

W odpowiedzi na ponowne wezwanie organu kierownicy aptek nie udostępniły organowi żądanych danych wskazując, iż nie otrzymali żądanej, odpowiedzi od _____, odnośnie udostępnienia danych o obrocie i stanie posiadania wskazanych produktów leczniczych.

W związku z tym nie mogą udostępnić danych, gdyż byłoby to potraktowane jako naruszenie tajemnicy pracodawcy i działanie niezgodne z wewnętrznymi przepisami firmy.

W dniu 11 marca 2013r. do organu wpłynęło pismo strony, w którym wskazano, iż nie prowadzi reklamy aptek na terenie województwa mazowieckiego za pomocą czasopisma „_____”. Do pisma zostało dołączane przykładowe zlecenia reklamodawców i ogłoszeniodawców oraz jeden egzemplarz czasopisma wydanie numer _____.

W dniu 26 marca 2013r. organ uznał za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w _____ przy ul. _____ produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukarał zameldowaną w _____ przy ul. _____ grzywną w wysokości _____ zł (_____ złotych).

W dniu 26 marca 2013r. organ uznał za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w _____ przy ul. _____ produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukarał zamieszkałą w _____ przy ul. _____ grzywną w wysokości _____ zł (_____ złotych).

W dniu 26 marca 2013r. organ uznał za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w _____ przy ul. _____ produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukarał zamieszkałą w miejscowości _____ ul. _____ grzywną w wysokości _____ zł (_____ złotych).

W dniu 26 marca 2013r. organ uznał za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w _____ przy ul. _____ produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukarał zamieszkałą w _____ przy ul. _____ grzywną w wysokości _____ zł (_____ złotych).

W dniu 26 marca 2013r. wezwano ponownie _____ kierownika apteki zlokalizowanej w _____ przy ul. _____ do przesłania pisemnej informacji o obrocie i stanie posiadania od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. produktów leczniczych.

W odpowiedzi na wezwanie _____ wskazała, iż podtrzymuje swoje stanowisko w piśmie z dnia 9 marca 2013r. oraz iż nadal nie otrzymała żadnej odpowiedzi od _____ w zakresie udostępnienia danych.

W dniu 26 marca 2013r. wezwano ponownie _____ kierownika apteki zlokalizowanej w _____ przy ul. _____ do przesłania pisemnej informacji o obrocie i stanie posiadania od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. produktów leczniczych.

W odpowiedzi na wezwanie _____ wskazała, iż podtrzymuje swoje stanowisko w piśmie z dnia 25 lutego 2013r., oraz iż nadal nie otrzymała żadnej odpowiedzi od _____ w zakresie udostępnienia danych.

W dniu 22 kwietnia 2013r. organ uznał za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w _____ przy ul. _____ produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukarał zamieszkałą w _____ przy ul. _____ grzywną w wysokości _____ zł (_____ złotych).

W dniu 15 maja 2013r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 10 maja 2013r. znak GIF-P-L-0740/114/MZ/13 którym utrzymał w mocy zaskarżone postanowienie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w przedmiocie uznania za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w _____ przy ul. _____ produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukaraniu _____ grzywną w wysokości _____ zł (_____ złotych).

W dniu 20 maja 2013r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 15 maja 2013r. znak GIF-P-L-0740/118/JM/13, którym utrzymał w mocy zaskarżone postanowienie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w przedmiocie uznania za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w _____ przy ul. _____ produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukaraniu _____ grzywną w wysokości _____ zł (_____ złotych).

W dniu 17 czerwca 2013r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 12 czerwca 2013r. znak GIF-P-L-0740/149/AG/13, którym utrzymał w

mocy zaskarżone postanowienie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w przedmiocie uznania za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul. produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukaraniu grzywną w wysokości zł (złotych).

W dniu 17 czerwca 2013r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 12 czerwca 2013r. znak GIF-P-L-0740/147/AG/13, którym utrzymał w mocy zaskarżone postanowienie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w przedmiocie uznania za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul. produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukaraniu grzywną w wysokości zł (złotych).

