

WIF.WA.II.8523.1.70.2014.RK

DECYZJA

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie do przedsiębiorców: wspólników spółki cywilnej, w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (tekst jedn. Dz.U. z 2008r. Nr 45, poz. 271, z późn. zm.), w związku z powzięciem wiadomości dotyczących możliwości prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej

- I. Na podstawie art. 94a ust. 2, ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (tekst jedn. 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 (tekst jedn. Dz. U. z 2013r. poz. 267, z późn. zm. zwanej dalej „Kpa”), **nakazuje zaprzestanie prowadzenia na terytorium województwa mazowieckiego reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej polegającej na umieszczeniu na frontowej ścianie budynku, w którym zlokalizowana jest apteka i obok wejścia do tego budynku napisu o treści: , wykonanego wielkimi literami w kolorze jaskrawo-zielonym oraz na umieszczeniu tablic z napisem „APTEKA” i noszących widoczne ślady po usuniętych literach, tworzących wyraz „łącznie układających się w widoczny i czytelny z dużej odległości napis „**

jako naruszającej przepis art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne,

- II. Na podstawie art 129b ust. 1 i ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne **nakłada na przedsiębiorców:**, wspólników spółki cywilnej karę pieniężną w wysokości 4 000 zł (słownie: cztery tysiące złotych, 00/100) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne w zakresie opisanym w punkcie I sentencji decyzji;
- III. Nakazowi w punkcie I na podstawie dyspozycji art 94a ust. 4 ustawy Prawo farmaceutyczne **nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności.**

UZASADNIENIE

W dniu 4 września 2014 roku Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wszczął postępowanie administracyjne wobec przedsiębiorców , wspólników spółki cywilnej (określanych dalej łącznie jako: Strona) w przedmiocie naruszenia 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.) w związku z powzięciem wiadomości dotyczących możliwości prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej , poprzez umieszczenie na frontowej ścianie budynku , w którym zlokalizowana jest apteka i obok wejścia do tego budynku napisu o treści: wykonanego wielkimi literami w kolorze jaskrawo-zielonym.

Organ poinformował Stronę o wszczęciu postępowania oraz wezwał do: wskazania podmiotu, na którego zlecenie wykonano projekt napisu oraz podmiotu, który zlecił umieszczenie napisu we wskazanym miejscu; nadesłania umowy lub innego dokumentu, na podstawie którego uzyskano zgodę właściciela lub administratora budynku na umieszczenie napisu; podania daty umieszczenia napisu; wskazania wszystkich miejsc, w których umieszczono napis o w/w treści.

Stronę poinformowano jednocześnie o prawie do czynnego udziału w każdym stadium postępowania, wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów, przeglądania akt sprawy oraz brania udziału w przeprowadzaniu dowodu.

Pismem z dnia 19 września 2014r. osoba działająca z upoważnienia Strony (jak podano w treści tego pisma) poinformowała, że podmiotem, który zlecił wykonanie napisu oraz jego umieszczenie we wskazanym w wezwaniu miejscu jest . Strona wskazała, że napis umieszczono w dniu 1 czerwca 2014 roku oraz że miejscem umieszczenia tego napisu jest frontowa ściana budynku raz z pismem nadesłano umowę najmu powierzchni oraz ofertę firmy reklamowej na wykonanie reklamy.

Pismem z dnia 25 września 2014r. Organ poinformował o zamiarze zakończenia postępowania oraz poinformował o prawie strony do czynnego udziału w postępowaniu, wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów, przeglądania akt sprawy oraz brania udziału w przeprowadzaniu dowodu.

