

WIF.WA.II.8523.1.2018.MA
IK: 48237

ul. Warszawa

reprezentowana przez:

Adw

ul.

Warszawa

DECYZJA

W wyniku przeprowadzenia postępowania administracyjnego w stosunku do spółki, działającej pod nazwą Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, z siedzibą w Warszawie, w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94a ustawy z dnia 6 września 2001 r., – Prawo Farmaceutyczne (t.j. Dz. U. 2019 poz. 499 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą Prawo farmaceutyczne”, w związku z powzięciem wiadomości, dotyczących możliwości prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie zlokalizowanej w przy ul.

MAZOWIECKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

- I. Na podstawie art. 94a ust. 3 ustawy Prawo farmaceutyczne oraz art. 104 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r., – Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. 2018 poz. 2096 z późn. zm.), zwanej dalej: „kpa”, **nakazuje zaprzestanie prowadzenia reklamy** apteki ogólnodostępnej o nazwie zlokalizowanej w przy ul. w części dotyczącej:
- 1) umieszczenia w aptece informacji o następującej treści: „Drogi pacjencie. Jeśli kupiłeś którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym lub napisz ceny@pl. Postaramy się, aby już nigdy to się nie powtórzyło”;
 - 2) prowadzenia w aptece programu lojalnościowego oraz wydawania pacjentom Indywidualnych Kart Pacjenta, których posiadacze mogą liczyć na korzyści związane z zakupem leków.
- II. Na podstawie art. 105 § 1 kpa, **umarza postępowanie** w części dotyczącej nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w przy ul. w postaci:
- 1) umieszczenia na terenie miasta przy ul. ul. oraz ul. bannerów, zawierających następującą treść: „Apteka Ceny Hurtowe”
- ze względu na jego bezprzedmiotowość.
- III. Na podstawie art. 129b ust. 1 i 2 ustawy Prawo farmaceutyczne, **nakłada na Stronę karę pieniężną w wysokości 20 000 zł (dwadzieścia tysięcy złotych 0/100)** z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa

w art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, w zakresie przedstawionym w pkt I sentencji decyzji, płać do budżetu państwa.

Zgodnie z art. 94a ust. 4 ustawy Prawo farmaceutyczne nakazowi w pkt I. sentencji decyzji, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny **nadaje rygor natychmiastowej wykonalności**.

UZASADNIENIE

W dniu 1 lutego 2018 r., Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, z urzędu wszczął postępowanie administracyjne w celu wyjaśnienia czy doszło do naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, w związku z powzięciem wiadomości o podejrzeniu prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej, zlokalizowanej w przy ul. w postaci:

a) umieszczeniem w aptece informacji o następującej treści: „Drogi Pacjencie. Jeśli kupiłeś którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym lub napisz ceny@.pl. Postaramy się, aby już nigdy to się nie powtórzyło”;

b) umieszczeniem bannerów o treści: „Apteka Ceny Hurtowe” przy ul. , ul. oraz ul. .

W powyższym piśmie, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, zwrócił się do Strony z jednoczesnym wezwaniem do:

- 1) wskazania daty oraz miejsca umieszczenia informacji o treści „Drogi pacjencie. Jeśli kupiłeś którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym lub napisz ceny@.pl. Postaramy się, aby już nigdy to się nie powtórzyło” oraz dat i miejsc umieszczenia ww. banerów,
- 2) dostarczenia egzemplarza informacji o treści: „Drogi pacjencie. Jeśli kupiłeś którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym lub napisz ceny@.pl. Postaramy się, aby już nigdy to się nie powtórzyło”,
- 3) udzielenia informacji czy na ww. adres mailowy tj. ceny@.pl. Przekazywane były informacje od pacjentów, a jeśli tak to zwrócono się z prośbą o ich dostarczenie;
- 4) wskazania podmiotu, który zlecił umieszczenie opisanych wyżej banerów oraz informacji;
- 5) wskazania wszystkich miejsc, w których umieszczono ww. banery oraz informacje.

W dniu 21 lutego 2018 r. Organ zawiadomieniem, zmienił zakres toczącego się postępowania, rozszerzając go o prowadzenie reklamy apteki, w postaci prowadzenia programów lojalnościowych oraz wydawania pacjentom Indywidualnych Kart Pacjenta, umożliwiających otrzymywanie przez pacjentów różnego rodzaju korzyści.