W dniu 17 czerwca 2013r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 12 czerwca 2013r. znak GIF-P-L-0740/150/AG/13 którym utrzymał w mocy zaskarżone postanowienie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w przedmiocie uznania za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul. produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukaraniu grzywną w wysokości zł (złotych).

W dniu 17 czerwca 2013r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 12 czerwca 2013r. znak GIF-P-L-0740/148/AG/13 którym utrzymał w mocy zaskarżone postanowienie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w przedmiocie uznania za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul. produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukaraniu grzywną w wysokości zł (złotych).

W dniu 17 czerwca 2013r. organ poinformował stronę tj. , iż zamierza zakończyć postępowanie. Jednocześnie wezwał stronę do:

- ▲ dostarczenia wszystkich (wszystkie warianty i wydania) czasopism „ ”;- ponieważ w wykonaniu wezwania z dnia 11 lutego 2013r. dostarczono jedynie 1 egzemplarz
- ▲ dostarczenia dokumentów potwierdzających wszystkie zlecenia od reklamodawców i ogłoszeniodawców, a nie tylko przykładowe przekazane w wykonaniu wezwania z dnia 11 lutego 2013r.
- ▲ dostarczenia „źródła: ”;
- ▲ udzielenie informacji w jaki sposób jest dystrybuowane czasopismo wraz ze wskazaniem lokalizacji gdzie jest (było dystrybuowane).

W dniu 24 czerwca 2013r. wydano postanowienie w przedmiocie włączenia w poczet materiału dowodowego pisma spółki: z dnia 18 czerwca 2013r. w którym wskazano, iż podmiot rozważa zakończenie współpracy w zakresie dawania płatnych ogłoszeń do „ ” z uwagi na fakt, iż bez zgody i wiedzy podało ceny obowiązujące w aptece należącej do

W dniu 24 czerwca 2013r. wezwano na podstawie art. 50 Kpa Prezesa Zarządu spółki do przesłania:

- ▲ kopi egzemplarza czasopisma „ ” wydanie , o którym mowa w piśmie z dnia 18 czerwca 2013r. skierowanego do
- ▲ kopii wszystkich zleceń płatnych ogłoszeń do czasopisma „ ” o których mowa w piśmie z dnia 18 czerwca 2013r. skierowanego do

W dniu 10 lipca 2013r. do organu wpłynęło pismo strony w którym wskazała, iż:

1. „Gazetę nr „ ” już przestaliśmy, jednakże raz jeszcze dołączamy;
2. Przesyłamy inne zlecenia producentów leków;
3. Raport cenowy roku firmy ;
4. Gazeta jest rozdawana w formie bezadresowej na terenie woj. mazowieckiego”

W dniu 8 sierpnia 2013r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 5 sierpnia 2013r. znak GIF-P-L-0740/180/PSZ/13, którym utrzymał w mocy zaskarżone postanowienie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w przedmiocie uznania za bezzasadne odmówienie przesłania informacji o obrocie i stanie posiadania w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul.

produktów leczniczych od dnia 1 stycznia 2013 r. - do dnia 15 lutego 2013 r. i ukaraniu grzywną w wysokości zł (złotych).

W dniu 4 września 2013r. organ zawiadomił stronę o zamiarze zakończenia postępowania po raz kolejny wzywając do dostarczenia wszystkich (wszystkie warianty i wydania) czasopism „ ”; - w wykonaniu wezwania z dnia 11 lutego 2013r. dostarczono jedynie 1 egzemplarz.

- W odpowiedzi strona dostarczyła wydanie nr i wydanie nr „ ” oraz wniosła o:
- ▲ zawieszenie postępowania do czasu rozstrzygnięcia sprawy przez Sąd Administracyjny w Warszawie, sygnatura akt VI SA/Wa 1955/13, w sprawie „ , nr ”;
 - ▲ zawieszenie postępowania do czasu prawomocnego orzeczenia Sądu Karnego w sprawie wyroku Sądu Karnego Rejonowego w Lublinie z dnia 29 kwietnia 2013 roku sygnatura akt II W 696/12-dotyczącej „ , nr ”.

