

WIF.WA.II.8523.1.36.2012.RK

DECYZJA

Na podstawie art. 104 § 1 w zw. z art. 107 § 1 i 3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j: Dz. U. z 2013r. poz. 267, ze zm. zwanej dalej Kpa), po ponownym rozpoznaniu z urzędu sprawy naruszenia przez spółkę (...) z siedzibą w (...) dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271, z późn. zm.), poprzez prowadzenie reklamy aptek ogólnodostępnych i punktów aptecznych oraz ich działalności zlokalizowanych pod niżej wskazanymi adresami:

(...) {243 adresy}

za pomocą

- witryny internetowej (portalu) (...)
- newslettera (...)
- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny

I. Na podstawie art. 94a ust. 2 i ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001 r Prawo farmaceutyczne (t. j. Dz. U. z 2008r. Nr 45 poz. 271 z późn. zm., zwanej dalej „Prawo farmaceutyczne”) oraz art. 104 w związku z art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j: Dz. U. z 2013r. poz. 267, ze zm. zwanej dalej „Kpa”) **stwierdza naruszenie przez spółkę (...) z siedzibą w (...) zapisu, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, poprzez prowadzenie** za pomocą:

- **witryny internetowej (portalu) (...)**
- **newslettera (...)**
- **gazetki (folderu(...))**

reklamy 99 aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego, pod niżej podanymi adresami:

(...) {99 adresów}

oraz nakazuje **zaprzestanie jej prowadzenia na terytorium województwa mazowieckiego;**

- II. Na podstawie art 129b ust. 1 i ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne **nakłada na spółkę (...)** z siedzibą w (...), karę pieniężną w wysokości 19 800zł. (słownie: dziewiętnaście tysięcy osiemset, 00/100 złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, w zakresie opisanym w punkcie I niniejszej decyzji;
- III. Na podstawie dyspozycji 105 § 1 Kpa **umarza postępowanie** w części dotyczącej prowadzenia reklamy aptek ogólnodostępnych wymienionych poniżej za pomocą:
- witryny internetowej (portalu) (...)
 - newslettera (...)
 - gazetki (folderu) (...)

(...) {152 adresy}

- IV. Na podstawie dyspozycji 105 § 1 Kpa **umarza postępowanie** w części dotyczącej prowadzenia reklamy aptek ogólnodostępnych, objętych decyzją znak (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia (...) roku oraz aptek wymienionych w wezwaniu ponownym z dnia (...) roku Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego, zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego za pomocą:
- gazetki (folderu) (...)
 - gazetki (folderu) (...)
 - gazetki (folderu) (...)
- V. Nakazowi w punkcie I na podstawie dyspozycji art 94a ust 4 ustawy Prawo farmaceutyczne **nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności.**

UZASADNIENIE

W dniu 6 sierpnia 2013 roku Główny Inspektor Farmaceutyczny (dalej: GIF), w wyniku rozpatrzenia odwołania złożonego przez spółkę (...) z siedzibą w (...) uchylił w całości decyzję z dnia (...). znak (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego stwierdzając naruszenie zapisu, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne, poprzez prowadzenie reklamy niżej wymienionych aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego:

(...) { 243 adresy}

za pomocą: witryny internetowej (portalu)(...), newslettera (...), gazetki (folderu) (...), gazetki (folderu) (...), gazetki (...), gazetki (folderu) (...), nakazującą zaprzestanie prowadzenia tej reklamy oraz nakładającą na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 48.600 (...) złotych (słownie: czterdzieści osiem tysięcy sześćset, 00/100 złotych).

W uzasadnieniu organ II instancji stwierdził, że w jego ocenie zebrany w sprawie materiał dowodowy „...nie dowodzi faktu, iż którakolwiek z 243 aptek wymienionych w sentencji decyzji była reklamowana przez spółkę (...) Należy podkreślić, iż strona w swoim piśmie z dnia (...) wskazała, że gazetki są dystrybuowane za pośrednictwem aptek, będących akceptantami kart (...) i wydawane są za okazaniem karty uczestnictwa przez pacjenta. Jednakże organ I instancji nie udowodnił, że każda z 243 wymienionych aptek uczestniczy w programie (...) i wydaje w jego ramach gazetki. Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny nie ustalił również, na podstawie jakich umów apteki uczestniczą w organizowanym przez spółkę (...) programie (...) i jakie są jego zasady, a przede wszystkim co wchodzi w zakres tego programu.”

GIF uchylając decyzję przekazał sprawę do ponownego rozpatrzenia przez organ pierwszej instancji. GIF wskazał, że organ I instancji rozpatrując ponownie sprawę winien rozszerzyć prowadzone postępowanie wyjaśniające m.in. o ustalenie, czy każda z 243 aptek wymienionych w decyzji była reklamowana w opisany w sentencji sposób.

Rozpatrując ponownie sprawę Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny podjął czynności, zmierzające do wykonania zaleceń organu II instancji i zebrania materiału dowodowego we wskazanym zakresie.

