

## 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* (t. j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2211, 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 W KRAKOWIE

- I. **Stwierdza** naruszenie przez przedsiębiorcę prowadzącego punkt apteczny o nazwie: [...], położony: [...], a to: Panią [...], adres głównego miejsca wykonywania działalności: [...], ustawowego zakazu reklamy aptek, punktów aptecznych oraz ich działalności, polegające na umieszczeniu w izbie ekspedycyjnej plakatu zatytułowanego: [...] oraz gazetek zatytułowanych: [...], co stanowiło zachętę do korzystania z usług punktu aptecznego z uwagi na możliwość zakupu produktów w cenach promocyjnych.
- II. **Umarza** postępowanie administracyjne w zakresie wydania nakazu zaprzestania prowadzenia przez Panią [...] niedozwolonej reklamy punktu aptecznego o nazwie: [...], położonego: [...], a polegającej na prowadzeniu działań reklamowych opisanych w punkcie I decyzji, wobec ich zaprzestania.
- III. **Nakłada** na przedsiębiorcę Panią [...], karę pieniężną w wysokości 1 000,00 zł (słownie: tysiąc 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 trakcie kontroli planowej punktu aptecznego o nazwie: [...], położonego: [...], prowadzonego przez Panią [...], adres głównego miejsca wykonywania działalności: [...], przeprowadzonej w dniu 21.06.2018 r. przez inspektora farmaceutycznego w obecności Pani techn. farm. [...] - kierownika punktu aptecznego, dysponującej pisemnym upoważnieniem do reprezentowania przedsiębiorcy prowadzącego aptekę, stwierdzono obecność w izbie ekspedycyjnej następujących elementów:

- plakat zatytułowany: [...], (zdjęcia nr 1 - 2), który został umieszczony w bezpośrednim sąsiedztwie okienka ekspedycyjnego znajdującego się na wprost drzwi wejściowych i przedstawiał:
  - odwzorowania wyglądu opakowań wszystkich produktów,
  - nazwy wszystkich produktów,
  - nazwy i dawki substancji czynnej w odniesieniu do produktów leczniczych,

- informacje o postaci farmaceutycznej w odniesieniu do produktów leczniczych,
- wskazania terapeutyczne do stosowania oraz przeciwwskazania w odniesieniu do produktów leczniczych,
- informacje o podmiocie odpowiedzialnym w odniesieniu do produktów leczniczych,
- opisy działania z informacjami o sposobie stosowania w odniesieniu do pozostałych produktów,
- ceny pisane czcionką pogrubioną i znacząco większą niż pozostałe informacje zamieszczone na plakacie, ponadto wyróżnione poprzez zastosowanie wyrazistego koloru identycznego z tym, jaki zastosowano w tle plakatu - w odniesieniu do wszystkich umieszczonych na plakacie produktów
- ostrzeżenie o treści: *Przed użyciem zapoznaj się z ulotką, która zawiera wskazania, przeciwwskazania, dane dotyczące działań niepożądanych i dawkowanie oraz informacje dotyczące stosowania produktu leczniczego, bądź skonsultuj się z lekarzem lub farmaceutą, gdyż każdy lek niewłaściwie stosowany zagraża Twojemu życiu lub zdrowiu.*
- informację o treści: *Przedstawiona oferta cenowa ma charakter informacyjny, nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 § 1 Kodeksu cywilnego oraz właściwych przepisów prawnych. Przedstawione produkty mają tylko i wyłącznie charakter poglądowy i są reklamą producenta. Opisy produktów zostały przygotowane przez ich producentów, w związku z tym wydawca nie odpowiada za ich treść.*
- dane dotyczące wydawcy, a to: [...]
- gazetki zatytułowane: [...] (załącznik nr 20), które zostały ułożone na blacie ekspedycyjnym w bezpośrednim sąsiedztwie okienka ekspedycyjnego, dostępne dla każdego pacjenta punktu aptecznego. Ponadto stwierdzono, że w trakcie trwania kontroli Pani [...] wręczała gazetki pacjentom punktu aptecznego. Gazetka zawierała te same informacje, które zostały zawarte na plakacie zatytułowanym: [...].

