

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 2017 r. poz. 2211), zwanej dalej: „ustawa Prawo farmaceutyczne” oraz art. 105 § 1 w zw. z art. 104 § 1 i art. 107 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku - *Kodeks postępowania administracyjnego* (Dz. U. z 2017 r. poz. 1257), zwanej dalej: „k.p.a.”.

MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY W KRAKOWIE

- I. Stwierdza naruszenie przez podmiot, a to [...] **z siedzibą w [...]** ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności poprzez prowadzenie reklamy **apteki ogólnodostępnej o nazwie: [...]** **zlokalizowanej w [...]**, a polegającej na obecności w izbie ekspedycyjnej koszy oklejonych banerami z kwotami różnych rabatów i napisami [...], haseł „[...]” umieszczonych w kilku miejscach oraz napisu „[...]!” umieszczonego na dwóch opakowaniach suplementu diety [...].
- II. Nakłada na [...] **z siedzibą w [...]** karę pieniężną w wysokości 2000,00 zł (słownie: dwa tysiące złotych 00/100) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. *Prawo farmaceutyczne* w sposób opisany w punkcie I niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa.
- III. **Umarza postępowanie administracyjne** w części dotyczącej nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy apteki i jej działalności w sposób opisany w pkt. I.

UZASADNIENIE

W trakcie kontroli planowej apteki ogólnodostępnej o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...], prowadzonej przez [...] z siedzibą w [...], przeprowadzonej w dniu 22.09.2017 r. przez inspektora farmaceutycznego w obecności kierownika apteki Pana mgr farm. [...], który przedłożył pisemne pełnomocnictwo do reprezentowania podmiotu kontrolowanego, stwierdzono obecność w izbie ekspedycyjnej koszy oklejonych banerami z kwotami różnych rabatów i napisami [...], haseł „[...]” umieszczonych w kilku miejscach oraz napisu „[...]!” umieszczonego na dwóch opakowaniach suplementu diety [...].

Uchybienia te zostały zawarte w protokole z dnia 03.10.2017 r., podpisanym przez inspektora farmaceutycznego oraz przedstawiciela podmiotu kontrolowanego.

W dniu 24.10.2017 r. Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił o wszczęciu z urzędu postępowania administracyjnego w sprawie podejrzenia naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – *Prawo farmaceutyczne* /Dz. U. z 2016 r. poz.2142 z późn. zm./ w zakresie działalności reklamowej apteki ogólnodostępnej o nazwie:

[...] zlokalizowanej w [...] w związku z niezgodnościami stwierdzonymi w trakcie ww. kontroli planowej oraz poinformował o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszenia wniosków dowodowych i wyjaśnień w terminie 7 dni od dnia doręczenia ww. zawiadomienia.

Strona nie skorzystała z przysługujących jej uprawnień.

W tym miejscu należy wyjaśnić, że **w zakresie pozostałych niezgodności stwierdzonej w trakcie ww. kontroli planowej w odniesieniu między innymi do naruszenia wymagań dotyczących obrotu produktami leczniczymi zostało wszczęte w dniu 24.10.2017 roku odrębne postępowanie znak: FAKR-I.8521.1.114.2017, które zakończyło się wydaniem w dniu 04.01.2018 roku decyzji (nieprawomocnej).**

Postanowieniem z dnia 24.10.2017 r. Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny dopuścił dowód z protokołu z dnia 3 października 2016 r., znak: FAKR-I.8521.1.114.2017 z ww. kontroli planowej na okoliczność treści zawartych w pkt XVI, a także odpowiednich załącznikach dotyczących tych treści.

W trakcie postępowania administracyjnego do siedziby Wojewódzkiego Inspektorat Farmaceutycznego w Krakowie został wezwany kierownik apteki Pan [...] - w charakterze świadka w celu złożenia wyjaśnień. O przesłuchaniu została poinformowana Strona postępowania.

Przebieg przesłuchania odzwierciedla protokół z dnia 08.11.2017 roku podpisany przez osoby uczestniczące w przesłuchaniu.

