

**ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI  
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

Łódź, dnia 07 stycznia 2013r.

FŁ-II.8523.33.2012.2013

**DECYZJA Nr 2/REKL/2013**

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 2013r., poz. 267)

**ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

- I. **nakazuje** przedsiębiorcy [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] prowadzącego aptekę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] zaprzestać prowadzenia reklamy apteki i jej działalności, w części dotyczącej oferty cenowej (rabatowej) dla uczestników programów: [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE], [REDAKTOWANE] 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 [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE], karę pieniężną w kwocie 5.000 zł (słownie złotych: pięć tysięcy 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 28 – 30 sierpnia 2012r. inspektorzy Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Łodzi na podstawie upoważnienia Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego FŁ-I.057.321.2012r. z dnia 27 sierpnia 2012r. przeprowadzili kontrolę planową w aptecę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE], prowadzonej przez [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] na podstawie zezwolenia Wojewódzkiego Inspektora

Farmaceutycznego znak Nr [REDACTED]

W dniu 06.09.2012r. podpisany został protokół pokontrolny znak FŁ-II.8521.84.2012 przez osobę upoważnioną do reprezentowania podmiotu [REDACTED] z siedzibą w [REDACTED]. 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.

Pismem z dnia 02 października 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 [REDACTED], wnosząc o:

1. przedstawienie kserokopii umowy [REDACTED] poświadczonej za zgodność z oryginałem,
2. 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,
3. potwierdzenie rozprowadzania Karty Uczestnika Programu przez pracowników apteki,
4. 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.

W dniu 12 października 2012r. strona złożyła pismo, stanowiące odpowiedź na prowadzone postępowanie, w którym potwierdziła uczestnictwo w [REDACTED], w programie [REDACTED] oraz w [REDACTED] na podstawie, której stwierdzono:

1. strona przedłożyła kserokopię „Umowy [REDACTED] [REDACTED] zawartą w dniu 01. stycznia 2012r.
2. Apteka ogólnodostępna o nazwie [REDACTED] usytuowana w [REDACTED] realizuje [REDACTED] w ramach współpracy prowadzonej przez Stronę z organizatorem tego Programu - [REDACTED]. z siedzibą w [REDACTED] – na podstawie umowy o współpracy handlowej. Stanowiący załącznik do umowy [REDACTED] zawiera szczegółowe zasady funkcjonowania programu, procedury i instrukcje.

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. kartami programów i formularzami rejestracyjnymi dysponuje organizator programu (w przypadku [REDACTED] i programu [REDACTED] - [REDACTED] w przypadku [REDACTED]). Zasadą jest, że pacjent rejestruje się do programów za pośrednictwem strony internetowej lub infolinii organizatora. Jedynie rejestracja w Programie [REDACTED] odbywa się w aptece i w jej rezultacie pacjent otrzymuje na miejscu Kartę Uczestnika Programu.
4. wydawanie kart programów, formularzy rejestracyjnych i innych materiałów dotyczących programów zajmuje się organizator Programu – [REDACTED], z siedzibą w [REDACTED]. Zamiarem Organizatora i Aptek uczestniczących w Programie jest systematyczne opracowanie i rozbudowywanie szczegółowych rozwiązań i modeli świadczenia opieki farmaceutycznej w taki sposób, by zapewnić pacjentom możliwie najszerszy i zaawansowany system opieki wspierającej proces farmakoterapii.

Ponadto strona dołączyła opinie prawne dotyczące programów.

Pismem z dnia 14 listopada 2012r. organ wezwał stronę do doręczenia kserokopii [REDACTED] oraz złożenia kserokopii umowy o współpracy łączącej stronę ze spółką [REDACTED]

Przy piśmie z dnia 20 listopada 2012r. strona złożyła kserokopię [REDACTED] stanowiącego załącznik do Umowy o współpracy określającej zasady uczestnictwa w programie opieki farmaceutycznej realizowanej wspólnie z [REDACTED], zawierający procedury i instrukcje. Strona złożył również kserokopię umowy o współpracy ze spółką [REDACTED], z siedzibą w [REDACTED], zawartą w dniu 05 sierpnia 2009r oraz opinie prawne mające wykazać zgodność uczestnictwa ww. programach z obowiązującym prawem.

