

**ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

Łódź, dnia 13 lipca 2012r.

FŁ-II.8523.17.2012

DECYZJA Nr 4/REKL/2012

Na podstawie art. 94a ust. 1 i 2, 3, 4 oraz art. 129b ust.1, 2, 4 *ustawy z dnia 6 września 2001r. - Prawo farmaceutyczne* (tekst jednolity Dz. U. z 2008r. Nr 45 poz. 271 z późn. zm.) oraz art.104 kpa w związku z art. 107 § 1-3 *ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. kodeksu postępowania administracyjnego* (t.j Dz. U z 2000r. Nr 98 poz.1071 z późn. zm.)

ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

- I. **nakazuje** przedsiębiorcy [REDAKCYJA], prowadzącego aptekę ogólnodostępną o nazwie [REDAKCYJA] położoną w [REDAKCYJA] przy ul. [REDAKCYJA] zaprzestać prowadzenia reklamy apteki i jej działalności, w części dotyczącej oferty cenowej (rabatowej) dla uczestników programów: [REDAKCYJA], [REDAKCYJA] Program [REDAKCYJA] wobec stwierdzenia naruszenia art. 94a ust. 1 *ustawy z dnia 6 września 2001r. - Prawo farmaceutyczne* (tekst jednolity Dz. U. z 2008r. Nr 45 poz. 271 z późn. zm.).
- II. **nakłada** na przedsiębiorcę [REDAKCYJA], karę pieniężną w kwocie 3.000 zł (słownie złotych: trzy tysiące złotych), którą należy wpłacić na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Łodzi nr 58 1010 1371 0009 8322 3100 0000 w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna,
- III. **decyzji w pkt. I nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności.**

UZASADNIENIE

W dniach 22 – 24 lutego 2012r. inspektorzy Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Łodzi na podstawie upoważnienia Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego FŁ-I.057.60.2012r. z dnia 21 lutego 2012r. przeprowadzili kontrolę planową w aptecę ogólnodostępną o nazwie [REDAKCYJA] położonej w [REDAKCYJA], prowadzonej przez [REDAKCYJA] na podstawie zezwolenia Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego znak [REDAKCYJA]

[REDAKTOWANE], zmienione decyzją [REDAKTOWANE]
[REDAKTOWANE]

W trakcie kontroli stwierdzono między innymi uczestniczenie apteki w Programie [REDAKTOWANE] i [REDAKTOWANE], fakt ten został wpisany w protokół z kontroli znak FŁ-II-8521.12.2012.

W oświadczeniu złożonym w trakcie kontroli (załącznik nr 4 do protokołu), kierownik apteki oświadczył, że apteka uczestniczy w ww. programach a zadania apteki wynikające z programów polegają na rozdawaniu pacjentom apteki Kart uczestnika [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] wraz z ulotką informacyjną i formularzem zgłoszeniowym oraz na wymianie starych kart [REDAKTOWANE] na karty [REDAKTOWANE]

Nowa Karta służy pacjentom apteki do zbierania plusów za zakupy preparatów i produktów leczniczych z wyjątkiem leków refundowanych.

Kierownik apteki dołączył do oświadczenia ulotkę informacyjną, formularz zgłoszeniowy oraz Kartę uczestnika [REDAKTOWANE]

Wypełniony formularz pacjent oddaje do apteki.

Z informatora dołączonego do formularza zgłoszeniowego uczestnictwa w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE], zwanego dalej Programem wynika m.in., że:

- uczestnik otrzyma obniżki cen produktów dostępnych bez recepty oraz leków nierefundowanych,
- rabaty na wybrane produkty, objęte Informatorem Programu,
- za każde 5 zł wydane na produkty nierefundowane uczestnik Programu otrzyma 1 plus; zgromadzone plusy uprawniają do skorzystania z rabatu, dzięki któremu produkt z Informatora Programu kosztuje 1 zł – cena każdego produktu z Informatora Programu to odpowiednia liczba plusów + 1 zł;
- zakupy produktów objętych akcjami specjalnymi dają większą liczbę plusów – dzięki temu uczestnik Programu może kupić z rabatem więcej produktów z Informatora Programu, płacąc tylko 1 zł za każdy.

