

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 2019 r. poz. 499, dalej: u.p.f.) oraz art. 104 § 1, art. 105 § 1 i art. 107 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku - *Kodeks postępowania administracyjnego* /Dz. U. z 2018 r. poz. 2096 z późn. zm., dalej: k.p.a./

MAŁOPOLSKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY W KRAKOWIE

- I. **Stwierdza naruszenie** przez przedsiębiorcę, a to [...]ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności poprzez prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej [...] o nazwie: [...] zlokalizowanej w [...] i jej działalności polegającej na obecności w izbie ekspedycyjnej plakatów pn. „[...]”, „[...]” oraz „[...]!” oraz obecności koszy z różnymi produktami, na których to koszach umieszczono symbol „%” co stanowi zachętę do zakupu oferowanych produktów.
- II. **Umarza postępowanie administracyjne** w zakresie wydania nakazu zaprzestania prowadzenia przez [...] niedozwolonej reklamy apteki ogólnodostępnej [...] oraz jej działalności, a polegającej na prowadzeniu działań reklamowych opisanych w punkcie I decyzji, wobec ich zaprzestania.
- III. **Nakłada na przedsiębiorcę, a to [...] karę pieniężną w wysokości 1000,00 zł (słownie: jeden tysiąc 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.

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

W dniu 08.11.2018 roku w aptecę ogólnodostępnej [...] została przeprowadzona kontrola planowa m.in. w zakresie sprawdzenia czy nie jest prowadzona reklama apteki oraz jej działalności.

Kontrola wykazała obecność w izbie ekspedycyjnej plakatów pn. „[...]”, „[...]” oraz „[...]!” oraz obecność koszy z różnymi produktami, na których to koszach umieszczono symbol „%”.

Z kontroli w siedzibie tut. Inspektoratu został sporządzony protokół. Protokół został podpisany przez inspektora farmaceutycznego przeprowadzającego kontrolę oraz Panią [...] (dalej: Strona bądź podmiot kontrolowany).

Podmiot kontrolowany nie wniósł zastrzeżeń do protokołu kontroli.

Pismem z dnia 19.12.2018 r. zawiadomiono Stronę 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 2017 poz. 2211 z późn. zm./ w zakresie działalności reklamowej apteki w związku z niezgodnością stwierdzoną w trakcie kontroli planowej.

Jednocześnie poinformowano o prawie do wzięcia udziału w postępowaniu poprzez wypowiedzenie się co do zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego oraz zgłaszanie wniosków dowodowych i wyjaśnień – w terminie 7 dni od daty doręczenia zawiadomienia o wszczęciu postępowania.

Postanowieniem z dnia 19.12.2018 roku protokół z dnia 29 listopada 2018 r., znak: FAKR-I.8521.1.149.2018 z ww. kontroli planowej na okoliczność treści zawartych w pkt XVI, a także w odpowiednich załącznikach dotyczących tych treści, został dopuszczony jako dowód w prowadzonym postępowaniu administracyjnym.

W tym miejscu należy wyjaśnić, że **w zakresie niezgodności (pkt XXI ppkt 1-12 i 14 protokołu pokontrolnego) stwierdzonej w trakcie ww. kontroli planowej, a dotyczącej obrotu, zostało wszczęte w dniu 19.12.2018 roku odrębnym postępowaniem znak: FAKR-I.8521.1.149.2018, które zakończyło się wydaniem w dniu 27.03.2019 roku decyzji (nieprawomocnej).**

W odpowiedzi na powyższe w dniu 11.01.2019 roku do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo, w którym Strona wyjaśniła:

„W nawiązaniu do pisma z dnia 19.12.2018r. informuję, że po zakończeniu kontroli 3 plakaty (przedstawione na załącznikach do protokołu nr 35, 36 i 37), które znajdowały się w izbie ekspedycyjnej apteki zostały usunięte. Były tam obecne tylko w dniach 2 - 8.11.2018 r. W ich miejsce nie pojawiły się żadne inne informacje i ramki po plakatach pozostają do dzisiaj puste, co uwidoczniałam na dwóch zdjęciach (sic!) z izby ekspedycyjnej.”