W oświadczeniu złożonym w trakcie kontroli /załącznik nr 4 do protokołu/, kierownik apteki oświadczył, że apteka uczestniczy w [REDACTED] oraz realizuje [REDACTED], fakt ten został wpisany w protokół z kontroli znak FŁ-II-8521.84.2012.

Pracownicy apteki na wyraźne prośby pacjentów rozdają Karty uczestnika [REDACTED] wraz z formularzem rejestracyjnym.

Karta służy pacjentom apteki do zbierania plusów za zakupy preparatów i produktów leczniczych z wyjątkiem leków refundowanych. Wypełniony formularz pacjent oddaje do apteki.

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

Z Przewodnika [REDAKTOWANE] wynika m.in., że:

- uczestnik otrzyma obniżki cen produktów dostępnych bez recepty oraz leków nier refundowanych,
- rabaty na wybrane produkty, które będą wyszczególnione w Informatorze Programu. Dokonywanie zakupów w aptece objętej Programem wiąże się dodatkowo ze zmniejszeniem ceny produktów umieszczonych w Informatorze Programu. Rabaty można uzyskać m.in. stosując poniższe zasady:
  - za każde 5 zł wydane na produkty nier refundowane 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.

[REDAKTOWANE] nie przewiduje zbierania punktów – jest to program rabatowy dla poszczególnych grup pacjentów oferujący im możliwość nabycia określonych produktów nier refundowanych ze środków publicznych z rabatem określonym w programie dla danego produktu.

Z oświadczenia kierownika apteki wynika także, że apteka uczestniczy w [REDAKTOWANE] a jej zadaniem jest udzielanie pacjentom po 60 roku życia rabatów za zakupy leków na receptę z wyjątkiem leków refundowanych. Strona w dniu 29.09.2010r. podpisała Deklarację uczestnictwa w [REDAKTOWANE] którą przekazała do [REDAKTOWANE].

[REDAKTOWANE] stworzyła system obsługujący proces prywatnych refundacji/ dofinansowania/ przekazywania rabatów do zakupu produktów leczniczych, wyrobów medycznych, suplementów diety i innych produktów dopuszczonych do sprzedaży w aptece. System skutkować będzie zwiększeniem sprzedaży w aptekach uczestniczących w Systemie. Głównym narzędziem wykorzystywanym w Systemie jest specjalna karta, zwana dalej [REDAKTOWANE] – karta uprawniająca jej posiadacza do refundacji/rabatu/dofinansowania.

Ponadto na portalu [www.\[REDAKTOWANE\]](http://www.[REDAKTOWANE]) umieszczono podstawowe założenia i zasady funkcjonowania [REDAKTOWANE], informator z ofertą rabatów oraz uczestnik programu może sprawdzić liczbę zgromadzonych przez siebie plusów.

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 26 listopada 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: [REDAKTOWANO] z siedzibą w [REDAKTOWANO], prowadzącą aptekę ogólnodostępną o nazwie [REDAKTOWANO]. 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 20 listopada 2012r. otrzymanym w dniu 07 grudnia 2012r. strona podtrzymała dotychczasowe stanowisko w sprawie – pismo to było odpowiedzią na nasze pismo z dnia 26 listopada 2012r. doręczone stronie 29 listopada 2012r.

#### 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], jest art. 94a ust. 1, 2 i 3 ustawy *Prawo farmaceutyczne* oraz stwierdzenie podczas przeprowadzonej kontroli planowej, że apteka uczestniczy w [REDAKTOWANO] Programie [REDAKTOWANO] i [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 hasel, 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 [REDAKTOWANE] wraz ulotką informacyjną i formularzem zgłoszeniowym, wypełniony formularz pacjent oddaje do apteki.

Uczestniczenie w [REDAKTOWANE] zapewnia wg ustalonych zasad obniżki cen produktów dostępnych bez recepty oraz leków nierefundowanych, rabaty na wybrane produkty, objęte Informatorem Programu. Dokonywanie zakupów w aptekach objętych Programem, płacąc nawet tylko 1zł.

[REDAKTOWANE] i Program [REDAKTOWANE] oferujące wybrany asortyment po promocyjnych cenach tylko swoim uczestnikom, mają za zadanie przyciągnięcie określonej grupy klientów (osoby po 60 roku życia, kobiety w ciąży, matki z małym dzieckiem) oraz zachęcają jego uczestników do dokonywania dalszych zakupów w tej aptece.

Organ ustalił, że na podstawie „Umowy [REDAKTOWANE]  
[REDAKTOWANE]  
zawartej pomiędzy [REDAKTOWANE] z siedzibą [REDAKTOWANE], a [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE]  
[REDAKTOWANE], od dnia 01 stycznia 2012r. apteka bierze udział w [REDAKTOWANE]  
[REDAKTOWANE], Programie [REDAKTOWANE] a w przypadku [REDAKTOWANE] na podstawie umowy zawartej pomiędzy [REDAKTOWANE] z siedzibą [REDAKTOWANE],  
Obowiązki apteki wynikające z umowy, wskazują jednoznacznie na świadczenie usług farmaceutycznych nie ujętych w ustawie - Prawo farmaceutyczne.

W ocenie organu udział w [REDAKTOWANE] apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKTOWANE] prowadzonej przez [REDAKTOWANE]  
[REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE] (co potwierdza spółka w piśmie z dnia 12 października 2012r.), zachęca uczestników programu do dokonywania zakupu produktów w tej aptece. W zamian, bowiem za uzbierane plusy mogą oni uzyskać określone korzyści. Program skłania uczestników do dalszych zakupów w aptece.

Działanie polegające na zachęcaniu do zakupów, oferujące pacjentom korzyści, należy uznać za reklamę apteki i jej działalności. Programy stwarzają warunki przymuszania do związania się z apteką oraz mają na celu zwiększenie obrotu w aptece uczestniczącej w programie.

Programy, w których uczestniczy przedmiotowa apteka mieszczą się w pojęciu niedozwolonej reklamy z art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne. Informowanie na stronach internetowych o rabatach cenowych dla programów: [REDAKTOWANE], [REDAKTOWANE], Program [REDAKTOWANE] oraz wykaz aptek w nim uczestniczących w tym apteki ogólnodostępnej o [REDAKTOWANE] stanowi reklamę apteki i jej działalności.

Program [REDAKTOWANE] przewiduje korzyści finansowe dla pacjentów i podobnie jak wszelkiego rodzaju akcje promocyjne, rabatowe, czy rozpowszechnianie informacji o promocjach cenowych musi być traktowany w kategoriach art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne jako forma reklamy apteki i jej działalności.

Organ nie kwestionuje prowadzenia przez aptekę usług farmaceutycznych, polegających na udzielaniu informacji o produktach leczniczych i wyrobach medycznych, o których mowa w art. 86 ust. 2 pkt 4 ustawy Prawo farmaceutyczne, jak i na sprawowaniu opieki farmaceutycznej

polegającej na dokumentowanym procesie, w którym farmaceuta, 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 [REDAKOWANE].

Pomimo przedstawionych korzystnych opinii prawnych przedłożonych, potwierdzających zgodność przedmiotowych programów z obowiązującymi przepisami, organ uważa, że uczestnictwo apteki o nazwie [REDAKOWANE] prowadzonej przez [REDAKOWANE] z siedzibą w [REDAKOWANE] w [REDAKOWANE], [REDAKOWANE], [REDAKOWANE], [REDAKOWANE], 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 [REDAKOWANE] i [REDAKOWANE], Program [REDAKOWANE] [REDAKOWANE] których organizatorem jest inny przedsiębiorca, stanowi naruszenie tego przepisu, ale także warunków udzielonego przez Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego zezwolenia znak Nr [REDAKOWANE] wydanego przez Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Łodzi z dnia [REDAKOWANE] 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 [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, poczynszu 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.wif.bip.lodz.pl](http://www.wif.bip.lodz.pl) , aktualnie [www.lwif.pl](http://www.lwif.pl)

nałożona w wysokości 5.000 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 rygoru 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 rygoru 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:



2. a/a