

MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY
W KRAKOWIE

FA.KR.-II.8523.11.2015

Kraków, dnia 09.03.2016 r.

DECYZJA

Na podstawie art. 105 § 1 oraz art. 104 § 1 i art. 107 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku - *Kodeks postępowania administracyjnego* (t. j. Dz. U. z 2016 r., poz. 23) oraz art. 129b ust. 1 i 2 w zw. z art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - *Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz. U. z 2008 r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.)

**MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY
W KRAKOWIE**

- I. Stwierdza naruszenie przez przedsiębiorcę, a to [REDAKTOWANO] z siedzibą w [REDAKTOWANO] ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności, polegającej na umieszczeniu w witrynach aptek ogólnodostępnych o nazwie: [REDAKTOWANO], zlokalizowanych w [REDAKTOWANO], plakatu o treści: TUTAJ KUPISZ TAŃSZE ZAMIENNIKI LEKÓW U NAS PŁACISZ MNIEJ ZA LEKI O SZCZEGÓŁY PYTAJ FARMACEUTĘ, gdzie słowa „TAŃSZE” i „LEKI” były napisane dużo większą czcionką w stosunku do pozostałych słów i tylko one były czytelne, tworząc zbitkę słowną „TAŃSZE LEKI”.
- II. Nakłada na przedsiębiorcę, a to [REDAKTOWANO] z siedzibą w [REDAKTOWANO], karę pieniężną w wysokości [REDAKTOWANO] zł (słownie: [REDAKTOWANO] 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.
- III. Umarza postępowanie w części dotyczącej nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w [REDAKTOWANO] polegającej na oklejeniu witryn ww. aptek plakatem o treści: TUTAJ KUPISZ TAŃSZE ZAMIENNIKI LEKÓW U NAS PŁACISZ MNIEJ ZA LEKI O SZCZEGÓŁY PYTAJ FARMACEUTĘ, gdzie słowa „TAŃSZE” i „LEKI” były napisane dużo większą czcionką w stosunku do pozostałych słów i tylko one były czytelne, tworząc zbitkę słowną „TAŃSZE LEKI”, prowadzonych przez [REDAKTOWANO] z siedzibą [REDAKTOWANO].

U z a s a d n i e n i e

W dniu 27.03.2015 roku do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Krakowie wpłynęło pismo z dnia 27.03.2015 r. Pana [REDAKTOWANO] informujące, że: „[REDAKTOWANO] sieć aptek [REDAKTOWANO] reklamuje się w ten sposób, że w witrynach lokali umieszcza wielkie plakaty z informacją o tańszych odpowiednikach leków. Tablica informuje o tańszych zamiennikach leków refundowanych w ten sposób, że do pacjentów dociera jedynie informacja: »TAŃSZE LEKI«. Efekt osiągnięto poprzez zastosowanie różnej wielkości czcionki i pogrubienie wyrazów »tańsze leki.«” W załączeniu przesłano zdjęcia witryn aptek zlokalizowanych w [REDAKTOWANO] przy ul. [REDAKTOWANO].

Na polecenie Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Krakowie, w dniu 07.04.2015 r. inspektor farmaceutyczny udał się na ulicę [REDAKTOWANO], gdzie w lokalu pod numerem [REDAKTOWANO] znajduje się apteka ogólnodostępna typu A w [REDAKTOWANO] o nazwie: [REDAKTOWANO]. Natomiast w dniu 10.04.2015 r. inspektor farmaceutyczny udał się na ulicę [REDAKTOWANO] w [REDAKTOWANO], gdzie w lokalu pod numerem [REDAKTOWANO] znajduje się apteka ogólnodostępna typu B o nazwie: [REDAKTOWANO] oraz na ulicę [REDAKTOWANO] w [REDAKTOWANO], gdzie w lokalu pod numerem [REDAKTOWANO] znajduje się apteka ogólnodostępna typu A o nazwie: [REDAKTOWANO]. Celem czynności kontrolnych było sprawdzenie, czy w witrynach lokalów ww. aptek znajdują się powyższe plakaty.