W związku z uchyleniem w/w decyzji, pismem z dnia (...) Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił spółkę (...) siedzibą w (...) o wszczęciu postępowania z urzędu w przedmiocie ponownego rozpoznania przez organ I instancji naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego, poprzez prowadzenie reklamy aptek ogólnodostępnych i punktów aptecznych wymienionych w sentencji uchylonej decyzji (...) znak (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego za pomocą witryny internetowej (portalu)(...), newslettera (...), gazetki (folderu) (...), gazetki (folderu) (...), gazetki (folderu) (...), gazetki (folderu) (...).

Organ stwierdził, co następuje:

W dniu (...) Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wszczął postępowanie mające na celu ustalenie czy doszło do naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6

września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (t.j. z 2008r. nr 45 poz. 271 ze zm.) w związku z rozpowszechnianiem przez przedsiębiorcę: (...) z siedzibą w (...):

- newslettera (...)
- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)

O wszczęciu postępowania poinformowano stronę pismem z dnia (...), które zostało doręczone (...) wzywając jednocześnie do dostarczenia:

- wszystkich gazetek (folderów) (...) wydanych od dnia (...) zawierających ofertę cenową oraz udzielenia wyjaśnień gdzie i w jaki sposób jest rozpowszechniany folder;
- wszystkich gazetek (folderów) (...) wydanych od dnia (...) zawierających ofertę cenową oraz udzielenia wyjaśnień gdzie i w jaki sposób jest rozpowszechniany folder;
- wszystkich ulotek (...) zawierających "ofertę" oraz udzielenia wyjaśnień gdzie i w jaki sposób jest rozpowszechniany folder;
- adresów wszystkich aptek zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego, w których można odebrać zamówienie złożone za pomocą witryny internetowej (...)

W dniu (...) organ poinformował stronę o zamiarze zakończenia postępowania, wskazując, że strona może zapoznać się z aktami sprawy w siedzibie organu, jednocześnie wzywając ponownie o dostarczenie w/w dokumentów.

W dniu (...) Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wydał decyzję znak (...) Decyzja ta została uchylona przez Głównego Inspektora Farmaceutycznego w dniu (...).

Pismem z dnia (...) spółka (...) poinformowała, że w wykonaniu decyzji z dnia (...) znak (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego przeprowadziła następujące działania:

1. Na stronie internetowej (...) spółka usunęła pozycje odnoszące się do 243 aptek ogólnodostępnych z obszaru województwa mazowieckiego wymienionych w ww/ decyzji. Spółka stwierdziła, że poprzez podjęcie tych działań wykonała przedmiotową decyzję w zakresie dotyczącym nakazu zaprzestania reklamy aptek w niej wskazanych poprzez newsletter(...);

2. Spółka poleciła usunięcie ze wskazanych powyżej aptek gazetek/folderów (...), zawierających informacje „(...)

3. Spółka poleciła usunięcie ze wskazanych powyżej aptek gazetek/folderów (...);

4. Spółka zaprzestała wysyłania do pacjentów – droga pocztową i elektronicznie - (...)

Pismem z dnia (...) Organ wezwał Stronę do nadesłania kopii umów, na podstawie których apteki/punkty apteczne realizują zamówienia w ramach (...) oraz kopii umów, na podstawie których apteki/punkty apteczne honorują legitymacje (kartę) (...). W odpowiedzi Strona poinformowała, że nie jest w stanie uczynić zadość wezwaniu, ponieważ (...) nie jest stroną przedmiotowych umów i tym samym nie ma do nich dostępu (pismo z dnia (...)).

W związku z powyższymi w trakcie postępowania informacjami, co do sposobu realizacji zadań przez poszczególne podmioty powiązane ze spółką (...), pismem z dnia (...) Organ wezwał spółkę (...) z siedzibą w (...) do dostarczenia kopii umów, na podstawie których apteki/punkty apteczne realizują zamówienia w ramach (...) oraz kopii umów, na podstawie których apteki/punkty apteczne honorują legitymacje (kartę) (...). W odpowiedzi w/w spółka stwierdziła, że nie jest przedsiębiorcą prowadzącym apteki, punkty apteczne lub placówki obrotu pozaaptecznego ani też nie jest wytwórcą bądź dystrybutorem produktów leczniczych oraz wskazała, że z treści art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego nie wynika podstawa prawna do kierowania przez organy inspekcji farmaceutycznej wezwania zobowiązującego podmiot nie prowadzący aptek, punktów aptecznych lub placówek obrotu pozaaptecznego do przedkładania jakichkolwiek dokumentów. (...) zażądała wskazania materialnoprawnej podstawy prawnej wezwania (pismo z dnia (...)). Wskazując podstawę prawną żądania zawartego w wezwaniu Organ wskazał, że podstawą tą pozostaje art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego oraz ponownie wezwał w/w spółkę

do dostarczenia wskazanych w wezwaniu i wymienionych powyżej dokumentów (wezwanie ponowne z dnia (...)). Do dnia wydania niniejszej decyzji w/w spółka nie udzieliła odpowiedzi na postawione pytania.

