

WIF.WA.II.8523.1.74.2014.UR

## **D E C Y Z J A**

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie fundacji z siedzibą w Nr KRS: 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 na terytorium województwa mazowieckiego :

- I. Na podstawie dyspozycji 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j: Dz. U. z 2013r. poz. 267, z późn. zm. zwanej dalej „Kpa”) umarza postępowanie w części dotyczącej nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w , przy ul. , za pomocą kuponów o wartości 100 zł rozdawanych emerytom i rencistom do realizacji w aptecę ogólnodostępnej zlokalizowanej w , przy ul. w dniu 27 września 2014 roku 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 z siedzibą w Warszawie Nr KRS: karę pieniężną w wysokości 20 000 zł (słownie: dwadzieścia tysięcy 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.

## **UZASADNIENIE**

W dniu 3 października 2014 roku Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny przeprowadził kontrolę u przedsiębiorcy prowadzącej aptekę zlokalizowaną w przy w związku z powzięciem informacji o realizacji w przedmiotowej aptecę kuponów na leki o wartości 100 zł, które w dniu 27 września 2014r. rozprowadzał przed apteką od godziny 10 rano .

W toku przeprowadzonej kontroli ustalono, że zgłosił się do apteki przy ul. z propozycją wydania w aptecę 40 tysięcy złotych. Po omówieniu szczegółów realizacji bonów o wartości 100 zł w aptecę , właścicielka apteki zgodziła się na propozycję , aby w dniu 27 września 2014r. od godziny 10:00 rozpocząć przed apteką akcję rozdawania pacjentom kuponów.

Z ustaleń Organu uzyskanych podczas przeprowadzonej kontroli wynika, że w aptecę ogólnodostępnej w przy ul. rozdał 399 kuponów o wartości 100 zł. Ustalono, że ww. kupony były rozdawane przez występującego w imieniu z siedzibą w . Przedmiotowe bony były koloru żółto - niebieskiego. Część żółta bonu pozostawała w aptecę do czasu rozliczenia i na niej widniała wpisana kwota na jaką pacjent dokonał zakupu. Natomiast niebieska część bonu była zwracana pacjentowi. Na niej umieszczona była fotografia oraz informacje o , którą on reprezentuje.

Wszystkie bony – podczas rozliczenia z apteką - zostały zwrócone ( według oświadczenia złożonego przez właścicielkę apteki), który następnie zapłacił aptecę przy pomocy kart płatniczych w dwóch kolejnych transzach tj. w dniu 27.09.2014r. - 30 tysięcy (posiadał taki limit dzienny) oraz w dniu 2.10.2014 – resztę sumy. Na całą kwotę z rozpisaniem na trzy firmy i 6 różnych kwot apteka wystawiła 6 (sześć) faktur VAT o numerach kolejno:

- Nr 18/2014 – na kwotę 2300,00 PLN;
- Nr 19/2014 - na kwotę 6800,00 PLN;
- Nr 20/2014 - na kwotę 6900,00 PLN;

- Nr 21/2014 - na kwotę 15967,20 PLN;
- Nr 22/2014 – na kwotę 4600,00 PLN;
- Nr 23/2014 – na kwotę 3300,00 PLN.

Podczas przeprowadzonej kontroli ustalono także, że znacznie wzrosły obroty apteki w dniu 27 września 2014 roku stosunku do innych dni.

Kontrola zakończyła się podpisaniem protokołu znak:WIF.WA.I.8521.2.4.15.2014.IG.ZJ .

W dniu 3 października 2014 roku Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wszczął postępowanie administracyjne wobec przedsiębiorcy spółki 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 w , przy ul. , poprzez rozdawanie kuponów o wartości 100 zł emerytom i rencistom w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w , przy ul. w dniu 27 września 2014 roku od godziny 10.

Organ poinformował Stronę o wszczęciu postępowania oraz wezwał do: udzielenia pisemnych wyjaśnień czy zorganizowała akcję jak długo trwała akcja i ile zostało wydanych kuponów, złożenia umowy pomiędzy , a apteką, w której kupony miały zostać zrealizowane oraz złożenia kuponu, który był rozdawany przed apteką w przy ul. .

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.