W odniesieniu do apteki zlokalizowanej w [REDAKTOWANO] przy ul. [REDAKTOWANO], czynności kontrolne wykazały, że po dwóch stronach wejścia do izby ekspedycyjnej znajdują się dwa identyczne plakaty. Natomiast w odniesieniu do dwóch pozostałych aptek czynności kontrolne wykazały, że:

- w witrynie, po prawej stronie wejścia do lokalu apteki o nazwie [REDAKTOWANO] [REDAKTOWANO] znajdującej się w [REDAKTOWANO] przy ul. [REDAKTOWANO], umieszczony jest jeden plakat
- w witrynie, po prawej stronie wejścia do lokalu apteki o nazwie: [REDAKTOWANO] [REDAKTOWANO] znajdującej się w [REDAKTOWANO] przy ul. [REDAKTOWANO] oraz na dwóch dodatkowych witrynach umieszczone są łącznie 3 plakaty.

Treść każdego z tych plakatów była identyczna i zachowaniem różnicy w wielkości czcionek i układu wyrazów na plakacie, przedstawiała się następująco:

TUTAJ KUPISZ
TAŃSZE
 ZAMIENNIKI LEKÓW
 U NAS PŁACISZ MNIEJ ZA
LEKI

O SZCZEGÓŁY PYTAJ FARMACEUTĘ

Tło plakatu było czerwone, a litery o różnej wielkości były koloru białego. Słowa „**TAŃSZE**” i „**LEKI**” były napisane bardzo dużą czcionką w stosunku do pozostałych słów i tylko one były czytelne dla przechodnia znajdującego się na chodniku po drugiej stronie ulicy, tworząc zbitkę słowną „**TAŃSZE LEKI**”. Pozostałe słowa były nieczytelne.

Patrząc na plakat z bliskiej odległości, powyżej słowa „**TAŃSZE**” umieszczone były, napisane mniejszą czcionką (przesunięte dodatkowo na prawo), słowa „**TUTAJ KUPI SZ**”. Poniżej słowa „**TAŃSZE**” umieszczone były, napisane mniejszą czcionką słowa „**ZAMIENNIKI LEKÓW**”. Z bliskiej odległości, pomijając tym razem wielkość czcionki, tworzyły napis: „**TUTAJ KUPI SZ TAŃSZE ZAMIENNIKI LEKÓW**”.

Pozostała część napisu umieszczona była poniżej wyżej wymienionego tj. „**TUTAJ KUPI SZ TAŃSZE ZAMIENNIKI LEKÓW**”. Stanowiło go napisane dużą czcionką słowo „**LEKI**” oraz słowa umieszczone powyżej, napisane mniejszą czcionką, o treści „**U NAS PŁACISZ MNIEJ ZA**”. Z bliskiej odległości, pomijając tym razem wielkość czcionki, tworzyły napis: „**U NAS PŁACISZ MNIEJ ZA LEKI**”.

Słowa „**O SZCZEGÓŁY PYTAJ FARMACEUTĘ**” były na samym dole plakatu pod podkreśleniem w białym kolorze.

Z przeprowadzonych czynności kontrolnych sporządzone były notatki służbowe, do których zostały dołączone zdjęcia witryn ww. aptek z plakatami, które były przedmiotem kontroli.

W związku z powyższym w dniu 13.04.2015.2015 roku zostało wszczęte z urzędu postępowanie administracyjne w sprawie naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – *Prawo farmaceutyczne* w zakresie działalności reklamowej aptek ogólnodostępnych o nazwie: [REDAKTOWANE] zlokalizowanych w [REDAKTOWANE] przy ul. [REDAKTOWANE], ul. [REDAKTOWANE] oraz ul. [REDAKTOWANE] prowadzonych przez podmiot, a to [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE]. Równocześnie ww. spółka została wezwana do złożenia wyjaśnień i przedstawienia wszystkich dowodów związanych z przedmiotową sprawą.