Wezwaniami z dnia (...) oraz z dnia (...) Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wezwał Redaktora Naczelnego Dziennika (...) do ujawnienia posiadanych nazw i adresów przedsiębiorców lub osób fizycznych oraz daty zlecenia, zamieszczenia odpłatnej reklamy, ogłoszenia obrendowania, informacji (...) w Dzienniku (...) w wydaniu z dnia (...) „Poradnik medyczny”. W odpowiedzi na te wezwania Redaktor Naczelny Dziennika (...) poinformował (pismo z dnia (...), że zleciodawcą i płatnikiem w/w reklamy i poradnika była spółka (...) z siedzibą w (...).

Postanowieniem z dnia (...) roku Organ włączył w poczet materiału dowodowego pismo Prezesa Naczelnej Rady Aptekarskiej z dnia (...) w sprawie reklamy aptek zamieszczonej w dzienniku (...) oraz pismo z dnia (...) Redaktora Naczelnego Dziennika (...).

Pismem z dnia (...) roku Organ poinformował Stronę o zamiarze zakończenia postępowania.

Pismem z dnia (...) Organ poinformował Stronę o tym, że prowadzi postępowanie w przedmiocie podejrzenia naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego poprzez prowadzenie reklamy aptek ogólnodostępnych oraz ich działalności zlokalizowanych w województwie mazowieckim, pod niżej wymienionymi adresami, zgodnie z wykazem aptek zawartym na stronie internetowej (...), aktualnym na dzień skierowania zawiadomienia:

(...)
{146 adresów}

oraz wezwał ponownie Stronę do dostarczenia kopii umów, na podstawie których apteki te realizują zamówienia w ramach (...) oraz kopii umów, na podstawie których apteki te honorują legitymacje (kartę) (...). Jednocześnie Organ poinformował Stronę, że przedmiotowym postępowaniem zostały objęte apteki nie uwzględnione w decyzji z dnia (...) znak (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego oraz w decyzji GIF z dnia (...), wskazując, że dotyczy to następujących aptek:

(...)
{8 adresów}

Pismem z dnia (...) Strona poinformowała, że nie jest stroną oraz nie jest w posiadaniu umów, na podstawie których wymienione w wezwaniu apteki realizują zamówienia w ramach (...), jak również na podstawie których wymienione w wezwaniu apteki honorują legitymację (kartę)(...).

Realizując wskazówki GIF, dotyczące postępowania dowodowego zawarte w uzasadnieniu uchylonej decyzji z dnia (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego, pismami z dnia (...) i z dnia (...) Organ wezwał kierowników aptek objętych postępowaniem i wymienionych na stronie internetowej (...) jako apteki realizujące sprzedaż w ramach (...) w dniu, w którym wezwanie to było kierowane - do przesłania pisemnej informacji:

- czy apteka realizuje zamówienia w ramach (...) za pomocą: witryny internetowej (portalu) (...) - w przypadku realizacji ww. zamówień do udzielenia informacji na jakiej podstawie apteka je realizuje oraz do dostarczenia dokumentu (kopii) potwierdzającego uprawnienie do realizacji ww. zamówień przez aptekę za pomocą: witryny internetowej (portalu) (...);

- czy apteka honoruje legitymację (kartę) (...), a w przypadku honorowania ww. legitymacji (karty) do udzielenia informacji, na jakiej podstawie apteka honoruje powyższą legitymację (kartę) oraz do dostarczenia dokumentu (kopii) potwierdzającego uprawnienie do honorowania legitymacji (karty) (...).

Wezwanie zostało skierowane do kierowników tych aptek, które w dniu (...) i w dniu (...) były wymienione na stronie internetowej(...), jako realizujące zamówienia składane w (...), to jest do kierowników (...) aptek zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego. Odpowiedzi

na wezwanie udzielili kierownicy wszystkich aptek objętych postępowaniem, do których skierowano wezwanie, to jest kierownicy (...) aptek. Zgodnie z treścią tych odpowiedzi, w dniu udzielenia odpowiedzi na wezwania (...) nie funkcjonował w żadnej z tych aptek. Kierownicy 99 aptek wskazanych w pkt I sentencji niniejszej decyzji potwierdzili, że kierowane przez nich apteki realizowały sprzedaż w ramach (...).

W ramach jednobrzmiących lub o bardzo zbliżonej treści odpowiedzi kierownicy aptek informowali ponadto o tym, że „...sprawami wskazanymi w wezwaniu zajmuje się mój pracodawca, to jest przedsiębiorca prowadzący aptekę, który dysponuje wiedzą oraz dokumentacją w tym zakresie”. Odpowiedzi kierowników aptek wpływały w terminie począwszy od stycznia 2014r, z tym, że ostatnia z odpowiedzi wpłynęła w dniu 24 marca 2014 roku, po ponownym wezwaniu skierowanym do kierownika apteki zlokalizowanej przy ul. (...), w (...).

