

Kraków, dnia 21.04.2021 r.

FAKR-II.8521.3.7.2020

## DECYZJA

Na podstawie art. 108 ust. 4 pkt 7 lit. b w zw. z art. 94a ust. 1 i 2 oraz art. 129b ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - *Prawo farmaceutyczne* (Dz. U. z 2020 r., poz. 944, ze zm.) oraz art. 104 § 1, art. 105 § 1 i art. 107 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku - *Kodeks postępowania administracyjnego* (Dz. U. 2020 r., poz. 256, ze zm.)

### MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

- I. **Stwierdza** naruszenie przez przedsiębiorcę [...], ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności, poprzez prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w [...] oraz jej działalności, polegającej na:
- umieszczeniu na stronie internetowej [...] artykułu zatytułowanego: [...], zawierającego treści przedstawiające w korzystny sposób ofertę apteki, z jednoznacznym wskazaniem danych teleadresowych [...], zawierającego link przekierowujący na stronę internetową [...];
  - uwidocznieniu na stronie internetowej [...] treści stanowiących reklamę asortymentu apteki;
  - uwidocznieniu na stronie internetowej [...] treści: Nowości i promocje;
  - umieszczeniu na stronie internetowej [...] w części pn. Nowości i promocje, produktów z cenami sugerującymi ich obniżkę przez uwidocznienie nowych cen oraz przekreślonych - przed obniżką.
- II. **Umarza** postępowanie administracyjne w zakresie wydania nakazu zaprzestania prowadzenia przez przedsiębiorcę [...] niedozwolonej reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej [...] i jej działalności, a polegającej na prowadzeniu działań reklamowych opisanych w punkcie I decyzji, wobec ich zaprzestania.
- III. **Nakłada** na przedsiębiorcę [...], karę pieniężną w wysokości 2 000,00 zł (słownie: dwa tysiące 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 16.09.2020 roku do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Krakowie wpłynęło pismo informujące o umieszczeniu w dniu 16 września 2020 r. na stronie internetowej [...] artykułu, który w ocenie zawiadamiającego stanowił „ewidentną reklamę jednej z [...] aptek, a zatem naruszenie art. 94a ust 1 ustawy *Prawo*

*farmaceutyczne.*” W treści artykułu wskazana została nazwa: [...] oraz adres apteki prowadzonej przez Stronę, a także link przekierowujący na stronę internetową [...].

W celu potwierdzenia informacji zawartych w ww. piśmie w dniu 24 września 2020 r., po przeanalizowaniu informacji umieszczonych na stronach internetowych [...] oraz [...], w obecności pracownika apteki została przeprowadzona kontrola doraźna w zakresie sprawdzenia przestrzegania art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne. W trakcie kontroli inspektor telefonicznie powiadomił przedsiębiorcę o zakresie kontroli i dokonanych ustaleniach.

W trakcie kontroli potwierdzono, że w dniu 16 września 2020 r. na stronie internetowej [...] umieszczono artykuł zatytułowany: [...].

Artykuł zawierał między innymi następujące treści: „[...]”

Bezpośrednio pod treścią artykułu zamieszczone zostały dane firmy jednoznacznie identyfikujące przedsiębiorcę reklamującego swoją działalność: [...] wraz z adresem i numerem telefonu apteki prowadzonej przez Stronę.

Ponadto pod tytułem artykułu zamieszczona została treść: Zobacz aktualną ofertę [...], przy czym kliknięcie w link przekierowuje na stronę internetową apteki [...].

Na stronie głównej znajdowała się informacja o treści: [...].

Ponadto w zakładce „O aptecę” umieszczono następującą informację o działalności apteki: [...].

W trakcie kontroli potwierdzono również, że na stronie głównej apteki umieszczony został napis „Nowości i promocje”, a ponadto wiele (co najmniej dwadzieścia) produktów uwidocznionych w części oferty „Nowości i promocje”, zostało przedstawionych w sposób jednoznacznie sugerujący obniżkę ceny przez uwidocznienie ceny nowej oraz starej i jej przekreślenie, przy czym w kilku przypadkach obie ceny (przekreślona i aktualna) były identyczne.

Przebieg kontroli oraz jej ustalenia zostały zawarte w protokole z dnia 3 października 2020 r., który został sporządzony w siedzibie tut. Inspektoratu i przesłany na adres apteki [...]. Protokół został podpisany przez właściciela apteki [...] w dniu 14 października 2020 r.