W odpowiedzi na zawiadomienie w sprawie wszczęcia postępowania, pismem z dnia 21.04.2015 roku Pani [REDAKTOWANE] – uprawniona do reprezentowania spółki [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE] - poinformowała o usunięciu plakatów z szyb aptek. Na potwierdzenie powyższego dołączyła zdjęcia witryn ww. aptek.

Kierownicy aptek ogólnodostępnych o nazwie: [REDAKTOWANE] zlokalizowanych w [REDAKTOWANE] przy ul. [REDAKTOWANE], ul. [REDAKTOWANE] oraz ul. [REDAKTOWANE] zostali wezwani na przesłuchanie w charakterze świadka.

Pani ██████████ przesłuchana w charakterze świadka zeznała:

„Dokładnie nie pamiętam, kiedy zostały powieszone plakaty o »tańszych zamiennikach leków« w witrynie apteki zlokalizowanej w ██████████, ul. ██████████, w której jestem kierownikiem. O ile pamiętam był to przełom stycznia i lutego 2015 roku. W styczniu pojawiły się informacje, że farmaceutom grożą mandaty ze strony NFZ za brak informowania o tańszych odpowiednikach leków. Na plakacie nie ma wprawdzie wzmianki, że chodzi o tańsze odpowiedniki tylko refundowanych leków, prawdopodobnie przez niedopatrzenie. Jest natomiast informacja, że »o szczegóły zapytaj farmaceutę« i w związku z tym wydawało się, że jest to treść wystarczająca. Pacjenci po wywieszeniu plakatów pytali o tańsze odpowiedniki, chociaż wcześniej też pytali. Świadomość bowiem pacjentów w tej kwestii jest coraz większa. Nie mogę jednak wykluczyć, że wywieszenie plakatu zwiększyło zainteresowanie tańszymi odpowiednikami. Apteka kieruje się ponadto przede wszystkim dobrem pacjenta i dlatego chcemy, aby pacjent mógł jak najmniej zapłacić za potrzebne mu leki. Plakaty zostały usunięte natychmiast po interwencji Inspekcji Farmaceutycznej pod koniec kwietnia 2015 roku.”

Pani ██████████ przesłuchana w charakterze świadka zeznała:

„Plakaty o »tańszych zamiennikach leków« w witrynie apteki zlokalizowanej w ██████████, ul. ██████████, w której jestem kierownikiem zostały powieszone na przełomie stycznia i lutego 2015 roku. Już wcześniej na stronach Ministerstwa Zdrowia pojawiła się informacja, że należy zwracać uwagę na informowanie pacjentów o tańszych odpowiednikach leków refundowanych. Właściciele zdecydowali o wywieszeniu plakatów. Nie miałam wpływu na to, że podjęto decyzję o ich umieszczeniu w witrynie apteki. Plakat ten nie wskazywał na leki wyłącznie refundowane w związku z niedopatrzeniem przez osobę, która miała wpływ na jego treść. Po wywieszeniu plakatu zainteresowanie tańszymi odpowiednikami leków, nie tylko refundowanych, wzrosło. Wcześniej pacjenci rzadko pytali o tańsze leki i to farmaceuci oraz technicy farmaceutyczni sami informowali o tym pacjentów. Plakaty zostały ściągnięte w kwietniu 2015 roku.”

Pani ██████████ przesłuchana w charakterze świadka zeznała:

„Plakaty o »tańszych zamiennikach leków« w witrynie apteki zlokalizowanej w ██████████, ul. ██████████, w której jest kierownikiem zostały powieszone z początkiem roku 2015 roku. Prawdopodobnie w styczniu 2015 roku. Nie miałam wpływu na treść plakatów. Myślę, że niedopatrzenie było powodem, że w treści plakatu brak wzmianki, że informacja dotyczy leków refundowanych. Po wywieszeniu plakatów pacjenci bardziej byli świadomi o możliwości zakupu w aptece tańszych odpowiedników leków. Przed wywieszeniem tego plakatu również o to pytano, ale rzadziej. Pytania dotyczyły również leków nierefundowanych. Nie miałam wpływu na to, że wywieszono plakaty, jak

również na ich treść. Decyzję w tej sprawie podjęli właściciele apteki. Plakat został usunięty z końcem kwietnia 2015 roku.”

Na przesłuchanie w charakterze świadka został wezwany również Pan [REDAKTOWANE]
[REDAKTOWANE], który zeznał:

„Plakaty o »tańszych zamiennikach leków« w witrynach aptek zlokalizowanych w [REDAKTOWANE]:

- ul. [REDAKTOWANE]
- ul. [REDAKTOWANE]
- ul. [REDAKTOWANE]

zauważyłem przejeżdżając samochodem w marcu 2015 roku. Nie zachęcił on mnie jednak do wejścia do tych aptek i zakupu leków, ponieważ nie choruję. Zdjęcia zrobiłem, bo wiem, że jest to chwyt reklamowy, aby z daleka i dla osób słabiej widzących były widoczne tylko słowa napisane większą czcionką, czyli »TAŃSZE LEKI«. Wiedziałem, że takich reklam się od dawna nie stosuje. Gdyby cały tekst był napisany jedną wielkością czcionki nie zwróciłbym na to w ogóle uwagi.”

Postanowieniem z dnia 03.09.2015 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Krakowie dopuścił dowód z notatki służbowej nr 1 z dnia 07.04.2015 r. wraz z załącznikami oraz notatki służbowej nr 2 z dnia 10.04.2015 r. wraz z załącznikami, na okoliczność treści zawartych w tych notatkach i zdjęć fotograficznych, będących załącznikami do notatek.

Pismem dnia 03.09.2015 r. (data odbioru 08.09.2015 r.) Strona została poinformowana, że Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zamierza wydać decyzję kończącą postępowanie administracyjne w sprawie naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne w zakresie działalności reklamowej w zakresie działalności reklamowej aptek ogólnodostępnych o nazwie: [REDAKTOWANE] zlokalizowanych w [REDAKTOWANE] przy ul. [REDAKTOWANE], ul. [REDAKTOWANE] oraz ul. [REDAKTOWANE]. Jednocześnie [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE] została poinformowana, 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 11.09.2015 r. Pan [REDAKTOWANE] – wspólnik spółki [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE], uprawniony do jej reprezentacji zgłosił się w tut. Inspektoracie i w obecności inspektora farmaceutycznego zapoznał się z całą dokumentacją w przedmiotowej sprawie.

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.

W toku przeprowadzonego postępowania bezspornie ustalono, że w witrynach trzech aptek ogólnodostępnych o nazwie: ██████████, zlokalizowanych w ██████████ przy ul. ██████████, przy ul. ██████████ oraz przy ██████████, znajdowały się plakaty o treści: TUTAJ KUPI SZ TAŃSZE ZAMIENNIKI LEKÓW U NAS PŁACISZ MNIEJ ZA LEKI O SZCZEGÓŁY PYTAJ FARMACEUTĘ, gdzie słowa „TAŃSZE” i „LEKI” były napisane dużo większą czcionką w stosunku do pozostałych słów i tylko one były czytelne z odległości, tworząc zbitkę słowną „TAŃSZE LEKI”.

Potwierdziły to czynności inspektora farmaceutycznego, który zrobił zdjęcia witryn stanowiące załączniki do sporządzonych notatek służbowych.

Potwierdzeniem tego jest również pismo z dnia 21.04.2015 roku Pani ██████████ – uprawnionej do reprezentowania spółki ██████████ z siedzibą w ██████████, w którym poinformowała tut. Inspektorat o usunięciu plakatów z szyb aptek. Na potwierdzenie powyższego dołączyła dokumentację fotograficzną. Tym samym strona postępowania, a to ██████████ potwierdziła, że w witrynach wyżej wymienionych aptek wisały wcześniej przedmiotowe plakaty.