Ponadto wobec tego, że pismo z dnia 19 września 2014 roku nie było opatrzone czytelnym podpisem osoby działającej z upoważnienia Strony, a w aktach brak było dokumentu potwierdzającego udzielenie pełnomocnictwa do reprezentowania Strony w postępowaniu, Organ wezwał Stronę do wskazania **w terminie 3 dni od doręczenia niniejszego pisma** danych (imienia i nazwiska) osoby, która złożyła oświadczenie zawarte w piśmie z dnia 18 września 2014 roku oraz do uzupełnienia dokumentacji poprzez nadesłanie pełnomocnictwa dla tej osoby wraz z dowodem wniesienia opłaty skarbowej za złożenie dokumentu pełnomocnictwa. Jednocześnie Organ wyjaśnił, że przyczyną wezwania jest fakt, że pismo z dnia 19 września 2014 roku zostało opatrzone pieczęciami o następującej treści: i nieczytelnym podpisem, złożonym wraz z adnotacją wskazującą na działanie z upoważnienia przedsiębiorców, prowadzących aptekę ogólnodostępną o nazwie i aptekę oraz że w aktach sprawy brak jest dowodu wniesienia opłaty za złożenie dokumentu pełnomocnictwa bądź upoważnienia do reprezentowania Strony.

W dniu 24 października 2014 roku wpłynęła korespondencja, w której Strona nadesłała kserokopię pisma z dnia 19 września 2014r., na które, wspólnik spółki cywilnej odręcznie przekreśliła nieczytelny podpis, złożony wraz z adnotacją wskazującą na działanie z upoważnienia przedsiębiorców, prowadzących aptekę ogólnodostępną o nazwie zlokalizowaną przy i aptekę przy w Warszawie oraz opatrzyła tę kopię w/w pisma swoim oryginalnym i czytelnym podpisem. Wobec tego, że poza wskazaną zmianą treść kopii, o której mowa powyżej była identyczna w porównaniu z treścią pisma z dnia 19 września 2014r. Organ uznał, że pismo to należy traktować, jak pismo samej Strony, a nie jej pełnomocnika oraz że dane i informacje zawarte w tym piśmie należy traktować tak, jak dane i informacje przekazane przez samą Stronę.

Nadesłana korespondencja nie zawierała dokumentu udzielonego pełnomocnictwa, wobec czego Organ uznał, że Strona nie ustanowiła pełnomocnika w sprawie.

Strona nie zapoznała się z aktami sprawy, nie złożyła wniosków o przeprowadzenie dowodu.

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

W toku postępowania ustalono, iż przedsiębiorcy:, wspólnicy spółki cywilnej posiadają zezwolenie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia na prowadzenie apteki ogólnodostępnej, zlokalizowanej w przy

W zezwoleniu tym jednocześnie Organ odmówił nadania aptece nazwy ". Decyzja jest ostateczna w administracyjnym toku postępowania. W uzasadnieniu odmowy nadania wnioskowanej nazwy Organ szczegółowo wyjaśnił motywy rozstrzygnięcia na tle obowiązującego prawa i treści orzeczeń sądów, wydanych w związku z przepisem art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego.

Na podstawie nadesłanej umowy Organ w niniejszym postępowaniu za udowodnione uznał, że Strona zleciła wykonanie napisu o treści oraz umieszczenie tego napisu na frontowej ścianie budynku w , przy Budynek ten znajduje się w najbardziej ruchliwym punkcie komunikacyjnym n. Napis został wykonany wielkimi literami w kolorze jaskrawozielonym, podświetlanymi, w tzw. formie 3D. Z tych względów napis jest bardzo dobrze widoczny i czytelny nawet z dużej odległości, w tym w nocy. Napis został umieszczony przy wejściu do budynku, w którym mieszczą się sklepy i lokale i usługowe oraz w sąsiedztwie innych napisów i szyldów, w tym poniżej szyldu z nazwą przychodni lekarskiej.

Organ ustalił, że napis powyższy został umieszczony we wskazanym powyżej miejscu w dniu 1 czerwca 2014 roku.

Powyższe Organ ustalił na podstawie pisma z dnia 19 września 2014 roku, przesłanego ponownie w formie kserokopii, z czytelnym podpisem ik, współnika spółki cywilnej. Organ uznał, że okoliczności związane z nadesłaniem tego pisma i jego kopii, opisane szczegółowo powyżej dają podstawę do traktowania danych i informacji zawartych w piśmie jako udowodnionych i potwierdzonych przez samą Stronę.