Plakat oraz gazetka zatytułowane: [...] zawierały reklamę wielu produktów będących przedmiotem obrotu w punkcie aptecznym, w tym produktów leczniczych (*Sudafed XyloSpray HA aerozol do nosa roztwór 1mg/ml butelka 10ml, Sudafed XyloSpray HA dla dzieci aerozol do nosa roztwór 0,5mg/ml butelka 10ml, Rennie Antacidum tabl. do ssania 680mg + 80mg x 24 tabl., Rennie Antacidum tabl. do ssania 680mg + 80mg x 48 tabl., Rennie Fruit tabl. do ssania 680mg + 80mg x 24 tabl., Sudafed tabl. powł. 60mg x 12 tabl., Imodium Instant tabl. uleg. rozpadowi w jamie ustnej 2mg x 6 tabl., Imodium Instant tabl. uleg. rozpadowi w jamie ustnej 2mg x 12 tabl., Strepsils Intensive tabl. do ssania x 24 tabl., Strepsils Intensiva Direct aerozol do stosowania w jamie ustnej roztwór 8,75mg/dawkę butelka 15ml, Nurofen Forte tabl. powł. 400mg x 12 tabl., Mobital maść (0,2 g + 1 g + 2 g)/100 g tuba 50g, Mobital żel (0,2 g + 1 g + 2 g)/100 g tuba 50g, Traumon żel 100mg/g tuba 50g, Phlebodia tabl. powł. 600mg x 30 tabl., Goprazol Max kaps. dojelitowe twarde 20mg x 14 kaps., Euphorbium S aerozol do nosa roztwór butelka 20ml, Herpex krem 50mg/g tuba 2g, Piastprazol kaps. dojelitowe twarde 20mg x 14 kaps., Gynoxin Optima kapsułki dopochwowe miękkie 200 mg x 3 kaps., Aesciner Retor kaps. o przedłużonym uwalnianiu x 60 kaps., Vitaminum A + E Medan kapsułki elastyczne 2500j.m. + 200mg x 40 kaps., Magne B6 forte tabl. powł. 100mg + 10mg x 60 tabl.), a także wyrobów medycznych, suplementów diety oraz dietetycznych środków spożywczych specjalnego*

przeznaczenia medycznego. Zarówno na opisanym plakacie, jak i w gazetce, zamieszczone zostały wskazane powyżej informacje w odniesieniu do dokładnie tych samych produktów.

Kierownik punktu aptecznego w trakcie kontroli wyjaśnił, że plakat oraz gazetki zatytułowane: [...] zostały dostarczone do punktu aptecznego z hurtowni farmaceutycznej prowadzonej przez [...] z siedzibą w [...]. Według wyjaśnień Pani [...] plakat zatytułowany: [...] został umieszczony w izbie ekspedycyjnej punktu aptecznego na polecenie właściciela punktu aptecznego i znajdował się w tym miejscu od początku czerwca 2018 r. Pani [...] wyjaśniła również, że w Jej ocenie działania polegające na umieszczeniu w izbie ekspedycyjnej opisanych powyżej plakatu i gazetek nie stanowią reklamy punktu aptecznego, ale jednocześnie potwierdziła, że wskazane działania niewątpliwie **zwiększają zainteresowanie produktami znajdującymi się na plakacie i w gazetce i zachęcają pacjentów do ich zakupu.**

Powyżej opisane elementy zostały opisane w protokole z dnia 06.07.2018 r. jako stanowiące niezgodność z art. 94a ust.1 Ustawy z dnia 6 września 2001 r. *Prawo farmaceutyczne* (t. j. Dz. U. z 2017 r. poz. 2211, ze zm.). Protokół został podpisany przez inspektora farmaceutycznego oraz Panią [...].

Kontrolowany podmiot nie wniósł zastrzeżeń do protokołu z kontroli. W dniu 13.08.2018 r. Pani [...] skierowała do Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego pismo (data wpływu 28.08.2018 r.), w którym wyjaśniła, że: *„[...] jest dedykowany do aptek i punktów aptecznych przez hurtownię [...]. Jest to oferta producentów, która nie jest ofertą Punktu Aptecznego dlatego na gazetkach nigdzie nie ma danych Punktu Aptecznego [...]. Hurtownia wprowadzając program do Punktu aptecznego argumentowała, że jest on w pełni zgodny z Prawem Farmaceutycznym, gdyż nie wiąże reklamowanego produktu w żaden sposób z punktem aptecznym na terenie którego rozprawdane są gazetki producenta. (...) Kolportaż gazetek i wywieszenie plakatu trwało tylko jeden miesiąc gdyż po wątpliwościach pokontrolnych powyższe materiały zostały z Punktu Aptecznego [...] usunięte mając na względzie na cienką granicę między reklamą produktów leczniczych na terenie punktu aptecznego a reklamą punktu jako takiego.”*

W dniu 07.09.2018 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił o wszczęciu z urzędu postępowania administracyjnego w przedmiocie możliwości naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - *Prawo farmaceutyczne* i poinformował o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszenia wniosków dowodowych i wyjaśnień w terminie 7 dni od doręczenia zawiadomienia o wszczęciu postępowania. W dniu 11.09.2018 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny postanowieniem dopuścił dowody z Protokołu z kontroli planowej punktu aptecznego z dn. 06.07.2018 r. znak: FAKR-I.8531.1.14.2018 wraz z załączonymi do protokołu zdjęciami nr 1 – 2 oraz pisma Pani [...] z dnia 13.08.2018 r.