Pismem z dnia 21.01.2019 r. Strona została poinformowana, że Małopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zamierza wydać decyzję kończącą postępowanie administracyjne i równocześnie poinformowano Stronę, że przed wydaniem decyzji kończącej postępowanie administracyjne Stronie postępowania służy prawo do wypowiedzenia się, co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszenia ewentualnych żądań.


Strona nie skorzystała z przysługujących jej uprawnień.

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

W ocenie organu w niniejszej sprawie niewątpliwie doszło do prowadzenia niedozwolonej reklamy apteki przez podmiot prowadzący aptekę.

W wyniku kontroli przeprowadzonej w dniu 08.11.2018 roku w aptecę ogólnodostępnej [...] stwierdzono bowiem różne formy reklamy apteki i jej działalności.

W izbie ekspedycyjnej w trakcie kontroli planowej stwierdzono obecność:

- Plakatu z logo  w górnym prawym rogu pn. „[...]?” umieszczonego na szybie izby ekspedycyjnej, który widoczny był dopiero z wnętrza izby ekspedycyjnej. Plakat zawierała informację o zestawie produktów leczniczych (wraz z ich cenami) takich, jak:
 1. Bronchosol syrop 100ml, cena 8,99 (zł)

2. Gripex HOT MAX x 12 saszetek, cena 15,99 (zł)
3. Rutinoscorbin x 150 tabletek, cena 11,99 (zł)
4. Vigantoletten 1000 x 30 tabletek, cena 13,99 (zł).


Na plakacie znajdowały się zdjęcia opakowań tych produktów, powyżej których umieszczone były ceny. Dodatkowo powyżej tych informacji na czerwonym tle znajdowało się zdjęcie uśmiechniętej kobiety wraz z napisem „Sięgnij po gotowy zestaw preparatów na gorączkę + kaszel + budowanie odporności” oraz z podaniem informacji „CENA ZA ZESTAW” i kwoty 50, 96 (zł).

Na plakacie przeważał kolor żółto-pomarańczowy i czerwony. Ceny zostały uwidocznione z wykorzystaniem dużej czcionki w kolorze białym na czerwonym tle, a cena za zestaw na tle zielonym. Plakat wyraźnie przyciągało uwagę.

Poniżej prezentowanych produktów leczniczych znajdowały się informacje o danym produkcie poprzedzone białą literą „i” na tle czerwonego koła i nazwą produktu. Informacje obejmowały: substancję czynną, wskazania, przeciwwskazania oraz nazwę podmiotu odpowiedzialnego. Przy produkcie leczniczym Rutinoscorbin x 150 tabletek znajdowała się jeszcze dodatkowa informacja o dawkowaniu i sposobie podania oraz o specjalnych ostrzeżeniach i środkach ostrożności dotyczących stosowania oraz nr pozwolenia na dopuszczenie do obrotu i kategoria dostępności.

Poniżej tych informacji znajdował się napis o treści: *„Fotografie preparatów zawartych na niniejszym plakacie mają charakter informacyjny i mogą odbiegać od ich rzeczywistego wyglądu. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za błędy w druku. Przedstawione ceny zawarte na niniejszym plakacie mają charakter wyłącznie informacyjny i są ustalone na podstawie analizy rynku farmaceutycznego, nie stanowią oferty handlowej w rozumieniu art. 66 § 1 Kodeksu cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych. Oferta jest ofertą Producenta i obowiązuje od 1.11 do 30.11.2018 r. lub do wyczerpania zapasów.”*

W dole plakatu znajdował się napis 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”.* poprzedzony białą literą „i” na tle czerwonego koła.

- Dwóch plakatów z logo  w górnym prawym rogu, umieszczonych na ścianie po lewej stronie od wejścia do izby ekspedycyjnej, pn. „[...]!” oraz pn. „[...]!”.

A.