Organ ustalił, że napis ten nie odpowiada nazwie apteki nadanej w udzielonym zezwoleniu.

Napis ten nie zawiera informacji o lokalizacji apteki i godzinach jej pracy.

W ocenie Organu nie ulega wątpliwości, że dla przeciętnego odbiorcy umieszczenie napisu w opisany powyżej sposób jest reklamą działalności apteki.

Organ stwierdził, że do dnia wydania niniejszej decyzji Strona nie usunęła napisu, o którym mowa powyżej.

W trakcie postępowania Organ stwierdził, że poza tym napisem Strona umieściła na elewacji budynku kilka tablic z czytelnym napisem . Tablice te noszą widoczne ślady po usuniętym wyrazie . Łącznie wyrazy te układają się w napis, widoczny i czytelny również z dużej odległości. Tablice te wskazują drogę, która prowadzi do lokalu apteki, mieszczącego się z drugiej strony budynku.

W ocenie Organu zlecenie przez Stronę wykonania i umieszczenie napisu na frontowej ścianie budynku w oraz umieszczenie oraz poprzez umieszczenie na elewacji tego budynku kilku tablic z czytelnym napisem „, i czytelny również z dużej odległości - jest prowadzeniem zabronionej reklamy apteki.

W ocenie Organu opisane powyżej elementy komunikatu zawartego w napisie łącznie tworzą zachętę do dokonania zakupów w aptece prowadzonej przez Stronę. Zachęta ta polega na wskazywaniu, że w tej okolicy mieści się apteka, która jest , w celu wywołania w odbiorze przeciętnego odbiorcy skojarzenia potrzeby dokonania zakupów w aptece z korzyściami finansowymi wynikającymi z możliwości zrobienia tych zakupów we wskazanej poprzez napis aptece.

Strona nie wskazała podstawy, na jakiej w napisie tym użyła nazwy apteki, której nadania Organ odmówił w udzielonym zezwoleniu.

Przepis art. 94a Prawa farmaceutycznego został wprowadzony ustawą z dnia 30 marca 2007 r. o zmianie ustawy - Prawo farmaceutyczne oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2007 r. Nr 75, poz. 492) w konsekwencji implementacji m.in. dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 31 marca 2004r. (2004/27/WE), zmieniającej dyrektywę 2001/83/WE w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi i obowiązywał od dnia 1 maja 2007 r. Sformułowany w nim zakaz dotyczył reklamy działalności aptek lub punktów aptecznych, skierowanej do publicznej wiadomości, która w sposób bezpośredni odnosi się do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych umieszczonych na wykazach leków refundowanych, lub produktów leczniczych lub wyrobów medycznych, o nazwie identycznej z nazwą produktów leczniczych lub wyrobów medycznych umieszczonych na tych wykazach.

Art. 94a Prawa farmaceutycznego został zmieniony z dniem 1 stycznia 2012 r. przez art. 60 pkt 7 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych (Dz.U. Nr 122, poz. 696). Przepis art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego stanowi o zakazie reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. **Zakaz ten nie obejmuje jedynie informacji o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.**

Oznacza to, że zakaz ten został rozszerzony w kierunku jakiegokolwiek reklamy aptek, punktów aptecznych oraz - co istotne - ich działalności. W poprzednio wskazanym stanie prawnym, czyli przed datą 1 stycznia 2012 r. był zawężony do spełnienia łącznie trzech przesłanek, gdy: działalność ta nosiła cechy reklamy, była skierowana do publicznej wiadomości oraz odnosiła się w sposób bezpośredni do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych umieszczonych na wykazach leków refundowanych, lub produktów leczniczych lub wyrobów medycznych o nazwie identycznej z nazwą produktów leczniczych lub wyrobów medycznych umieszczonych na tych wykazach.

