recepturowego) oraz obecności w izbie ekspedycyjnej informacji o produkcie leczniczym oraz innych produktach dostępnych w aptece będących w „PROMOCJI”. Jednocześnie poinformowano 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.

W odpowiedzi na powyższe w dniu 03.07.2017 roku do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo pn. „Stanowisko Strony”, w którym pełnomocnik strony wyjaśnił:

1. *Wszystkie wywieszki informujące o jakichkolwiek »promocjach« zostały zdjęte. Ich umieszczenie w aptece było jednorazowym zdarzeniem związanym z błędnym zrozumieniem komunikatu właściciela apteki.*
2. *Jednocześnie zwracam uwagę, iż tablica informująca o czasie wykonania leku w aptece, w ocenie strony, nie ma charakteru reklamy. Informacja o czasie wykonania leków recepturowych jest dla pacjentów informacją absolutnie nieznaną. Dlatego każde zlecenie wykonania leku recepturowego poprzedzone jest pytaniem »na kiedy lek zostanie wykonany«. Tablica informacyjna udziela na to pytanie. Należy zwrócić uwagę, że nie zawiera ona żadnych treści wartościujących lub porów-*

nujących aptekę do innych aptek. Nie nakłania również pacjentów do realizacji zakupów. Leki recepturowe nie są produktami nabywanymi pod wpływem reklamy lub impulsu. Warunkiem koniecznym jest posiadanie recepty. Informacja o czasie realizacji recept na leki recepturowe jest taką samą informacją jak informacja o cenie produktów lub informacją, że leki są refundowane przez NFZ.”

W uzupełnieniu powyższego pisma w dniu 12.07.2017 roku do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo pn. „Wniosek” w załączeniu którego przedłożono dwa zdjęcia dokumentujące usunięcie wszystkich wywieszek informujących o jakichkolwiek „promocjach”.

Pismem z dnia 13.07.2017 r. strona została poinformowana, że Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zamierza wydać decyzję kończącą postępowanie administracyjne i równocześnie poinformowano Stronę, że przed wydaniem decyzji kończącej postępowanie administracyjne Stronie postępowania służy prawo do wypowiedzenia się, co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszenia ewentualnych żądań.

Do dnia wydania niniejszej decyzji strona nie wypowiedziała się, co do zebranych dowodów i materiałów oraz nie zgłosiła żadnych nowych wniosków dowodowych oraz wyjaśnień.

Przy tak ustalonym stanie faktycznym organ zważył, co następuje.

Materiał dowodowy zgromadzony w sprawie i nie kwestionowany przez stronę postępowania, pozwala na uznanie, że prawdopodobnie w lutym 2017 roku w oknie izby ekspedycyjnej została umieszczona tablica widoczna na zewnątrz lokalu apteki, z informacją o treści:

[...].

Stojąc na zewnątrz lokalu apteki niewidoczne było odesłanie oznaczone symbolem „*”. Dopiero po wyciągnięciu ww. tablicy przez kierownika apteki i jej okazaniu można było stwierdzić, że „*” oznacza:

*nie dotyczy czopków, globulek, proszków dzielonych
zależy od dostępności składników.

O umieszczeniu tablicy zadecydował właściciel apteki.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że zgodnie z definicją zawartą art. 2 pkt. 12 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - *Prawo farmaceutyczne* produkt leczniczy sporządzony w aptece na podstawie recepty lekarskiej jest lekiem recepturowym, a nie lekiem robionym. Określenie „lek robiony” jest określeniem potocznym. Zgodnie natomiast art. 86 ust. 1 pkt. 2 ustawy *Prawo farmaceutyczne* apteka świadcząca usługi farmaceutyczne, które obejmują m.in. sporządzanie leków recepturowych jest zobowiązana do ich sporządzenia w terminie nie dłuższym niż 48 godzin od złożenia recepty przez pacjenta, a w przypadku recepty na lek recepturowy zawierający środki odurzające lub oznaczonej „wydawać natychmiast” w ciągu 4 godzin.