W dniu 3 października 2014 roku poinformowano także Prezydenta Miasta Stołecznego Warszawy o możliwości naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne oraz zwrócono się z prośbą o podjęcie działań wynikających z art. 13 lub/i 14 ust. 1 ustawy o fundacjach z dnia 6 kwietnia 1984 roku ( Dz.U. z 1991 r. Nr 46, poz. 203). Zwrócono się także z prośbą o przesłanie statutu fundacji oraz poinformowania o wydanych rozstrzygnięciach.

W dniu 3 października 2014 roku poinformowano także Ministra Pracy i Polityki Socjalnej o możliwości naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne oraz zwrócono się z prośbą o podjęcie działań wynikających z art. 13 lub/i 14 ust. 1 ustawy o fundacjach z dnia 6 kwietnia 1984 roku ( Dz.U. z 1991 r. Nr 46, poz. 203). Zwrócono się także z prośbą o przesłanie statutu fundacji oraz poinformowania o wydanych rozstrzygnięciach.

W dniu 13 października 2014 roku wezwano do udzielenia informacji czy brało udział w jakikolwiek sposób w akcji organizowanej przez w dniu 27 września 2014 roku oraz do udzielenia pisemnych wyjaśnień czy dokonało zakupu produktów leczniczych w aptece zlokalizowanej w przy ul. .

W dniu 13 października 2014 roku wezwano do udzielenia informacji czy brało udział w jakikolwiek sposób w akcji organizowanej przez w dniu 27 września 2014 roku oraz do udzielenia pisemnych wyjaśnień czy dokonało zakupu produktów leczniczych w aptece zlokalizowanej w przy ul. .

W dniu 22 października 2014 roku do Organu wpłynęło pismo z Urzędu Miasta Stołecznego Warszawy Biuro Administracji i Spraw Obywatelskich zawierające informację, że w dniu 14 października 2014 roku zwrócono się do o wyjaśnienia. Do pisma został załączony Statut .

W dniu 22 października 2014 roku do Organu wpłynęło pismo , w którym wskazano, że „przedmiotowe bony były rozdawane w celu zamiany ich na leki o wartości wskazanej na kuponie. Widniała na nich informacja (małą czcionką) w jakim dniu i w jakiej aptece są ważne. Kupony były przecinane na dwie części. Część z ww. informacjami zostawała w aptece, natomiast 2-gą część z napisem ( dużą pogrubioną czcionką) „ Dużo zdrowia życzy ” obdarowywani otrzymywali wraz z

lekami. Oczywiście jest więc, iż była to promocja fundacji a nie apteki. W piśmie wskazano także, że atak na fundację ma podłoże polityczne, ponieważ jest kandydatem na Burmistrza Miasta i prowadzi w sondażach.

W dniu 22 października 2014 roku do Organu wpłynęło pismo, w którym wskazane zostało, że „Stowarzyszenie zostało poproszone przez o dofinansowanie zakupu lekarstw, ponieważ jest to zgodne z jednym z punktów naszego Statutu i zdecydowaliśmy się wesprzeć finansowo ten szczytny cel. Rola stowarzyszenia była wyłącznie finansowa i trudno tu mówić w rozumieniu udział”.

W dniu 23 października 2014 roku Organ zwrócił się do Biura Administracyjnego i Spraw Obywatelskich Urzędu Miasta Stołecznego Warszawy z prośbą o przesłanie odpowiedzi w sprawie wyjaśnień dotyczących przeprowadzonej akcji polegającej na rozdawaniu bonów emerytom i rencistom.

W dniu 24 października 2014 roku Organ wezwał do uzupełnienia w terminie 7 dni od dnia dostarczenia wezwania do dostarczenia pisma z dnia 10 października 2014 roku opatrzonego podpisem osób uprawnionych do reprezentacji. Wskazano, że przedmiotowe pismo nie zawierało podpisu.

W dniu 27 października 2014 roku Organ poinformował Państwową Komisję Wyborczą o możliwości naruszenia ustawy z dnia 5 stycznia 2011 roku Kodeks Wyborczy przez kandydata na burmistrza miasta z ramienia.

W dniu 3 listopada 2014 roku do Organu wpłynęła odpowiedź, w którym wskazano, że Towarzystwo zostało poproszone przez o dofinansowanie zakupu lekarstw. Ponieważ jest to zgodne z jednym punktów naszego Statutu zdecydowaliśmy się wesprzeć finansowo ten szczytny cel. Wskazano także, że rola ograniczyła się do dofinansowania przedsięwzięcia, którego organizatorem była.