Zauważyć należy, że w aktualnym stanie prawnym także nie zawarto definicji reklamy apteki i jej działalności, tak jak uczyniono w art. 52 ust. 1 prawa farmaceutycznego - w zakresie reklamy produktu leczniczego.

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 (*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 Praw farmaceutycznego - kierowanie do publicznej wiadomości informacji o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego, (wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 25 kwietnia 2013r., 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 2006 r. (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 zbycie 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.

Reklama może przyjmować różne formy zachęcania np: poprzez ulotki, foldery, gazetki, banery, plakaty czy też poprzez uwidacznianie nazwy apteki o treści wypełniającej znamiona reklamy lub niosącej przesłanie reklamowe itp.

Należy stwierdzić, że treść tych napisów zawiera informację o lokalizacji apteki i o godzinach jej otwarcia.

Stosowanie metod marketingowych, będących przejawem wolności gospodarczej czy ochrony zdrowia nie jest zakazane i korzysta z ochrony konstytucyjnej, o ile nie stoi w sprzeczności z zakazem ustawowym. Organ stwierdza, że opisane powyżej działania Strony są w powszechnym odbiorze reklamą aptek wskazanych na billboardach.

Reklamą działalności apteki jest zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w aptece - niezależnie od form i metod jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków - jeżeli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych. Podobne poglądy znaleźć można w orzecznictwie i to na gruncie poprzednich, mniej restrykcyjnych norm: np. w wyrokach WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008 r., VII SA/Wa 698/08, (niepubl.), z dnia 1 lutego 2008 r. VII SA/Wa 1960/07, Lex, nr 451165.

Sąd Najwyższy prezentował stanowisko, że *„Powszechnie przyjmuje się, że reklamą są wszelkie formy przekazu, w tym także takie, które nie zawierając w sobie elementów oceniających ani zachęcających do zakupu, mogą jednak zostać przyjęte przez ich odbiorców jako zachęta do kupna. [...] 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.”* (wyrok SN z dnia 2 października 2007 r. II CSK 289/07, Lex, nr 307127; Monitor Prawniczy 2007, nr 20, poz. 1116).

Należy również wziąć pod uwagę dyspozycję art. 2 pkt 4 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych z dnia 12 maja 2011r. o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych (Dz.U.2011 r. Nr 122 poz. 696), która stanowi, iż ceną detaliczną jest urzędowa cena zbytu leku, środka spożywczego specjalnego przeznaczenia żywieniowego, wyrobu medycznego powiększoną o urzędową marżę hurtową (5%) i urzędową marżę detaliczną (naliczana od ceny hurtowej zgodnie z art. 7 ust. 4 ustawy) oraz należny podatek od towarów i usług.

Apteka korzystając z refundacji (po zawarciu umowy z Narodowym Funduszem Zdrowia) leków musi sprzedawać je po stałych cenach, ogłaszanych w obwieszczeniu Ministra Zdrowia.

Powyższe potwierdza możliwość wprowadzenia w błąd klienta (pacjenta), gdyż treść napisu sugeruje, że w tej aptece można nabyć leki.

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.

Na gruncie stanu faktycznego stwierdzonego w niniejszej sprawie za zabronioną reklamę apteki Organ uznał umieszczenie na frontowej ścianie budynku w którym zlokalizowana jest apteka i obok wejścia do tego budynku napisu o treści: wykonanego wielkimi literami w kolorze jaskrawo-zielonym. Napis został wykonany wielkimi literami w kolorze jaskrawozielonym, podświetlanymi, w tzw. formie 3D. Z tych względów napis jest bardzo dobrze widoczny i czytelny nawet z dużej odległości, w tym w nocy. Ponadto za zabronioną reklamę apteki organ uznał umieszczenie na elewacji budynku kilka tablic z czytelnym napisem . Tablice te noszą widoczne ślady po usuniętym wyrazie ". Łącznie wyrazy te układają się w napis „ widoczny i czytelny również z dużej odległości.