W dniu 8 października 2013r. organ wydał postanowienie w przedmiocie odmowy zawieszenia postępowania w przedmiocie podejrzenia naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (t.j. z 2008 r. Nr 45, poz. 271 ze zm.) w związku z prowadzeniem reklamy działalności aptek zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego za pomocą czasopisma „ ” przez stronę z siedzibą w .

Po zapoznaniu się z całością materiału dowodowego Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zważył co następuje:

Stwierdzenie naruszenia

W toku postępowania ustalono, iż przedsiębiorca: z siedzibą w NIP jest wydawcą czasopisma () „ ” i rozpowszechnia go do nieograniczonej i nieokreślonej grupy w formie drukowanej bezadresowej.

Powyższe organ uznaje za udowodnione i bezsporne, gdyż strona sama wskazała na ten fakt w piśmie z dnia 10 lipca 2013r.

Za udowodnione i bezsporne organ również uznaje, iż

spółka z siedzibą w zamówiła w czasopiśmie „ ” w pierwszym numerze umieszczenie informacji o aptece o treści:

”

”

oraz spółka z siedzibą w zamówiła w czasopiśmie „ ” w pierwszym numerze umieszczenie informacji o aptece o treści:

”

”

Powyższe fakty zostały ustalone na podstawie dokumentów (umowy z dnia r.) dostarczonych przez stronę postępowania.

Do udowodnienia w niniejszym postępowaniu pozostaje fakt, czy czasopismo „ ” zawierający w modułach reklamowych zdjęcia i opisy produktów leczniczych, suplementów diety, kosmetyków, wyrobów medycznych (tj. produktów sprzedawanych w aptece), a pod nimi umieszczone ceny z przyimkiem „ ”, a obok nich wartość kwotowa z hasłem „ * ” oraz umieszczeniem na ostatniej stronie czasopisma informacji

, stanowi zabronioną reklamę aptek.

Zgodnie z dyspozycją art. 94a ust. 1, ust. 2 i ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.

Wojewódzki inspektor farmaceutyczny sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego. W razie stwierdzenia naruszenia w/w przepisu wojewódzki inspektor farmaceutyczny nakazuje, w drodze decyzji, zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy.

Zapis art. 94a ust. 1 w/w ustawy nie definiuje pojęcia działań które stanowią reklamę apteki, wskazując jedynie działania, które nimi nie są. Nie stanowi reklamy jedynie informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.

W orzecznictwie wskazuje się, że wobec braku ustawowej definicji reklamy działalności aptek, należy w tym względzie odwołać się do opracowań słownikowych. W Wielkim Słowniku Wyrazów Obcych (pod red. M. Bańki, PWN, Warszawa 2003) wskazano, że reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług. Reklamą działalności apteki będzie więc zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w aptece (aptekach) - niezależnie od form i metod jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków - jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych" (wyrok WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008 r., VII SA/Wa 698/08, niepubl. oraz wyrok WSA w Warszawie z dnia 1 lutego 2008 r., VII SA/Wa 1960/07, Lex, nr 451165).

Przedmiotowe czasopismo jest tak skonstruowane, że pacjent bez problemu może zidentyfikować w jakich aptekach nabyć reklamowane produkty lecznicze i inne produkty. Identyfikacja placówek sprzedaży detalicznej (apteki) odbywa się poprzez wskazanie lokalizacji (nazwy) aptek na ostatniej stronie czasopisma „ ”.

Reklama apteki to każda działalność przez nią prowadzona, niezależnie od jej formy i metody przeprowadzenia, która ma na celu zwiększenie sprzedaży w niej wyrobów medycznych lub produktów leczniczych. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego z siedzibą w Warszawie z 2008-02-19, VII SA/Wa 1914/07).

