

DECYZJA

Na podstawie art. 108 ust. 4 pkt 7 lit. b w zw. z art. 94a ust. 1, 2 oraz art. 129b ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - *Prawo farmaceutyczne* (t. j. Dz. U. z 2019 r., poz. 499, ze zm.) oraz art. 104 § 1, art. 105 § 1 i art. 107 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku - *Kodeks postępowania administracyjnego* (t. j. Dz. U. 2018 r., poz. 2096, ze zm.)

MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

- I. **Stwierdza** naruszenie przez przedsiębiorcę [...] z siedzibą w [...], ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności, poprzez prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie [...] zlokalizowanej w [...] i jej działalności, polegającej na:
 - obecności w izbie ekspedycyjnej:
 - napisów na czerwonym tle umieszczonych w bezpośredniej bliskości produktów wyszczególnionych w gazetkach zatytułowanych [...] zawierających treść: „[...]”, „[...]”, „[...]”;
 - plakatów zatytułowanych „[...]”, „[...]”, „[...]”, „[...]”, „[...]”;
 - gazetek zatytułowanych „[...]”;
 - plakatów o czerwonej szacie graficznej, zawierających zdjęcia produktów wraz oraz faktycznymi cenami ich sprzedaży
- II. **Umarza** postępowanie administracyjne w zakresie wydania nakazu zaprzestania prowadzenia przez [...] niedozwolonej reklamy apteki o nazwie [...] zlokalizowanej w [...] i jej działalności, a polegającej na prowadzeniu działań reklamowych opisanych w punkcie I decyzji, wobec ich zaprzestania.
- III. **Nakłada** na przedsiębiorcę [...]. z siedzibą w [...], karę pieniężną w wysokości 15 000,00 zł (słownie: piętnaście tysięcy złotych 00/100) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - *Prawo farmaceutyczne* w zakresie opisanym w punkcie I niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa”.

UZASADNIENIE

W dniu 16.11.2018 roku do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Krakowie wpłynęło poprzez ePUAP pismo informujące o reklamie prowadzonej w październiku 2018 roku na terenie aptek o nazwie [...] zlokalizowanych na terenie [...],

w tym również apteki [...]. Pismo zawierało równocześnie wniosek o wszczęcie z urzędu postępowań „w przedmiocie nakazu zaprzestania prowadzenia przedmiotowych reklam oraz ukarania prowadzących je podmiotów”. W załączeniu przesłano zdjęcia przedstawiające izbę ekspedycyjną, na których widoczne były opisane w piśmie działania reklamowe, a także gazetkę pn. [...].

W celu potwierdzenia informacji zawartych w ww. piśmie w dniu 3 grudnia 2018 roku w aptece została przeprowadzona kontrola doraźna w zakresie sprawdzenia przestrzegania art.94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne.

W trakcie kontroli nie stwierdzono w aptece żadnego z elementów oznakowania, jakie zostały przedstawione na nadesłanych zdjęciach.

W toku czynności kontrolnych w archiwum stwierdzono obecność: gazetek zatytułowanych [...] i [...] (dostarczone w ilości po [...] sztuk), plakatu zatytułowanego [...] zawierającego informacje o nazwie, cenie produktu leczniczego (lub innego asortymentu), wraz z informacją o wskazaniu do stosowania, jak również czerwone etykiety zatytułowane „[...]”. W ciągu komunikacyjnym znajdowały się natomiast plakaty (format A4) umieszczone w „standach przykasowych” zawierające informacje o nazwie, cenie, wskazaniach do stosowania, wraz z wizualizacją opakowania produktu: [...],[...],[...],[...].

W trakcie kontroli Kierownik apteki [...] oraz [...] zeznały, że w okresie dwóch miesięcy (październik- listopad 2018r.) w izbie ekspedycyjnej znajdowały się:

- napisy na czerwonym tle, umieszczone w bezpośredniej bliskości produktów wyszczególnionych w gazetkach zatytułowanych [...], zawierających treść: [...],[...],[...];
- plakaty zatytułowane „[...]”, „[...]”, „[...]”, „[...]”, „[...]”;
- gazetki zatytułowane [...].

