

Łódź, dnia 24 maja 2017 r.

**ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

FŁ-II.8523.17.2016

D E C Y Z J A Nr 2/REKL/2017

Na podstawie art.129b ust. 1, 2 i art. 129ba ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (t.j.Dz.U. z 2016 r., poz. 2142 ze zm.) w związku z art. 94a ust. 1,2,3 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne oraz art. 104, art. 105 § 1 i art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz.U. z 2016 r., poz. 23 ze zm.)

ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

- I. **nakłada na przedsiębiorcę** [REDAKTOWANA] karę pieniężną w kwocie 2 400 zł (słownie: dwa tysiące czterysta 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 stanie się ostateczna w związku ze stwierdzeniem prowadzenia zakazanej reklamy aptek i ich działalności o jakiej mowa w art. 94a ust.1 ustawy z dnia z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. z 2016 r. poz. 2142 ze zm.) aptek ogólnodostępnych o nazwie „[REDAKTOWANA]” położonych w [REDAKTOWANA] (zezwolenie Nr [REDAKTOWANA] z dnia [REDAKTOWANA].) oraz w [REDAKTOWANA] (zezwolenie Nr [REDAKTOWANA] z dnia [REDAKTOWANA] r., wygaszone decyzją Nr [REDAKTOWANA] z dnia [REDAKTOWANA] r.) i ul. [REDAKTOWANA] (zezwolenie Nr [REDAKTOWANA] z dnia [REDAKTOWANA] r., wygaszone decyzją Nr [REDAKTOWANA] z dnia [REDAKTOWANA] r.) za pośrednictwem gazetek „[REDAKTOWANA] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” (oferta ważna od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r.) udostępnianych w ww. aptekach w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r. oraz gazetek „[REDAKTOWANA] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” (oferta ważna od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r.) udostępnianych w ww. aptekach w okresie od 25.08.2014 r. do 15.10.2014r.
- II. **umarza postępowanie** prowadzone w sprawie naruszenia art. 94a ust.1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. z 2016 r., poz. 2142 ze zm.):

- a) wobec zaprzestania prowadzenia zakazanej reklamy aptek wymienionych w pkt I. decyzji i ich działalności za pośrednictwem gazetki „[REDAKTOR] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” (oferta ważna od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r.) w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r. oraz gazetki „[REDAKTOR] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” (oferta ważna od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r.) w okresie od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r. w zakresie w jakim art. 94a ust. 3 tej ustawy nakłada na wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego obowiązek wydania decyzji nakazującej zaprzestania prowadzenia zakazanej reklamy o jakiej mowa w art. 94a ust.1
- b) wobec niestwierdzenia prowadzenia zakazanej reklamy aptek wskazanych w pkt I decyzji i ich działalności w części dotyczącej rozprowadzania przez stronę gazetki reklamowych „[REDAKTOR] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” (oferta ważna od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r.) „[REDAKTOR] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” (oferta ważna od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r.) do skrzynek pocztowych w [REDAKTOR]

UZASADNIENIE

W dniu 6 października 2015 r. Łódzki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wydał decyzję Nr 16/REKL/2015, znak FŁ-II.8523.255.2014 od której odwołanie wniosła [REDAKTOR]. Główny Inspektor Farmaceutyczny po rozpatrzeniu odwołania decyzją znak: GIF-P-L-0740/615-2/MA/15 z dnia 28 października 2016 r. uchylił zaskarżoną decyzję w całości i przekazał sprawę do ponownego rozpoznania przez organ pierwszej instancji.

Uchylając zaskarżoną decyzję organ drugiej instancji wskazał jakie okoliczności należy wziąć pod uwagę przy ponownym rozpatrzeniu sprawy.

Stan faktyczny sprawy przedstawia się następująco:

Do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Łodzi wpłynęło pismo Okręgowej Izby Aptekarskiej w Łodzi dotyczące reklamy, prowadzonych przez [REDAKTOR], aptek ogólnodostępnych położonych w [REDAKTOR], i ul. [REDAKTOR] oraz w [REDAKTOR] oraz ich działalności.

Zgodnie z ww. pismem, apteki te prowadziły działalność polegającą na wydawaniu i kolportowaniu gazetki reklamowej pod nazwą „[REDAKTOR] APTEKA INFORMATOR O

CENACH LEKÓW” obowiązującej w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r. W gazetce oprócz ilustracji leków wraz z ich cenami wskazane były adresy aptek, w tym aptek położonych na terenie województwa łódzkiego, w których można było nabyć reklamowane produkty lecznicze, co zdaniem Izby jest formą reklamy konkretnych aptek.