Jednocześnie w tym samym piśmie, Organ zwrócił się do Strony z wezwaniem do:

- 1) podania daty rozpoczęcia prowadzenia programu lojalnościowego;
- 2) przesłania kopii Regulaminu lub innego rodzaju dokumentu, określającego prawa i obowiązki uczestnika programu lojalnościowego;
- 3) podania nazw i lokalizacji wszystkich aptek uczestniczących w tym programie;
- 4) udzielenia informacji czy w aptece rozdawane są „Karty Identyfikacyjne”/ „Karty pacjenta”, „Kupony promocyjne”, „Kupony punktowe”, „Bony”;
- 5) wskazanie jakie przywileje przysługują posiadaczowi ww. kart. czy kuponów oraz co umożliwia posiadanie ww. kart czy kuponów.

Pismem z dnia 5 marca 2018 r. adw. [imię] [nazwisko] pełnomocnik reprezentujący Stronę, skierował do Organu prośbę o przedłużenie terminu na złożenie wyjaśnień w kwestiach poruszonych przez Organ w ww. piśmie z dnia 21 lutego 2018 r.

W dniu 19 marca 2018 r. Organ wezwał Stronę do dołączenia do akt sprawy, opłaconego pełnomocnictwa, upoważniającego adw. [imię] [nazwisko] do reprezentowania Strony, w toczącym się postępowaniu w przedmiocie reklamy apteki ogólnodostępnej.

W odpowiedzi na ww. pismo z dnia 21 lutego 2018 r., Strona poinformowała Organ, że w przedmiotowej sprawie apteka nie prowadziła programu lojalnościowego i w związku z czym nie mogła wskazać ram czasowych prowadzenia programu. Z przyczyn wymienionych powyżej apteka nie miała również możliwości dostarczenia dokumentu określającego prawa i obowiązki uczestnika programu lojalnościowego oraz przywilejów i możliwości mogących się z tym wiązać. Strona poinformowała również, że apteka nie wydawała pacjentom, kart związanych z programem lojalnościowym.

Do powyższego pisma dołączono opłacone pełnomocnictwo, upoważniające adw. [imię] [nazwisko] do reprezentowania Strony, w postępowaniu w przedmiocie reklamy apteki ogólnodostępnej.

Pismem z dnia 16 lipca 2018 r., w związku z udzieleniem przez Stronę odpowiedzi tylko na pismo z dnia 21 lutego 2018 r., ponownie wezwał Stronę do:

- 1) wskazania daty oraz miejsca umieszczenia informacji o treści: „Drogi pacjencie. Jeśli kupiłeś, którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym lub napisz ceny@[imię]@[nazwisko].pl. Postaramy się, aby już nigdy to się nie powtórzyło” oraz dat i miejsc umieszczenia ww. bannerów;
- 2) dostarczenia egzemplarza informacji o treści: „Drogi pacjencie. Jeśli kupiłeś, którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym lub napisz ceny@[imię]@[nazwisko].pl. Postaramy się, aby już nigdy to się nie powtórzyło”;
- 3) udzielenia informacji czy na ww. adres mailowy tj. ceny@[imię]@[nazwisko].pl. Przekazywane były informacje od pacjentów, a jeśli tak to zwrócono się z prośbą o ich dostarczenie;
- 4) wskazania podmiotu, który zlecił umieszczenie opisanych powyżej bannerów oraz informacji;
- 5) wskazania wszystkich miejsc, w których umieszczono ww. bannery oraz informacje.

W odpowiedzi na pismo z dnia 16 lipca 2018 r., Strona wyjaśniła, iż w aptekach przez nią prowadzonych, nie znajduje się informacja o wskazanej treści i w związku z tym Strona nie jest w stanie wskazać zarówno daty jak i miejsca jej umieszczenia. W związku z powyższym Strona nie miała również możliwości dostarczenia egzemplarza na którym znajduje się informacja o powyższej treści. W kwestii bannerów Strona wyjaśniła, iż nie zostały one w ogóle umieszczone we wskazanych miejscach.

Strona poinformowała również, że nie jest w posiadaniu wiedzy na temat osoby mogącej zlecić umieszczenie omawianej informacji w aptekach, prowadzonych przez Stronę.