W literaturze wyrażany jest pogląd, iż reklamą jest wszelkiego rodzaju oddziaływanie przedsiębiorców na potencjalnych klientów podejmowane w tym celu, aby przez zachwalanie towaru bądź usługi wywołać zainteresowanie dla warunków transakcji. Za reklamę należy uznać świadome działanie przedsiębiorcy zmierzające do promowania towarów lub usług przez wskazanie na ich cechy w taki sposób, aby u klientów (pacjentów) wywołać lub wzmocnić określone potrzeby. Sąd Najwyższy, w uzasadnieniu do orzeczenia z dnia 26 stycznia 2006r. (sygn. akt V CSK 83/05, Lex nr 191239) wskazał, iż reklamą jest każda wypowiedź skierowana do potencjalnych konsumentów, odnosząca się do towarów, usług, a także przedsiębiorcy oferującego towary lub usługę, mająca na celu zachęcenie i skłonienie adresatów do nabywania towarów lub korzystania z usług. Zachęta może być wyrażona bezpośrednio, np. poprzez użycie określeń odpowiadających konkretnym czynnościom, w wyniku których nastąpi zbyt towarów lub usług, albo pośrednio — przez stworzenie sugestywnego obrazu towarów i usług, a także samego przedsiębiorcy, w stopniu narzucającym adresatom nieodpartą chęć nabycia towarów i usług.

W przedmiotowym przypadku właśnie mamy do czynienia z taką konstrukcją tj. układem graficznym, w których obrazy - zdjęcia produktów wraz z ceną z przyimkiem „ ”, a zaraz obok niej wyraźnie odznaczającego się „ ” „ ” * ” wywierają silny wpływ na myśli lub wyobraźnię potencjalnego pacjenta narzucając mu nieodpartą chęć nabycia produktów leczniczych właśnie w tej konkretnej aptece, które zostały wskazane na ostatniej stronie czasopisma.

Jak słusznie wskazał Wojewódzki Sąd Administracyjny w wyroku z dnia 6 marca 2008r. VII SA/Wa 1985/07 „za chybioną należy uznać argumentację strony skarżącej, iż przedmiotowe ulotki nie stanowią reklamy produktu leczniczego, bowiem są one listami cenowymi, które – w myśl art. 52 ust. 3 pkt 4 prawa farmaceutycznego – nie stanowią reklamy produktu leczniczego. Odróżnić należy reklamę produktu leczniczego, uregulowaną w art. 52 ustawy i nast., prowadzoną, zgodnie z art. 60, wyłącznie przez podmiot odpowiedzialny lub na jego zlecenie od reklamy działalności apteki, uregulowaną w art. 94a w/w ustawy.”

W przedmiotowym przypadku mamy właśnie do czynienia z rozpowszechnianiem listy cenowej wybranych produktów w wybranych aptekach, z tą różnicą, iż jest to dokonywane przez „ ” w formie publikacji badania cenowego leków i suplementów diety.

W obszerny sposób reklama apteki została opisana przez Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 2 października 2007 r., sygn. akt II CSK 289/07, LEX nr 341805, w którym wskazał, iż „reklama oznacza każde przedstawienie (wypowiedź) w jakiegokolwiek formie w ramach działalności handlowej, gospodarczej, rzemieślniczej lub wykonywania wolnych zawodów, dokonane w celu wspierania zbytu towarów lub usług. Powszechnie przyjmuje się, że reklamą są wszelkie formy przekazu, w tym także takie, które nie zawierając w sobie elementów ocennych ani zachęcających do zakupu, mogą jednak zostać przyjęte przez ich odbiorców jako zachęta do kupna. Wskazuje na

to m.in. także art. 16 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., uznający za czyn nieuczciwej konkurencji wypowiedź, która zachęcając w istocie do nabycia towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji. Taka reklama wprowadza klienta w błąd, sugerując mu, że nie jest reklamą, a jedynie neutralną, rzetelną informacją. Przy rozróżnieniu informacji od reklamy trzeba mieć na względzie, że podstawowym wyznacznikiem przekazu reklamowego jest nie tylko mniej lub bardziej wyraźna zachęta do kupna towaru, ale i faktyczne intencje podmiotu dokonującego przekazu oraz odbiór przekazu przez podmioty, do których jest kierowany. Wypowiedź jest reklamą, gdy nad warstwą informacyjną przeważa zachęta do nabycia towaru - taki cel przyświeca nadawcy wypowiedzi i tak odbiera ją przeciętny odbiorca, do którego została skierowana. Wszelkie promocje, w tym cenowe, są reklamą towaru i firmy, która ich dokonuje. Nie są natomiast reklamą m.in. listy cenowe, które zawierają jedynie informację o cenach towarów lub usług i są publikowane wyłącznie po to, by podać do publicznej wiadomości ceny określonych produktów."