W dniu 07.08.2017 r. do tut. Inspektoratu wpłynął e-mail [...] z informacją o treści: *„(...) nie jest możliwe ustalenie faktu od jakiego czasu były umieszczone metalowe kosze. Podczas rozmowy były kierownik apteki nie potrafił określić w jakim czasie zostały one tam umiejscowione.”*

Pismem dnia 17.11.2017 r. Strona została poinformowana, że Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zamierza wydać decyzję kończącą postępowanie administracyjne w przedmiocie podejrzenia naruszenia art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne w zakresie działalności reklamowej ww. apteki. Jednocześnie zakreślono termin do zapoznania się z zebrany materiał dowodowy i wypowiedzenia się w jego przedmiocie.

Do dnia wydania decyzji Strona nie wypowiedziała się, co do zebranych dowodów i materiałów oraz nie zgłosiła żadnych nowych wniosków dowodowych.

Mając na uwadze zgromadzony w trakcie kontroli materiał dowodowy, a tym samym ustalony stan faktyczny, organ zważył, co następuje.

W zakresie stwierdzonych działań o charakterze reklamowym, na wstępie należy zważyć, że w myśl art. 94a ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne nadzór nad przestrzeganiem przepisów zakazujących aptekom i punktom aptecznym prowadzenie reklamy prowadzi wojewódzki inspektor farmaceutyczny. W razie stwierdzenia naruszenia przepisów ustawy w tym przedmiocie wojewódzki inspektor farmaceutyczny uprawniony jest do wydania decyzji w tym zakresie na podstawie art. 94a ust. 1 pkt. 3 ustawy Prawo farmaceutyczne nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy, której brak wykonania może prowadzić nawet do cofnięcia zezwolenia na prowadzenia apteki ogólnodostępnej.

W ocenie organu w niniejszej sprawie niewątpliwie doszło do prowadzenia

niedozwolonej reklamy apteki i jej działalności przez podmiot prowadzący aptekę.

W wyniku kontroli planowej przeprowadzonej w dniu 22.09.2017 roku w aptecę ogólnodostępną o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...] stwierdzono bowiem obecność w izbie ekspedycyjnej:

- Koszy umieszczonych na środku izby ekspedycyjnej w części przeznaczonej dla pacjentów, z których dwa bezpośrednio stojące naprzeciw wejścia do izby ekspedycyjnej oklejone miały boki banerami, gdzie na czerwonym tle umieszczono [...] oraz napisy: [...]. Dodatkowo bardzo dużą czcionką w kolorze białym na tle tych napisów w kolorze bordowym znajdował się powtórzony napis: [...]. Kolorystyka i wielkość czcionki, jak również usytuowanie koszy powodowało, że nie sposób było nie zwrócić na nie uwagi.

Wewnątrz koszy znajdowały się różnego zarówno produkty lecznicze jak i suplementy diety

- Hasła „[...]” umieszczonego w izbie ekspedycyjnej obok napisów „[...]9” oraz „[...]” [...] umieszczone były na dwóch stojakach umieszczonych w różnych miejscach na lewo od wejścia do izby ekspedycyjnej. Sposób ekspozycji powodował, że nie sposób było nie zwrócić na nie uwagi.
- Hasła „[...]” w formie szyldu umieszczonego przy stole ekspedycyjnym, gdzie litery w kolorze czerwonym otoczone białą obwódką umieszczone były na tle w kolorze żółto-zielonym, co powodowało, że nie sposób było nie zwrócić na ww. szyld uwagi.
- Połączonych ze sobą opakowań suplementu diety [...] wraz z suplementem diety [...] i napisem „[...]” wykonanym czarną czcionką na naklejce z żółtym tłem, która łączyła obydwie opakowania. Kolorystyka naklejki wyraźnie przyciągała wzrok.

Kierownik apteki nie potrafił określić daty od której w izbie ekspedycyjnej pojawiły się ww. kosze oraz napisy z hasłem „[...]”.

W tym miejscu należy podkreślić, że trakcie kontroli kierownik apteki usunął z wszystkich miejsc w izbie ekspedycyjnej napisy „[...]” oraz banery z koszy z kwotami rabatu i napisami: [...], a także napis „[...]”.

W trakcie przesłuchania przeprowadzonego w tut. Inspektoracie w dniu 08.11.2017 r. Pan [...], pełniący funkcję kierownika apteki potwierdził, że w trakcie kontroli planowej przeprowadzonej w dniu 22.09.2017 r. w aptecę znajdowały się w izbie ekspedycyjnej zarówno kosze z kwotami różnych rabatów i z napisami: [...], [...], szyld z hasłem [...] oraz połączone ze sobą opakowania suplementu diety [...].

