

r.
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY
03-707 Warszawa, ul. Floriańska 10
tel. 22 628-28-60; fax. 22 629-52-53

WIF.WA.I.8521.2.77.2017.AKK

IK:46507

D E C Y Z J A

- I. Na podstawie 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. - Kodeks postępowania administracyjnego (t. j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1257), zwanej dalej: „kpa”, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny umarza postępowanie w część dotyczącej nakazu zaprzestania reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie „...”, zlokalizowanej w Warszawie przy ul. „...”, poprzez:
- umieszczenie w izbie ekspedycyjnej wyeksponowanych obok niektórych produktów leczniczych, suplementów diety, kart na których widoczne były dwie ceny (wyższa i niższa); cena niższa zapisana była większymi cyframi niż cena wyższa, cena wyższa została przekreślona;
 - umieszczenie w izbie ekspedycyjnej na kartkach z cenami napisu: „HIT”, a na szklanej gablocie obok stanowisk do ekspediowania naklejono napis: „... HITY SEZONU.”
 - umieszczenie w izbie ekspedycyjnej w szklanej gablocie: napisu „Super cena !!! 20 saszetek 17,99 .W toku kontroli stwierdzono
 - umieszczenie przed wejściem do apteki i drogerii (wiatrołap) plakatu, na którym pojawiły się informacje następującej treści; Prezenty Last minute - 20% Rabat z KARTĄ tylko 20- 24. 12. 2017 r.,
- II. Na podstawie art. 129b ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (Dz.U. z 2017r., poz. 2211, ze zm.), zwanej dalej: „Prawo farmaceutyczne”, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny **nakłada na spółkę** działającą pod firmą: Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą : zwaną dalej: „Stroną”, **karę pieniężną w wysokości 10.000 zł (słownie: dziesięć tysięcy zł 00/100)** z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo farmaceutyczne w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa.

U Z A S A D N I E N I E

W wyniku przeprowadzonej w dniu 19 grudnia 2017r. na podstawie upoważnienia nr 648 z dnia 19 grudnia 2017r. przez inspektora farmaceutycznego z Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Warszawie kontroli doraźnej bez zawiadomienia w zakresie prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w Warszawie przy ul. „...” dokonano ustaleń opisanych w protokole znak WIF.WA.I.8521.2.77.2017.AKK, podpisanym w dniu 8 stycznia 2018 r.

Pismem znak WIF.WA.I.8521.2.77.2017.AKK z dnia 29 stycznia 2018 r. Organ poinformował stronę o wszczęciu postępowania administracyjnego w przedmiocie nieprawidłowości przedstawionych w protokole z kontroli oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy, a także wypowiedzenia się, co do zebranych w toku kontroli dowodów i materiałów. Strona nie skorzystała z prawa do zapoznania się z aktami sprawy.

Przed wydaniem decyzji spółka „...” Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością została powiadomiona pismem z dnia 19 marca 2018 r. o zamiarze zakończenia postępowania w

przedmiocie nieprawidłowości, które zostały stwierdzone podczas kontroli przeprowadzonej w aptece ogólnodostępnej zlokalizowanej w Warszawie przy ul. . W przedmiotowym piśmie pouczono stronę o prawie do czynnego udziału w każdym stadium postępowania, możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów, jak również przeglądania akt sprawy oraz brania udziału w przeprowadzeniu dowodu.

Do dnia wydania niniejszej decyzji Strona nie złożyła dodatkowych wyjaśnień, ani nie zgłosiła żadnych nowych wniosków dowodowych i żądań, nie skorzystała z możliwości przeglądania akt sprawy.

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

Stwierdzenie naruszenia

Kontrolę doraźną bez zawiadomienia w zakresie prowadzenia reklamy apteki przeprowadzono w aptece ogólnodostępnej w Warszawie przy ul. , podczas kontroli stwierdzono,

- umieszczenie w izbie ekspedycyjnej wyeksponowanych obok niektórych produktów leczniczych, suplementów diety, kart na których widoczne były dwie ceny (wyższa i niższa); cena niższa zapisana była większymi cyframi niż cena wyższa, cena wyższa została przekreślona;
- umieszczenie w izbie ekspedycyjnej na kartkach z cenami napisu: „HIT”, a na szklanej gablocie obok stanowisk do ekspediowania naklejono napis: „ HITY SEZONU. ”
- umieszczenie w izbie ekspedycyjnej w szklanej gablocie: napisu „Super cena !!! 20 saszetek 17,99 .W toku kontroli stwierdzono
- umieszczenie przed wejściem do apteki i drogerii (wiatrołap) plakatu, na którym pojawiły się informacje następującej treści; Prezenty Last minute - 20% Rabat z KARTĄ tylko 20- 24. 12. 2017 r..

Biorąc pod uwagę powyższe, zarzucono Stronie prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w Warszawie przy ul. poprzez eksponowanie w ekspedycji wywieszek cenowych na których umieszczona została przekreślona cena wyższa. Cenę niższą zapisano większymi cyframi w porównaniu do ceny wyższej, naklejenie na szklanych gablotach kartek w kształcie gwiazdki z napisem; „Super cena !!! ” oraz napisu „ HITY SEZONU” Ponadto poprzez umieszczenie przed wejściem do apteki ogólnodostępnej i drogerii plakatu informującego o udzielaniu 20% rabatu z kartą w dniach 20. 12.2017 do 24.12.2017 r. działania te stanowią zakazaną reklamę apteki ogólnodostępnej, o której mowa w art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego.

W ocenie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego zarówno same treści zawarte na kartach, nalepkach znajdujących się w lokalu kontrolowanej apteki, atrakcyjność, czytelność formy zamieszczonych w aptece informacji, jak i nieprzypadkowe przymocowanie plakatu od strony zewnętrznej szyby pomieszczenia ekspedycji – tak, by był on widoczny dla osób (potencjalnych klientów) przechodzących obok apteki, wskazują jednoznacznie na celowe działanie, które może sugerować potencjalnym pacjentom, że w aptece tej dostępne są produkty lecznicze w promocyjnych cenach, oraz ceny pozostałego asortymentu są niższe niż w innych aptekach. Powyższe działania mogą prowadzić do wzrostu popytu na asortyment i usługi świadczone w aptece zlokalizowanej w Warszawie przy ul. i niewątpliwie stanowią zakazaną reklamę apteki.

Zgodnie z dyspozycją art. 94a ust. 1, ust. 2 i 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 – Prawo farmaceutyczne 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 orzecnictwie 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., sygn. akt: VII SA/Wa 698/08, niepubl. oraz wyrok WSA w Warszawie z dnia 1 lutego 2008 r., sygn. akt: 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 Prawa farmaceutycznego, 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: hasła, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów, czy też gazetek (wyrok NSA z dnia 5 marca 2015 r., sygn. akt: 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 wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego z siedzibą w Warszawie z dnia 14 maja 2008 r., VII SA/Wa 2215/07, wskazano, iż *zauważyć trzeba, że art. 94a nie definiuje katalogu działań, które nie stanowiłyby reklamy działalności apteki, przepis ten jedynie określa, do jakich produktów leczniczych nie może się odnosić reklama działalności apteki. Dlatego też 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, jeśli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych oferowanych w danej aptece.* Również w licznych wyrokach Naczelnego Sądu Administracyjnego (m. in. z dnia 11 października 2016 r., sygn. akt: II GSK 1996/15, z dnia 11 października 2016 r., sygn. akt: II GSK 1156/15, z dnia 11 października 2016 r., sygn. akt: II GSK 682/15) wskazano, 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 kupna. (...) Orzecznictwo wskazuje, że reklamą działalności apteki może być każde działanie zmierzające do zwiększenia sprzedaży”.*

W literaturze wyrażany jest pogląd, że 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. Równocześnie ograniczoność czasowa oferty apteki stanowi dodatkową zachętę do skorzystania z jej usług, bądź nabycia oferowanego towaru. 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.

W tym miejscu Organ pragnie wskazać, że odbiorcami przedmiotowej reklamy nie są przeciętni konsumenci, ponieważ mamy do czynienia w tym przypadku z pacjentem apteki. Jak wskazał Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 3 grudnia 2003 r., sygn. akt: I CK 358/02 (niepubl.), również w Polsce, co do zasady, należy obecnie przyjąć powszechnie stosowany w Unii Europejskiej model przeciętnego konsumenta jako osoby należycie poinformowanej, uważnej, ostrożnej i rozsądnie krytycznej. Wzorzec ten nie może być jednak definiowany w oderwaniu od konkretnych warunków ustalonych w sprawie oraz od realiów związanych z odbiorcą określonych produktów, do którego kierowana jest reklama (por. także wyrok Sądu Najwyższego z dnia 11 lipca 2002 r., sygn. akt: I CKN 1319/00, OSNC 2003, nr 5, poz. 73). *Nie można zatem pomijać, że konsumentami leków są osoby chore, często o zmniejszonej z tego powodu zdolności postrzegania oraz rozsądnej i krytycznej oceny, podobnie jak osoby starsze, stanowiące także znaczną grupę konsumentów leków. Są to z reguły osoby bardziej podatne na sugestię i mniej krytyczne* (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2 października 2007 r. sygn. akt: II CSK 289/07).

W ocenie Organu zamieszczenie plakatu przed wejściem do apteki oraz umieszczenie kartek, wywieszek cenowych na których umieszczona została przekreślona cena wyższa na półkach oraz przy stanowiskach kasowych jednoznacznie zachęcają do nabycia towaru właśnie w tej aptece.

Mając na uwadze powyższe, za udowodniony Organ uznaje fakt naruszenia zakazu określonego w art. 94a ust. 1, ust. 2 i 3 ustawy - Prawo farmaceutyczne zdanie pierwsze, tj. prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w Warszawie przy ul. poprzez umieszczenie przed wejściem do apteki od strony ulicy plakatu informacyjnego o rabacie na kosmetyki w aptece, a także umieszczeniu na półkach wywieszek cenowych na których umieszczona została przekreślona cena wyższa. Cenę niższą zapisano większymi cyframi w porównaniu do ceny wyższej oraz naklejenie na szklanych gablotach przy stanowiskach kasowych kartek w kształcie gwiazdki z napisem; „Super cena !! . Ponadto umieszczenie przed wejściem do apteki ogólnodostępnej i drogerii plakatu informującego o udzielaniu 20% rabatu z kartą w dniach 20. 12.2017 do 24.12.2017 r. W ocenie Organu zamieszczenie w aptece ww. informacji stanowi naruszenie zakazu prowadzenia reklamy w rozumieniu przepisów Prawa farmaceutycznego.

Zgodnie z wiedzą Organu opisane w sentencji decyzji działania nie są już prowadzone (dowód pismo strony z dnia 22 grudnia 2017 r. stanowiące załącznik do protokołu kontroli nr 3, oraz załącznik do protokołu nr 4 – akta sprawy), w związku z czym postępowanie w zakresie opisanym w pkt. I sentencji niniejszej decyzji stało się bezprzedmiotowe. 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 opisanym w pkt. I sentencji decyzji w związku z powzięciem wiadomości dotyczących możliwości prowadzenia przez spółkę działającą pod firmą Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością reklamy apteki zlokalizowanej w Warszawie przy ul. 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.

Kara Pieniężna

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i 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, że kara pieniężna jest obligatoryjna, a zatem czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do konkretnego przedsiębiorcy należy nałożyć sankcję karną nie decyduje organ, w tym wypadku Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, gdyż kara ta wynika wprost z przepisów ustawy - Prawa farmaceutycznego. W przypadku stwierdzenia prowadzenia reklamy apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności organ na podstawie przepisów prawnych jest zobligowany nałożyć karę, ma jedynie możliwość miarkowania wysokości kary.

W przedmiotowym postępowaniu zostało udowodnione prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w Warszawie przy ul. . dlatego Organ nie może odstąpić od nałożenia kary, gdyż nie posiada kompetencji do uznaniowego nałożenia bądź nienałożenia kary pieniężnej.

Zgodnie z art. 83 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, 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 stwierdza, iż prowadzona reklama zawiera jednoznaczne skojarzenia z działalnością apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w Warszawie przy ul. . Na marginesie zaznaczyć należy, że Strona postępowania z uwagi na długi okres obowiązywania przepisów, będących podstawą wydania niniejszej decyzji musiała być świadoma naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, którego interpretację rozwija bogate orzecznictwo. 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.

Uwzględniając powyższe, Organ przyjął następujące okoliczności:

- Przedmiotem postępowania było kilka rodzajów naruszenia art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego, tj. plakat informujący o udzielaniu 20% rabatu z kartą w dniach 20.12.2017 do 24.12.2017 r. i kilka kart z informacjami o promocyjnych cenach produktów leczniczych.
- Kara pieniężna ma pełnić również rolę prewencyjną.
- Od przedsiębiorcy prowadzącego aptekę wymagana jest znajomość przepisów regulujących ten rodzaj działalności gospodarczej, w szczególności przepisu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego.

Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności mające wpływ na wymiar kary pieniężnej, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości 10 000 zł (słownie: dziesięć tysięcy 00/100 zł), czyli kwotę za kilka rodzajów naruszenia zakazu wynikającego z art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego.

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

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

Organ wskazuje, że kara ta ma również znaczenie edukacyjne dla samego przedsiębiorcy jak również wymiar odstraszający, będący ewentualną przestrożą dla innych przedsiębiorców prowadzących detaliczny obrót produktami leczniczymi przed podobnym naruszeniem.

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

Zgodnie z dyspozycją art. 129ba ust. 1 i 2 Prawa farmaceutycznego karę pieniężną uiszcza się w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna, na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Farmaceutycznej 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.

Mając na uwadze powyższe organ orzekł jak w sentencji.

Pouczenie:

Od niniejszej decyzji 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 związku 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 art. 130 § 3 pkt 2 kpa wniesienie odwołania nie wstrzymuje wykonania pkt I niniejszej decyzji.

Zgodnie z dyspozycją art. 129ba ust. 1 Prawa farmaceutycznego kary pieniężne uiszcza się w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Farmaceutycznej 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 ustawowymi za zwłokę następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji (art. 129ba ust. 2 Prawa farmaceutycznego).

**MAZOWIECKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

Mariola Kostewicz

/ podpisano elektronicznie /

Otrzymują:

1. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą
2. Ad Acta.