Podobne stanowisko zajmowała także doktryna np.: M. Koremba w Komentarzu do art. 94a ustawy-Prawo farmaceutyczne, LEX czy A. Rabiega - Przyłęcka w głosie do wyroku WSA z dnia 6 marca 2008 r., VII SA/Wa 2216/07

(teza 5): "nawet jeśli uzna się, iż określona działalność nie stanowi reklamy produktów leczniczych np. ze względu na jedynie informacyjny charakter przekazu, nie wyklucza to zakwalifikowania jej jako spełniającej cechy reklamy działalności apteki.", LEX/el.2011, czy D. Harasimiuk, Zakaz reklamy towaru w prawie europejskim i polskim, Oficyna 2011, pkt. 3.2.1.3., LEX.

Stanowiska te, mimo iż dotyczą wcześniejszego brzmienia art. 94a p.f., pozostają aktualne w odniesieniu do nowych uregulowań art. 94a p.f.

Przenosząc powyższe na grunt niniejszej sprawy, takie elementy ogłoszenia nazwanego przez skarżącą " ", jak: równoczesne umieszczenie w numerze styczniowym z 2012 r. miesięcznika " " na jednej karcie adresów aptek skarżącej wraz z informacją o umieszczeniu aptekach w punktu informacyjno - konsultacyjnego ., a na odwrotnej stronie w (wymieniającej) oraz informacji o dacie obowiązywania tejże listy, prawidłowo zostały uznane przez organy obu instancji jako stanowiące reklamę apteki w rozumieniu art. 94a ust. 1 p.f.

Nie można podzielić stanowiska skarżącej, że informacja o lokalizacji i godzinach pracy aptek skarżącej, dopuszczalna w świetle zd. 2 art. 94a ust. 1 p.f. i lista cenowa, dopuszczalna na podstawie art. 52 ust. 3 pkt p.f. nie mogły razem stanowić niedopuszczalnej reklamy apteki. Właśnie umieszczenie tych informacji w periodyku, w jednym ogłoszeniu, zawierającym dodatkowo inne ogłoszenia skarżącej - odnośnie daty obowiązywania listy oraz prowadzenia innych usług w jej aptekach - i do tego posiadających szatę graficzną - czerwoną ramkę, należało zakwalifikować jako reklamę w rozumieniu art. 94a ust. 1 p.f. Zachęcało to ogłoszenie bowiem w całościowym ujęciu do dokonywania zakupów w aptece skarżącej." - wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 8 listopada 2012r. VI SA/Wa 1687/12 - Wyrok WSA w Warszawie.

Ponadto należy podkreślić, iż w ocenie Sądu, „reklama nie musi zawierać w sobie wyraźnych elementów cennych ani zachęcających do zakupu. Wystarczy, że wywoła u odbiorców zainteresowanie produktem i chęć jego nabycia.

W niniejszej sprawie ulotki zawierające wyciąg z listy cenowej apteki ogólnodostępnej "[...]" położonej w [...] przy ul. [...] były dostępne nie tylko w tej aptece i innych aptekach należących do sieci aptek: "[...]" ale także w przychodniach na terenie miasta [...]. Pacjenci szukający pomocy lekarskiej oraz nabywający leki po zapoznaniu się z ulotką informującą o cenach leków i miejscu ich sprzedaży mogli dokonać porównania z cenami tych samych leków sprzedawanymi w innych aptekach i zdecydować się na ich zakup w aptece skarżącej, jeżeli ceny te okazały się korzystniejsze niż te oferowane w innych aptekach. Tak więc organy orzekające w niniejszej sprawie słusznie uznały, że zakwestionowana ulotka z podanymi cenami leków i adresami aptek, w których można nabyć te leki po wskazanych cenach stanowi formę przekazu mogącą być potraktowaną przez odbiorców jako zachęta do kupna" (zob. Wyrok z dnia 13 czerwca 2013r. Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie VI SA/Wa 451/13)

Mając na względzie powyższe za udowodniony organ uznaje fakt naruszenia zakazu określonego w art. 94a ust. 1, ust. 2 i ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne poprzez prowadzenie reklamy aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w przy ul. _____ w _____, przy ul. _____, w _____, przy ul. _____, w _____ przy ul. _____, w _____, przy ul. _____, w _____ przy ul. _____, w _____ przy ul. _____, w _____ przy ul. _____, w _____ przy ul. _____ i nakazuje zaprzestanie jej prowadzenia.