Informowanie pacjentów o możliwości szybszego sporządzenia leku recepturowego tj. w ciągu tylko 15 minut (dotyczy wybranych sytuacji) niż w innych aptekach, gdzie lek recepturowy powinien być sporządzony do 48 godzin = 2880 minut, a w niektórych sytuacjach do 4 godzin = 240 minut należy uznać za reklamę apteki i jej działalności poprzez oferowanie usługi farmaceutycznej, którą pacjent może otrzymać dużo wcześniej niż w innej aptece. Trudno zgodzić się ze stanowiskiem strony, że informacja nie zawiera żadnych treści wartościujących lub porównujących aptekę do innych aptek. Jeśli czas sporządzenia leku recepturowego został ustalony ustawowo, to każde szybsze wykonanie leku recepturowego czyni aptekę atrakcyjniej-

szą dla pacjenta w stosunku do tych aptek, które mają dwie doby na sporządzenie leku recepturowego (od momentu przyjęcia recepty lekarskiej) i nie ma tu znaczenia, że apteka może ustalić z pacjentem, że lek recepturowy wykonana wcześniej, jeżeli przybiera to formę komunikatu skierowanego do nieograniczonej liczby pacjentów, z którego wynika, że z założenia oferowany jest krótszy czas na tę usługę farmaceutyczną.

Widoczny dla pacjenta przekaz jest zdaniem organu wyraźną zachętą. Pacjent na pewno wybierze tę aptekę, która oferuje mu wręcz „na poczekaniu” sporządzenie leku recepturowego, bez konieczności ponownej wizyty w aptece po jego odbiór. Nie ma tu zdaniem organu znaczenia, czy przy tak zw. „okienku” pacjent dowie się, że w jego przypadku sporządzenie leku recepturowego wymaga dłuższego czasu. Efekt przeciągnięcia pacjenta do apteki na pewno zostanie osiągnięty. Ważny jest motyw działania, który jest ewidentną zachętą do korzystania z usług apteki, a więc jest reklamą jej działalności.

Materiał dowodowy zgromadzony w trakcie przeprowadzonego postępowania pozwala również na uznanie, że w izbie ekspedycyjnej na szybach przy stole ekspedycyjnym umieszczone zostały informacje o produktach oferowanych przez aptekę w ramach promocji. Każda z informacji zawierała w górnej części hasło „PROMOCJA!” poniżej którego widniała nazwa produktu, następnie wskazania do stosowania, zdjęcie opakowania i cena z wielkością opakowania i ewentualnie dawką.

Informowanie pacjentów o możliwości nabycia produktów oferowanych przez aptekę w promocyjnej cenie jest jasnym komunikatem o możliwości zakupu tych produktów taniej, czyli stanowi reklamę apteki. Dodatkowo sposób usytuowania tej reklamy, której nie sposób nie zauważyć, a która znajduje się na szybach przy stole ekspedycyjnym, bezpośrednio przed pacjentem stojącym w kolejce lub już obsługiwanym, miał na celu zwrócenia jego uwagi na przekazywaną treść. Uzyskanie oczekiwanego efektu potwierdziła Pani kierownik apteki w pisemnych wyjaśnieniach złożonych w trakcie kontroli doraźnej stwierdzając, że: *„Wywieszenie tego typu informacji powoduje zwiększenie zainteresowania pacjentów tymi produktami.”*

Strona odnośnie informacji o produktach oferowanych przez aptekę w ramach promocji poinformowała, że wywieszki o jakichkolwiek »promocjach« zostały zdjęte, a ich umieszczenie w aptece było jednorazowym zdarzeniem związanym z błędnym zrozumieniem komunikatu właściciela apteki. Na potwierdzenie powyższego przesłana została dokumentacja fotograficzna.

Prawo farmaceutyczne nie zawiera legalnej definicji reklamy aptek, wskazując jedynie działania, które nimi nie są, czyli informacja o lokalizacji oraz godzinach pracy apteki. Sposób rozumienia pojęcia „reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności” został jednak wypracowany w orzecznictwie sądów administracyjnych. I tak: *„Reklamą apteki może być każde działanie, skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych w niej oferowanych.”* (wyrok z dnia 1 lutego 2008, sygn.. VII SA/Wa 1960/07), *„Reklamą działalności apteki jest działanie polegające na zachęcaniu potencjalnych klientów do dokonywania zakupu usług farmaceutycznych w konkretnej aptece lub punkcie aptecznym.[..] Dlatego też za reklamę działalności apteki należy uznać każde działanie, skierowane do publicznej wiadomości, niezależnie od sposobu i metody jego przeprowadzenia oraz środków użytych do jego realizacji, jeśli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych oferowanych w danej aptece”* (wyrok WSA w Warszawie, sygn.. akt VII SA/Wa 1985/2007), *„(...) 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: hasła,*

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 środków użytych do jego realizacji, jeżeli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych w niej oferowanych. Objęcie zakazem „każdego działania” wyłącza z tej dyspozycji tylko jeden stan faktyczny, określony w zdaniu 2 art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego, a to 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).