Plakat pn. „[...]!” przedstawiał zdjęcia opakowań produktów leczniczych takich, jak: Flegamax syrop 120ml, Flegamina syrop 120ml o smaku miętowym, Supremin syrop 200ml oraz Teraflu Kaszel syrop 100ml.

Przy każdym produkcie leczniczym znajdowały się informacje o danym produkcie poprzedzone białą literą „i” na tle niebieskiego koła i nazwą produktu. Informacje obejmowały: substancję czynną, wskazania, przeciwwskazania oraz nazwę podmiotu odpowiedzialnego

Poniżej tych informacji znajdowała się napis o treści:

„TERMIN OBOWIĄZYWANIA: 1-30.11.2018 R.”

Poniżej tej informacji znajdował się napis o treści: „Fotografie preparatów zawartych na niniejszym plakacie mają charakter informacyjny i mogą odbiegać od ich rzeczywistego wyglądu. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za błędy w druku. Przedstawione ceny zawarte na niniejszym plakacie mają charakter wyłącznie informacyjny i są ustalone na podstawie analizy rynku farmaceutycznego, nie stanowią oferty handlowej w rozumieniu art. 66 § 1 Kodeksu cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych. Oferta jest ofertą Producenta i obowiązuje od 1.11 do 30.11.2018 r. lub do wyczerpania zapasów.”

W dole plakatu znajdował się napis 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”.
poprzedzony białą literą „i” na tle niebieskiego koła.

B.

Plakat pn. „[...]!” przedstawiał zdjęcia opakowań produktów leczniczych takich, jak: Otrivin aerosol do nosa roztwór 10ml, Otrivin dla dzieci aerosol do nosa roztwór 10ml, Olfen Hydrożel żel 100g, Groprinosin syrop 150ml oraz kosmetyk AromaVap żel 30ml. Przy każdym produkcie leczniczym znajdowały się informacje o danym produkcie poprzedzone białą literą „i” na tle czerwonego koła i nazwą produktu. Informacje obejmowały: substancję czynną, wskazania, przeciwwskazania oraz nazwę podmiotu odpowiedzialnego

Poniżej tych informacji znajdowała się napis o treści:
„TERMIN OBOWIĄZYWANIA: 1-30.11.2018 R.”

Poniżej tej informacji znajdował się napis o treści: „Fotografie preparatów zawartych na niniejszym plakacie mają charakter informacyjny i mogą odbiegać od ich rzeczywistego wyglądu. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za błędy w druku. Przedstawione ceny zawarte na niniejszym plakacie mają charakter wyłącznie informacyjny i są ustalone na podstawie analizy rynku farmaceutycznego, nie stanowią oferty handlowej w rozumieniu art. 66 § 1 Kodeksu cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych. Oferta jest ofertą Producenta i obowiązuje od 1.11 do 30.11.2018 r. lub do wyczerpania zapasów.”

W dole plakatu znajdował się napis 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”.
poprzedzony białą literą „i” na tle czerwonego koła.

Na każdym z powyższych plakatów znajduje się również zdjęcie kobiety, której wyraz twarzy i gesty dodatkowo podkreślają, w przypadku której części ciała schorzeń należy zastosować produkty znajdujące się na plakacie.

- Dwóch metalowych koszy, znajdujących się na środku miejsca przeznaczonego dla pacjentów w izbie ekspedycyjnej, na które to kosze nałożone były kartonowe osłony, gdzie na zielonym tle wielokrotnie powtórzony był symbol „%” w różnej wielkości.

Na kartonowej osłonie na każdym z koszy umieszczona była w zielone ramce lista produktów wraz z podkreślonymi cenami, które znajdowały się w koszach. Produkty znajdujące się wewnątrz koszy to suplementy diety, kosmetyki i wyroby medyczne.

W trakcie kontroli Pani [...] wyjaśniła pisemnie, że **„Kosze zostały umieszczone w izbie ekspedycyjnej ok. 15.10.2018 r.”**.

W trakcie kontroli kartonowe osłony zostały usunięte. Potwierdziła, to pisemnie Pani [...], która ponadto dodała: **„Nie zauważyłam zwiększenia zainteresowania pacjentów produktami umieszczonymi w koszach”**.