Co do kwestii, związanej z programem lojalnościowym a w szczególności dotyczącej udzielenia w dniu 19 lutego 2018 r., na podstawie wydanej Indywidualnej Karty Pacjenta o nr [numer], rabatu na produkt leczniczy „Essentiale Forte 50 kapsułek”, Strona wyjaśniła, iż ze względu na znaczny upływ czasu, utrudnionym staje się ustalenie co było dokładną przyczyną udzielenia wskazanego rabatu.

Następnie Organ w dniu 6 września 2018 r. powiadomił Stronę o zakończeniu prowadzonego z urzędu postępowania w niniejszej sprawie, pouczając jednocześnie o prawie Strony do czynnego udziału w postępowaniu, prawie do wypowiedzenia się co do zebranych materiałów i dowodów, prawie do przeglądania akt sprawy i prawie do brania czynnego udziału w przeprowadzeniu dowodów.

W nawiązaniu do powyższego pisma z dnia 6 września 2018 r., Strona pismem z dnia 19 września 2019 r., wniosła o umorzenie postępowania administracyjnego ze względu na jego bezprzedmiotowość.

Do dnia wydania niniejszej decyzji, Strona nie złożyła dodatkowych wyjaśnień jak również nie przedstawiła żadnych nowych żądań i nie zgłosiła nowych wniosków dowodowych.

Po przeanalizowaniu całego, zebranego na dzień wydania decyzji materiału dowodowego, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zważył co następuje:

W niniejszym postępowaniu Spółce _____, z siedzibą w Warszawie, zarzucono prowadzenie zakazanej reklamy apteki poprzez:

- 1) umieszczenie w lokalu apteki ogólnodostępnej o nazwie _____ informację o następującej treści: „Drogi pacjencie. Jeśli kupiłeś którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym lub napisz ceny@_____ pl. Postaramy się, aby już nigdy to się nie powtórzyło”;
- 2) umieszczenie na terenie miasta _____ przy ul. _____ ul. _____ oraz ul. _____ W _____ i bannerów, zawierających następującą treść: „Apteka _____ Ceny Hurtowe”;
- 3) prowadzenie w aptece programu lojalnościowego oraz wydawania pacjentom Indywidualnych Kart Pacjenta, oferując przy tym różnego rodzaju korzyści.

Zgodnie z treścią art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Przywołany przepis nie definiuje pojęcia reklamy apteki, wskazując jedynie działania które nimi nie są. Zgodnie z tym reklamy nie stanowi jedynie informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. Na podstawie art. 94a ust. 2, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy Prawo farmaceutyczne w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu poza aptecznego. W razie uzyskania informacji o prowadzeniu reklamy apteki lub punktu aptecznego, na podstawie art. 94a ust. 3 ustawy Prawo farmaceutyczne, Organ nakazuje w drodze decyzji zaprzestanie jej prowadzenia.

Odnosząc się do zarzutu wymienionego w pkt 1) należy rozstrzygnąć czy wskazana treść stanowi zwykłą informację czy też ma postać ukrytej reklamy apteki.

W ocenie Organu umieszczenie w aptece ww. treści świadczyło o tym, że rzeczywistą intencją podmiotu, prowadzącego aptekę była chęć pozyskania jak największej liczby pacjentów ze względu na zamiar wydania im leków po niższej cenie, po uzyskaniu od pacjentów informacji odnośnie sprzedaży leków w innych aptekach.

Ponadto pacjenci, odwiedzający aptekę, mogli zostać świadomie wprowadzeni przez aptekę w błąd bowiem powyższa treść mogłaby zostać przez nich odczytana jako gwarancja uzyskania tańszych leków w sytuacji powiadomienia personelu apteki o zakupie w innej aptece leków po cenie niższej niż te obowiązujące w danym lokalu apteki ogólnodostępnej.

Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 2 października 2007 r. sygn. akt: II CSK 289/07 , OSNC 2008, nr 12, poz. 140 dotyczącego reklamy działalności apteki wskazał, iż: (...) *Powszechnie przyjmuje się, że reklamą są wszelkie formy przekazu, w tym także takie, które nie zawierają w sobie elementów ocennych ani zachęcających do zakupu, mogą jednak zostać przyjęte przez ich odbiorców jako zachęta do ich kupna (...)*.

Natomiast zgodnie z treścią wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego z dnia 3 sierpnia 2018 r. znak: VI SA/WA 563/18 Sąd orzekł iż: (...) *Nie ulega zatem wątpliwości, że reklama apteki/punktu aptecznego może przyjmować różne formy takiego zachęcania (w tym sugerujące, że ceny produktów w niej oferowanych są inne niż ceny produktów w innych aptekach): poprzez ulotki, foldery, wywieszki, promocje cenowe, i temu podobne działania, które mają na celu przyciągnięcie potencjalnych klientów do dokonania zakupu produktu lub wyrobu leczniczego w konkretnej aptece, zwiększenia konsumpcji tych produktów, a*

przez to informowanie potencjalnych klientów o preferencjach obowiązujących w aptece, co z kolei ma zachęcać ich do korzystania z tej właśnie apteki (...).

Powyższe potwierdza, iż odnośnie zarzutu wymienionego w pkt 1) Strona, prowadziła ukrytą reklamę apteki, czym naruszyła dyspozycję art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne.

Odnośnie zarzutu wymienionego w pkt. 2), należy nadmienić, iż przedmiotowe bannery, umieszczone przy ul. _____ ul. _____ przy ul. _____ były dużych rozmiarów (3,5 m na 1,2 m) oraz znajdowały się w łatwo widocznych miejscach.

Ponadto zastosowane zostały na nich kolory i wyrazy, które powodowały, że bannery te mogły z łatwością zostać zauważone w ciągu dnia przez potencjalnych pacjentów apteki.

Przykładowo na bannerze, znajdującym się na ul. _____, zostały użyte wyrazy o dużej czcionce, koloru białego i czarnego, umieszczone w tle koloru zielonego, pomarańczowego i białego. Zastosowane mechanizmy w połączeniu z ww. budową banneru spowodowały, że był on wyraźnie widoczny dla potencjalnych pacjentów apteki.

Potencjalni pacjenci, widząc ww. wyrazy a w szczególności ten o „Cenach Hurtowych” z dużym prawdopodobieństwem mogli odebrać je jako zachętę do skorzystania z usług apteki, w związku z posiadaniem przez nią produktów w cenach niższych od cen detalicznych.

Zgodnie z treścią wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego z dnia 20 września 2010 r. sygn. akt: VI SA/WA 838/10 *„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.”*

Jednocześnie w wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego z dnia 30 czerwca 2016 r. sygn. akt. VI SA/WA 653/15 Sąd wskazał że: *„(.. .)«hurt» to sprzedaż lub kupno większych ilości towaru po cenach niższych niż w handlu detalicznym. Sprzedaż po cenach hurtowych może prowadzić jedynie hurtownia farmaceutyczna: natomiast apteka nie może wystąpić o zezwolenie na taką sprzedaż, gdyż zgodnie z art. 99 ust. 3 pkt 1 Pf, na sprzedaż hurtową nie mogłaby uzyskać zezwolenia. (...)”*

Jeżeli więc apteka należąca do Strony, nie będąc hurtownią farmaceutyczną, w treści banneru zamieściła napis „Ceny Hurtowe” to tym samym sugerowała, potencjalnym pacjentom apteki, ofertę sprzedaży leków w tej aptece - po cenach hurtowych a w związku z tym dopuściła się prowadzenia reklamy apteki, niezgodnie z art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne.

Na marginesie należy wspomnieć, że Główny Inspektor Farmaceutyczny decyzją z dnia 18 sierpnia 2017 r. znak: GIF-P-L-0740/566-5/EF/16 stwierdził nieważność decyzji Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w części dotyczącej nadania aptece ogólnodostępnej części nazwy „Ceny Hurtowe”. Decyzją ta została następnie utrzymana w mocy przez Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 10 kwietnia 2018 r. znak: GIF-P-L-0740/566-8/KBU/16. Tym samym decyzja stała się ostateczna w administracyjnym toku postępowania.

Organ jest w posiadaniu informacji, zgodnie z którą Strona ustosunkowała się do treści ww. decyzji Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 18 sierpnia 2017 r., znak: GIF-P-L-0740/566-5/EF/16 poprzez zdjęcie wywieszonych bannerów, zawierających treść, stanowiącą niedozwoloną reklamę apteki. W związku z powyższym postępowanie w przedmiocie nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy apteki, w przedmiocie zarzutu wymienionego w punkcie 2) stało się bezprzedmiotowe.

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

Bezprzedmiotowość postępowania, o której mowa w art. 105 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 materialnych podstaw do władczej, w formie decyzji administracyjnej, ingerencji organu administracyjnego. W takim przypadku jakiegokolwiek rozstrzygnięcie merytoryczne, pozytywne czy negatywne, staje się prawnie niedopuszczalne.

W ocenie Organu, w przedmiotowej sprawie, zaistniała przesłanka bezprzedmiotowości postępowania ponieważ Strona usunęła elementy niedozwolonej reklamy apteki, stosownie do treści decyzji z dnia 18 sierpnia 2017 r., znak: GIF-P-L-0740/566-5/EF/16.

Z kolei odnosząc się do zarzutu wymienionego w pkt 3) Organ informuje, że prowadzenie przez aptekę programu lojalnościowego w którym za uczestnictwo w tym programie, pacjentom wydawane są specjalne karty pacjenta, na podstawie których posiadacze tych kart, mogą liczyć na specjalne korzyści np. udzielenie rabatów na zakup leków, również stanowi przykład prowadzenia niezgodnej z prawem reklamy apteki.

Zgodnie z treścią wyroku z dnia 20 stycznia 2015 r. sygn. akt. II GSK 1718/13 Naczelny Sąd Administracyjny zgodził się z interpretacją Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w zakresie programu lojalnościowego prowadzonego w aptece. Zgodnie z tą interpretacją programy lojalnościowe uważa się jako te, służące „przyciągnięciu nowych klientów i zatrzymaniu starych, mają za zadanie doprowadzenie do wzrostu sprzedaży poprzez budowanie lojalności wśród obecnych najbardziej wartościowych klientów czy jako narzędzia promocji konsumenckiej stosowanej w sprzedaży, w którym konsumenci nagradzani są w zależności od częstotliwości nabywania produktów lub usług danej firmy i wielkości zakupów. Programy takie zapewniają nie tylko podniesienie sprzedaży i często osłabienie pozycji konkurencji, ale i bezpłatną reklamę, gdyż przyciągają klientów do konkretnych aptek, zachęcając ich w ten sposób do nabywania produktów leczniczych.”

Ze zgromadzonego przez Organ materiału dowodowego wynika, iż apteka w ramach ww. programu lojalnościowego, wydała co najmniej jedną Indywidualną Kartę Pacjenta. Posiadaczowi karty o nr [redacted], została udzielona korzyść w postaci uzyskania rabatu na zakupy, na podstawie którego zakupiony został lek „Essentiale Forte 50 kapsułek” w cenie 9,99 zł.

Powyższe potwierdza, że apteka prowadząc ww. program lojalnościowy, prowadziła niedozwoloną prawem reklamę apteki czym naruszyła dyspozycję art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne.

Kara Pieniężna

Zgodnie z art. 129b ust. 1 i 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 poza aptecznego 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.

Nałożenie kary pieniężnej za naruszenie przepisów o zakazie prowadzenia reklamy apteki ma charakter obligatoryjny, toteż Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny jako Organ I instancji w niniejszym postępowaniu, nie ma możliwości odstąpienia od jej nałożenia na Stronę.

Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności Organ ustalił następujące fakty:

- W lokalu apteki przy ul. [redacted] w [redacted] został umieszczony napis o następującej treści: „Drogi pacjencie. Jeśli kupisz którykolwiek z preparatów taniej niż u nas, powiedz nam o tym lub napisz ceny@[redacted].pl. Postaramy się, aby już nigdy to się nie powtórzyło”, został umieszczony blisko stanowiska kasy. Treść została umieszczona na białej kartce, gdzie użyto wyrazów w kolorze czarnym o dużej i wyraźnej czcionce.

Tym samym pacjenci, odwiedzający aptekę mogli z łatwością zapoznać się z ww. treścią. Powyższe pokazuje, że we wskazanym zakresie apteka prowadziła niedozwoloną reklamę naruszając art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne

- Na terenie miasta [redacted], we wskazanych na wstępie lokalizacjach, zostały umiejscowione bannery, które posiadały następujące cechy:

- 1) duży rozmiar obiektów (ok. 3,5 m. x 1,2 m.);
- 2) treść umieszczona na bannerach a w szczególności napis: „Cen Hurtowe”, sugerowała, że w aptecę dokonywali zakupów leków - po cenach hurtowych;
- 3) na bannerach użyto kolorów i wyrazów łatwo widocznych dla oka. Tytułem przykładu banner przy ul. Wilczyńskiego, zawierał wyrazy o dużej czcionce w kolorze białym i czarnym, znajdujące się na tle barw koloru zielonego, pomarańczowego i białego;
- 4) bannery umieszczono na ogrodzeniach i balkonie – w miejscach, które często mijali przechodnie oraz koło których często przejeżdżały pojazdy;
- 5) grafika, zastosowana na bannerach, była wyrazista i przykuwała uwagę.