Natomiast przez okres trzech miesięcy (wrzesień, październik i listopad 2018r.) w izbie ekspedycyjnej eksponowano plakaty o czerwonej szacie graficznej, zawierające zdjęcia produktów oraz faktyczne ceny sprzedaży.

Przebieg kontroli oraz jej ustalenia zostały zawarte w protokole z dnia 02.01.2019 r., który został sporządzony w siedzibie tut. Inspektoratu i przesłany do siedziby [...]. W dniu 11 stycznia 2019r. zgłosił się Pełnomocnik podmiotu kontrolowanego, który pismem z dnia 14.01.2019 roku wniósł o udostępnienie załączników do protokołu z kontroli. Po otrzymaniu załączników do protokołu z kontroli, pełnomocnik strony pismem z dnia 6 lutego 2019r. poinformował, że:

- nie dokona zwrotu protokołu, bowiem [...]...” (strona w piśmie przewodnim do protokołu została pouczona o możliwości odmowy podpisania protokołu, wraz z jednoczesnym jego zwrotem);
- wskazano nieprawidłowe nazwisko kierownika apteki;
- nieprawidłowo zastosowano stwierdzenie „kolportować” w odniesieniu do gazetek;

- nieprawdziwe jest stwierdzenie, że „produkty wyszczególnione w gazetkach były wyeksponowane w izbie ekspedycyjnej poprzez umieszczenie w bezpośredniej bliskości plakatów zawierających- napisy na czerwonym tle „[...]”, „[...]”;
- nie jest prawdą, że w izbie ekspedycyjnej umieszczone były plakaty zawierające m. in. informacje o nazwie, składzie, zastosowaniu produktów leczniczych i pozostałego asortymentu.

Pismem z dnia 18.02.2019r. organ poinformował, że pismo z dnia 6 lutego 2019r. (data nadania 06.02.2019r.) zatytułowane „PISMO KONTROLOWANEGO”, nie może być potraktowane jako zastrzeżenia do protokołu z uwagi na fakt na niezachowanie terminowego wniesienia zastrzeżeń, zgodnie z art. 122f ust. 2 uPf.. Wraz z pismem przekazano protokół z naniesioną adnotacją o sprostowaniu omyłki pisarskiej.

W odpowiedzi w dniu 01.03.2019r. do tut. Inspektoratu wpłynął podpisany protokół z kontroli wraz z pismem, w którym pełnomocnik strony ponownie odniósł się do ustaleń z protokołu z kontroli, które zawarł w poprzednim piśmie.

Pismem z dnia 04.06.2019 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił Stronę o wszczęciu z urzędu postępowania administracyjnego w przedmiocie podejrzenia naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - *Prawo farmaceutyczne* w zakresie działalności reklamowej apteki ogólnodostępnej o nazwie [...], zlokalizowanej w [...] oraz poinformował o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszenia wniosków dowodowych i wyjaśnień.

W dniu 04.06.2019 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny postanowieniem dopuścił dowody z pism nadesłanych przez pełnomocnika kontrolowanego oraz odpowiedzi na te pisma, jak również Protokołu z kontroli doraźnej apteki z dn. 02.01.2019 r. znak: FAKR-I.8521.3.16.2018 wraz z załącznikami.

W dniu 17.06.2019 roku do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo pn. Pismo Strony w toku postępowania, w którym przedstawione zostało stanowisko Strony w związku z otrzymaniem zawiadomienia o wszczęciu postępowania administracyjnego. Strona nie skorzystała z możliwości zapoznania się z aktami postępowania, wniosła o umorzenie postępowania jako bezprzedmiotowego, stwierdzając, że zebrany w toku kontroli materiał dowodowy nie świadczy o naruszeniu art. 94a ust. 1 uPf.

W dniu 26.06.2019 r., w obecności Pełnomocników Strony, został przeprowadzony dowód z zeznań [...], który jest autorem pisma z informacją o reklamie aptek. Zeznał on m.in., że:

„Podtrzymuję twierdzenia zawarte w moim piśmie z dnia 15.11.2018 r. dotyczące prowadzenia działań reklamowych w aptece [...] zlokalizowanej w [...] Potwierdzam, że nadesłane zdjęcia nr 1 i 2 z całą pewnością zostały wykonane przeze mnie w aptece [...], zlokalizowanej w [...] i nie może być mowy o pomyłce w opisie zdjęcia.”