Pan [...] ponadto zeznał:

„Kosze, których boki oklejone były banerami, gdzie na czerwonym tle umieszczono czcionką w kolorze bordowym różne kwoty rabatu [...] oraz napisy: [...] były na pewno w maju 2017 roku, kiedy rozpocząłem pracę w aptecę (początkowo jako magister farmacji). Nie potrafię w związku z powyższym określić daty, od której kosze zostały umieszczone w izbie ekspedycyjnej. Nie posiadam wiedzy na temat przyczyny umieszczenia koszy w izbie ekspedycyjnej. Nie umiem odpowiedzieć, dlaczego ceny produktów umieszczonych w

koszach były [...]. Nie wiem, ile produktów umieszczano w koszach z [...], nie zajmowałem się tym. Decyzję w tym zakresie podejmował właściciel apteki. Pacjenci byli zainteresowani produktami umieszczonymi w koszach. Nie dokonywałem analizy, czy takie wyeksponowanie produktów zwiększało ich sprzedaż.

[...] oraz [...] **pojawiły się w izbie ekspedycyjnej orientacyjnie na przełomie czerwca i lipca 2017 roku.** Nie dokonywałem analizy, czy takie wyeksponowanie ww. [...] w [...] miało wpływ na wzrost ich sprzedaży.

Nie wiem od kiedy szyld z hasłem „[...]” umieszczony został przy stole ekspedycyjnym. **Nie wiem czy już był, gdy podjąłem pracę w aptece.** Uważam, że zgodnie z zasadami logiki umieszczenie tego szyldu miało na celu zwrócenie uwagi na produkty, które znajdowały się w jego sąsiedztwie. Nie potrafię powiedzieć, czy obecność w izbie ekspedycyjnej hasła [...] wywoływała reakcję ze strony pacjentów i pytanie jakich dotyczy produktów. Bardzo rzadko ekspeduję, pracuję głównie na zapleczu apteki.

Połączone ze sobą opakowania suplementu diety [...] wraz z suplementem diety [...] z napisem „[...]” otrzymaliśmy z hurtowni farmaceutycznej. Nie pomyślałem się, że takie wyeksponowanie produktów jest reklamą działalności apteki. **Nie potrafię określić od kiedy opakowanie to pojawiło się na półce w izbie ekspedycyjnej.**

O umieszczeniu w izbie ekspedycyjnej ww. koszy, szyldu z napisem „[...]” oraz [...] decydował właściciel apteki.

Usunięte w trakcie kontroli z wszystkich miejsc w izbie ekspedycyjnej napisy „[...]” oraz banery z koszy z kwotami rabatu i napisami: [...], a także napis „[...]!” nie pojawiły się ponownie w izbie ekspedycyjnej. Zostały na trwałe usunięte.”

Pan [...] będącej Stroną postępowania w trakcie przesłuchania Pana [...] złożył następujące wyjaśnienia:

„Na przestrzeni ostatnich lat zmieniło się podejście do zakazu reklamy apteki i jej działalności. Reklamą było traktowane wszystko to, co podawane jest do publicznej wiadomości, czyli poza lokalem apteki. Natomiast tego typu działania wewnątrz apteki, gdy pacjent już wszedł do apteki nie stanowiły zachęty do zakupu produktów oferowanych przez aptekę. Nie mieliśmy świadomości, że są to działania reklamowe. Już w trakcie kontroli, gdy zostaliśmy uświadomieni, wszystkie formy reklamy zostały natychmiast na trwałe usunięte.

Zobowiązuję się w terminie do 16 listopada 2017 roku dostarczyć do tut. Inspektoratu informację od kiedy w izbie ekspedycyjnej pojawiły się ww. kosze oraz szyld z napisem [...]. [...].”

Zgodnie ze zobowiązaniem złożonym w trakcie przesłuchania, w dniu 16.11.2017 r. w tut. Inspektoracie został odebrany e-mail. Przeprowadzona rozmowa z byłym kierownikiem apteki nie pozwoliła dokładnie ustalić daty od kiedy w izbie ekspedycyjnej pojawiły się metalowe kosze.

Z dniem 1 stycznia 2012 roku znowelizowane zostały przepisy ustawy Prawo farmaceutyczne dotyczące reklamy aptek. Zgodnie z art. 94a ust. 1 ww. ustawy „Zabroniona

jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.”