W dniu 19 października wraz z podpisanym protokołem do siedziby Inspektoratu wpłynęło pismo Kontrolowanego z wyjaśnieniami dotyczącymi ustaleń zawartych w treści protokołu. [...] wyjaśniała między innymi: *„Po skontaktowaniu się z firmą pozycjonującą stronę mojej apteki [...] okazało się, iż istnieje prawdopodobieństwo, że strona [...] została przez nich użyta do celów pozycjonowania. (...) Nigdy bezpośrednio nie zlecałam umieszczania w Internecie takich treści jak na stronie [...]”*.

[...] w swoim piśmie powołała się również na decyzję Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 09.01.2020 r. (POD.502.1.2020.MPIE.1), który dokonując interpretacji odnośnie działalności polegającej na świadczeniu usług pozycjonowania

w wyszukiwarce internetowej, strony internetowej apteki, punktu aptecznego lub innej strony internetowej, za pośrednictwem której sprzedawane są produkty lecznicze lub wyroby medyczne „*stwierdził, iż sama działalność pozycjonowania nie stanowi naruszenia zakazu reklamy aptek.*”

Ponadto [...] w swoim piśmie wyjaśniała: „*przyznaję, że informacja o asortymencie apteki została zamieszczona na stronie [...] jeszcze przed wejściem w życie rygorystycznych przepisów dotyczących reklamy aptek. W wyniku mojego niedopatrzenia nie została usunięta w momencie wejścia w życie przepisów. (...) Jeśli chodzi o umieszczenie na stronie głównej [...] napisu „Nowości i promocje” i jednocześnie przy szeregu pozycji przekreślania cen, jestem po rozmowie z pracownikami mojej apteki, którzy nie dostosowali się do moich zaleceń i nie zlikwidowali takiego zapisu pomniejszonych cen na niektóre produkty. (...) Wszystkie uchybienia wypunktowane przez Panią Inspektor podczas kontroli zostały niezwłocznie usunięte. Żadne z uchybień nie było celowym łamaniem prawa.*”

Przeprowadzona w dniu 25 września 2020 roku kontrola informacji zamieszczonych na stronie [...] potwierdziła, że treści stanowiące reklamę apteki zostały usunięte ze strony internetowej apteki.

Pismem z dnia 28.10.2020 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, zlokalizowanej w [...] oraz poinformował o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszenia wniosków dowodowych i wyjaśnień.

Postanowieniem z dnia 28.10.2020 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny dopuścił jako dowód w sprawie Protokół z kontroli doraźnej apteki ogólnodostępnej położonej w [...] znak: FAKR-I.8521.3.7.2020 wraz z załącznikami.

Pismem z dnia 19.11.2020 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Krakowie zawiadomił podmiot prowadzący aptekę o zakończeniu postępowania administracyjnego w przedmiocie możliwości naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. *Prawo farmaceutyczne* w zakresie działalności reklamowej apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w [...]. Strona została poinformowana o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów. Strona nie skorzystała z możliwości zapoznania się z aktami postępowania.

Przy tak ustalonym stanie faktycznym organ zważył, co następuje.

Materiał dowodowy zgromadzony w sprawie i nie kwestionowany przez Stronę pozwala na uznanie, że:

- artykuł zatytułowany: [...], zawierający treści przedstawiające w korzystny sposób ofertę apteki, z jednoznacznym wskazaniem danych teleadresowych [...],

zawierający link przekierowujący na stronę internetową [...], został umieszczony na stronie internetowej [...] w dniu 16 września 2020 roku i usunięty z tej strony w dniu 25 września 2020 roku;

- na stronie internetowej [...] były uwidocznione treści stanowiące reklamę asortymentu apteki w okresie nie krótszym niż od 16 do 25 września 2020 r.;
- na stronie internetowej [...] była uwidoczniona treść: Nowości i promocje w okresie nie krótszym niż od 16 do 25 września 2020 r.;
- na stronie internetowej [...] w części pn. Nowości i promocje, były umieszczone produkty z cenami sugerującymi ich obniżkę przez uwidocznienie nowych cen oraz przekreślonych - przed obniżką, w okresie nie krótszym niż od 16 do 25 września 2020 r.

Zamieszczony na stronie internetowej [...] artykuł zatytułowany: [...] przedstawiał ofertę apteki homeopatycznej w sposób jednoznacznie zachęcający do skorzystania z tej oferty. Ponadto pod artykułem zamieszczone zostały dane teleadresowe apteki określonej jako [...], a bezpośrednio pod tytułem artykułu zamieszczony został link przekierowujący na stronę internetową [...].