W dniu 17.07.2019 r., w obecności Pełnomocników Strony, został przeprowadzony dowód z zeznań [...], kierownika apteki. Zeznania potwierdziły ustalenia dokonane w trakcie kontroli, jedynie w kwestii plakatów zawierających informacje o produktach i cenach, kierownik z powodu niepamięci nie potrafił określić czy/ bądź, kiedy były eksponowane.

W kwestii wyeksponowania w izbie ekspedycyjnej plakatów zawierających informację o cenie i nazwie produktu należy stwierdzić brak spójności stanowiska pełnomocnika strony. W piśmie z dnia 6 i 25 lutego 2019r. stwierdza, że przedmiotowe plakaty nie były eksponowane w izbie ekspedycyjnej, natomiast z pisma z dnia 13 sierpnia 2019r. wynika, że plakaty były eksponowane w izbie ekspedycyjnej i jedynie stanowiły reklamę produktów na zlecenie podmiotów odpowiedzialnych.

Nie mniej jednak ustalenia dokonane w tym przedmiocie w trakcie kontroli w ocenie organu stanowią wystarczający dowód- w uwagi na fakt, że pozyskane zostały w niedługim okresie po zaprzestaniu prowadzenia działań o charakterze reklamowym.

W dniu 02.08.2019 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił o zakończeniu postępowania i o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów.

W dniu 16.08.2019 r. do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo pn. PISMO PEŁNOMOCNIKA STRONY, w którym Strona podtrzymała stanowisko wyrażone w toku postępowania i wniosła o umorzenie postępowania jako bezprzedmiotowego.

Przy tak ustalonym stanie faktycznym organ zważył, co następuje.

Materiał dowodowy zgromadzony w trakcie kontroli i podczas przesłuchań pozwala na uznanie, że:

- obecności w okresie dwóch miesięcy (październik- listopad 2018r.) w izbie ekspedycyjnej:
 - napisów na czerwonym tle umieszczonych w bezpośredniej bliskości produktów wyszczególnionych w gazetkach zatytułowanych „[...]”, zawierających treść: „[...]”, „[...]”, „[...]”;
 - plakatów zatytułowanych „[...]”, „[...]”, „[...]”, „[...]”, „[...]”;
 - gazetek zatytułowanych „[...]”;
- obecności w okresie trzech miesięcy (wrzesień, październik i listopad 2018r.) w izbie ekspedycyjnej plakatów o czerwonej szacie graficznej, zawierających zdjęcia produktów oraz faktyczne ceny sprzedaży.

Reklama w aptece polegała na oferowaniu produktów w korzystnych cenach, opisanych jako promocyjne lub rabatowane. Oferta w gazetkach pn. „[...]” obowiązywała w ściśle określonym czasie, a tym samym sugerowała, że w tym okresie można zakupić wymienione w niej produkty w wyjątkowo atrakcyjnych cenach. Nie ma większego znaczenia, że gazetki były tylko wyłożone w izbie ekspedycyjnej, ponieważ należy uznać tą część apteki za miejsce ogólnodostępne dla pacjentów. Ponadto nie bez znaczenia jest, że kilkanaście spośród produktów wymienionych w gazetce zostało równocześnie wyeksponowanych w gablotach opisanych „[...]” z dodatkowym

oznakowaniem „[...]”, „[...]”. Takie wyeksponowanie produktów wskazanych w gazetkach „[...]” z całą pewnością miało na celu wywołanie jednoznacznego skojarzenia, że przedmiotowe produkty dostępne są w atrakcyjnych cenach w tej aptece.

Ponadto należy wskazać, że znajdujący się w izbie ekspedycyjnej plakat „[...]” przedstawiał produkty, które zostały wyeksponowane w jednej z gablot opisanych „[...]” „[...]”, „[...]”. Takie wyeksponowanie produktów wskazanych na plakacie „[...]” z całą pewnością miało na celu wywołanie jednoznacznego skojarzenia, że plakat, dotyczy produktów dostępnych w tej aptece. Sposób wyeksponowania napisów „[...]”, „[...]”, „[...]” w bezpośrednim sąsiedztwie okienek ekspedycyjnych, należy także uznać za jasny komunikat dla pacjenta o możliwości zakupu produktów w korzystnej cenie, a więc bezpośrednio stanowi impuls do zakupów.