W ramach odpowiedzi na wezwanie nadesłano 11 kopii umów z dnia (...) zawartych pomiędzy aptekami a spółką (...) z siedzibą w (...). Umowy te nadesłali kierownicy aptek zlokalizowanych pod niżej podanymi adresami:

(...)

{11 adresów}

Postanowieniem z dnia (...) roku Organ włączył w poczet materiału dowodowego umowy o współpracy określające zasady uczestnictwa apteki w projekcie (...) oraz regulaminu (...).

W trakcie postępowania Organ w drodze postanowienia zawiadamiał Stronę o wyznaczeniu nowego terminu do załatwienia sprawy, wskazując przyczynę niezakończenia sprawy oraz przewidywany termin jej zakończenia. Organ każdorazowo informował przy tym Stronę o prawie do czynnego udziału w postępowaniu, wypowiedzenia się, co do zebranych dowodów i materiałów, przeglądania akt sprawy oraz do brania udziału w przeprowadzaniu dowodu.

Strona nie przeglądała akt sprawy, nie złożyła żadnych wniosków dowodowych oraz nie żądała przeprowadzenia dowodu.

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

Uchylenie przez GIF decyzji z dnia (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego oraz przekazanie sprawy do ponownego rozpatrzenia przez organ I instancji oznaczało konieczność ponownego przeprowadzenia postępowania dowodowego w sprawach objętych zakresem uchylonej decyzji i z uwzględnieniem zaleceń GIF w przedmiocie zebrania materiału dowodowego.

W ramach wykonywania tych zaleceń Organ skierował wezwania do kierowników wszystkich aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w województwie mazowieckim, objętych postępowaniem i wymienionych w dniu wykonania tej czynności na stronie internetowej(...), jako realizujące zamówienia w ramach (...), wg stanu aktualnego na dzień skierowania wezwania.

Nadesłane przez kierowników aptek odpowiedzi oraz analiza zawartości strony internetowej (...) wskazują, że apteki te realizują sprzedaż produktów leczniczych i wyrobów medycznych w ramach (...), prowadzonego przez spółkę (...) z siedzibą w (...).

Należy zaznaczyć, że z treści złożonych przez kierowników aptek oświadczeń wynika, iż 25 spośród aptek objętych wezwaniem w dniu złożenia tych oświadczeń nie realizowało zamówień w (...). Były to apteki zlokalizowane pod następującymi adresami:

(...)

{25 adresów}

Organ stwierdził, że zawarta w systemie lista aptek zawiera nazwę apteki, jej adres i godziny otwarcia oraz numer telefonu, a zatem zawiera również elementy wykraczające poza zakres dopuszczalnych informacji, określony w art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego. Dostęp do listy aptek jest możliwy po wybraniu zakładki „Apteki”, umieszczonej w górnej części strony. Dostęp nie wymaga uprzedniej rejestracji ani logowania (Dowód: wydruk ze strony internetowej (...))

Wybór apteki z tej listy stanowi element procedury składania zamówienia i jego realizacji i jest dostępny dla zarejestrowanych użytkowników w ramach tej procedury.

W ocenie Organu, w dniu wydania niniejszej decyzji strona ta zawiera materiały reklamowe zabronione w rozumieniu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego. Ocena taka wynika z faktu istnienia pośredniego powiązania pomiędzy ofertą handlową dostępną na tej stronie (w tym promocjami, rabatami i wskazanymi cenami), a konkretnymi aptekami, wymienionymi na liście aptek realizujących zamówienia złożone drogą elektroniczną i ich działalnością. Powiązanie to poprzez wskazanie na atrakcyjność cen, kieruje uwagę na ofertę aptek i przez to stanowi zachętę do nabycia konkretnych produktów w konkretnej aptece z uwagi np. na szczególne warunki transakcji czy ceny, jakie ta apteka oferuje. Dla takiej oceny Organu nie jest istotna okoliczność, że apteki te wymienione są na liście dostępnej zarejestrowanym użytkownikom oraz że wybór apteki stanowi element procedury zakupu, gdyż procedura rejestracji nie jest obwarowana żadnymi warunkami, a podane w jej trakcie dane osobowe mogą być wykorzystywane przez wszystkie podmioty z Grupy Kapitałowej (...).

Organ dokonał analizy treści umów pomiędzy aptekami a spółką (...) z siedzibą w (...). Kopie tych umów zostały nadesłane wraz z odpowiedziami kierowników 11 (jedenastu) aptek objętych postępowaniem. Kierownicy tych aptek poinformowali przy tym, że umowy te zostały rozwiązane, a prowadzone przez nich apteki nie prowadzą już sprzedaży w ramach (...).