W dniu 04.09.2014 r. za pośrednictwem Głównego Inspektora Farmaceutycznego wpłynęła kolejna informacja wraz z kolorową kserokopią, znalezionej w skrzynce pocztowej gazetki, „[REDAKTOR] *APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ*”, obowiązującej w okresie od 25.08.2014r do 15.10.2014r. W gazetce znajdowały się zdjęcia opakowań produktów leczniczych i innego asortymentu dostępnego w aptekach, wskazania do ich stosowania oraz ceny umieszczone na czerwonym tle. Na pierwszej stronie obu gazetek umieszczono logo - [REDAKTOR] + *APTEKA*, a na ostatniej stronie, w ramce oznaczonej tym logo, umieszczono dane adresowe aptek, w tym aptek prowadzonych przez stronę na terenie województwa łódzkiego: w [REDAKTOR], i ul. [REDAKTOR] oraz w [REDAKTOR].

Pismem z 20.10.2014 r. Łódzki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił spółkę o wszczęciu postępowania w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. z 2008 r. Nr 45, poz. 271 ze zm.) przez [REDAKTOR] i wezwał do udzielenia odpowiedzi na pytania:

1. czy spółka zleciła wydruk gazetek oraz ich kolportaż,
2. czy spółka zlecała zamieszczenie w tych gazetkach zdjęć opakowań produktów leczniczych i innego asortymentu wraz z ich cenami,
3. czy spółka zleciła wydruk danych adresowych aptek położonych na terenie województwa łódzkiego umieszczonych na ostatniej stronie gazetek,
4. kto jest wydawcą tych gazetek oraz kto prowadzi ich kolportaż,
5. czy spółka podpisała umowę z wydawcą gazetki lub drukarnią oraz firmą kolportującą gazetki,
6. czy w okresie od 01.04.2014 r. do 24.08.2014 r. spółka zleciła wydruk i kolportaż gazetek z umieszczonym w nim asortymentem i danymi adresowymi prowadzonych przez spółkę aptek

oraz złożenia dokumentów tj. umów, zleceń, ewentualnie gazetek wydanych w okresie od 01.04.2014 r. do 24.08.2014 r.

W odpowiedzi na zawiadomienie strona oświadczyła, w szczególności że:

- nie zleciła wydruku gazetek i ich kolportażu,
- nie zlecała zamieszczania w tych gazetkach zdjęć opakowań produktów leczniczych i innego asortymentu wraz z ich cenami,

- nie zleciła wydruku danych adresowych aptek położonych na terenie województwa łódzkiego,
- przedmiotowe gazetki znajdowały się w aptece,
- gazetki zostały wydrukowane na zlecenie [REDACTED],
- spółka nie podpisywała umowy z wydawcą gazetki, drukarnią, czy firmą kolportującą gazetki,
- nie zleciła wydruku gazetek w okresie od 01.04.2014 r. do 24.08.2014 r.,
- gazетка „[REDACTED] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” był wyłożony w aptekach spółki położonych w [REDACTED] i przy ul. [REDACTED] oraz w [REDACTED] w okresie do 31.03.2014 r.,
- gazетка „[REDACTED] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” był wyłożony w aptekach spółki położonych w [REDACTED] i przy ul. [REDACTED] oraz w [REDACTED] w okresie do 15.10.2014 r.,
- gazetki były wyłożone w aptekach strony w celu informowania pacjentów w związku z obawą przez karami Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w przypadku braku uwidaczniania cen jednostkowych towaru,

Ponadto strona wniosła o umorzenie przedmiotowego postępowania, a w przypadku jego dalszego prowadzenia wniosła o:

- przeprowadzenie dowodu poprzez zwrócenie się do Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w celu wydania opinii dotyczącej formy uwidaczniania cen produktów leczniczych znajdujących się w aptece umieszczonych w miejscu niedostępnym i niewidocznym dla kupujących w szczególności znajdujących się na zapleczu,
- przeprowadzenie dowodu poprzez zwrócenie się do Głównego Inspektora Farmaceutycznego w celu wydania opinii dotyczącej zakresu i formy oraz elementów jakie powinna zawierać oferta handlowa przedsiębiorcy prowadzącego aptekę ogólnodostępną skierowana do pacjenta, w rozumieniu art. 66 § 1 Kodeksu cywilnego.

Organ postanowieniem z dnia 24.11.2014 r. odmówił przeprowadzenia wnioskowanych przez stronę dowodów.

Następnie organ pismem z dnia 25.11.2014 r. wezwał do złożenia dalszych wyjaśnień, a w szczególności do wyjaśnienia:

- jak przedsiębiorca [REDACTED] nie będący właścicielem aptek, który zgodnie z oświadczeniem strony, zlecił wydruk przedmiotowych cenników, wszedł w posiadanie informacji o cenach asortymentu umieszczonego w tych cennikach, oferowanego w prowadzonych przez „[REDACTED] aptekach,
- kto dostarczył do aptek przedmiotowe gazetki,

- skąd strona posiada wiedzę, że zleceniodawcą wydruku tych cenników jest [REDAKTOWANE] i jakiego rodzaju relacje wiązały lub wiążą stronę z tym podmiotem,
- w jaki sposób pacjenci byli informowani o cenach wybranych produktów leczniczych i innego asortymentu dostępnego w aptekach spółki w okresie od 01.04.2014r. do 24.08.2014r. tzn. w okresie pomiędzy okresem obowiązywania cenników: *INFORMATOR O CENACH LEKÓW i CENNIK OFERTY APTECZNEJ*.

W piśmie z 5.12.2014 r. strona podtrzymała swoje dotychczasowe stanowisko oraz wcześniejsze wnioski, a nadto oświadczyła, że:

- gazetki zostały dostarczone do aptek przez operatora pocztowego,
- przedmiotowe gazetki wydrukowano na zlecenie przedsiębiorcy [REDAKTOWANE], natomiast ich przygotowanie zostało zlecone przez stronę i to strona podała ww. przedsiębiorcy ceny obowiązujące w aptekach,
- w okresie od 01.04.2014 r. do 28.08.2014 r. pacjenci byli informowani o cenach za pomocą wywieszek przy towarach oryginalnych, za pomocą atrap produktów z umieszczonymi obok nich cenami oraz w przypadku towarów niewidocznych dla kupującego w zestawieniach cenowych.

Ponadto w związku z nieuwzględnieniem przez organ wcześniejszych wniosków dowodowych strona wniosła o:

1. zawieszenie postępowania do czasu wydania rozporządzenia wykonawczego do ustawy z 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług w przedmiocie sposobu uwidaczniania cen towarów i usług w tym cen jednostkowych towarów (usług), wykazu towarów, w przypadku których nie jest wymagane uwidacznianie cen jednostkowych towarów (usług),

lub alternatywnie o:

2. zawieszenie postępowania do czasu rozstrzygnięcia zagadnienia wstępnego poprzez uzyskanie stanowiska Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w zakresie stanowiska jak należy uwidaczniać ceny produktów leczniczych znajdujących się w aptece w miejscach niedostępnych i niewidocznych dla kupujących, w szczególności na zapleczu (np. w magazynie leków),

podkreślając jednocześnie, że „niezwłocznie po wydaniu postanowienia o zawieszeniu postępowania strona zwróci się w tej sprawie do właściwych organów”.

Spółka wniosła również o przeprowadzenie dowodów z pisma Głównego Inspektora Farmaceutycznego:

- z dnia 20.03.2012 r. znak GIF-P-L-076/158/KP/12 na okoliczność iż na terenie aptek można, a nawet należy umieszczać cenniki, natomiast nie mogą zawierać elementów wartościujących;

– z dnia 26.07.2013 r. znak GIF-P-L-023/152/MZ/13 na okoliczność nie zgłaszania uwag do obecnie obowiązującej ustawy o cenach towarów i usług, tj. uznaniu, iż również w aptece ogólnodostępnej należy dla pacjentów uwidaczniać cenę (np. za pomocą cenników) oraz cenę jednostkową towaru (usługi) w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen, a w przypadku obniżki uwidocznienia także informacji o przyczynie wprowadzenia obniżki.

Organ prowadzący postępowanie pismem z 19.12.2014 r. zwrócił się do wskazanego przez stronę przedsiębiorcy [REDAKTOR] o wyjaśnienie:

1. Czy [REDAKTOR] (dalej firma) przyjęła zlecenie od [REDAKTOR] [REDAKTOR] i czego ono dotyczyło?
2. na czyje zlecenie (zamówienie) zostały wydrukowane gazetki reklamowe: „[REDAKTOR] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” obowiązujący w okresie od 01.02.2014r. do 31.03.2014r. oraz „[REDAKTOR] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” obowiązujący w okresie od 25.08.2014r do 15.10.2014r.?
3. kto zlecił zamieszczenie w ww. gazetkach zdjęć opakowań produktów leczniczych i innego asortymentu wraz z ich cenami i opisem oraz adresy aptek?
4. jaki był udział firmy w przygotowaniu tych gazetek (projekt graficzny, zebranie materiałów tj. zdjęć produktów leczniczych ich cen i opisów do nich, wydruk gazetek, dostarczenie gotowych gazetek do zamawiającego lub innych odbiorców)?
5. czy [REDAKTOR] zlecała przygotowanie bądź wydruk innych ulotek lub cenników i w jakim okresie?
6. czy firma drukowała przedmiotowe gazetki, czy dokonywała ich rozprowadzania, gdzie dostarczyła wydrukowane gazetki lub gdzie dostarczyła projekty gazetek do ich wydruku?

oraz o złożenie:

7. kserokopii zleceń bądź innych dokumentów potwierdzających przyjęcie od „[REDAKTOR]” zleceń dotyczących gazetek, o których mowa w pkt 2 lub innych;
8. materiałów przekazanych do firmy przez [REDAKTOR]

Pismem z dnia 22.12.2014 r. organ poinformował stronę, że postanowieniem z dnia 17.12.2014 r. włączył do materiału dowodowego w prowadzonym postępowaniu pisma Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 20.03.2012 r. znak GIF-P-L-076/158/KP/12 i z dnia 26.07.2013 r. znak GIF-P-L-023/152/MZ/13 oraz postanowieniem z dnia 22.12.2014 r. odmówił zawieszenia przedmiotowego postępowania.

Ponadto wezwał stronę do wyjaśnienia:

- kto prowadził kolportaż ulotek, gdyż zgodnie z informacją przekazaną przez Głównego Inspektora Farmaceutycznego „[REDAKTOWANE] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” obowiązujący w okresie od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r. został znaleziony w skrzynce pocztowej, co wskazuje, że nie tylko były wyłożone do 15.10.2014 r. w prowadzonych na terenie województwa łódzkiego aptekach, ale również dostarczano je do skrzynek pocztowych mieszkańców [REDAKTOWANE],
- jak przedsiębiorca [REDAKTOWANE] nie będący właścicielem aptek, który zgodnie z oświadczeniem strony, zlecił wydruk przedmiotowych cenników, wszedł w posiadanie zdjęć asortymentu umieszczonego w tych cennikach, a oferowanego w prowadzonych przez [REDAKTOWANE] aptekach,
- kto był nadawcą dostarczonych do aptek przez operatora pocztowego przedmiotowych gazetek,
- jakiego rodzaju relacje wiązały lub wiążą stronę z [REDAKTOWANE], podmiotu zlecającego wydruk przedmiotowych gazetek reklamowych (cenników).

W odpowiedzi na powyższe w piśmie z dnia 5.01.2015 r. złożonym przez osobę nieuprawnioną do reprezentowania spółki wskazano, w szczególności, że:

- nadawcą przedmiotowych *cenników* mogła być drukarnia dokonująca ich wydruku lub przedsiębiorca [REDAKTOWANE], z którym strona posiadała „relacje biznesowe poprzez dokonanie ustnego zlecenia przygotowania cenników przedsiębiorcy [REDAKTOWANE]”
- przedmiotowe cenniki znajdowały się wyłącznie w aptece.

Następnie strona złożyła zażalenie na postanowienie z dnia 22.12.2014 r. odmawiające zawieszenia postępowania administracyjnego dotyczącego podejrzenia prowadzenia niedozwolonej reklamy aptek o nazwie „[REDAKTOWANE]” położonych w [REDAKTOWANE], i ul. [REDAKTOWANE] oraz w [REDAKTOWANE] oraz ich działalności.

W dniu 30.01.2015 r. wpłynęło pismo [REDAKTOWANE], w którym przedsiębiorca oświadczył, że:

- będąc partnerem firmy [REDAKTOWANE] zapewnia kompleksową opiekę dla aptek,
- takie zlecenia były dawane przez firmę [REDAKTOWANE]
- otrzymał ustne zlecenie na przygotowanie cenników dla drogerii i aptek,
- zlecenia były realizowane w okolicy sierpnia 2014 r.
- firma miała opracować szatę graficzną na podstawie przekazanej listy produktów wraz z cenami jakie były w aptekach,
- z przyczyn technicznych wydruk cenników został zlecony drukarni.

W kolejnych pismach organ wezwał przedsiębiorcę [REDAKTOWANE] do precyzyjnego udzielenia odpowiedzi na pytania zawarte w piśmie z 19.12.2014 r. oraz złożenia posiadanych przez [REDAKTOWANE] materiałów, zleceń itp. przekazanych przez [REDAKTOWANE] oraz wskazanie drukarni, która podjęła się wydruku gazetek reklamowych „[REDAKTOWANE] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” obowiązujący w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r. oraz „[REDAKTOWANE] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” obowiązujący w okresie od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r. oraz wyjaśnienia wszystkich, znanych firmie, kwestii dotyczących dystrybucji wskazanych powyżej gazetek, bądź innych gazetek zleczanych do druku przez [REDAKTOWANE]

W odpowiedzi na powyższe przedsiębiorca [REDAKTOWANE] podtrzymał swoje wcześniejsze wyjaśnienia oraz oświadczył, że nie posiada zleceń, gdyż te przekazane były ustnie, a ze względu na upływ czasu nie pamięta szczegółów tej usługi. Jednocześnie przedsiębiorca oświadczył, że jego firma zakończyła współpracę w zakresie opracowywania cenników dlatego nie są mu znane żadne nowe okoliczności w sprawie.

W dniu 09.07.2015 r. do Wojewódzkiego Inspektoratu farmaceutycznego w Łodzi wpłynęło Postanowienie z dnia 26.02.2015 r., w którym Główny Inspektor Farmaceutyczny stwierdził niedopuszczalność zażalenia na postanowienie Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego odmawiającego zawieszenia postępowania.

Zgodnie z art. 10 ustawy z 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013 r. poz. 267 ze zm., dalej k.p.a.) pismem z 17.08.2015 r. organ poinformował stronę o zakończeniu postępowania dowodowego w przedmiocie naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne dotyczącego, prowadzonej przez [REDAKTOWANE] reklamy aptek oraz ich działalności. Poinformowano również stronę o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodowych i materiałów oraz zgłoszonych żądań, a także o możliwości zapoznania się z aktami sprawy.

Na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego w sprawie organ ustalił, że:

- spółka [REDAKTOWANE] zleciła przygotowanie gazetek reklamowych „[REDAKTOWANE] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” obowiązującą w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r. oraz „[REDAKTOWANE] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” obowiązującą w okresie od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r. oraz przekazała przedsiębiorcy [REDAKTOWANE] ceny obowiązujące w prowadzonych przez

stronę aptekach,

- na wszystkich stronach gazetek znajdują się zdjęcia asortymentu dostępnego w aptekach wraz z ich cenami,

- na pierwszej stronie gazetek znajduje się tytuł i logo: [REDAKTOR] + **Apteka**,

- na ostatniej stronie gazetek zamieszczono, adresy aptek położonych w [REDAKTOR] [REDAKTOR] i w [REDAKTOR], i ul. [REDAKTOR] umieszczone w tabeli oznaczonej logo aptek [REDAKTOR],

- przedmiotowe gazetki były wyłożone w aptekach położonych w [REDAKTOR] [REDAKTOR] i w [REDAKTOR], i ul. [REDAKTOR],

- *INFORMATOR O CENACH LEKÓW* obowiązujący w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014r. był wyłożony w aptekach do 31.03.2014r.

- *CENNIK OFERTY APTECZNEJ* obowiązujący w okresie od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r. był wyłożony w aptekach do 15.10.2014 r.;

W trakcie prowadzenia postępowania organ wydał Decyzje wygaszające zezwolenie na prowadzenie aptek o nazwie „[REDAKTOR]” położonych w [REDAKTOR] [REDAKTOR] w dniu [REDAKTOR] r. oraz położonej przy ul. [REDAKTOR] w dniu [REDAKTOR] r.

Organ ustalił, że gazetki o nazwie: „[REDAKTOR] *APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW*” i „[REDAKTOR] *APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ*” zawierające kolorowe zdjęcia produktów leczniczych i innego asortymentu dostępnego w prowadzonych przez stronę aptekach wraz z ich cenami oraz umieszczonym na pierwszej i ostatniej stronie logo aptek [REDAKTOR], w istocie stanowią reklamę apteki i jej działalności.