Obecny zakaz reklamy aptek i punktów aptecznych jest szerszy (w porównaniu do stanu obowiązującego do 31 grudnia 2011 r.), gdyż dotyczy jakichkolwiek działań reklamowych, a nie jak poprzednio odnoszących się jedynie do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych finansowanych ze środków publicznych.

Ustawa Prawo farmaceutyczne wprowadziła więc z dniem 1 stycznia 2012 roku całkowity zakaz reklamy apteki i jej działalności. Ustawodawca nie zdefiniował pojęcia reklamy, a jedynie wskazał co reklamy nie stanowi. **Należy zatem przyjąć, że reklamą jest „wszystko”, co nie jest informacją o lokalizacji oraz godzinach pracy apteki.**

Od czasu jednak ustanowienia ustawowego zakazu prowadzenia reklamy aptek i ich działalności ugruntowało się już orzecznictwo sądowe w tym zakresie, zgodnie z którym reklamą jest każde działanie, które ma na celu zachęcanie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z konkretnych usług. W tym przypadku były to towary po obniżonej cenie z uwagi na ich promocję.

Przykładowo zaistniał wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego, w którym znajdujemy następujące stwierdzenia.

„(...) 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, niezależnie od sposobu i metody jej przeprowadzenia oraz użytych środków do jego realizacji, jeżeli jego celem jest zwiększenie sprzedaży towarów 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).

Zdaniem organu kwoty różnych rabatów oraz hasła: [...],[...] wyraźnie sugerowały, że w aptece prowadzona jest sprzedaż produktów w niższych cenach. W tym miejscu należy odnieść się ponadto do zasad doświadczenia życiowego, jakie posiada współcześnie każdy konsument. Jest to bowiem powszechnie spotykana praktyka w handlu. Podobnie hasło [...] to informacja, że dokonując zakupu jakiegoś produktu pacjent otrzyma inny produkt bezpłatnie. Jest to więc wyraźna zachęta do zakupów z uwagi na wyjątkową okazję do otrzymania dodatkowo czegoś bez zapłaty.

Na co dzień w wielu miejscach spotykamy się z hasłami reklamowymi o super cenach, promocjach i gratisach. Tym samym rola tych haseł jest oczywista dla każdego, czyli że pozwala dokonać zakupów towarów w niższych, atrakcyjniejszych cenach niż ma to miejsce zazwyczaj lub otrzymać coś bezpłatnie. **Super ceny, promocja i gratisy służą więc jednemu celowi, zwiększeniu sprzedaży towarów poprzez reklamę sprzedawcy i jego działalności.**

Dodatkowo potencjalny pacjent nie był w stanie nie zauważyć powyższych informacji,

ze względu na sposób umieszczenia banerów z hasłem [...]i [...]. Były one bowiem umieszczone w izbie ekspedycyjnej w części dla pacjentów przy stole ekspedycyjnym oraz na dwóch stojakach przy produktach marki [...]. Sposób ekspozycji tych haseł i ich kolorystyka zwracały dodatkowo na siebie uwagę.

Kierownik apteki w trakcie przesłuchania zeznał: *„Pacjenci byli zainteresowani produktami umieszczonymi w koszach.”*

Cel [...]I [...] został więc osiągnięty poprzez wzrost zainteresowania produktami, będącymi w super cenach i w promocji.

Najistotniejszy jest bowiem zamiar, a w tym przypadku wzrost zainteresowania niektórymi produktami znajdującymi się w aptece i tym samym chęć wzrostu ich sprzedaży. A to właśnie stanowi niepodważalny cel każdej reklamy.

Pomimo, że informacja dotycząca niższych cen znajdowała się w lokalu apteki, a więc docierała do pacjentów, którzy już zdecydowali się na wejście do apteki, to zdaniem organu miała dużo szerszy zasięg.

Informacja o sprzedaży towarów w niższych cenach, z uwagi na promocję, umieszczono w izbie ekspedycyjnej, która jest niewątpliwie miejscem publicznym, dostępnym nieograniczonej liczbie osób. Informacje o treści reklamowej oddziaływały więc najpierw na pacjentów, którzy zdecydowali się na wejście do apteki. Następnie to oddziaływanie musiało się przenosić dalej do innych osób, na skutek przekazywania informacji o korzystniejszych, niższych cenach niektórych produktów w aptecę położonej w [...]. Reklama docierała więc z pewnością do znacznie większej liczby osób niż tylko pacjenci, którzy zdecydowali się na wejście do apteki.