W dniu 12 listopada 2014 roku do Organu wpłynęło pismo z Urzędu Miasta Stołecznego Biura Administracyjnego i Spraw Obywatelskich wraz z załącznikiem stanowiącym wyjaśnienia.

W dniu 18 listopada 2014 roku z uwagi zwrot korespondencji kierowanej do, skierowane zostało kolejne pismo stawiające wezwanie do uzupełnienia pisma w terminie 7 dni od dnia dostarczenia wezwania tj. do przesłania pisma z dnia 10 października 2014 roku opatrzonego podpisem osób uprawnionych do reprezentacji.

Pismem z dnia 9 grudnia 2014 roku 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.

W dniu 12 grudnia 2014 roku do Organu wpłynęło pismo z Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, w którym wskazano, że zwrócono się do o złożenie wyjaśnień w przedmiotowej sprawie.

W dniu 10 grudnia 2014 roku do Organu wpłynęło pismo z dnia 10 października 2014 roku podpisane zgodnie ze sposobem reprezentacji.

Do dnia wydania przedmiotowej decyzji do Organu nie wpłynęły żadne wyjaśnienia Strony, ani żadnego nowe wnioski dowodowe.

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

W toku postępowania Organ ustalił, że zgłosił się do apteki przy ul. w z propozycją wydania w aptecę 40 tysięcy złotych. Z ustaleń Organu uzyskanych podczas przeprowadzonej kontroli w aptecę ogólnodostępnej w przy ul. ustalono, że rozdał 399 kuponów o wartości 100 zł. Ustalono, że ww. kupony były rozdawane przez występującego w imieniu z siedzibą w.

Ustalono także, że za wszystkie zrealizowane w aptece 399 bonów zapłacił w dniu 27.09.2014r. - 30 tysięcy (posiadał taki limit dzienny) oraz w dniu 2.10.2014 – resztę sumy. Z kolei na całą kwotę zostały wystawione faktury VAT dla w , w oraz zlokalizowanej w przy .

Powyższe Organ ustalił na podstawie oświadczenia złożonego podczas przeprowadzonej kontroli w aptece przez oraz oświadczenia Strony zawartego w piśmie datowanym na dzień 10 października 2014 roku.

W ocenie Organu działanie Strony stanowiło zachętę do zakupów w aptece zlokalizowanej w przy ul. .

Jak bowiem wynikało z ustaleń kontroli przeprowadzonej w aptece zlokalizowanej w przy ul. w dniu 27 września 2014 roku zostało zrealizowanych 399 bonów rozdanych przez z siedzibą w .

W ocenie Organu opisane powyżej działanie Strony przekracza zakres dozwolonej reklamy aptek ogólnodostępnej.

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 orzecnictwie 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 Prawa 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, bony, kupony czy też poprzez uwidacznianie nazwy apteki o treści wypełniającej znamiona reklamy lub niosącej przesłanie reklamowe itp.

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.

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 zawierają 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).

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny podziela utrwalony pogląd - aktualny na gruncie art. 94a Prawa farmaceutycznego - zawarty w wyrokach WSA w Warszawie z dnia 17 grudnia 2007r. VII SA/Wa 1707/07, powtórzony w wyroku z dnia 6 marca 2008r. w sprawie VII SA/Wa 2216/07, czy w wyroku z 14 maja 2008r. VII SA/Wa 2215/07, w wyroku z dnia 20 września 2010r. VI SA/Wa 838/10, a także w wyrokach Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 26 czerwca 2014r. II GSK 668/13 iż dnia 27 sierpnia 2014 roku II GSK 1000/13, zgodnie z którymi 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, oraz które to działanie jest w ten sposób odbierane przez pacjentów.