Organ stwierdził, że umowy te regulują kwestie finansowe i organizacyjne dotyczące (...) i nie zawierają żadnych postanowień dotyczących bezpośrednio kwestii reklamy aptek lub podawania informacji o lokalizacji i godzinach otwarcia aptek. Umowy te zawierają natomiast klauzule, wg których - dla uczynienia oferty atrakcyjną dla klienta - ceny zakupu i odsprzedaży produktów będą możliwie niskie, porównywalne z cenami innych konkurencyjnych portali internetowych oraz klauzule określające średnią marżę apteczną.

Ponadto Organ dokonał analizy dokumentu pt Regulamin świadczenia usług w portalu (...) prowadzonego przez spółkę (...) z siedzibą w (...), pod kątem możliwości prowadzenia reklamy aptek i ich działalności. Jak wynika z treści umowy spółka (...) realizuje bezpośrednio zadania związane z prowadzeniem portalu internetowego i jest administratorem danych w rozumieniu właściwych przepisów.

Organ stwierdził, że zgodnie z treścią Regulaminu portal ten służy do udostępniania usług (...) oraz do wysyłania do zarejestrowanych użytkowników newslettera (...), informującego o nowych produktach, usługach oraz o promocjach oferowanych na łamach Portalu, a także zawierającego materiały informacyjne i marketingowe z zakresu ochrony zdrowia. Regulamin zawiera również postanowienie zgodnie z którym: „(...) *pozwala użytkownikowi na składanie zamówień na Produkty objęte ofertą Portalu, w celu zapewnienia ich dostępności we wskazanej przez niego aptece ogólnodostępnej.*”

Organ dokonał również analizy treści newslettera (...).

Newsletter (...) do osób (podmiotów), które dokonały Rejestracji konta w Portalu (...). Listy (newslettery) zawierają zdjęcia produktów dostępnych w aptece (leki, suplementy diety, kosmetyki, wyroby medyczne) wraz z opisem (skład, postać, dawka, przeciwwskazania, wskazania do stosowania) oraz ceną detaliczną. Informacje o promocjach, ofertach specjalnych i rabatach. Na końcu każdego newslettera znajduje się treść: "Przedstawiana oferta cenowa ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 par 1 kodeksu cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych." Za bezsporne organ uważa, iż newsletter (list) jest wysyłany przez (...), gdyż treść zawarta na końcu każdego listu jednoznacznie wskazuje, iż nadawcą listu jest (...) z siedzibą w (...). Newsletter zawiera również link przekierowujący na stronę (...) i umożliwiający rozpoczęcie procedury złożenia zamówienia.

W ocenie Organu również w przypadku newslettera - pomimo braku bezpośredniego powiązania pomiędzy zawartymi w tym wydawnictwie informacjami i poradami, a ofertą konkretnych aptek, który wskazywałby na reklamowy charakter informacji zawartych w newsletterze w rozumieniu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego, zachodzi możliwość realizowania zamiaru i osiągnięcia skutku reklamowego, poprzez zwrócenie uwagi na ofertę produktów dostępnych w aptekach szczegółowo wymienionych w wykazie zawartym na stronie internetowej www.doz.pl, do której bezpośrednio prowadzi link umieszczony na stronie newslettera.

W wyniku dokonanych analiz wskazanych powyżej stron internetowych i dokumentów Organ stwierdził, że spółka (...) prowadzi reklamę działalności aptek ogólnodostępnych, polegającą na pośrednim zachęcaniu i wskazywaniu konkretnych aptek, w których można dokonać zakupu z wykorzystaniem oferty prezentowanej bezpośrednio wskazanemu takiej apteki.

Należy podkreślić, że produkty te klienci mogli nabywać wyłącznie w aptece objętej Programem (...) i po uprzednim przystąpieniu do tego Programu. W aptece nieobjętej Programem (...) klient nie mógł dokonać zakupu po wskazanej, atrakcyjnej cenie.

Na podstawie treści oświadczenia Strony zawartego w piśmie z dnia (...) roku Organ za udowodnione uznaje fakty: usunięcia ze wskazanych powyżej aptek gazetek/folderów (...), zawierających informacje (...) oraz (...) usunięcia ze wskazanych powyżej aptek gazetek/folderów „Informator o cenach leków bez recepty w (...)”; zaprzestania wysyłania do pacjentów – drogą pocztową i elektronicznie - (...). Fakt ten znajduje potwierdzenie w oświadczeniach kierowników aptek zawartych w odpowiedziach na skierowane wezwania, opisanych powyżej.

Stwierdzenie naruszenia

Organ stwierdza, że zarówno gazетка/folder (...) dostępna w aptekach jak i portal (...) oraz newsletter (...) zawierają informację o możliwości zamówienia on-line produktów dostępnych w aptekach wraz z podaniem ceny, informacji o ofertach specjalnych i promocjach na te produkty.

