

## 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* (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 [...] Sp. z o.o. z siedzibą w [...], ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności, poprzez prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie [...] zlokalizowanej [...] i jej działalności, polegającej na:
- obecności w okresie czterech miesięcy w izbie ekspedycyjnej napisów na czerwonym tle o treści „PROMOCJA%”,
  - obecności w okresie czterech miesięcy w izbie ekspedycyjnej napisu na czerwonym tle o treści „RABATY DO – 50%”,
  - obecności w okresie od 1 do 30 października 2018 roku w izbie ekspedycyjnej oznakowań w postaci „HIT”, „!”,
  - obecności w okresie od 1 do 30 października 2018 roku w izbie ekspedycyjnej gazetek „[...]”, przedstawiających produkty, z których co najmniej 18 zostało równocześnie wyeksponowane w jednej z gablot opisanych „PROMOCJA%” z dodatkowym oznakowaniem „HIT”, „!”,
  - obecności w okresie od 1 września do 30 października 2018 roku w izbie ekspedycyjnej plakatu „[...]” przedstawiającego 12 produktów, a wszystkie zostały wyeksponowane w jednej z gablot opisanych „PROMOCJA%”, z dodatkowym oznakowaniem „HIT”, „!”.
- II. **Umarza** postępowanie administracyjne w zakresie wydania nakazu zaprzestania prowadzenia przez [...] Sp. z o.o. z siedzibą w [...] 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 [...] Sp. z o.o. z siedzibą w [...], karę pieniężną w wysokości 10 000,00 zł (słownie: dziesięć 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”.

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

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 przy ul. [...]. 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, jednak wykazano obecność fragmentu napisu o treści RABATY DO – 50%, który w całości został przedstawiony na tych zdjęciach. W toku czynności kontrolnych przedstawiono kierownikowi apteki zdjęcia izby ekspedycyjnej apteki z października 2018 roku, nadesłane wraz z pismem z dnia 16.11.2018 roku, na których uwidocznione były elementy oznakowania stanowiące reklamę apteki. Jednakże przebieg kontroli nie pozwolił na ustalenie okoliczności prowadzonej w październiku reklamy, ponieważ pisemne wyjaśnienia uczestniczącej w kontroli [...] zostały zniszczone przez [...], która przedstawiła się jako pełnomocnik podmiotu kontrolowanego i również uczestniczyła w trakcie kontroli, pomimo że nie przedstawiła stosownego pełnomocnictwa. Ponadto poddawała w wątpliwość uprawnienia inspektora przeprowadzającego kontrolę do przyjmowania wyjaśnień od kierownika apteki (który ponadto dysponował pisemnym upoważnieniem do reprezentowania podmiotu) twierdząc, że inspektor przeprowadził przesłuchanie świadka.

Przebieg kontroli oraz jej ustalenia zostały zawarte w protokole z dnia 28.12.2018 r., który został sporządzony w siedzibie tut. Inspektoratu i przesłany do siedziby [...] Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. W dniu 18 stycznia zgłosił się Pełnomocnik podmiotu kontrolowanego, który pismem z dnia 14.01.2019 roku wniósł o zmianę treści protokołu (poprzez podanie prawidłowych informacji o godzinach pracy apteki) oraz poinformował o braku ustosunkowania się kontrolowanego do oświadczenia w zakresie braku sprzeciwu wobec podjęcia i wykonywania czynności kontrolnych. Jednocześnie pełnomocnik wskazał, że odmowa podpisania protokołu jest prawem Spółki i nie może być potraktowana jako utrudnianie kontroli.

Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny pismem z dnia 24.01.2019 roku przedstawił stanowisko w sprawie ww. pisma i przesłał sprostowanie treści protokołu (w zakresie danych dotyczących godzin czynności apteki). Organ odniósł się do podniesionych przez Pełnomocnika informacji dotyczących braku ustosunkowania się kontrolowanego do oświadczenia w zakresie braku sprzeciwu wobec podjęcia kontroli wskazując, że nie mieści się to w ustaleniach kontroli. Organ wskazał ponadto, że nie neguje uprawnienia kontrolowanego do odmowy podpisania protokołu, zwrócił jednak

uwagę, że w takim przypadku odmawiający składa pisemne wyjaśnienie co do przyczyn odmowy. W związku z tym, że w dniu 14 lutego 2019 roku wpłynął do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Krakowie podpisany przez Pełnomocnika skan protokołu z kontroli, Pełnomocnik został wezwany do odesłania oryginału podpisanego protokołu. W odpowiedzi na wezwanie w dniu 14 kwietnia wpłynął podpisany przez Pełnomocnika protokół z kontroli.

Pismem z dnia 16.04.2019 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 25.04.2019 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. 28.12.2018 r. znak: FAKR-I.8521.3.18.2018 wraz z załącznikami.

Strona W dniu 29.04.2019 roku do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo pn. PISMO PEŁNOMOCNIKA STRONY, 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, dlatego w swoim piśmie odniosła się jedynie do opisanych w protokole z kontroli elementów stwierdzonych w izbie ekspedycyjnej, których prawidłowość nie była kwestionowana przez organ. Strona wniosła o umorzenie postępowania jako bezprzedmiotowego.

W dniu 22.05.2019 r., w obecności Pełnomocników Strony, został przeprowadzony dowód z zeznań [...], kierownika apteki. Zeznała ona m.in., że:

*„rozpoznała izbę ekspedycyjną kontrolowanej apteki i poinformowała, że **informacje o rabatach, promocjach i plakaty znajdowały się w aptece około czterech miesięcy.** Nie było inicjatywą kierownika apteki umieszczanie oznaczeń o rabatach i promocjach w izbie ekspedycyjnej. Ustalono zostało odgórnie przez pracodawcę, który informację przekazał kierownikowi mailowo albo telefonicznie. **Gazetki „[...]” znajdowały się w izbie ekspedycyjnej, ale nie były aktywnie wręczane, ale umieszczone na stojaku znajdującym się w izbie ekspedycyjnej.**”*

W dniu 27.05.2019 r. do tut. Inspektoratu dostarczono pismo pn. OŚWIADCZENIE zawierające m. in. następujące treści: *„Kierownik rozpoznaje na okazanym zdjęciu pracownika swojej apteki oraz, że zdjęcie to zostało prawdopodobnie wykonane w aptece przy [...].”*

W dniu 27.06.2019 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 5, 6, 7, 8, 9, 10 i 11 z całą pewnością zostały wykonane przeze mnie w aptece [...], zlokalizowanej [...]** i nie może być mowy o pomyłce w opisie zdjęcia.*

*Potwierdzam, że **gazetka reklamowa pn. [...] znajdowała się przy okienkach ekspedycyjnych w tej aptece.**”*

W dniu 01.07.2019 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił o zakończeniu postępowania i o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów.

W dniu 12.07.2019 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 sprawie i nie kwestionowany przez Stronę pozwala na uznanie, że:

- w okresie czterech miesięcy w izbie ekspedycyjnej znajdowały się napisy na czerwonym tle o treści „PROMOCJA%”,
- w okresie czterech miesięcy w izbie ekspedycyjnej znajdował się napis na czerwonym tle o treści „RABATY DO – 50%”,
- w okresie od 1 do 30 października 2018 roku w izbie ekspedycyjnej znajdowały się oznakowania w postaci „HIT”, „!”,
- w okresie od 1 do 30 października 2018 roku w izbie ekspedycyjnej znajdowały się gazetki „[...]”, przedstawiające produkty, z których co najmniej 18 zostało równocześnie wyeksponowanych w gablotach opisanych „PROMOCJA%” z dodatkowym oznakowaniem „HIT”, „!”,
- w okresie od 1 września do 30 października 2018 roku w izbie ekspedycyjnej znajdował się plakat „[...]” przedstawiający 12 produktów, a wszystkie zostały wyeksponowane w jednej z gablot opisanych „PROMOCJA%”, z dodatkowym oznakowaniem „HIT”, „!”.

Reklama w aptece polegała na oferowaniu produktów w korzystnych cenach, opisanych jako promocyjne lub rabatowane. Oferta w gazetce pn. „[...]” obowiązywała w ściśle określonym czasie – w październiku 2018 roku – 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 bezpośrednio przy okienkach ekspedycyjnych (co zostało uwidocznione również na zdjęciach dostarczonych do tut. Inspektoratu), a nie były zaś wręczane pacjentom, albowiem z łatwością mogły zostać wyniesione poza lokal apteki. Ponadto nie bez znaczenia jest, że kilkanaście (co najmniej 18) spośród produktów wymienionych w gazetce zostało równocześnie wyeksponowanych w gablotach opisanych „PROMOCJA%” z dodatkowym oznakowaniem „HIT”, „!”. Takie wyeksponowanie produktów wskazanych w gazetce „[...]” z całą pewnością miało na

celu wywołanie jednoznacznego skojarzenia, że gazetka, w której co prawda nie został wskazany adres apteki, z całą pewnością dotyczy produktów dostępnych w atrakcyjnych cenach w tej właśnie aptece.

Ponadto należy wskazać, że znajdujący się w izbie ekspedycyjnej plakat „[...]” przedstawiał 12 produktów, a wszystkie zostały wyeksponowane w jednej z gablot opisanych „PROMOCJA%”, z dodatkowym oznakowaniem „HIT”, „!”. Takie wyeksponowanie produktów wskazanych na plakacie „[...]” z całą pewnością miało na celu wywołanie jednoznacznego skojarzenia, że plakat, na którym co prawda nie został wskazany adres apteki, z całą pewnością dotyczy produktów dostępnych w atrakcyjnych cenach w tej właśnie aptece.

Nie bez znaczenia jest również, że sposób usytuowania reklamy produktów - umiejscowienie w izbie ekspedycyjnej plakatu „[...]” w miejscu dobrze widocznym dla pacjentów znajdujących się w aptece, a napisów „PROMOCJA%”, RABATY DO – 50%”, HIT”, „!” 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.

Zgodnie z zasadami doświadczenia życiowego przeciętnego konsumenta każde z opisanych elementów oznakowania – czy to napisy PROMOCJA, RABAT, HIT, czy też znaki % lub ! 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.

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 aptece - 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 zeznań [...] informacje o rabatach, promocjach i plakaty znajdowały się w aptece około czterech miesięcy i zostały umieszczone na zlecenie podmiotu prowadzącego aptekę. Z uwagi na to, że uwidoczniony na zdjęciu plakat „[...]” z całą pewnością nie mógł dotyczyć okresu czterech miesięcy, organ uznał, że w odniesieniu do tego elementu należy przyjąć okres krótszy niż wynika z przywołanego zeznania, to jest dwóch miesięcy. Na podstawie zeznań [...] ustalono, że elementy oznakowania opisane i wskazane na zdjęciach przez Niego nadesłanych znajdowały się w aptece w 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 10 000,00 zł (słownie: dziesięć 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 udowodniony w odniesieniu do działań polegających na obecności w izbie ekspedycyjnej gazetki „[...]” oraz oznakowań w postaci „HIT”, „!” wynosi jeden miesiąc,
- 4) czas trwania reklamy, jaki został udowodniony w odniesieniu do działań polegających na obecności w izbie ekspedycyjnej plakatu „[...]” wynosi nie mniej niż miesiąc, prawdopodobnie dwa miesiące,
- 5) czas trwania reklamy, jaki został udowodniony w odniesieniu do działań polegających na umieszczeniu napisów na czerwonym tle o treści „PROMOCJA%”, „RABATY DO – 50%” wynosi cztery miesiące,
- 6) 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;
- 7) strona zaprzestała prowadzenia działań reklamowych,
- 8) niniejsze postępowanie dotyczyło reklamy jednej apteki prowadzonej przez Stronę;
- 9) na podmiot będący Stroną została poprzednio nałożona kara pieniężna w wysokości 12 000 zł (słownie: dwanaście tysięcy złotych (nałożonej decyzją z dnia 23.09.2013 r., znak: FAKR-II.8523.39.2013) 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 przestrogą dla strony przed dalszym naruszeniem 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