Formularz zgłoszeniowy zawiera zasady uczestnictwa w Programie, potwierdzenie uczestnictwa własnoręcznym podpisem uczestnika Programu oraz stempel apteki, która przyjęła formularz zgłoszeniowy.

Z ww. oświadczenia kierownika apteki wynika także, że apteka uczestniczy w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] a jej zadaniem jest udzielanie pacjentom po 60 roku życia rabatów za zakupy leków na receptę z wyjątkiem leków refundowanych.

Organizatorem Programu jest [REDAKTOWANE]. Zamiarem Organizatora i Aptek uczestniczących w Programie jest systematyczne opracowywanie i rozbudowywanie szczegółowych rozwiązań i modeli świadczenia opieki farmaceutycznej w taki sposób, by zapewnić pacjentom możliwie najszerszy i zaawansowany system opieki wspierającej proces

farmakoterapii.

W dniu 08.03.2012r. podpisany został protokół pokontrolny znak FŁ-II.8521.12.2012 przez osobę upoważnioną do reprezentowania [REDAKTOWANE]. W protokole tym poinformowano kontrolowanego, że przedsiębiorca, który nie zgadza się z ustaleniami zawartymi w protokole kontroli może, w terminie 7 dni od dnia jego doręczenia, złożyć pisemnie zastrzeżenia lub wyjaśnienia, wskazując stosowne wnioski dowodowe.

W dniu 15 marca 2012r. Spółka złożyła pismo, stanowiące wyjaśnienia do protokołu, w którym między innymi przedstawiła swoje stanowisko dotyczące Programu [REDAKTOWANE] jako zgodne z obowiązującymi przepisami, potwierdziła również uczestnictwo w [REDAKTOWANE].

Pismem z dnia 19 marca 2012r. organ zawiadomił stronę, o wszczęciu postępowania w przedmiocie naruszenia 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.), dotyczącego reklamy działalności apteki ogólnodostępnej, położonej w [REDAKTOWANE], wnosząc o:

1. potwierdzenie posiadania w systemach komputerowych w aptece, zainstalowanych programów umożliwiających pacjentom posiadającym Kartę Uczestnika Programu, naliczanie punktów za zakupione w aptece produkty oraz ich sumowanie, a także korzystanie z innych upustów i rabatów,
2. potwierdzenie rozprowadzania Karty Uczestnika Programu przez pracowników apteki,
3. wyjaśnienia, który z podmiotów uczestniczących w Programie finansuje wydawanie kart i broszur oraz wydaje produkty po obniżonych cenach i pokrywa różnicę pomiędzy ceną detaliczną, a obniżoną ceną płaconą przez pacjenta.
4. złożenia kserokopii poświadczonej za zgodność z oryginałem umowy łączącej [REDAKTOWANE] z organizatorem programu Program [REDAKTOWANE] Farmaceutycznej” [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE] i/lub innymi podmiotami będącymi współorganizatorami programu.

W odpowiedzi na prowadzone postępowanie strona, w piśmie z dnia 28 marca 2012r. potwierdziła, że:

1. apteka ogólnodostępna o nazwie [REDAKTOWANE] usytuowana w [REDAKTOWANE] realizuje [REDAKTOWANE] w ramach współpracy prowadzonej przez stronę z organizatorem tego Programu - [REDAKTOWANE] – na podstawie umowy o współpracy handlowej. Zasady funkcjonowania [REDAKTOWANE] określone są w Regulaminie Programu, który określa udział poszczególnych podmiotów w jego realizacji oraz aspekty uczestnictwa pacjenta.
2. apteka – jako podmiot współpracujący z organizatorem Programu – korzysta z

systemu komputerowego, którego funkcjonalność pozwala na ustalenie wysokości rabatu, z którego może skorzystać uczestnik Programu, na podstawie rejestrowanej w tym systemie ilości plusów.

3. rejestracja w [REDAKTOWANO] odbywa się w aptece i w jej rezultacie pacjent otrzymuje na miejscu Kartę Uczestnika Programu.
4. wydawanie kart i broszur jest bezpośrednio zlecane przez organizatora Programu – [REDAKTOWANO].
5. koszty związane z wydawaniem kart i broszur w określonym zakresie ponoszą wszystkie podmioty realizujące Program, na podstawie stosownych umów o współpracy zawartych z organizatorem Programu.
6. produkty o obniżonej cenie są sprzedawane przez aptekę uczestnikom Programu w ramach prowadzonej przez nią działalności i objęte są ofertą rabatową, której wartość rabatu jest elementem kalkulacji ekonomicznej apteki.

Do ww. pisma mimo informacji Spółki nie została załączona umowa o współpracy handlowej.

Pismem z dnia 10 kwietnia 2012r. a następnie pismami z dnia 07 maja 2012r. i 28 maja 2012r, organ wezwał stronę do przedstawienia całości umowy o współpracy handlowej łączącej stronę z organizatorem tego Programu – [REDAKTOWANO].

Jednocześnie poinformował, że w przypadku braku otrzymania kompletu dokumentów sprawa będzie potraktowana jako utrudnianie wykonywania czynności urzędowych przez Inspekcję Farmaceutyczną.

Przy piśmie z dnia 31.05.2012r. strona złożyła w pełnym brzmieniu kserokopię umowy o współpracy – umowy programowej określającej zasady uczestnictwa w [REDAKTOWANO], zawartą w dniu 01 stycznia 2012r. pomiędzy [REDAKTOWANO], a [REDAKTOWANO] wraz z pięcioma załącznikami do umowy:

- załącznik nr 1 zawierający wykaz aptek [REDAKTOWANO], w którym wymieniona jest apteka w [REDAKTOWANO],
- załącznik nr 2 do umowy zawierający wysokość wynagrodzenia dla [REDAKTOWANO] za korzystanie z programu franczyzowego przez aptekę i obejmujący: opłatę franczyzową za dokonany obrót detaliczny w aptece oraz opłatę na działania marketingowe za plusy przyznane pacjentom. Wynika z tego, że programy te są programami marketingowymi, mającymi na celu zwiększenie sprzedaży w aptekach oraz przywiązania pacjentów do grupy aptek identyfikowanych jako [REDAKTOWANO],
- załącznik nr 4 do umowy zawierający instrukcję dotyczącą przetwarzania danych osobowych uczestników [REDAKTOWANO]; zawiera zasady dla pracowników aptek przekazywania formularzy rejestracyjnych. Czynności zawarte w instrukcji wykraczają poza świadczenia usług farmaceutycznych, wymienionych w ustawie -

Prawo farmaceutyczne.

- załącznik nr 5 stanowiący Podręcznik [REDAKTOWANE]. Podręcznik ten zawiera opis Programu [REDAKTOWANE], Programów Marketingowych: [REDAKTOWANE]. Dokumenty były poświadczone za zgodność z oryginałem.

W dołączonym Podręczniku [REDAKTOWANE] stanowiącym integralną część umowy zawarto postanowienia:

- w rozdziale 6, że pacjentom oferuje się m.in. oszczędności, takie jak obniżki cen produktów dostępnych bez recepty oraz leków nierefundowanych, rabaty na wybrane produkty wyszczególnione w Informatorze Programu, które można uzyskać stosując zasady: za każde 5 zł wydane w aptece na produkty nierefundowane uczestnik programu otrzyma 1 plus, odpowiednia ilość plusów uprawnia do skorzystanie z rabatu, dzięki któremu produkt z Informatora Programu kosztuje 1 zł – cena każdego produktu z Informatora Programu to odpowiednia liczba plusów + 1 zł,
- w rozdziale 7, że oferuje się pacjentom kartę [REDAKTOWANE], która służy przekazywaniu bezpośrednio klientom apteki rabatu/dofinansowania na zakup leków w aptece,
- w rozdziale 8, że opracowane są programy marketingowe: [REDAKTOWANE]. Programy te oferują jego uczestnikom dostęp do atrakcyjnych rabatów na wybrany asortyment oraz zwiększenie sprzedaży wybranych produktów, promowanych w poszczególnych kategoriach produktowych. Po zarejestrowaniu się w programach pacjenci otrzymują kartę [REDAKTOWANE] uprawniającą do rabatów.

Informacje o Programach i warunkach uczestniczenia w nich, umieszczone są także na stronie internetowej [REDAKTOWANE] innego przedsiębiorcy wraz z udostępnionymi danymi aptek w nich uczestniczących.

Zgodnie z art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. - Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz.U. z 2000r. Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.) pismem z dnia 12.06.2012r. organ poinformował o zamiarze wydania decyzji kończącej postępowanie administracyjne w przedmiocie naruszenia 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.) przez spółkę: [REDAKTOWANE], prowadzącą aptekę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANE] położoną w [REDAKTOWANE]. Strona została poinformowana także, że może się wypowiedzieć, co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań w terminie 7 dni od dnia otrzymania pisma a po upływie wyznaczonego terminu zostanie wydana stosowna decyzja. W tym czasie strona miała możliwość również zapoznać się z aktami sprawy.

Pismem z dnia 18.06.2012r. strona podtrzymała dotychczasowe stanowisko w sprawie. Na potwierdzenie swojego stanowiska przedstawiła w załączeniu opinie prawne

mające wykazać zgodność uczestnictwa ww. programach z obowiązującym prawem, nie składała też żadnych wniosków oraz nie zapoznawała się z aktami sprawy.

I. Organ zważył, co następuje:

Podstawą wszczęcia i prowadzenia przedmiotowego postępowania, którego stroną jest [REDAKTOWANO] z siedzibą w [REDAKTOWANO], prowadzący aptekę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANO] położoną w [REDAKTOWANO], jest art. 94a ust. 1, 2 i 3 ustawy Prawo farmaceutyczne oraz stwierdzenie podczas przeprowadzonej kontroli, że apteka uczestniczy w Programie [REDAKTOWANO], Programie [REDAKTOWANO] [REDAKTOWANO] co narusza art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo farmaceutyczne.

Zgodnie z brzmieniem art. 94a ust. 1, 2 i 3 tejże ustawy *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 wyżej wymienionego przepisu wojewódzki Inspektor farmaceutyczny nakazuje w drodze decyzji zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy.*

Z uwagi na fakt, że ustawa Prawo farmaceutyczne nie zawiera legalnej definicji reklamy posłużyć się należy w tym względzie definicją zawartą w wydanych opracowaniach słownikowych a także orzecznictwem sądów administracyjnych.

I tak według Słownika Wyrazów Obcych Wydawnictwo Naukowe PWN 1996, za reklamę należy rozumieć rozpowszechnianie informacji o danych towarach, ich zaletach, wartości, miejscach i możliwościach nabycia... za pomocą plakatów, ogłoszeń w prasie, radiu i w telewizji stanowiące zachętę do nabywania towarów lub korzystania z określonych usług.

Podobna definicja zawarta jest w Małym Słowniku Języka Polskiego Wydawnictwo Naukowe PWN 1996.

Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem sądów administracyjnych, wydanym wprawdzie pod rządami przepisu art. 94a ust.1 ustawy Prawo farmaceutyczne obowiązującego do dnia 31.12.2011r.

- 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 (wyrok WSA w Warszawie z 14.05.2008r. sygn. akt VII SA/Wa 2215/07),
- reklamą może być każde działanie skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych w niej oferowanych (wyrok WSA w Warszawie z 1.02.2008r. sygn. akt VII SA/Wa 1960/07),

- reklamą działalności apteki jest każde działanie, każda jej działalność niezależnie od formy i metody jej przeprowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków, jeśli celem tej działalności jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych w danej aptece lub punkcie aptecznym (wyrok WSA w Warszawie z dn. 22.11.2007r. sygn. akt VII SA/WA 1661/07),
- reklamą jest każda wypowiedź skierowana do potencjalnych konsumentów, odnosząca się do towarów, usług, a także przedsiębiorcy oferującego towary lub usługę mającą na celu zachęcenie i skłonienie adresatów do nabywania towarów lub korzystania z usług – wyrok SN z 26.01.2006r. sygn. akt V CSK 83/05.

Reklama może przyjmować różne formy w szczególności hasła, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów czy gazetek. Istotnym elementem reklamy jest zamiar wywołania reakcji potencjalnych klientów. Podstawowym elementem reklamy, zgodnie z opinią sądu (wyrok WSA w Warszawie z 01.02.2008r. sygn. Akt VII SA/Wa 1960/07) jest zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu produktu leczniczego lub wyrobu medycznego w konkretnej aptece, niezależnie od formy i metody jej przeprowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków, jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży ww. produktów w danej aptece lub punkcie aptecznym.

Za reklamę działalności apteki zostały uznane również czynności polegające na wręczaniu bonów rabatowych, umieszczanie obok nazwy apteki napisów: niskie ceny, wysokie rabaty.

Reasumując należy stwierdzić, że reklamą jest każdego rodzaju działanie i informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów i która w taki sposób jest odbierana przez pacjentów. Za działania reklamowe winny być uznane wszystkie te działania, których zamierzonym celem jest pozyskanie nowych lub/i zatrzymanie „starych klientów”.

Na gruncie obecnie obowiązującego art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo Farmaceutyczne należy stwierdzić, że reklamą apteki jest wszystko to, co nie jest informacją o lokalizacji i godzinach pracy apteki. I nie ma tutaj znaczenia czy jest ona skierowana do publicznej wiadomości.

Za szerokim rozumieniem reklamy przemawia fakt, że ustawodawca nie zawarł w art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne żadnych wyłączeń, w przeciwieństwie do definicji reklamy produktu leczniczego, o jakim mowa w art. 52 tejże ustawy.

Organ na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego ustalił, że na terenie apteki, pracownicy apteki, rozdają Karty uczestnika Programu [REDAKTURA] wraz ulotką informacyjną i formularzem zgłoszeniowym, wypełniony formularz pacjent oddaje do apteki.

Uczestniczenie w Programie [REDAKTURA], zapewnia wg ustalonych zasad obniżki cen produktów dostępnych bez recepty oraz leków nierefundowanych, rabaty na

współpracując z pacjentem i lekarzem, a w razie potrzeby z przedstawicielami innych zawodów medycznych, czuwa nad prawidłowym przebiegiem farmakoterapii w celu uzyskania określonych jej efektów poprawiających jakość życia pacjenta, o której mowa w art. 2a ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 19 kwietnia 1991r. o izbach aptekarskich (t.j. Dz.U. z 2008r. Nr 136 poz. 856) czego dotyczy część Programu [REDACTED].

Pomimo przedstawionych korzystnych opinii prawnych przedłożonych, potwierdzających zgodność przedmiotowych programów z obowiązującymi przepisami, organ uważa, że uczestnictwo apteki o nazwie [REDACTED] położonej w [REDACTED] prowadzonej przez [REDACTED] w Programie [REDACTED], [REDACTED], stanowi niedopuszczalną reklamę apteki i jej działalności, a tym samym narusza art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne w obowiązującym jej brzmieniu.

Zauważyć ponadto należy, że katalog usług świadczonych przez aptekę, o jakim mowa w art. 86 ust. 2. ustawy - Prawo Farmaceutyczne jest katalogiem zamkniętym. Wykonywanie, zatem przez aptekę usług polegających na wydawaniu pacjentom kart do zbierania plusów, wprowadzenie do własnych komputerów programów, które krótko mówiąc obsługują Program [REDACTED] i „[REDACTED]”, których organizatorem jest inny przedsiębiorca, stanowi naruszenie tego przepisu, ale także warunków udzielonego przez Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego zezwolenia znak Nr [REDACTED], zmienionego decyzją: [REDACTED] na prowadzenie ww. apteki.

Z podstawowych warunków prowadzenia działalności, zawartych w udzielonym stronie zezwoleniu wynika, że podjęcie działalności określonej w zezwoleniu i jej prowadzenie musi być zgodne z przepisami dotyczącymi środków farmaceutycznych, materiałów medycznych, aptek i Inspekcji Farmaceutycznej, odpowiednimi przepisami dotyczącymi prowadzenia działalności gospodarczej oraz innymi zawartymi w obowiązujących przepisach.

II. Zgodnie z art. 129b ust. 1 i ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne karze pieniężnej w wysokości do 50.000 zł podlega ten, kto wbrew przepisom art. 94a prowadzi m.in. reklamę apteki oraz jej działalności. Karę pieniężną 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.