Mając powyższe na uwadze organ uznał, że w tym przypadku miało miejsce prowadzenie niedozwolonej reklamy przez przedsiębiorcę prowadzącego aptekę ogólnodostępną, stąd zasadnym było wszczęcie postępowania w tym zakresie.

Kierownik apteki podjął stosowne kroki już w trakcie kontroli w celu wyeliminowania ww. formy reklamy apteki i jej działalności usuwając wszelkie oznaki reklamy, co zostało udokumentowane w protokole pokontrolnym. Dodatkowo w trakcie przesłuchania kierownik apteki zeznał: *„Usunięte w trakcie kontroli z wszystkich miejsc w izbie ekspedycyjnej napisy „[...]” oraz banery z koszy z [...]i napisami: [...], a także napis „[...]” nie pojawiły się ponownie w izbie ekspedycyjnej. Zostały na trwałe usunięte.”*

Potwierdził to również [...] będącej Stroną postępowania, który obecny w trakcie przesłuchania Świadka wyjaśnił: *„Już w trakcie kontroli, gdy zostaliśmy uświadomieni, wszystkie formy reklamy zostały natychmiast na trwałe usunięte.”*

Z powyższych względów nie ma więc konieczności nakazywania usunięcia reklamy na drodze decyzji, a tym samym postępowanie w tym zakresie stało się bezprzedmiotowe. Skutkuje to zgodnie z art. 105 § 1 k.p.a. umorzeniem postępowania w zakresie naruszenia art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne.

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. 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.

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 ustawy Prawo farmaceutyczne.

Tym samym w świetle stwierdzonych działań reklamowych zaktualizował się obowiązek organu do postąpienia zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne. 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 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 nakładając karę pieniężną ma jedynie możliwość jej miarkowania.

Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 2000,00 zł (słownie: dwa tysiące złotych 00/100 zł). Wysokości kary jest adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności prowadzenia reklamy ww. apteki i jej działalności.

Na ustalenie wysokości kary miały wpływ następujące okoliczności:

1. przedmiotem reklamy było umieszczenie w izbie ekspedycyjnej koszy oklejonych banerami z [...]i napisami [...], hasel „[...]” umieszczonych w kilku miejscach oraz napisu „[...]” umieszczonego na dwóch opakowaniach suplementu diety [...]
2. forma zakazanej reklamy w postaci napisów z [...] oraz hasłami [...]przyciągała wzrok i stanowiła wyraźną zachętę do korzystania z możliwości zakupu produktów w niższych cenach
3. przyjęto, że czas trwania reklamy obejmował 5 miesięcy i dotyczył okresu od maja 2017 roku tj. według zeznań kierownika apteki moment w którym w aptecce kosze w izbie ekspedycyjnej były obecne do dnia kontroli planowej czyli 22.09.2017 r. - wątpliwość dotycząca okresu prowadzenia reklamy, z uwagi na wyczerpanie możliwości dowodowych, rozstrzygnięto na korzyść Strony (pozostałe formy reklamy były w aptece krócej niż 5 miesięcy)
4. zaprzestano prowadzenia reklamy ww. apteki i jej działalności w dniu kontroli planowej
5. strona – jako przedsiębiorca – jest profesjonalnym uczestnikiem obrotu prawnego, co szczególnie zobowiązuje ją do przestrzegania przepisów regulujących prowadzenie danej działalności (w tym również art. 94a ustawy – Prawo farmaceutyczne, który wszedł w życie z dniem 1 stycznia 2012 roku)
6. reklama dotyczyła jednej apteki.

Kara ma na celu również nadanie jej roli prewencyjnej za naruszenie przepisów o zakazie reklamy apteki i zapobiec ponownemu naruszeniu zakazu w przyszłości oraz edukacyjne dla strony.

Jako element łagodzący należy uznać zachowanie kierownika apteki i Strony postępowania, czyli usunięcie z izby ekspedycyjnej reklamy apteki i jej działalności już w dniu kontroli planowej. 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.

W związku z powyższym postanowiono jak na wstępie.

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 ostatnią ze stron 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. 129b ust. 3 i 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

[...]