Również kierownicy apteki, wezwani na przesłuchanie w charakterze świadków, zeznali, że plakaty te zostały powieszone na przełomie stycznia i lutego 2015 roku i tym samym potwierdzili ich obecność.

Prawo farmaceutyczne nie zawiera legalnej definicji reklamy aptek, wskazując jedynie działania, które nimi nie są, czyli informacja o lokalizacji oraz godzinach pracy apteki.

Od czasu jednak ustanowienia ustawowego zakazu prowadzenia tej reklamy ugruntowało się już orzecznictwo sądowe w tym zakresie. Przykładowo zaistniały wyroki Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego, w których znajdujemy następujące stwierdzenia.

„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: 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 skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia 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 – 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 przedmiotowym przypadku, należy zwrócić szczególną uwagę na dobór formy graficznej i treści, w której zastosowano tzw. efekt złudzenia optycznego. Dla potencjalnego pacjenta, nawet mającego słabszy wzrok, z odległości widoczne są tylko i wyłącznie wyrazy „TAŃSZE LEKI”, ponieważ zostały napisane bardzo dużą czcionką w porównaniu z pozostałymi wyrazami, napisanymi na tyle małą czcionką, że z odległości pozostają nieczytelne.

Za reklamowy charakter plakatu przemawia również żywy, czerwony kolor tła przyciągający wzrok.

W tym przypadku mamy do czynienia z dwoma przekazami, zawartymi w przedmiotowym plakacie.

Pierwszy przekaz reklamowy tworzony jest przez wyrazy napisane bardzo dużą czcionką w białym kolorze, wyraźnie odznaczające się na czerwonym tle o treści:

TAŃSZE LEKI

Drugi przekaz, widoczny jedynie z bardzo bliskiej odległości, polegający na informowaniu pacjentów

TUTAJ KUPISZ TAŃSZE ZAMIENNIKI LEKÓW

oraz

U NAS PŁACISZ MNIEJ ZA LEKI

O SZCZEGÓŁY PYTAJ FARMACEUTĘ

ma również charakter reklamowy.

Hasło „U NAS PŁACISZ MNIEJ ZA LEKI” jest zachętą do dokonywania zakupów leków w aptekach, na witrynach których znajdowały się plakaty, będące przedmiotem postępowania. Wprawdzie nie określono wprost, gdzie pacjent zapłaci więcej za leki, ale zrozumiałym i oczywistym jest przekaz, że skoro w tych aptekach za leki pacjent zapłaci mniej, to w aptekach konkurencyjnych zapłaci więcej.

Organ wskazuje, że w niniejszym postępowaniu, ze względu na zwrot na plakacie „TUTAJ KUPISZ TAŃSZE ZAMIENNIKI LEKÓW”, wziął pod uwagę fakt, że dyspozycja art. 44 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011 roku o refundacji o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych /Dz. U. Nr 122, poz. 696 ze zm./ (dalej: ustawa o refundacji leków) wskazuje, że:

„Osoba wydająca leki, środki spożywcze specjalnego przeznaczenia żywieniowego, wyroby medyczne objęte refundacją ma obowiązek poinformować świadczeniobiorcę o możliwości nabycia leku objętego refundacją, innego niż lek przepisany na receptcie, o tej samej nazwie międzynarodowej, dawce, postaci farmaceutycznej, która nie powoduje powstania różnic terapeutycznych, i o tym samym wskazaniu terapeutycznym, którego cena detaliczna nie przekracza limitu finansowania ze środków publicznych oraz ceny detalicznej leku przepisanego na receptcie. Apteka ma obowiązek zapewnić dostępność tego leku.”

Równocześnie zgodnie z art. 43 ust. 1 pkt. 5 ustawy o refundacji leków apteka ma obowiązek: *„zamieścić, w widocznym i łatwo dostępnym miejscu, informację o zawarciu umowy na realizację recept oraz informację, o której mowa w art. 44 ust. 1”*.