Przepisy ustawy nie zawierają jednak przypadków naruszeń, które uzasadniałyby zastosowanie kary pieniężnej w konkretnej wysokości.

Nałożenie kary pieniężnej jest obligatoryjne. Wynika wprost z przepisów ustawy.

Organ stwierdzając prowadzenie zakazanej reklamy apteki jest zobowiązany nałożyć na przedsiębiorcę naruszającego powołany przepis stosowną karę pieniężną.

Strona przyznała, że prowadzona przez nią apteka uczestniczy w Programie [REDAKTOWANE]

[REDAKTOWANE] oraz [REDAKTOWANE], [REDAKTOWANE].

Organ w ramach prowadzonego postępowania stwierdził, że udział apteki w programie, który w istocie swej poprzez odnoszenie korzyści (otrzymywanych nagród) przez uczestniczących w nim pacjentów, zachęca do dokonywania zakupów w prowadzonej przez stronę aptecę stanowi niedozwoloną jej reklamę jej działalności.

Biorąc pod uwagę fakt, że:

- [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE] nie była uprzednio karana, za naruszenie art. 94a ust.1 ustawy Prawo Farmaceutyczne,
- naruszenie art. 94a ust.1 ustawy Prawo Farmaceutyczne przez stronę stwierdzone zostało po raz pierwszy, po wejściu w życie zmienionych od dnia 01.01.2012r. przepisów,
- reklama apteki i jej działalności trwa od dnia 1 stycznia 2012r.,
- dwukrotnego informowania przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego wszystkich przedsiębiorców prowadzących apteki na terenie województwa łódzkiego drogą elektroniczną o zakazie, poczynając od dnia 1 stycznia 2012r. prowadzenia reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności - poprzez przesłanie komunikatów z dnia 2 stycznia 2012r. i z dnia 10 stycznia 2012r. oraz umieszczenia ich na stronach internetowych – w Biuletynie Informacji Publicznej Inspektoratu pod adresem www.lwif.pl

nałożona w wysokości 3.000 zł kara pieniężna jest adekwatna do okoliczności i czasu prowadzenia reklamy apteki i jej działalności.

Karę pieniężną uiszcza się na wskazane w rozstrzygnięciu decyzji konto w terminie 7dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna. 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.

Ponieważ przedsiębiorca jest zobowiązany spełniać określone przepisami prawa warunki wykonywania działalności gospodarczej, naruszając obowiązujące przepisy prawa winien liczyć się z konsekwencjami, które w niniejszej sprawie polegają na ukaraniu go karą pieniężną.

III. Zgodnie z art. 94a ust. 4 ustawy Prawo farmaceutyczne decyzji nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności. Zapis ten stanowi o obligatoryjnym charakterze nadania

przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego takiej decyzji rygору natychmiastowej wykonalności.

W przypadku wydania przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego decyzji nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy apteki oraz jej działalności organ zmuszony jest decyzji taki rygor nadać w przeciwieństwie do uregulowań zawartych w art. 108 § 1 kpa, które organ stosuje w przypadku gdy spełnione są przesłanki z niego wynikające m.in. ze względu na ochronę zdrowia lub życia ludzkiego.

Art. 94a ust. 4 ustawy Prawo farmaceutyczne możliwości fakultatywnych nadania decyzji rygору natychmiastowej wykonalności nie przewiduje.

Biorąc powyższe pod uwagę na podstawie art. 94a ust. 1 i 2, 3, 4, art. 129b ust. 1, 2, 4 ustawy z dnia 6 września 2001r.- *Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.) oraz art.104 kpa w związku z art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. kodeksu postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U z 2000r. Nr 98, poz.1071 z późn. zm.) postanowiłem jak na wstępie.

POUCZENIE

Od decyzji niniejszej służy stronom odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego za moim pośrednictwem w terminie czternastu dni od daty otrzymania decyzji.

pieczęć okrągła

Łódzki Wojewódzki Inspektor
Farmaceutyczny

mgr farm. Romuald Boguszewski

Otrzymują:

1. 
2. a/a