W toku postępowania organ skierował wezwanie o udzielenie pisemnych wyjaśnień dotyczących działań związanych z dystrybucją gazetek zatytułowanych [...] w punkcie aptecznym. W odpowiedzi na wezwanie do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Krakowie wpłynęło pismo z dnia 02.10.2018 r. (data wpływu 08.10.2018 r.), w którym Pani [...] w odniesieniu do każdego z opisanych działań reklamowych poinformowała, że:

- gazetki zatytułowane: [...] w ilości 200 sztuk były dostarczone do punktu aptecznego na podstawie [...], za Jej zgodą,
- gazetki znajdowały się w punkcie aptecznym w czerwcu,
- pacjentom rozdano około 50 gazetek.

Ponadto Pani [...] wyjaśniła, że według Jej opinii *„zgoda na dostarczanie do Punktu Aptecznego w [...] nie naruszała art. 94a ust. 1 Prawo Farmaceutyczne”*. Pani [...] w swoim

piśmie wskazała ponadto: „Informacje zawarte na plakacie ze zdjęciami i ich cenami oraz gazetka w żaden sposób nie odnosi się w sposób wartościujący do oferty apteki. Nie może być zatem mowy o zachęcaniu potencjalnych klientów do dokonania zakupów w konkretnej aptece. Gazetki są rozprowadzane również w innych aptekach w regionie gdyż program ma zasięg szerszy i są raczej podaniem oferty do publicznej wiadomości. Prezentowane ceny będące cenami sugerowanymi przez producentów poszczególnych preparatów, nie zostały zaprezentowane jako promocyjne np. przez przekreślenie ceny wyższej i wskazanie na korzystną cenę niższą lub poprzez wskazanie procentu rabatu. Materiały te nie zawierają żadnych haseł zachęcających do nabycia produktu po obniżonej cenie takich jak cenowe hity czy promocja, a także nie zawierają przekreśleń wskazujących na obniżenie ceny. W kolportowanych materiałach nie ma żadnych danych Punktu Aptecznego [...]”

Wraz z pismem nadesłana została kopia [...]. Zgodnie z pkt 3. [...] „Uczestnik **zobowiązuje się do zakupu pakietów startowych w ramach promocji** „[...]”[...] mówi też o gazetkach informacyjnych dla pacjentów i plakacie zawierającym informacje na temat **produktów objętych promocją** „[...]”. Zgodnie z przedstawioną deklaracją Pani [...] podpisując ten dokument wyraziła równocześnie zgodę na druk zalecanych cen brutto dla pacjenta w gazecie i na plakacie.

W dniu 25.10.2018 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił o zakończeniu postępowania i o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów. Podmiot prowadzący aptekę nie skorzystał z możliwości wypowiedzenia się w powyższej sprawie.

Przy tak ustalonym stanie faktycznym na podstawie materiałów zgromadzonych w trakcie przeprowadzonej kontroli i przy uwzględnieniu wyjaśnień przedsiębiorcy prowadzącego punkt apteczny organ zważył, co następuje.

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 określonych form 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.

W ocenie organu w niniejszej sprawie niewątpliwie doszło do prowadzenia niedozwolonej reklamy punktu aptecznego przez podmiot prowadzący ten punkt. W trakcie kontroli bowiem stwierdzono, jak również znalazło to potwierdzenie w trakcie postępowania i nie zostało negowane przez stronę, że w izbie ekspedycyjnej, w części przeznaczony dla pacjentów przychodzących do punktu aptecznego, znajdowały się gazetki zatytułowane: [...] oraz plakat zatytułowany: [...], które zawierały reklamę wielu produktów będących przedmiotem obrotu w punkcie aptecznym. Zgodnie z brzmieniem [...] przedsiębiorca prowadzący punkt apteczny zobowiązał się do zakupu pakietów startowych w ramach promocji „[...]”, co oznacza, że ceny uwidocznione na plakacie i w gazetkach były utrzymane w punkcie aptecznym, który uczestniczył w programie. Ponadto należy zauważyć, że w treści [...] kilkakrotnie program „[...]”, w ramach którego punkt apteczny udostępnia pacjentom gazetki informacyjne i plakat o tym tytule, został określony jako promocja. Działania podejmowana w ramach tego programu, mimo że sam wyraz PROMOCJA nie został umieszczony na materiałach dostępnych w punkcie aptecznym, nawet w ocenie organizatora programu stanowi działania o charakterze promocyjnym.