Powyższe elementy, tworzące całość, sprawiają że ww. obiekty były bardzo dobrze widoczne w ciągu dnia co niewątpliwie ułatwiało potencjalnym pacjentom apteki, zapoznanie się z ich treścią i tym samym mogło zostać przez nich odebrane jako zachęta do skorzystania z usług apteki.

Okres umiejscowienia przedmiotu

Ze względu na brak dostatecznych dowodów, Organ nie jest w stanie jednoznacznie wskazać zarówno okresu od kiedy przedmiotowe bannery zostały wywieszane jak i daty ich usunięcia. Organ dysponuje jedynie informacjami przekazanymi przez Stronę, która udzieliła wyjaśnień, iż w przedmiotowej sprawie bannery nie znajdowały się w ww. lokalizacjach.

Powyższym wyjaśnieniem Organ nie dał wiary, ponieważ jest on w posiadaniu dokumentacji fotograficznej, z której wynika, iż w wymienionych lokalizacjach ww. bannery znajdowały się.

Odległość między lokalizacją umieszczenia przedmiotów a lokalizacją apteki ogólnodostępnej

Bannery zostały umieszczone przy ul. [redacted], ul. [redacted], oraz przy ul. [redacted] na terenie [redacted]. Wspomniane lokalizacje (zwłaszcza ul. [redacted]) znajdowały się w niewielkiej odległości od lokalu apteki ogólnodostępnej, mieszczącej się przy ul. [redacted].

Powyższe pokazuje, że potencjalni pacjenci apteki po zapoznaniu się z treścią umieszczoną na bannerach nie mieli problemów ze zlokalizowaniem apteki, której powyższa treść dotyczyła.

- Apteka wydała co najmniej jedną Indywidualną Kartę Pacjenta (nr karty [redacted]). Jej posiadaczowi został udzielony rabat na zakupy na podstawie którego, zgodnie z wydrukiem z paragonu fiskalnego, został zakupiony preparat „Essentiale Forte 50 kapsułek” w cenie rabatowej 9,99 zł.

Tym samym w ocenie Organu również w tym zakresie, apteka dopuściła się prowadzenia zakazanej reklamy apteki.

Z pozostałych okoliczności, mających wpływ na wymiar kary, należy wskazać że:

- prowadzona reklama dotyczyła **tylko jednej apteki**;
- przedmiotem postępowania było **kilka typów naruszenia art. 94a ust. 1 Prawo farmaceutyczne**;

- przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą w formie apteki **ma obowiązek stosować się** do przepisów, regulujących ten rodzaj działalności a w szczególności do przepisów ustawy Prawo farmaceutyczne odnoszących się do reklamy apteki;

Mając na względzie wskazane powyżej przesłanki mające wpływ na wymiar kary pieniężnej, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny nałożył na Stronę karę pieniężną w wysokości 20 000 zł.

Rygor natychmiastowej wykonalności

Zgodnie z treścią art. 94a ust. 4 ustawy Prawo farmaceutyczne decyzji, która nakazuje zaprzestanie prowadzenia reklamy apteki i punktu aptecznego oraz ich działalności nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności. Powyższy art. nie pozostawia Organowi swobody w kwestii nałożenia na decyzję rygoru natychmiastowej wykonalności decyzji, lecz z jego treści wynika wprost, że Organ jest wręcz zobligowany do nadania decyzji ww. rygoru.

Mając na uwadze wszystkie, powyższe okoliczności, Organ orzekł jak we wstępie.

Pouczenie

Od decyzji służy, stronie zgodnie z art. 127 § 1 i 2 oraz art. 129 § 1 i 2 kpa odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego, za pośrednictwem Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w terminie czternastu dni od dnia doręczenia decyzji.

Zgodnie z art. 127a § 1 i 2 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.

Na podstawie art. 129ba ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, kary pieniężne uiszcza się w terminie siedmiu dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna na podane niżej 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 za zwłokę w wysokości jak dla zaległości podatkowych.

Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami za zwłokę, następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

**MAZOWIECKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**
Mariola Kostewicz
/ podpisano elektronicznie /

Otrzymują:

1. Adw. i spółki ul. Warszawa – pełnomocnik
2. a/a.