Organ za udowodnione i bezsporne uznaje, iż portal (...) zawiera szeroką ofertę produktów w korzystnych cenach, oferuje atrakcyjne programy rabatowe oraz zawiera informację o codziennych promocjach, w aptekach realizujących zamówienia w ramach (...). W ocenie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego portal (...) oraz newsletter ma formę reklamy internetowej, zmierzającej do promowania towarów znajdujących się w sprzedaży w aptekach realizujących zamówienia w ramach (...). W newsletterze oraz na samym portalu (...) są i były używane różne instrumenty wartościujące (zachęcające), które mogły wpłynąć na decyzję pacjenta i skłaniające go do zakupu właśnie w konkretnych aptekach.

W wyżej wskazanych materiałach zostały użyte następujące hasła "SUPER CENA" "POLECANY", "RABAT ...", stara cena przekreślona, a obok niej nowa cena z wyliczeniem procentowym. Powyższe instrumenty (techniki) są stosowane wobec pacjentów (konsumentów) zachęcając ich do nabycia konkretnych produktów, a także zachęcające do przyścia (złożenia zamówienia on-line) placówki handlowej (apteki) oferującej przedmiotową Cenę, Rabat, Obniżkę.

Ponadto wszystkie materiały zawierają zdjęcia produktów dostępnych w aptece wraz z opisem oraz ceną detaliczną, podaną z dokładnością co do grosza. (dowód: wydruk ze strony internetowej).

Organ za udowodnione uznaje, że gazетка/folder (...) jest rozpowszechniana co najmniej od dnia (...). Egzemplarze tej gazetki/folderu są dostępne w aptekach bezpłatnie. Gazетка zawiera zdjęcia produktów dostępnych w aptece (leki, suplementy diety, kosmetyki, wyroby medyczne) wraz z opisem (skład, postać, dawka, przeciwwskazania, wskazania do stosowania) oraz ceną detaliczną. W wydaniu z maja 2014r., zawierającym ofertę ważną do dnia 31 maja 2014r. na górze każdej strony znajduje się informacja, iż „Ilość produktów w ofercie jest ograniczona” oraz że „Produkty z tej oferty możesz również zamówić prze tel. pod nr (...) lub na www. (...). Gazетка/folder używa określeń, takich, jak: „Hit cenowy”, „bestseller”, „Jedyna taka okazja w roku”, często w zestawieniu z hasłami dotyczącymi pory roku lub świąt, aktualnych w danym czasie, takimi jak: „Zadbaj o siebie”, „Poczuj się majowo”. W stopce na każdej stronie znajduje się określenie, iż "Przedstawiana oferta cenowa ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 par 1 kodeksu cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych." oraz komunikat "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." (dowód: gazetka/folder (...), wydania z różnych miesięcy 2013 roku i z 2014 roku).

W ocenie organu newsletter (...), portal (...) oraz gazetka (folder), zachęcają do dokonania zakupu (złożenia zamówienia on-line) w konkretnych aptekach wskazanych w zakładce "znajdź aptekę na stronie (...)" Dlatego organ uznaje, iż strona dystrybuje przedmiotowe materiały w celu przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w konkretnych aptekach.

Organ stwierdza, że zgodnie z brzmieniem art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego udostępnianie list cenowych, informowanie o cenach w aptekach stanowi zabronioną reklamę apteki, gdyż dyspozycja art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego wyraźnie i jednoznacznie wskazuje, iż nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego". Taki zapis oznacza, iż każda informacja, która nie jest informacją o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego, jest reklamą, bez znaczenia jest przy tym sposób udostępniania (rozpowszechniania) materiałów reklamowych.

Organ prowadził postępowanie w przedmiocie naruszenia przez spółkę (...) z siedzibą w (...) reklamy wszystkich aptek i punktów aptecznych – według stanu faktycznego (liczby i adresów aptek), który ulegał zmianie w trakcie postępowania. W związku z tymi zmianami Organ odpowiednio kierował zawiadomienia o prowadzeniu postępowania oraz wezwania do kierowników aptek – każdorazowo w odniesieniu do liczby i adresów aptek lokalizowanych w województwie mazowieckim, podanych na stronie internetowej (...) W zakładce „Apteki”.

Zgodnie z tym wykazem - aktualnym na dzień wydania niniejszej decyzji – oraz zgodnie ze złożonymi oświadczeniami kierowników aptek, zamówienia internetowe w ramach (...), prowadzonego za pomocą portalu (...) realizowało 99 aptek ogólnodostępnych, zlokalizowanych na terenie województwa mazowieckiego i wymienionych w pkt I. sentencji niniejszej decyzji (dowód: wydruk ze strony internetowej (...)).

Wobec tego Organ za udowodnione uznaje prowadzenie reklamy 99 aptek ogólnodostępnych, zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego wymienionych w pkt I sentencji niniejszej decyzji. W celu ustalenia i wskazania tych aptek Organ dokonał zestawienia listy aptek wymienionych w piśmie z dnia (...) informującym o zakresie prowadzonego postępowania z listą aptek prowadzących sprzedaż w ramach (...), dostępną na stronie internetowej (...) w dniu wydania niniejszej decyzji oraz z zestawieniem tych odpowiedzi kierowników aptek na skierowane wezwania z dnia (...) roku i z dnia (...) roku, w których kierownicy potwierdzili udział apteki w (...).