Zatem zamieszczone na stronie internetowej [...] dane zawierają treści zachęcające do skorzystania z oferty apteki homeopatycznej i jednoznacznie odnoszą się do apteki zlokalizowanej w [...].

Działania reklamowe prowadzone bezpośrednio przez Stronę polegały również na prezentowaniu na stronie internetowej [...] oferty apteki w sposób jednoznacznie zachęcający do zakupu produktów na niej uwidocznionych, zarówno przez wykorzystanie na stronie głównej określenia „promocja”, jak i przez prezentowanie w tym miejscu co najmniej dwudziestu produktów w sposób sugerujący obniżkę ceny przez uwidocznienie nowych cen oraz przekreślonych - przed obniżką.

Ponadto reklamę apteki stanowiło również takie prezentowanie samej apteki na stronie internetowej [...], które wskazywało na jej szczególny, wyjątkowy, wyróżniający od innych aptek profil, a to: apteka homeopatyczna. W ten sposób Strona zachęcała do skorzystania z produktów oferowanych w aptece.

Należy zaznaczyć, że treści zamieszczone na stronie głównej w zakładce „O aptece”, również wskazywały na wyjątkowość oferty apteki, wyróżniającej się od oferty innych aptek, co również miało na celu zwiększenie zainteresowania prezentowaną apteką.

Zgodnie z zasadami doświadczenia życiowego przeciętnego konsumenta każde z opisanych elementów – czy to napis PROMOCJA, czy też uwidocznienie nowych cen oraz przekreślonych - przed obniżką, 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.

W ocenie organu w niniejszej sprawie niewątpliwie doszło do prowadzenia niedozwolonej reklamy apteki przez Stronę poprzez opisane powyżej działania.

Organ nie uznał wyjaśnień Strony z następujących przyczyn.

Strona w swoich wyjaśnieniach wskazała na dopuszczalność działań polegających na pozycjonowaniu w wyszukiwarce internetowej strony internetowej apteki, wskazując decyzję Głównego Inspektora Farmaceutycznego (POD.502.1.2020.MPIE.1) w przedmiocie udzielenia interpretacji odnośnie działalności polegającej na świadczeniu usług pozycjonowania w wyszukiwarce internetowej strony internetowej apteki, punktu aptecznego lub innej strony internetowej, za pośrednictwem której sprzedawane są produkty lecznicze lub wyroby medyczne. Należy jednakże wskazać, że w ocenie GIF opisana działalność nie będzie naruszała zakazu reklamy aptek i ich działalności, **o ile tym działaniom nie towarzyszy prezentacja treści zachęcających w jakikolwiek sposób do korzystania z usług konkretnej apteki**. Natomiast działania Strony podejmowane w celu pozycjonowania strony internetowej apteki w wyszukiwarce internetowej, faktycznie skutkowały zachęcaniem do korzystania z usług apteki prowadzonej przez Stronę, co już stanowiło naruszenie ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności.

Strona w swoich wyjaśnieniach wskazywała również, że informacja o asortymencie apteki zamieszczona na stronie apteki jeszcze przed wejściem w życie rygorystycznych przepisów dotyczących reklamy aptek, nie została usunięta w wyniku niedopatrzenia.

Organ nie może uznać, że przez okres wielu lat, od kiedy obowiązuje zakaz reklamy aptek i ich działalności, Strona nie zdawała sobie sprawy, że treści zamieszczone na stronie internetowej [...], mogą stanowić reklamę apteki, zwłaszcza że wprowadzenie art. 94a do ustawy Prawo farmaceutyczne było poprzedzone szeregiem informacji medialnych i nie było możliwości, żeby Strona nieświadomie, w wyniku niedopatrzenia zamieszczała na swojej stronie internetowej treści zachęcające do skorzystania z oferty apteki.

Ponadto tłumaczenie Strony, że pracownicy apteki nie dostosowali się do zaleceń i nie zlikwidowali zapisu pomniejszonych cen na niektóre produkty, nie może zostać uznane przez organ za okoliczność, która zdejmuje ze Strony odpowiedzialność za naruszenia zakazu reklamy aptek i ich działalności.

Z całą pewnością zamieszczenie wskazanych informacji na stronie internetowej odbyło się na polecenie Strony, która musiała zdawać sobie sprawę z faktycznego skutku zamieszczenia tych informacji, polegającego na zwiększeniu zainteresowania produktami prezentowanymi na tej stronie, a co za tym idzie – również apteką, której dotyczy strona internetowa. Co więcej, ten skutek musiał być przez Stronę zamierzony.