Wnioski strony

Strona wniosła o:

- ▲ zawieszenie postępowania do czasu rozstrzygnięcia sprawy przez Sąd Administracyjny w Warszawie, sygnatura akt VI SA/Wa 1955/13, w sprawie „ _____, nr _____”;
- ▲ zawieszenie postępowania do czasu prawomocnego orzeczenia Sądu Karnego w sprawie wyroku Sądu Karnego Rejonowego w Lublinie z dnia 29 kwietnia 2013 roku sygnatura akt II W 696/12-dotyczącej „ _____, nr _____”.

W dniu 8 października 2013r. organ wydał postanowienie w przedmiocie odmowy zawieszenia postępowania wskazując w uzasadnieniu powody dla których odmówił zawieszenia postępowania.

Kara Pieniężna

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i ust. 2 Prawa farmaceutycznego karze pieniężnej w wysokości do 50 000 złotych podlega ten kto wbrew przepisom art. 94a w/w ustawy prowadzi reklamę apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności. Karę pieniężną, określoną nakładą 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 obligacyjna, a zatem czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do konkretnego przedsiębiorcy należy nałożyć sankcję karną nie decyduje organ, w tym wypadku Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, gdyż kara ta wynika wprost z zapisów ustawy Prawa farmaceutycznego. W przypadku stwierdzenia prowadzenia reklamy apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności organ na podstawie przepisów prawnych jest zobligowany nałożyć karę, ma jedynie możliwość miarkowania wysokości kary.

W przedmiotowym postępowaniu zostało udowodnione prowadzenie reklamy aptek funkcjonujących na terenie województwa mazowieckiego przez _____ z siedzibą w _____ NIP _____ za pomocą czasopisma „ _____”.

Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP, każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej.

Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego.

Podmioty profesjonalne, jakim niewątpliwie jest strona niniejszego postępowania, gdyż jak ustalono w niniejszym postępowaniu, strona jest wydawcą czasopisma „ _____” mają obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa. Spoczywa to tym bardziej na wydawcy, gdyż wynika on wprost z art. 36 ust. 2 i ust. 4 Prawa prasowego z dnia 26 stycznia 1984 r. (Dz. U. Nr 5, poz. 24) i nakazuje aby „ogłoszenia i reklamy nie były sprzeczne z prawem lub zasadami współżycia społecznego”. Ponadto Zgodnie z art. 7 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U. Nr 5, poz. 24 ze zm.), materiałem prasowym jest każdy opublikowany lub przekazany do opublikowania w prasie tekst albo obraz o charakterze informacyjnym, publicystycznym, dokumentalnym lub innym, niezależnie od środków przekazu, rodzaju, formy, przeznaczenia czy autorstwa. **Do tak szeroko ujmowanej kategorii należy więc niewątpliwie reklama. Wydawca, który dopuszcza do publikacji reklamy niezgodnej z prawem, ponosi odpowiedzialność niezależnie od tego, czy można mu przypisać winę za jej opublikowanie.** (Wyrok Sądu Najwyższego - Izba Cywilna z dnia 4 lutego 2005 r. I CK 515/04)

Wydawca czasopisma powinien być świadomy, że podejmowane przezeń działania w ramach działalności związanej z publikowaniem cen leków, nazw i adresów aptek w jednym czasopiśmie mogą być uznane przez Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego za niedozwoloną działalność reklamową, dlatego uzasadnione jest zastosowanie wobec niego kar pieniężnych w sytuacji, gdy miał możliwość przewidzenia, że jego działania naruszają prawo lub gdy nie dołożył należytej staranności, by norm prawa zawartych w ustawie Prawo farmaceutyczne nie naruszyć.