W niniejszej sprawie, na co należy zwrócić szczególną uwagę, ma miejsce prowadzenie przez podmiot kontrolowany dwóch rodzajów działań reklamowych, a to:

- oferowanie usługi farmaceutycznej polegającej na sporządzeniu leku recepturowego znacznie szybciej niż wymaga tego ustawa Prawo farmaceutyczne, a tym samym w odczuciu pacjenta uczynienie apteki „atrakcyjniejszej” od innych aptek
- zachęcanie do zakupu produktów w promocyjnych cenach.

Ustawa przyznaje wojewódzkiemu inspektorowi farmaceutycznemu prawo nadzoru nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, co wynika z art. 94 a ust. 2 ustawy *Prawo farmaceutyczne* i dlatego zasadnym było wszczęcie postępowania. Jednocześnie jest on uprawnionym w przypadku stwierdzenia naruszenia zakazu reklamy aptek i ich działalności do wydania nakazu jej zaprzestania, na podstawie art. 94a ust. 3 Pf. Stosowny nakaz musi dotyczyć oferowania usługi farmaceutycznej polegającej na sporządzeniu leku recepturowego w ciągu 15 minut albowiem strona kwestionuje to działanie jako mające charakter reklamowy. W sytuacji natomiast, gdy podmiot prowadzący aptekę zaprzestał prowadzenia niedozwolonej reklamy, co miało miejsce w niniejszej sprawie w odniesieniu do napisów „*Promocja*”, nie zachodzi konieczność wydania stosownego zakazu zaprzestania reklamy, a postępowanie administracyjne w tym zakresie należało umorzyć, na podstawie art. 105 § 1 k.p.a.

Jednocześnie wobec pozytywnego ustalenia, że przedsiębiorca prowadził niedozwoloną reklamę apteki i jej działalności zaktualizował się obowiązek organu do postąpienia zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i 2 *Prawa farmaceutycznego*. 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. Przy ustalaniu wysokości kary uwzględnia się w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów.

Z powyższego wynika, iż kara pieniężna jest obligatoryjna, a zatem czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do konkretnego przedsiębiorcy należy nałożyć sankcję karną nie jest pozostawione swobodnemu uznaniu organowi, w tym wypadku Małopolskiemu Wojewódzkiemu Inspektorowi Farmaceutycznemu, ale kara ta wynika wprost z przepisów ustawy *Prawa farmaceutycznego*.

Mając na względzie okoliczności sprawy i poczynione ustalenia faktyczne, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 2 000 zł (słownie: dwa tysiące złotych 00/100). Wymierzając karę w tej wysokości miał na uwadze czas prowadzenia reklamy, który

był znaczny albowiem należało uznać, że działanie reklamowe w postaci oferowania przez aptekę sporządzenia leku recepturowego w ciągu 15 minut występuje, co najmniej od lutego 2017 roku, a więc trwa już ponad sześć miesięcy, a przedsiębiorca nie zaniechał tych działań zarówno po zakończeniu kontroli, jak również w trakcie wszczętego z urzędu postępowania. Natomiast napisy „promocja” zostały niemal natychmiast po kontroli usunięte. Na korzyść strony w tym przypadku przemawia zdecydowana i szybka reakcja w celu wyeliminowania tych działań reklamowych.

Niemniej jednak w dniu kontroli inspektor farmaceutyczny stwierdził dwa rodzaje działań reklamowych. W przypadku jednego z nich strona nie podziela stanowiska organu oraz w dalszym ciągu prowadzi reklamę działalności apteki i w tym zakresie niezależnie od kary pieniężnej orzeczono o nakazie jej zaprzestania. Mając to na uwadze orzeczono o wysokości kary, którą nie można uznać za nadmierną, ale jednocześnie organ uznał, że niższy wymiar nie osiągnąłby celu w postaci nadanie mu roli prewencyjnej za naruszenie przepisów o zakazie reklamy apteki, w sytuacji już bardzo długiego czasu obowiązywania ustawowego zakazu, który dotyczy profesjonalnych uczestników obrotu prawnego, jakimi są przedsiębiorcy. Nie można również tracić z pola widzenia, że kara także stanowi ewentualną przestrożę dla innych przedsiębiorców mogących naruszać ustawowy zakaz reklamy aptek i ich działalności. Należy również podnieść, że w przypadku ponownego zaistnienia działań reklamowych przez tego samego przedsiębiorcę będzie możliwe wymierzenie sankcji o wiele większych rozmiarów.

Nakazowi opisanemu w pkt II decyzji nadano rygor natychmiastowej wymagalności na podstawie art. 94a ust. 4 Prawa farmaceutycznego.

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