W tym miejscu organ pragnie podkreślić, że w każdej aptece powinno znajdować się wydzielone miejsce, w którym są umieszczone informacje dla pacjentów, w tym również ta wskazana powyżej.

W ocenie organu przedmiotowy plakat nie był informacją, o której mowa w art. 44 ust. 1 ustawy o refundacji leków, a stanowił reklamę apteki. Wyżej cytowany artykuł nie nakazuje poinformować o możliwości zakupu „tańszych zamienników leków” (wszystkich), a nakazuje poinformować świadczeniobiorcę (pacjenta) o możliwości nabycia leku objętego refundacją innego niż zapisany na receptcie (tzw. odpowiednika), którego cena detaliczna nie przekracza limitu finansowania ze środków publicznych oraz ceny detalicznej leku przepisanego na receptcie. Taki zapis oznacza, że apteka ma również obowiązek poinformować o odpowiedniku posiadającym taką samą cenę (nie koniecznie tańszego).

Organ uznał opisane działania podmiotu prowadzącego apteki za prowadzenie reklamy tych aptek oraz ich działalności. Plakat został tak skonstruowany, że w odbiorze konsumenta (pacjenta) do którego był adresowany nie mógł zostać uznany, jako oficjalny komunikat urzędowy tj. obowiązek informacyjny wynikający z ustawy o refundacji leków, ale jako przekaz reklamowy, zawierający hasło: TAŃSZE LEKI.

Opisane działania miały więc na celu zwiększenie sprzedaży i pozyskanie nowych pacjentów dla apteki.

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. Niemniej w sytuacji, gdy podmiot prowadzący aptekę zaprzestał prowadzenia niedozwolonej reklamy, co miało miejsce w niniejszej sprawie, wydanie nakazu stało się bezprzedmiotowe, co skutkowało umorzeniem postępowania w tej części na podstawie art. 105 § 1 k.p.a. Nie oznacza to jednak, że wykluczone jest nałożenie kary pieniężnej za złamanie przedmiotowego zakazu albowiem prowadziłoby to kuriozalnej sytuacji przyzwolenia na naruszanie przepisów ustawy do czasu wszczęcia postępowania administracyjnego i wyeliminowania sankcji przewidzianej przez ustawodawcę tylko z tego powodu, że przedsiębiorca zaprzestał łamania zakazu niedozwolonej reklamy na skutek przeprowadzonej przez organ kontroli lub powzięcia informacji o działaniach reklamowych. 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. 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 *Prawa farmaceutycznego*.

Tym samym zaktualizował się obowiązek organu do postąpienia zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i ust. 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 wskazane powyżej okoliczności, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości [REDAKTOWANE] zł (słownie: [REDAKTOWANE] złotych 00/100 zł).

Stosunkowo niski wymiar kary, biorąc pod uwagę, że reklama dotyczyła trzech aptek prowadzonych przez stronę postępowania, jest podyktowany faktem, że w momencie wszczęcia postępowania plakaty zostały niezwłocznie ściągnięte. Zgodnie z zeznaniami kierowników apteki, plakaty zostały powieszone na przełomie stycznia i lutego 2015 roku. Pismem z dnia 21.04.2015 roku Pani [REDAKTOWANE] poinformowała o usunięciu plakatów z szyb apteki. Czas trwania reklamy nie przekraczał więc trzech miesięcy.

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 II sentencji decyzji

POUCZENIE

Od niniejszej decyzji służy stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego w Warszawie za pośrednictwem Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Krakowie w terminie 14 dni od dnia jej doręczenia.

Zgodnie z art. 130 § 3 pkt. 2 k.p.a. wniesienie odwołania nie wstrzymuje wykonania pkt I, niniejszej decyzji.

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 4 i ust. 5 *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: [REDACTED]

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

Małopolski Wojewódzki
Inspektor Farmaceutyczny
Józef Łoś

Otrzymują:

1. [REDACTED]
2. a/amw