W wyniku tych czynności Organ uzyskał potwierdzenie prowadzenia sprzedaży w ramach (...) w 99 spośród 121 aptek widniejących na stronie internetowej (...) w dniu wydania niniejszej decyzji (dowód: wydruk ze strony internetowej), za pomocą: portalu (...), newslettera (...) i gazetki/folderu (...) w okresie od dnia (...) do dnia wydania niniejszej decyzji.

"Mianem promocji określa się zazwyczaj szerokie spektrum działań marketingowych, które nie mieszczą się w zakresie tradycyjnie rozumianej reklamy rozpowszechnianej za pomocą środków masowego przekazu. Są to działania polegające na zachęcaniu do nabycia określonych towarów lub usług, najczęściej przez umożliwienie potencjalnym nabywcom wcześniejszego zapoznania się z produktem (np. rozdawanie próbek, organizowanie degustacji, nie odpłatne użyczenie towaru na pewien czas) lub oferowanie dodatkowych korzyści w związku z jego nabyciem (np. rabatów pieniężnych i niepieniężnych, możliwości udziału w konkursach i grach)" - Prawo Reklamy i Promocji Elżbieta Trapie, Wydanie 1 strona 645-646.

Zgodnie z dyspozycją art. 94a ust. 1. ust. 2 i ust. 3 ustawy 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.

Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 2 października 2007r (sygn. akt II CSK 289/07) stwierdził, że „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 jak zachęta do kupna.” oraz – w dalszym ciągu tego wyroku - doprecyzował, że „... przy rozróżnianiu 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.”

Należy przy tym podkreślić, że przepis art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego nie uzależnia możliwości stwierdzenia faktu prowadzenia zabronionej działalności reklamowej od tego, kto się jej dopuszcza. Nie istnieją zatem ograniczenia podmiotowe, co do prowadzenia postępowania oraz stwierdzenia naruszenia zakazu reklamy aptek.

W orzecznictwie wskazuje się, że wobec braku ustawowej definicji reklamy działalności aptek, należy w tym względzie odwołać się do opracowań słownikowych. Posiłkując się definicjami reklamy zawartymi w publikacjach słownikowych wskazać trzeba, że za reklamę uważa się każde działanie, mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług (np. *Wielki Słownik Wyrazów Obcych* pod red M Bańki, wyd. PWN. Warszawa 2003).

Oznacza to, że za reklamę apteki należy uznać każde działanie skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych w niej oferowanych. Objęcie zakazem "każdego działania" wyłącza z tej dyspozycji tylko jeden stan faktyczny, określony w zdaniu 2 art. 94a ust.1 - kierowanie do publicznej wiadomości informacji o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego (wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 25 kwietnia 2013. sygn akt VI SA/Wa 315/13).

Nadto 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 których wyniku nastąpi zbyt towarów lub usług, albo pośrednio - poprzez stworzenie sugestywnego obrazu towarów i usług, a także samego przedsiębiorcy, w stopniu narzucającym adresatom nieodpartą chęć nabycia towarów i usług.

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny podziela utrwalony pogląd - aktualny na gruncie art. 94a Prawa farmaceutycznego - zawarty w wyrokach WSA w Warszawie z dnia 17 grudnia 2007 r. VII SA/Wa 1707/07, powtórzony w wyroku z dnia 6 marca 2008 r. w sprawie VII SA/Wa 2216/07, czy w wyroku z 14 maja 2008 r. VII SA/Wa 2215/07 oraz w wyroku z dnia 20 września 2010 VI SA/Wa 838/10, zgodnie z którym za reklamę działalności apteki należy uznać każde działanie, skierowane do publicznej wiadomości, niezależnie od sposobu i metody jego przeprowadzenia oraz środków użytych do jego realizacji, jeżeli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych oferowanych w danej aptece.

Opisane powyżej działania spółki (...) z siedzibą w (...) - w ocenie Organu opartej na analizie, której wyniki przedstawiono powyżej - spełniają przesłanki do uznania tych działań za prowadzenie zabronionej reklamy aptek, przekraczające ramy określone w art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego.

Reklama Programu Internetowego Zamawiania Leków jest bowiem powiązana z reklamą konkretnej apteki, którą Program obejmuje, stwarzając tym samym system zachęt do nabywania produktów wyłącznie w takiej aptece, która należy do Programu i która to apteka widnieje na stronie internetowej (...)

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 Prawa farmaceutycznego prowadzi reklamę apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności. Karę pieniężną, określoną w ust. 1 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 o tym, czy w konkretnej sprawie (po stwierdzeniu prowadzenia reklamy wbrew przepisom art. 94a Prawa farmaceutycznego) w odniesieniu do konkretnego podmiotu, zastosować karę 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 w/w przepisów jest zobligowany nałożyć karę.