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 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 Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, gdyż kara ta wynika wprost z zapisów 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 przez przedsiębiorców wspólników spółki cywilnej reklamy apteki zlokalizowanej w poprzez umieszczenie na frontowej ścianie budynku w którym zlokalizowana jest apteka i obok wejścia do tego budynku napisu o treści: , wykonanego wielkimi literami w kolorze jaskrawo-zielonym oraz poprzez umieszczenie na elewacji budynku kilku tablic z czytelnym napisem . Tablice te noszą widoczne ślady po usuniętym wyrazie . Łącznie wyrazy te układają się w napis , widoczny i czytelny również z dużej odległości.

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

Ustalając wymiar kary pieniężnej Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uwzględnił okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także fakt, iż jest to pierwsze naruszenie przepisów przez w/w przedsiębiorców.

Dokonując oceny wagi (rozmiarów) stwierdzonego naruszenia Organ za udowodnione przyjął, że prowadzona reklama dotyczy jednej apteki ogólnodostępnej. Organ stwierdza, że reklama ta jest rozpowszechniana w okresie od dnia 1 czerwca 2014 roku i jest kontynuowana, pomimo wszczęcia postępowania.

W uzasadnieniu decyzji w sprawie udzielenia zezwolenia na prowadzenie apteki przy Strona została poinformowana, że wnioskowana nazwa apteki: st niezgodna z przepisami regulującymi prowadzenie apteki określonymi w Prawie farmaceutycznym oraz wprowadza w błąd potencjalnego klienta w zakresie możliwości nabycia w aptece produktów leczniczych w niskich cenach. Strona posługuje się nazwą pomimo odmowy nadania tej nazwy, zawartej w prawomocnej decyzji w sprawie udzielenia zezwolenia.

Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności oraz uwzględniając te okoliczności przy określaniu wymiaru kary pieniężnej, Organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 4 000 zł. (słownie: cztery tysiące złotych, 00/100 zł.).

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

Nakładając karę Organ uwzględnił następujące okoliczności:

1. Reklama polegała na umieszczeniu napisu o treści: „, wykonanego wielkimi literami w kolorze jaskrawo-zielonym, wykonanego wielkimi literami w kolorze jaskrawozielonym, podświetlanymi, w tzw. formie 3D, dzięki czemu napis ten jest bardzo dobrze widoczny i czytelny nawet z dużej odległości, w tym w no”, co łącznie układa się w napis „, widoczny i czytelny również z dużej odległości;
2. Reklama prowadzona była tylko w dwu, powyżej wskazanych formach i dotyczyła jednej apteki;
3. Reklama prowadzona była na zlecenia Strony;
4. W reklamie Strona posłużyła się nazwą apteki, której nadania organ odmówił, uzasadniając odmowę w udzielonym zezwoleniu;
5. Strona nienależycie i niedbale usunęła wyraz „, z tablic umieszczonych w kilku miejscach na elewacji budynku;
6. Od przedsiębiorcy prowadzącego aptekę wymagana jest znajomość przepisów regulujących ten rodzaj działalności gospodarczej, w szczególności przepisu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego;
7. Organ nie odnotował uprzednio naruszenia przez Stronę przepisu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego;
8. Stwierdzony okres prowadzenia reklamy: od dnia 1 czerwca 2014 roku;
9. Brak jest oświadczenia lub informacji, by Strona zaprzestała prowadzenia reklamy;
10. Kara pieniężna ma pełnić również rolę prewencyjną.

Mając na względzie powyższe, w szczególności fakt, że Strona została uprzednio obszernie poinformowana o przyczynach odmowy nadania aptece wnioskowanej nazwy 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 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 III. sentencji niniejszej decyzji.

Pouczenie:

Od decyzji niniejszej służy stronie, na podstawie art. 127 § 1 i 2 oraz art. 129 § 1 i 2 k.p.a. 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 k.p.a. 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:

