Mazowiecki Wojewódzki
Inspektor Farmaceutyczny
03-707 Warszawa, ul. Floriańska 10
tel. 22 628-28-60; 22 629-52-53

Warszawa 26 kwietnia 2018r.

WIF.WA.II.8523.1.56.2015.KB
IK: 42648

DECYZJA

Po przeprowadzeniu postępowania w stosunku do spółki działającej pod firmą z siedzibą w ie, **KRS** , w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2017 r. poz. 2211) w związku z powzięciem wiadomości dotyczących możliwości prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul. poprzez rozpowszechnianie karty rabatowej „10 kroków do 15% rabatu",

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny

I. Na podstawie art. 94a ust. 2, ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2017 r., poz. 2211 zwanej dalej „Prawo farmaceutyczne") oraz art. 104 w związku z art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2017 r., poz. 1257 z późn.zm. - zwanej dalej „Kpa"), **nakazuje zaprzestania prowadzenia na terytorium województwa mazowieckiego reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul.** polegającej na rozpowszechnianiu karty rabatowej „10 kroków do 15% rabatu";
II. Na podstawie art.129b ust. 1 i ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne oraz art. 104 w związku z art. 107 § 1-3 Kpa **nakłada na spółkę działającej pod firmą ią z siedzibą w KRS** karę pieniężną w wysokości 10 000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych) 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 13 października 2015 roku Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wszczął z urzędu postępowanie w stosunku do spółki działającej pod firmą z siedzibą w , **KRS** w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2017 r., poz. 2211) w związku z powzięciem wiadomości dotyczących możliwości prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul. , poprzez rozpowszechnianie karty rabatowej „10 kroków do 15% rabatu".

Jednocześnie Organ wezwał Stronę do przesłania wzoru karty rabatowej „10 kroków do 15% rabatu", przesłania zasad przyznawania pieczątek na ww. karcie rabatowej, przesłania regulaminu (o ile takowy funkcjonuje) dotyczącego karty rabatowej, wskazania jakie produkty objęte są zakresem ww. karty rabatowej.

Organ poinformował o prawie Strony 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 podjęła w terminie korespondencji.

Pismem w dniu 20 stycznia 2016 r. Organ ponownie wezwał Stronę do złożenia wyjaśnień w sprawie. Pismo zostało skutecznie doręczone w dniu 25.01.2016 r.

Jednocześnie pismem z dnia 4 maja 2016 r. Organ wezwał Kierownika apteki do złożenia pisemnej informacji w zakresie zasad przyznawania pieczątek na karcie rabatowej „10 kroków do 15% rabatu", przesłania regulaminu (o ile takowy funkcjonuje) dotyczącego karty rabatowej, wskazania jakie produkty objęte są zakresem karty, wskazania okresu w jakim funkcjonowała lub funkcjonuje karta rabatowa. Pismo zostało skutecznie doręczone w dniu 19.05.2016r.

Pismem datowanym na dzień 25 maja 2015 r. (data wpływu do Organu 2 czerwca 2016 r.) Kierownik apteki poinformował, że w aptece nie są wydawane karty rabatowe „10 kroków do 15% rabatu" i nie są prowadzone żadne programy lojalnościowe, Kierownik apteki nie posiada również regulaminu dotyczącego kart. Kierownik apteki wskazał również aby wszelkie pytania kierować do podmiotu, który prawdopodobnie był organizatorem danego programu i będzie mógł udzielić szczegółowych informacji.

Pismem omyłkowo datowanym na dzień 3 maja 2016r. Organ wezwał Kierownika apteki do złożenia pisemnej informacji dotyczącej wskazania organizatora programu lojalnościowego w kierowanej aptece.

Pismem z dnia 23 czerwca 2016r. (data wpływu do Organu 29 czerwca 2016r.) Kierownik apteki poinformował, że jego pracodawcą jest spółka .. Wskazał adres kontaktowy oraz korespondencyjny ww. spółki.

Pismem z dnia 30 czerwca 2016 r. Organ ponownie wezwał Stronę do przesłania wzoru karty „10 kroków do 15% rabatu" oraz złożenia wyjaśnień w sprawie (pismo skutecznie doręczone w dniu 7.07.2016r.).

Pismem z dnia 18 lipca 2016r. (data wpływu do Organu w dniu 22 lipca 2016r.) Strona wniosła o zawieszenie toczącego się postępowania do czasu rozpoznania przez Trybunał Konstytucyjny skargi konstytucyjnej o zbadanie zgodności art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne, w brzmieniu zmienionym przez art. 60 pkt 7 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych, obowiązujących od dnia 1 stycznia 2012 r. wprowadzającym całkowity zakaz reklamy aptek z art. 2, art. 20, art. 22, art. 31 ust. 3 oraz art. 54 ust. 1 Konstytucji RP. Sygnatura SK 23/15, SK 32/15, SK 11/16. Jednocześnie Strona wniosła o dołączenie do akt dowodów w postaci skarg konstytucyjnych oraz stanowisk Prokuratora Generalnego i Komisji Ustawodawczej w przypadku nie zawieszenia postępowania.

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w dniu 10 sierpnia 2016 r. po zapoznaniu się z wnioskiem Strony wydał postanowienie odmawiające zawieszenia postępowania administracyjnego wszczętego z urzędu zawiadomieniem z dnia 13 października 2015r. znak: WIF.WA.8523.1.56.2015.PP. Postanowienie doręczone Stronie 16.08.2016r.

Pismem z dnia 8 maja 2017r. Organ ponownie wezwał Stronę do przesłania wzoru karty „10 kroków do 15% rabatu" oraz złożenia wyjaśnień, wskazując przy tym, że nieudzielenie ww. informacji w terminie 7 dni od dnia otrzymania niniejszego pisma spowoduje rozpatrzenie przedmiotowej sprawy w oparciu o posiadany materiał dowodowy. Wezwanie skutecznie doręczone dnia 11.05.2017r.

Pismem z dnia 17 maja 2017r. Strona zwróciła się z zapytaniem, czy wobec otrzymania 3 pism zatytułowanych WEZWANIE posiadających taką samą sygnaturę tj. WIF.WA.II.8523.1.56.2016.APR przedmiotowe pisma należy traktować jako zawiadomienie o wszczęciu nowego postępowania, jeżeli tak to jakich aptek dotyczy i kto jest stroną postępowania oraz czy jeżeli spółka ..est stroną postępowań, to kiedy i gdzie można zapoznać się z aktami sprawy o sygnaturze WIF.WA.II.8523.1.56.2016.APR.

Pismem z dnia 25 października 2017r. Organ zawiadomił Stronę 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 do brania udziału w przeprowadzaniu dowodu. Wskazał również, odnosząc się do pisma Strony z dnia 17 maja 2017r., że w piśmie z dnia 8 maja 2017r. wzywającym Stronę do udzielenia informacji w numerze sprawy omyłkowo wskazano 2016 zamiast 2015. Organ wskazał również, iż mając na uwadze przedmiot sprawy wynikający wprost z treści pisma, wezwanie z dnia 8 maja 2017r. było kolejnym pismem w prowadzonym postępowaniu. Zawiadomienie skutecznie doręczono Stronie w dniu 30.10.2017r.

Strona podjęła zawiadomienie o zamiarze zakończenia postępowania w dniu 30 października 2017r. W terminie wskazanym w zawiadomieniu, Strona nie zapoznała się z aktami sprawy, nie złożyła wniosków o przeprowadzenie dowodu, oraz nie złożyła wyjaśnień w sprawie.

Pismem z dnia 2 listopada 2017r. (data wpływu do Organu 6 listopada 2017r.) pracownik oinformował o odwołaniu ze stanowiska Prezesa oraz Wiceprezesa Zarządu.

Wniósł o zawieszenie postępowania do czasu ujawnienia w rejestrze przedsiębiorców nowego zarządu lub o przedłużenie terminu na złożenie wyjaśnień i zapoznanie się z aktami do 31 grudnia 2017r.

Pismem z dnia 8 listopada 2017r. Organ wezwał pracownika . do wskazania w jakim charakterze działa w postępowaniu o numerze WIF.WA.II.8523.1.56.2015.ABr, w którym Stroną jest . z siedzibą w wskazując na treść art. 30 § 3,art. 32 oraz art. 33 § 2 i 3 Kpa.

Pismem z dnia 17 listopada 2017r. (data wpływu do Organu 21 listopada 2017 r.) pracownik . poinformował Organ, że działa w charakterze pracownika strony. Wniósł również o udzielenie przez Organ dodatkowych wyjaśnień.

Pismem z dnia 1 grudnia 2017r. skierowanym do ww. pracownika Organ ponownie wskazał na treść art. 30 § 3, art. 32 oraz art. 33 § 2 i 3 Kpa, oraz poinformował, że składane przez niego pisma i podejmowane czynności nie będą brane pod uwagę jako wykonywane przez osobę nieuprawnioną.

W dniu 29 grudnia 2017r. odmówiono udostępnienia akt pracownikowi spółki Cosmedica, ze względu na brak potwierdzenia, iż działa on jako pełnomocnik Strony tj.
Pełnomocnictwo przedłożone przez pracownika spółki zostało podpisane przez członka zarządu, który nie jest uwidoczniony w KRS a nr . Jednocześnie do pełnomocnictwa nie został dołączony żaden dokument potwierdzający, że mocodawca pełnomocnictwa, istotnie jest członkiem zarządu uprawnionym do jej reprezentowania. W związku z powyższym nie było możliwości ustalenia czy pracownik w/w spółki został prawidłowo ustawiony pełnomocnikiem Spółki uprawnionym do działania w jej imieniu.

Pismem z dnia 30 stycznia 2018r. Organ ponownie zawiadomił Stronę o zamiarze zakończenia postępowania. Strona podjęła zawiadomienie o zamiarze zakończenia postępowania w dniu 2 lutego 2018r.

Pismem z dnia 2 lutego 2018r. (data wpływu do Organu 7 luty 2018r.) w odpowiedzi na zawiadomienie o zamiarze zakończenia postępowania, wpłynęło pismo pełnomocnika spółki w którym zwraca się z kolejną prośbą o udzielenie informacji jaki dokument należy dołączyć do pełnomocnictwa aby Organ uznał, iż pełnomocnictwo zostało wystawione przez osobę uprawnioną do reprezentacji Jednocześnie informując w piśmie o zamiarze skorzystania z uprawnienia zapoznania się z aktami.

Pismem z dnia 5 lutego 2018r. Organ ponownie udzielił odpowiedzi na pismo z dnia 11 stycznia 2018r. (data wpływu do Organu 16 stycznia 2018r.) w przedmiocie dokumentów koniecznych do ustalenia ważności pełnomocnictwa udzielonego przez spółkę
osobie fizycznej.

Do dnia wydania przedmiotowej decyzji, w terminie wskazanym w zawiadomieniu, Strona nie zapoznała się z aktami sprawy, nie złożyła wniosków o przeprowadzenie dowodu oraz nie złożyła wyjaśnień w sprawie.

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

Stwierdzenie naruszenia

z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w , KRS aptekę ogólnodostępną zlokalizowaną w przy ul.
na podstawie zezwolenia Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Warszawie 1 roku znak

W dniu 5 października 2015 roku Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny otrzymał zawiadomienie, w którym poinformowano o możliwości prowadzenia zabronionej reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul. , poprzez rozpowszechnianie karty rabatowej „10 kroków do 15% rabatu".

Do zawiadomienia dołączono kartę rabatową wraz z paragonem fiskalnym.

Na podstawie całokształtu zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego Organ przyjął za udowodnione rozpowszechnianie przez Stronę karty rabatowej „10 kroków do 15% rabatów" w aptece zlokalizowanej w

Pomimo wyjaśnień kierownika apteki przy ul. , który wskazał *„w aptece, w której jestem kierownikiem nie są wydawane karty rabatowe „10 kroków do 15% rabatu" i nie są prowadzone żadne programy lojalnościowe"* analiza zgromadzonego materiału dowodowego prowadzi do odmiennych wniosków.

Karta rabatowa dołączona do zawiadomienie zawiera napisy: *„10 kroków do 15% rabatu"* informację: *„Rabat nie dotyczy leków refundowanych, środków przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych. Promocje nie łączą się"* oraz dziesięć kwadratów z wizerunkiem podeszwy buta, przy czym trzy kwadraty zawierają pieczątki, zaś dołączony do zawiadomienia paragon fiskalny stanowi potwierdzenie zakupu 3 produktów w aptece Apteka

w dniu 24.09.2015r.

W toku postępowania Strona nie zapoznała się z aktami sprawy, nie złożyła wniosków o przeprowadzenie dowodu oraz nie złożyła wyjaśnień w sprawie pomimo, że Organ wielokrotnie wzywał Stronę do ich złożenia (zawiadomienie o wszczęciu postępowania z dnia 13.10.2015 r., wezwanie z dnia 20.01.2016 r., wezwanie z dnia 30.06.2016r., wezwanie z dnia 8.05.2017r.). W odpowiedzi Organ otrzymał jedynie wniosek strony o zawieszenie postępowania oraz prośbę o wyjaśnienia w związku z otrzymaniem trzech pism o tej samej sygnaturze.

Organ za udowodnione przyjął, że karta rabatowa „10 kroków do 15% rabatu" rozpowszechniana była co najmniej od 24.09.2015r., oraz że rozpowszechniana była w aptece przy (data sprzedaży 3 produktów uwidoczniona na paragonie fiskalnym, wyjaśnienia Pani , zawiadamiającej o możliwości naruszenia zakazu reklamy apteki). Wobec braku dowodów odmiennych Organ przyjmuje, że reklama apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w jest kontynuowana.

Fakty te Organ uznaje za niewątpliwe i udowodnione w ramach postępowania zakończonego wydaniem niniejszej decyzji, na podstawie dokumentacji pozostającej w aktach sprawy.

Naczelny Sąd Administracyjny w orzeczeniu z dnia 22 listopada 2017r. (syg. akt II GSK 904/16, Lex nr 2407086) wskazał, iż cyt: „ ... powołując się na art.94a ust.1 ustawy Prawo Farmaceutyczne, zgodnie z którym obowiązuje zakaz reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Można jedynie informować o lokalizacji apteki i godzinach jej otwarcia. W tej sprawie taką informacją była karta rabatowa, czyli karta stałego klienta, która już w swojej nazwie stwierdzała, iż jej posiadacz jest stałym klientem konkretnej apteki. Nie można więc przyjąć, że spełniała tylko te zadania informacyjne, o których mówi ustawa. W ocenie taki sposób i cel działania był programem lojalnościowym. Wszystkie objęte nim produkty były sprzedawane z rabatem. Aby go otrzymać, należało jednak posiadać kartę stałego klienta i okazać ją aptekarzowi. Umożliwiała ona nabywanie w konkretnej aptece produktów leczniczych po cenach rabatowych, a nie po cenach promocyjnych. Ten sposób czynił klienta „lojalnym" wobec konkretnej apteki. Była to wiec reklama. Konstytucyjna zasada swobody działalności gospodarczej może być ograniczona ustawą. Do takich szczególnych ustaw należy Prawo Farmaceutyczne, które zabrania reklamy apteki i punktów aptecznych. Leki nie są bowiem zwykłym produktem rynkowym. Obrót nimi musi być reglamentowany przez państwo, a prowadzący taką działalność nie mogą korzystać z pełni wolności gospodarczej. Ochrona zdrowia wymaga między innymi ażeby leki nie były nadużywane. A do tego mogła by prowadzić sugestywna reklama zarówno samych leków, jak i aptek."

Zgodnie z dyspozycją art. 94a ust. 1, ust. 2 i ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001 r. 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.

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

W orzecznictwie wskazuje się, że wobec braku ustawowej definicji reklamy działalności aptek, należy w tym względzie odwołać się do opracowań słownikowych. W Wielkim Słowniku Wyrazów Obcych (pod red. M. Bańki, PWN, Warszawa 2003) wskazano, że reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług. Reklamą działalności apteki będzie więc zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w aptece -niezależnie od form i metod jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków - jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych" (wyrok

WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008 r., VII SA/Wa 698/08, niepubl. oraz wyrok WSA w Warszawie z dnia 1 lutego 2008 r., VII SA/Wa 1960/07, Lex, nr 451165).
Reklamą apteki jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów i która w taki sposób jest odbierana przez klientów. Szeroki sposób rozumienia reklamy działalności aptek uzasadnia również fakt, że art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, poza stwierdzeniem, że nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego, nie zawiera katalogu działań, które byłyby ex lege wyłączone z zakresu tego pojęcia, jak ma to miejsce w przypadku reklamy produktu leczniczego. Reklamą działalności apteki może być więc każde działanie zmierzające do zwiększenia sprzedaży. Reklama może przy tym przyjmować różne formy, w szczególności: haseł, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów, czy też gazetek. (Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 5 marca 2015 r., II GSK 54/14).

Przytoczona definicja reklamy w zestawieniu z definicją apteki, zawartą w ustawie Prawo farmaceutyczne w art. 86, pozwala na przyjęcie, że reklamą działalności apteki jest działanie polegające na zachęcaniu potencjalnych klientów do dokonywania zakupu i korzystania z usług farmaceutycznych w konkretnej aptece lub punkcie aptecznym.

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

Za reklamę należy uznać 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 wyniku których nastąpi zbyt towarów lub usług, albo pośrednio — przez stworzenie sugestywnego obrazu towarów i usług, a także samego przedsiębiorcy, w stopniu narzucającym adresatom nieodpartą chęć nabycia towarów i usług.

Na poparcie powyższych tez Organ wskazuje, iż Uniwersalny Słownik Języka Polskiego pod red. prof. Stanisława Dubisza (wydawnictwo Naukowe PWN, W-wa 2003 r.) pod pojęciem reklamy rozumie działanie polegające na zachęcaniu potencjalnych klientów do zakupu określonych towarów i usług, ale także napis, rysunek, plakat, film itp. służący temu celowi.

Mając na względzie powyższe, za udowodniony Organ uznaje fakt naruszenia zakazu określonego w art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne tj. prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w .

Kara pieniężna

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne 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 przepisowi art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne) 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 Prawo farmaceutyczne. 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 apteki ogólnodostępnej wymienionej w pkt I sentencji niniejszej decyzji, przez

Organ nie może odstąpić od nałożenia kary, gdyż nie posiada kompetencji 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 profesjonalne działające na rynku powinny przewidywać, że podejmowane przez nich działania w ramach działalności regulowanej, jaką 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 nie dołożyli należytej staranności by norm prawa zawartych w ustawie Prawo farmaceutyczne nie naruszać.

Na podstawie treści otrzymanego zawiadomienia i dowodów zgromadzonych w sprawie Organ stwierdził, że reklama polegająca na rozpowszechnianiu karty rabatowej „10 kroków do 15% rabatu" prowadzona była co najmniej od września 2015 r. Wobec braku dowodów odmiennych Organ przyjmuje, że reklama apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w 3 jest kontynuowana. Dokonując oceny wagi (rozmiarów) stwierdzonego naruszenia Organ stwierdza, iż prowadzona reklama dotyczy jednej apteki.

Przy ustalaniu wymiaru kary pieniężnej Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uwzględnił również fakt, iż nie było to pierwsze naruszenie przepisów art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne przez z siedzibą w . Biorąc pod uwagę powyższe spółka miała widzę i świadomość, że podjęte działania naruszają zapis art.94a ustawy Prawo farmaceutyczne.

Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności, jako mające wpływ na wymiar kary pieniężnej, Organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 10 000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych).

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

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

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. Ponadto zgodnie z art. 107 § 1 pkt.7 w zw. z art.127a Kpa w trakcie biegu terminu do wniesienia odwołania strona może zrzec się prawa do wniesienia odwołania wobec organu administracji publicznej, który wydał decyzję. Z dniem doręczenia organowi administracji publicznej oświadczenia o zrzeczeniu się prawa do wniesienia odwołania przez ostatnią ze stron postępowania, decyzja staje się ostateczna i prawomocna.

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.

MAZOWIECKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY
mgr farm. Mariola Kostewicz

Otrzymują:
1. Strona:
2. a/a.

27.04.2018