Nie można się zgodzić ze stanowiskiem strony, że umieszczanie napisów „[...]”, „[...]”, „[...]”, należy uznać za działania, które „...[...]”, jak również materiały umieszczane w izbie ekspedycyjnej jak: gazetki, plakaty produktowe, plakaty ze zdjęciami oraz cenami produktów „...[...].”

Myśląc tokiem rozumowania pełnomocnika strony należy stwierdzić, że podmiot prowadzący aptekę prowadził działania, wiążące się ze znacznym nakładem finansowym, w celu braku osiągnięcia jakichkolwiek efektów sprzedażowych oraz zanotowania z tego tytułu strat finansowych, przy braku jakiegokolwiek korzyści dla podmiotów odpowiedzialnych. Mając na uwadze, że nadrzędnym celem prowadzenia każdego przedsiębiorstwa jest osiągnięcie zysku, należy uznać argumentację pełnomocnika za niespójną i nielogiczną, mającą zaprzeczyć ustaleniom faktycznym i rzeczywistym intencjom strony.

Zgodnie z zasadami doświadczenia życiowego przeciętnego konsumenta każde z opisanych elementów oznakowania – np. „[...]”, „[...]”, „[...]” umieszczone przy wybranych produktach jednoznacznie wskazują, że te produkty można nabyć na korzystniejszych zasadach. Umieszczenie tego typu elementów służy więc jednemu celowi – zwiększeniu sprzedaży artykułów przez reklamę sprzedawcy i prowadzonej przez niego działalności. Skorelowanie tego przekazu z treściami zawartymi w gazetkach, jak również plakatach ma na celu wzmocnienie tego przekazu.

Prawo farmaceutyczne nie zawiera legalnej definicji reklamy działalności aptek, wskazuje natomiast działania, które nimi nie są, a jest to jedynie informacja o lokalizacji i godzinach czynności. Sposób rozumienia pojęcia reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności został jednak wypracowany w orzecznictwie sądów administracyjnych. I tak przykładowo: *„Objęcie zakazem "każdego działania" wyłącza z tej dyspozycji tylko jeden stan faktyczny, określony w zdaniu 2 art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego, tj. kierowanie do publicznej wiadomości informacji o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. Zdaniem Sądu I instancji, reklamą działalności apteki będzie zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu produktu leczniczego lub wyrobu medycznego w aptecce - niezależnie od form i metod jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków - jeśli jej celem jest*

*zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych. Powołując się na orzecznictwo Sądu Najwyższego oraz sądów administracyjnych, Sąd I instancji podkreślił, że **reklamą są wszelkie formy przekazu, w tym także takie, które nie zawierają w sobie elementów oceniających ani zachęcających do zakupu, mogą jednak zostać przyjęte przez ich odbiorców jako zachęta do kupna (...)***” (Wyrok NSA z 05.03.2015, sygn. akt: II GSK 54/14)

Podsumowując oznacza to, że za reklamę działalności apteki należy uznać każde działanie niezależnie od sposobu i metody jej przeprowadzania oraz środków użytych do jego realizacji, jeżeli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów w niej oferowanych.

W myśl art. 94a ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001 roku *Prawo farmaceutyczne* nadzór nad przestrzeganiem przepisów zakazującym aptekom i punktom aptecznym prowadzenia reklamy prowadzi wojewódzki inspektor farmaceutyczny. W razie stwierdzenia naruszenia przepisów ustawy w tym przedmiocie wojewódzki inspektor farmaceutyczny uprawniony jest do wydania decyzji nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy, której brak wykonania może prowadzić nawet do cofnięcia zezwolenia na prowadzenie apteki ogólnodostępnej.

Dla oceny stopnia naruszenia przez Stronę ustawowego zakazu reklamy istotną okolicznością jest więc ustalenie okresu, w którym występowała niedozwolona reklama.

Na podstawie informacji pozyskanych w trakcie kontroli, jak również przesłuchania kierownika apteki, stwierdzono, że działania reklamowe prowadzone były przez okres trzech miesięcy. Ustalenia dokonane w trakcie kontroli potwierdziły informacje pozyskane od [...], dotyczące prowadzenia reklamy w miesiącu październiku 2018 roku.