Z dniem 1 stycznia 2012 roku znowelizowane zostały przepisy u.p.f. 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 wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego 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).

Organ za udowodnione uznaje, że Strona postępowania prowadziła reklama apteki i jej działalności co najmniej od 15.10.2018 roku do 08.11.2018 roku w odniesieniu do koszy z różnymi produktami, na których to kosztach umieszczono symbol „%” oraz w okresie od 02.11.2018 roku do 08.11.2018 roku w odniesieniu do plakatów pn. „[...]”, „[...]” oraz „[...]!”.

Oferta produktów na plakatach obowiązywała w ściśle określonym czasie i tym samym sugerowała, że w tym okresie jest wyjątkowa okazja do ich zakupu w atrakcyjnej cenie. Siłę przekazu zwiększała wykorzystana kolorystyka, zdjęcia produktów oraz zdjęcia kobiet, których gesty pozwalały ze znacznej odległości ocenić przy jakich schorzeniach prezentowane produkty można zastosować.

Wykorzystywanie symbolu „%” jest równoznaczne z możliwością zakupu produktów po obniżonych cenach. Zgodnie z przyjętą praktyką w handlu jest to symbol określający udzielony rabat. W tym przypadku nie został tylko dokładnie wskazany, ilu % dotyczy.

Dodatkowo potencjalny pacjent nie był w stanie nie zauważyć powyższych różnorodnych form reklamy apteki ze względu na sposób ich umieszczenia, bardzo wyraźną kolorystykę, co zwiększało dodatkowo intensywność przekazu.

Powyższe działania w ocenie Organu miały na celu zachęcenie do zakupu oferowanych produktów w tej konkretnej aptece i tym samym zwiększenie ich sprzedaży w tej aptece.

Ustawa przyznaje wojewódzkiemu inspektorowi farmaceutycznemu prawo nadzoru nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, co wynika z art. 94 a ust. 2 u.p.f.

Organ uznał, że w tym przypadku miało miejsce prowadzenie niedozwolonej reklamy przez przedsiębiorcę prowadzącego aptekę ogólnodostępną, stąd zasadnym było wszczęcie postępowania w tym zakresie.

Jednakże skoro podmiot prowadzący aptekę podjął stosowne kroki w celu wyeliminowania wszystkich form reklamy apteki i jej działalności, co miało częściowo miejsce już w trakcie kontroli, a w pozostałym zakresie Strona udokumentowała jej usunięcie w trakcie postępowania administracyjnego, nie ma konieczności nakazywania ich usunięcia 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.

Jednocześnie wobec pozytywnego ustalenia, że przedsiębiorca prowadził niedozwoloną reklamę apteki i jej działalności zaktualizował się obowiązek organu do postąpienia zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i 2 u.p.f.. 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 okoliczności sprawy i poczynione ustalenia faktyczne, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 1 000 zł (słownie: jeden tysiąc złotych 00/100). Na ustalenie wysokości kary miały wpływ następujące okoliczności:

1. przedmiotem reklamy było umieszczenie w izbie ekspedycyjnej plakatów pn. „[...]?” „[...]!” oraz „[...]!” oraz obecność koszy z różnymi produktami, na których to koszach umieszczono symbol „%”
2. forma zakazanej reklamy przyciągała wzrok i stanowiła wyraźną zachętę do korzystania z możliwości zakupu produktów oferowanych przez aptekę
3. przyjęto, że czas trwania reklamy był krótki i dotyczył 24 dni w przypadku koszy oraz 7 dni w przypadku 3 plakatów
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 u.p.f., 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 Strony postępowania, czyli usunięcie z izby ekspedycyjnej reklamy apteki i jej działalności już w dniu kontroli planowej, Przy czym część w obecności inspektora farmaceutycznego, a pozostałą reklamę (3 plakaty) po zakończeniu kontroli, w tym samym dniu.

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 III sentencji decyzji.

W związku z powyższym postanowiono jak na wstępie.

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 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