Jak ustalono wydawca godził się na opublikowanie w czasopiśmie (zawarł w tym celu umowę) informacji zawierającej m.in. treść „ _____ ”, będąc w pełni świadom, iż nie stanowi reklamy tylko informacja o godzinach i lokalizacji aptek, pomimo tego faktu umieścił w czasopiśmie przy godzinach otwarcia i lokalizacji aptek treść „ _____ ”.

Jak ustalono w niniejszym postępowaniu wydawca czasopisma wiedząc, iż treść czasopisma postrzegana przez czytelnika jako całość, może stanowić zakazaną reklamę godził się na jego wydawanie. Strona sama wskazała, iż w analogicznej sprawie (podobnego artykułu na temat _____) dotyczącego _____ ” zapadła już decyzja Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Warszawie z dnia 15 stycznia 2012r. znak WIF.WA.II.8523.1.2.2013.RB w przedmiocie stwierdzenia naruszenia zapisu, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne poprzez prowadzenie reklamy aptek ogólnodostępnych oraz ich działalności za pomocą czasopisma „ _____ ” i nakazie zaprzestania jej prowadzenia.

Ustalając wymiar kary pieniężnej Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uwzględnił okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a **także fakt, iż jest to trzecie naruszenie przepisów danego przedsiębiorcy** i to w podobnej sprawie. Taki stan rzeczy miał wpływ na podwyższenie wysokości kary.

Dokonując oceny wagi (stopnia) stwierdzonego naruszenia organ wskazuje, iż reklama była rozpowszechniana w taki sposób, aby dotrzeć do jak największej grupy potencjalnych klientów, największej liczby czytelników. Jak wskazała strona czasopisma były dystrybuowane w formie bezadresowej do nieokreślonej grupy ludzi.

Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności mające wpływ na wymiar kary pieniężnej, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości _____ zł (słownie: _____ zł) co stanowi _____ % maksymalnej wysokości kary jaką organ mógł wymierzyć za stwierdzone naruszenie.

Wymiar kary ma na celu nadanie jej roli prewencyjnej za naruszenie przepisów o zakazie reklamy aptek, mającej zapobiec ponownemu naruszeniu zakazu w przyszłości.

Należy również wskazać, iż kara musi być dotkliwa dla przedsiębiorcy z uwagi na fakt pełnienia funkcji represyjnej (penalnej), jednakże dolegliwość ta musi być możliwa do spełnienia.

Organ wskazuje, iż kara musi stanowić sankcję za nieprzestrzeganie norm prawnych i stanowić ewentualną przestrogą dla innych przedsiębiorców prowadzących detaliczny obrót produktami leczniczymi przed podobnym naruszeniem.

Mając na względzie powyższe Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny postanowił nałożyć karę w wysokości określonej jak w punkcie II sentencji decyzji.

Rygor natychmiastowej wykonalności

Zgodnie z dyspozycją art. 94a ust. 4 Prawa farmaceutycznego decyzji nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy apteki i punktu aptecznego oraz ich działalności nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności.

Mając na względzie powyższe Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w tym zakresie nie ma kompetencji fakultatywnych jak to jest w przypadku przepis art. 108 § 1 Kodeks postępowania administracyjnego, który określa przesłanki nadania decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności, których wystąpienie nie oznacza obowiązku nadania decyzji tego rygoru.

Zapis art. 94a ust. 4 Prawa farmaceutycznego wiąże organ, który musi w decyzji zamieścić stosowną klauzulę, co zostało uczynione w punkcie III sentencji decyzji.

Pouczenie:

Od decyzji niniejszej służy stronie, na podstawie art. 127 § 1 i 2 oraz art. 129 § 1 i 2 kpa, odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego, za pośrednictwem Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w terminie czternastu dni od dnia doręczenia decyzji.

Zgodnie z art. 130 § 3 pkt. 2 kpa 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 Warszawie ul. Floriańska 10 03-707 Warszawa
NARODOWY BANK POLSKI O. WARSZAWA 06 1010 1010 0155 1222 3100 0000

Od kary pieniężnej nieuiszczonej w terminie nalicza się odsetki ustawowe.

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

Otrzymują:

1. Strona:
2. Strona:
3. a/a