W orzecznictwie wskazuje się dla przykładu, że stanowi reklamę zarówno leków, jak i sprzedającej je apteki przedstawienie listy leków o obniżonej, promocyjnej cenie, wykazanej przez porównawcze zestawienie ceny niższej, stosowanej przez aptekę, obok ceny wyższej, określonej jako "cena typowa", "cena stara" lub w inny sposób sugerujący, iż apteka okresowo sprzedaje lek po obniżonej, promocyjnej cenie" (wyrok SN z dnia 2 października 2007 r., II CSK 289/07, Lex, nr 307127; Monitor Prawniczy 2007, Nr 20, poz. 1116). Oznacza to, że prowadzona przez farmaceutów wśród klientów zachęta i propozycja uczestniczenia w "programie" poprzez wręczanie im ulotek, kierowana do przybywających do apteki klientów, czyli de facto nieokreślonego ich kręgu jest skierowana do publicznej wiadomości. W konsekwencji poprzez Internet program lojalnościowo - rabatowy trafia bowiem do szerszego kręgu potencjalnych klientów, co niewątpliwie ma na celu zwiększenie obrotu w aptece biorącej w niej udział. Reklama apteki i jej działalności następuje zatem poprzez udział w reklamowanym programie lojalnościowym i ma charakter publiczny. Wszak termin "publiczny" oznacza według Słownika

Języka Polskiego pod red. prof. M. Szymczaka "ogólny, dostępny dla wszystkich, dotyczący ogółu ludzi" (wyd. PWN, Warszawa 1982, tom II, str. 1074).

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. Tym samym wykaz konkretnych aptek, wśród których widnieje apteka skarżącej, a które realizują "program" zachęcający potencjalnych klientów do dokonywania zakupów jest dostępny poprzez publiczny przekaz (Internet). Jest reklamą apteki, podaje bowiem dane umożliwiające jej identyfikację.

Innymi słowy, stosowane przez skarżącą metody marketingowe, będące przejawem wolności gospodarczej czy ochrony zdrowia nie są zakazane, są chronione przez Konstytucję, o ile nie stoją w sprzeczności z zakazem ustawowym.

Na gruncie stanu faktycznego stwierzonego w niniejszej sprawie, za zabronioną reklamę apteki Organ uznał prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w , przy ul. , za pomocą kuponów o wartości 100 zł rozdawanych emerytom i rencistom do realizacji w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w , przy ul. w dniu 27 września 2014 roku przez .

Reklamą jest bowiem zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów w aptece, jeżeli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych. Wskazać także należy, że metoda, czy też sposób prowadzenia działań reklamowych, czy też środki użyte do ich realizacji nie są kluczowe dla oceny czy dane działania naruszają art. 94 a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne. W przedmiotowej sprawie rozdanie potencjalnym klientom apteki bonów o wartości 100 zł do zrealizowania konkretnej aptece tj. aptece zlokalizowanej w przy ul. bez wątpienia miało na celu przyciągnięcie klientów/pacjentów do apteki celem zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych.

Apteki są placówkami ochrony zdrowia publicznego. Doniosła funkcja aptek przekłada się na konieczność nałożenia wysokich wymagań na podmioty prowadzące apteki, a w konsekwencji na ustawowe ograniczenia w zakresie ich prowadzenia, takie jak zakaz reklamy aptek, wprowadzony przez art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego. Zakaz ten ma spowodować, że apteki nie będą koncentrować się w swej działalności na przyciąganiu nowych klientów, a na opiece farmaceutycznej nad pacjentem.

Organ stwierdził, że działanie było jednorazowe oraz że po wszczęciu postępowania nie wpłynęły żadne zawiadomienia lub informacje o tym, że Strona kontynuuje te działania.

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.

W niniejszym postępowaniu w ocenie organu zaistniała przesłanka bezprzedmiotowości w zakresie wydania nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy za pomocą zamieszczania kuponu, gdyż w trakcie postępowania stwierdzono, że Strona jednorazowo umieściła kupony będące przedmiotem postępowania i nie kontynuuje tej działalności.

Mając na względzie powyższe Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, umarza postępowanie w zakresie wydania nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w , przy ul. , za pomocą kuponów o wartości 100 zł rozdawanych emerytom i rencistom do realizacji w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w , przy ul. w dniu 27 września 2014 roku jako naruszającej przepis art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne

## 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 niniejszym postępowaniu zostało udowodnione poprzez prowadzenie przez z siedzibą w Nr KRS: reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul. .

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.

Dokonując oceny wagi (rozmiarów) stwierdzonego naruszenia Organ za udowodnione przyjął, że prowadzona reklama dotyczy jednej apteki ogólnodostępnej. Organ stwierdza, jednak, że bony o wartości 100 zł zostały przed aptekę zlokalizowaną w przy ul. rozdane w ilości 399.

Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności oraz uwzględniając te okoliczności przy określaniu wymiaru kary pieniężnej, Organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 20 000 zł. (słownie: dwadzieścia tysięcy 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.

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