Zgodnie z doświadczeniem życiowym i odczuciami konsumenta obecność w izbie ekspedycyjnej plakatu i gazetek miała na celu wskazanie punktu aptecznego, jako miejsca, w którym oferowane są produkty na promocyjnych warunkach, gdzie pacjenci otrzymają leki w korzystnych cenach, w odróżnieniu od innych aptek i punktów aptecznych, w których takich elementów nie było umieszczonych w izbie ekspedycyjnej. Takie działanie przedsiębiorcy należy ocenić jako mające na celu osiągnięcie efektu zwiększenia zainteresowania punktem aptecznym.

Zważywszy na treść gazetek zawierającą wybrane produkty lecznicze, a także pozostały asortyment, z wyraźnym wskazaniem cen promocyjnych tych produktów, jasnym jest, że celem było zachęcenie do zakupu wymienionymi w tych gazetkach produktami.

Należy zaznaczyć, że pewne formy działalności promocyjnej mogą stanowić zarówno reklamę produktu leczniczego, jak i reklamę działalności punktu aptecznego, co w ocenie organu miało miejsce w opisanych działaniach Strony. Przedmiotowe materiały, pod pozorem informacji rzekomo dotyczącej reklamy produktów leczniczych, jak również przedstawienia cen rynkowych wybranych produktów, służyły wzbudzeniu zainteresowania ofertą handlową punktu aptecznego zlokalizowanego w [...]. W gazetkach kolportowanych w punkcie aptecznym umieszczone były reklamy produktów leczniczych oraz innego asortymentu w nim dostępnego, jednak ich prezentacja w szczególności odnosiła się do cen, co już wykracza poza zakres niezbędnych danych dotyczących reklamy produktów leczniczych. W ocenie organu działania polegające na kolportażu gazetek przedstawiających promocyjne ceny leków tożsame z cenami uwidocznionymi na plakacie znajdującym się w izbie ekspedycyjnej, spełniały kryteria definicji reklamy aptek, gdyż miały na celu zachęcenie do zakupu konkretnych towarów (wymienionych w gazetce), po określonych cenach. Zważywszy na zobowiązanie się Strony do zakupu pakietów promocyjnych, a więc produktów uwidocznionych na plakacie i w gazetkach należy uznać, że produkty wymienione w materiałach promocyjnych znajdowały się w ofercie punktu aptecznego we wskazanych w materiałach cenach.

W ocenie organu działania Strony zostały podjęte z zamiarem przyciągnięcia do punktu aptecznego jak największej ilości pacjentów zachęconych do skorzystania z możliwości zakupu leków w promocyjnych cenach. Zostało to również potwierdzone w trakcie kontroli przez osobę upoważnioną do reprezentowania przedsiębiorcy prowadzącego punkt apteczny, która potwierdziła, że w Jej ocenie działania polegające na umieszczeniu w izbie ekspedycyjnej opisanych powyżej plakatu i gazetek niewątpliwie **zwiększają zainteresowanie produktami znajdującymi się na plakacie i w gazetce i zachęcają pacjentów do ich zakupu**. Działania mające na celu zwiększenie zainteresowania ofertą punktu aptecznego stanowią reklamę tego punktu i jego działalności.

Dla oceny stopnia naruszenia przez Stronę ustawowego zakazu reklamy istotną okolicznością jest więc ustalenie okresu, w którym występowała niedozwolona reklama. Zgodnie z pisemnymi wyjaśnieniami nadesłanymi przez Stronę gazetki oraz plakat zatytułowane „[...]” znajdowały się w izbie ekspedycyjnej tylko w czerwcu 2018 roku, a po otrzymaniu informacji, że mogą stanowić reklamę punktu aptecznego i jego działalności, zostały usunięte.