W przedmiotowym postępowaniu zostało udowodnione prowadzenie reklamy aptek ogólnodostępnych wymienionych w pkt I sentencji niniejszej decyzji, przez spółkę (...) z siedzibą w (...). Organ nie może odstąpić od nałożenia kary, gdyż nie posiada kompetencji do uznaniowego nałożenia bądź nienałożenia kary pieniężnej.

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 profesjonalnie działające na rynku powinny przewidywać, że podejmowane przez nie działania w ramach działalności regulowanej, którą jest prowadzenie apteki ogólnodostępnej mogą być uznane przez Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego za niedozwoloną działalność reklamową, dlatego uzasadnione jest zastosowanie wobec nich kar pieniężnych w sytuacji gdy mieli możliwość przewidzenia, że ich działania naruszają prawo lub gdy nie dołożyli należytej staranności, by norm prawa zawartych w ustawie Prawo farmaceutyczne nie naruszyć.

Dokonując oceny wagi (rozmiarów) stwierdzonego naruszenia Organ stwierdza, iż w dniu wydania niniejszej decyzji prowadzona reklama dotyczy 99 aptek ogólnodostępnych i jest prowadzona co najmniej od (...), to jest od daty wskazanej w decyzji Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia (...).

Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności mające wpływ na wymiar kary pieniężnej, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 19 800zł. (słownie: dziewiętnaście tysięcy osiemset, 00/100 złotych) – co stanowi karę w wysokości 200 złotych za każdą z 99 aptek, co do których stwierdzono naruszenie.

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

Organ wskazuje, iż kara ta oprócz znaczenia ekonomicznego dla strony, ma także znaczenie moralne, jak również stanowi przestrożę dla innych przedsiębiorców prowadzących detaliczny obrót produktami leczniczymi przed podobnym naruszeniem.

Ustalając wysokość kary Organ uwzględnił fakt, że jest to pierwsze naruszenie przepisów dotyczących zakazu reklamy aptek dokonane przez (...) z siedzibą w (...).

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

Umorzenie postępowania

W trakcie postępowania zakończonego wydaniem niniejszej decyzji Organ ustalił, że:

1. Strona zaprzestała prowadzenia reklamy aptek ogólnodostępnych, wymienionych w pkt III sentencji niniejszej decyzji, zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego za pomocą:

- witryny internetowej (portalu) (...)
- newslettera (...)
- gazetki (folderu) (...)

Organ za udowodnione przyjął, że na stronie internetowej (...) w dniu wydania niniejszej decyzji wymienionych było 121 aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego, realizujących sprzedaż w ramach (...).

Z zestawienia listy aptek wymienionych na wskazanej powyżej stronie internetowej z listą 243 aptek objętych uchyloną decyzją znak (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia (...) roku i wymienionych na wstępie niniejszej decyzji i z listą aptek zawartą w pkt I sentencji niniejszej decyzji wynika, że w dniu wydania niniejszej Strona nie prowadziła reklamy aptek, których wykaz zawarto w pkt III sentencji niniejszej decyzji.

2. Strona zaprzestała prowadzenia reklamy 243 aptek ogólnodostępnych, objętych decyzją znak (...) z dnia (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego oraz aptek wymienionych w wezwaniu ponownym z dnia (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego, zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego za pomocą:

- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)

Organ za udowodnione przyjął, że zgodnie z oświadczeniem zawartym w piśmie z dnia 21 marca 2013 roku spółka (...) zaprzestała działań reklamowych prowadzonych za pomocą w/w gazetek/folderów. Organ stwierdził również, że strona internetowa (...) była nieaktywna oraz że po ponownej aktywacji, w dniu wydania niniejszej decyzji strona internetowa tego programu nie zawiera materiałów reklamujących apteki lub punkty apteczne i ich działalność objęte decyzją znak (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego oraz aptek wymienionych w wezwaniu ponownym z dnia (...) Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego.

Zgodnie z dyspozycją art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części.

Bezprzedmiotowość postępowania, o której stanowi art. 105 § 1 Kpa zachodzi w sytuacjach, gdy w świetle prawa materialnego i ustalonego stanu faktycznego brak jest sprawy administracyjnej mogącej być przedmiotem postępowania. Sprawa administracyjna jest bezprzedmiotowa, gdy nie ma materialnoprawnych podstaw do władczej, w formie decyzji administracyjnej ingerencji organu administracyjnego. Wówczas to jakiegokolwiek rozstrzygnięcie merytoryczne, pozytywne czy też negatywne staje się prawnie niedopuszczalne.

Mając na względzie powyższe Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny umarza postępowanie w zakresie możliwości prowadzenia przez (...) z siedzibą w (...) reklamy wyżej wymienionych aptek ogólnodostępnych, w części dotyczącej:

- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)
- gazetki (folderu) (...)

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 przepisu art. 108 § 1 Kodeksu 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 IV sentencji niniejszej 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. (...)
2. a/a.