Wobec ustalenia, że przedsiębiorca zaprzestał działań reklamowych, braku tych działań na dzień wydawania niniejszej decyzji koniecznym się stało umorzenie postępowania w tej części na mocy art. 105 § 1 k.p.a. w zakresie wydania nakazu zaprzestania ich prowadzenia.

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, czy to w całości, czy też w części 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. Odpowiedzialność za delikt administracyjny jest niezależna od winy, co oznacza, że jest ponoszona z tytułu wystąpienia określonego skutku (stwierzonego naruszenia), bez konieczności wykazywania związku przyczynowego między zachowaniem podmiotu odpowiedzialnego a powstałym skutkiem. Dlatego wystarczającą przesłanką do wymierzenia kary pieniężnej jest stwierdzenie wystąpienia określonego naruszenia, a odpowiedzialność podmiotu zbliżona jest do odpowiedzialności ponoszonej na zasadzie ryzyka.

Tym samym w świetle stwierdzonych działań reklamowych zaktualizował się obowiązek organu do postąpienia zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i ust. 2 *Prawa farmaceutycznego*. Przepis art. 129b 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 nakładający karę pieniężną ma jedynie możliwość jej miarkowania.

Mając na względzie zgromadzony materiał dowodowy i wynikające z niego ustalenia, organ za stwierdzone naruszenie wymierzył karę pieniężną w wysokości 15 000,00 zł (słownie: piętnaście tysięcy złotych 00/100). Na ustalenie takiego wymiaru kary miały wpływ następujące okoliczności:

- 1) reklama apteki była prowadzona w wielu formach,
- 2) każda z form prowadzonych działań reklamowych niewątpliwie została podjęta z zamiarem zwiększenia zainteresowania ofertą apteki, albowiem przekaz reklamowy jest bardzo czytelny,
- 3) czas trwania reklamy, jaki został ustalony w odniesieniu do działań polegających na obecności w izbie ekspedycyjnej:
 - gazetek „[...]”;
 - napisów o treści „[...]”, „[...]”, „[...]”;
 - plakatów zatytułowanych „[...]”, „[...]”, „[...]”, „[...]”, „[...]”;wynosił dwa miesiące.
- 4) czas trwania reklamy, jaki został ustalony w odniesieniu do działań polegających na obecności w izbie ekspedycyjnej plakatów zawierających zdjęcia produktów, informację o cenie i nazwie, wynosił trzy miesiące.
- 5) strona jest profesjonalnym uczestnikiem obrotu prawnego, co szczególnie zobowiązuje ją do przestrzegania przepisów regulujących prowadzenie działalności (także art. 94a ustawy *Prawo farmaceutyczne*) i nie jest także podmiotem, który od niedawna rozpoczął działalność związaną z prowadzeniem apteki;
- 6) strona zaprzestała prowadzenia działań reklamowych;
- 7) niniejsze postępowanie dotyczyło reklamy jednej apteki prowadzonej przez Stronę;
- 8) na podmiot została poprzednio nałożona kara pieniężna w wysokości 1 000 zł (słownie: tysiąc złotych (nałożonej decyzją [...] decyzja prawomocna) w związku z naruszeniem ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności.

Wymiar kary ma na celu nadanie jej roli prewencyjnej za naruszenie przepisów o zakazie reklamy apteki i zapobiec ponownemu naruszeniu zakazu w przyszłości, stąd nie mogła być niższa mając na uwadze wszystkie okoliczności jej prowadzenia wskazane powyżej. Nie sposób nie zauważyć, że ustawowy zakaz reklamy obowiązuje od wielu lat, a więc strona - mając na uwadze formę przekazu reklamowego - zupełnie

świadomie i celowo naruszyła ten zakaz. Kara więc musi poprzez swoją dolegliwość finansową być przestrożą dla strony przed dalszym naruszaniem przepisu ustawy.

Należy nadmienić, że w przypadku stwierdzenia w przyszłości prowadzenia niedozwolonej reklamy przez tego samego przedsiębiorcę i niezależnie, czy będzie ona dotyczyć tej samej apteki, będzie to miało znaczący wpływ na wymiar kary ze względu na ponowne naruszenie przepisów ustawy.

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

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 stronę 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. 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