Prawo farmaceutyczne nie zawiera legalnej definicji reklamy aptek (oraz punktów aptecznych), wskazując jedynie działania, które nimi nie są, czyli informacja o lokalizacji oraz godzinach pracy apteki (punktu aptecznego). Niemniej sposób rozumienia pojęcia „*reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności*” został jednak wypracowany w orzecznictwie sądów administracyjnych. Znamionym dla oceny stanu faktycznego w niniejszej sprawie jest

również wyrok z dnia 5 marca 2015 r. sygn. akt: GSK 54/14)), w uzasadnieniu którego Naczelny Sąd Administracyjny stwierdził, że:

*„Reklamą apteki jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów i która w taki sposób jest odbierana przez klientów. Szeroki sposób rozumienia reklamy działalności aptek uzasadnia również fakt, że art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego, poza stwierdzeniem, że nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego, nie zawiera katalogu działań, które byłyby ex lege wyłączone z zakresu tego pojęcia, jak ma to miejsce w przypadku reklamy produktu leczniczego. Orzecznictwo wskazuje, że reklamą działalności apteki może być więc każde działanie zmierzające do zwiększenia sprzedaży.”*

Reasumując oznacza to, że za reklamę apteki (oraz punktu aptecznego) należy uznać każde działanie, niezależnie od sposobu i metody jej przeprowadzenia oraz środków użytych do jego realizacji, jeżeli jego celem jest zwiększenie sprzedaży towarów w nim oferowanych.

Mając powyższe na uwadze **organ uznał, że miało miejsce prowadzenie niedozwolonej reklamy przez przedsiębiorcę prowadzącego punkt apteczny.**

Ustawa przyznaje wojewódzkiemu inspektorowi farmaceutycznemu prawo nadzoru nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek i punktów aptecznych oraz wydawania decyzji w tym zakresie na podstawie art. 108 ust. 4 pkt 7 lit. b ustawy *Prawo farmaceutyczne* w związku ustawowym zakazem reklamy, który wynika z art. 94 a ust. 2 ustawy. Stąd zasadnym było wszczęcie prowadzenie postępowania także w tym zakresie. Jednocześnie jest on uprawnionym w przypadku stwierdzenia naruszenia zakazu reklamy aptek, punktów aptecznych i ich działalności do wydania nakazu jej zaprzestania.

Niemniej jednak **w sytuacji, gdy zaprzestano działań będących przedmiotem postępowania przed datą zakończenia postępowania, co miało miejsce w niniejszej sprawie, wydanie nakazu stało się bezprzedmiotowe, a tym samym zaktualizowało się postąpienie zgodnie z dyspozycją art. 105 § 1 k.p.a. i umorzenie postępowania administracyjnego w części dotyczącej wydania stosownego nakazu zaprzestania prowadzenia działań reklamowych przez stronę postępowania.**

**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 przedsiębiorca 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 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.

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 wskazane powyżej okoliczności, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 1 000,00 zł (słownie: tysiąc złotych 00/100). Na ustalenie takiego wymiaru kary miały wpływ następujące okoliczności:

- 1) reklama punktu aptecznego była prowadzona w dwóch formach (umieszczenie w izbie ekspedycyjnej plakatu zatytułowanego: [...] oraz gazetki zatytułowanych: [...])
- 2) każda z form prowadzonych działań reklamowych została podjęta z zamiarem zwiększenia zainteresowania ofertą punktu aptecznego,
- 3) Strona w swoich wyjaśnieniach wskazywała, że nie miała świadomości, że opisane działania stanowią naruszenie zakazu reklamy aptek i ich działalności, ponieważ została poinformowana przez organizatora programu, że jest on zgodny z przepisami Prawa farmaceutycznego
- 4) czas trwania reklamy (jeden miesiąc)
- 5) strona jest profesjonalnym uczestnikiem obrotu prawnego, co szczególnie zobowiązuje ją do przestrzegania przepisów regulujących prowadzenie działalności (także art. 94a ustawy *Prawo farmaceutyczne*)
- 6) reklama dotyczyła jednego punktu aptecznego
- 7) strona w trakcie postępowania poinformowała o zaprzestaniu prowadzenia działań reklamowych,
- 8) strona dotychczas nie była karana za prowadzenie niedozwolonej reklamy aptek.

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. Okolicznością łagodzącą jest brak dotychczasowej karalności strony za prowadzenie reklamy aptek, ale nie sposób nie zauważyć, że ustawowy zakaz reklamy obowiązuje od wielu lat, a Strona pomimo tego naruszyła ten zakaz. Kara ta musi poprzez swoją dolegliwość finansową być przestrożą dla Strony.

Należy nadmienić, że w przypadku stwierdzenia w przyszłości niedozwolonej reklamy, będzie to miało znaczący wpływ na wymiar kary ze względu na ponowne naruszenie przepisów ustawy.

## **P O U C Z E N I E**

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  
[...]