W ocenie organu w niniejszej sprawie niewątpliwie doszło do prowadzenia niedozwolonej reklamy apteki przez Stronę zarówno przez prezentowane treści na stronie internetowej [...], jak i zamieszczenie na stronie internetowej [...] artykułu z przekierowaniem.

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.

Pisemne wyjaśnienia złożone przez Stronę oraz zgromadzony w toku postępowania materiał dowodowy pozwalają na uznanie, że działania polegające na uwidocznieniu na stronie internetowej [...] treści stanowiących reklamę asortymentu apteki były prowadzone pomiędzy 16 a 25 września 2020 roku, to jest przez okres dziewięciu dni.

Ponadto w oparciu o materiał dowodowy ustalono, że artykuł zatytułowany: [...] był zamieszczony na stronie internetowej [...] od 16 do 25 września 2020 roku, to jest przez dziewięć dni, a napisy „promocja” oraz przekreślone ceny były zamieszczone na stronie [...] co najmniej od 16 do 25 września 2020 roku, czyli przez nie mniej niż dziewięć dni.

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. Umorzenie postępowania w części dotyczącej wydania stosownego nakazu przez organ nie oznacza jednak, że wykluczone jest nałożenie kary pieniężnej za złamanie przedmiotowego zakazu, albowiem prowadziłoby to kuriozalnej sytuacji przyzwolenia na naruszanie przepisów ustawy do czasu zakończenia postępowania administracyjnego i wyeliminowania sankcji przewidzianej przez ustawodawcę tylko z tego powodu, że podmiot prowadzący aptekę zaprzestał łamania zakazu niedozwolonej reklamy.

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.

Z kolei odpowiedzialność za określone działania podmiotu innego niż osoba, która nie wykonała polecenia dotyczącego usunięcia treści stanowiących reklamę, wynika z istoty łączącego Stronę niniejszego postępowania z tą osobą stosunku pracy. Pracownik bowiem działa na rzecz pracodawcy w ramach podporządkowania służbowego, wykonując pracę określonego rodzaju na rzecz zakładu pracy. Podstawa odpowiedzialności pracodawcy za popełniony przez pracownika delikt administracyjny wynika z istoty stosunku pracy, sprowadzającej się do wykonywania przez zatrudnionego obowiązków pracowniczych w imieniu i na rzecz pracodawcy. W związku z tym, skoro przedstawiciel pracodawcy w ramach łączącego strony stosunku pracy dopuszcza się popełnienia deliktu administracyjnego, to ten delikt obciąża pracodawcę. Stąd wystarczającą podstawą ustalenia odpowiedzialności pracodawcy za działanie pracownika, które polega na popełnieniu deliktu administracyjnego w sytuacji, gdy mamy do czynienia z odpowiedzialnością obiektywną (bez dowodzenia winy pracownika), jest ustalenie istnienia stosunku pracy łączącego te dwa podmioty. Pracownik w związku z wykonywanymi czynnościami służbowymi, które mieściły się w zakresie jego obowiązków jest reprezentantem pracodawcy, którego obciążają działania pracownika.

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 naruszanie 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 2 000,00 zł (słownie: dwa tysiące złotych 00/100). Na ustalenie takiego wymiaru kary miały wpływ następujące okoliczności:

- 1) reklama apteki była prowadzona w kilku formach;
- 2) każda z form prowadzonych działań reklamowych została podjęta z zamiarem zwiększenia zainteresowania ofertą apteki, a przekaz reklamowy był czytelny;
- 3) czas trwania reklamy, jaki został udowodniony w odniesieniu do działań polegających na umieszczeniu na stronie internetowej [...] artykułu zatytułowanego: [...], wynosi dziewięć dni;
- 4) czas trwania reklamy, jaki został udowodniony w odniesieniu do działań polegających na uwidocznieniu na stronie internetowej [...] treści stanowiących reklamę asortymentu apteki, wynosi nie mniej niż dziewięć dni;
- 5) czas trwania reklamy, jaki został udowodniony w odniesieniu do działań polegających na uwidocznieniu na stronie internetowej [...], w części pn. Nowości i promocje, produktów z cenami sugerującymi ich obniżkę przez uwidocznienie nowych cen oraz przekreślonych - przed obniżką, wynosi nie mniej niż dziewięć dni;
- 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 niezwłocznie po przeprowadzonej kontroli apteki;
- 8) niniejsze postępowanie dotyczyło reklamy jednej apteki prowadzonej przez Stronę.

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 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 uiszczą 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