Biorąc pod uwagę stan faktyczny organ I instancji decyzją nałożył na spółkę [REDAKTOR] [REDAKTOR] karę pieniężną w kwocie 10 000,00 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych) w związku ze stwierdzeniem prowadzenia zakazanej reklamy apteki i jej działalności o jakiej mowa w art. 94a ust.1 Prawa farmaceutycznego, a następnie umorzył postępowanie wobec zaprzestania przez stronę prowadzenia zakazanej reklamy aptek i ich działalności aptek ogólnodostępnych o nazwie „[REDAKTOR]” położonych w [REDAKTOR] [REDAKTOR] oraz w [REDAKTOR] oraz ich działalności za pośrednictwem ulotek reklamowych w zakresie w jakim w jakim art. 94a ust. 3 tej ustawy nakłada na wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego obowiązek wydania decyzji nakazującej zaprzestania prowadzenia zakazanej reklamy o jakiej mowa w art. 94a ust.1.

W wyniku odwołania od powyższej decyzji Główny Inspektor Farmaceutyczny uchylił ją i przekazał do ponownego rozpoznania wskazując okoliczności, które organ I instancji winien wziąć pod uwagę rozpatrując ponownie sprawę.

Organ I instancji winien zatem:

- zgodnie z art. 107 § 1 k.p.a. wskazać w pkt I osnowy decyzji konkretne naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy – Prawo farmaceutyczne i wskazać apteki w których miały miejsce naruszenia ww. przepisu oraz okres w którym dochodziło do tych naruszeń. W pkt II osnowy decyzji dotyczącej umorzenia postępowania, z uwagi na zaprzestanie naruszeń, precyzyjnie skonkretyzować stwierdzone naruszenie zakazu reklamy aptek ogólnodostępnych i ich działalności.

Zgodnie z art. 10 § 1 k.p.a. pismem z dnia 12 grudnia 2016 r. Łódzki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił stronę o wszczęciu postępowania administracyjnego w przedmiocie naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo farmaceutyczne w zakresie reklamy aptek i ich działalności za pośrednictwem gazetki „[REDAKTOWANE] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” obowiązującej w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r. oraz gazetki „[REDAKTOWANE] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” obowiązującej w dniach od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r. w stosunku do prowadzonych przez spółkę aptek ogólnodostępnych o nazwie „[REDAKTOWANE]” położonych w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] i w [REDAKTOWANE] i ul. [REDAKTOWANE] i ul. [REDAKTOWANE], celem ponownego rozpatrzenia sprawy oraz wezwał spółkę m.in. do:

1. dokładnego wskazania daty początkowej i końcowej dostępności ww. gazetek w poszczególnych aptekach strony, ewentualnie wyjaśnienia czy nadal są one dostępne w aptekach w ww. spółki,
2. wskazania czy w ww. aptekach były bądź nadal są dostępne gazetki, materiały reklamowe, ulotki, inne oraz o wskazanie jakie i w jakim okresie,
3. wyjaśnienia, czy spółka zlecała, poleciła dostarczanie ww. gazetek do skrzynek pocztowych,
4. wskazania kto dostarczał ww. gazetki do aptek,
5. wskazania jakie informacje były przedmiotem ustnej umowy pomiędzy spółką [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE], oprócz przekazania przez spółkę cen produktów obowiązujących w ww. aptekach, zamieszczonych w gazetkach,
6. wyjaśnienia, czy strona podtrzymuje złożone wcześniej do sprawy oświadczenia.

Na powyższe strona pismem z dnia 28 grudnia 2016 r. oświadczyła m.in., że:

- obecnie nie prowadzi aptek ogólnodostępnych położonych w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] oraz ul. [REDAKTOWANE] i wniosła o umorzenie niniejszego postępowania, twierdząc, że w ocenie strony nastąpiła bezprzedmiotowość postępowania przedmiotowa jak i podmiotowa,
- alternatywnie w przypadku nie uwzględnienia przez organ wniosku spółki wniosła

ponownie o:

- przeprowadzenie dowodu poprzez zwrócenie się do Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w celu wydania opinii dotyczącej formy uwidaczniania cen produktów leczniczych znajdujących się w aptece umieszczonych w miejscu niedostępnym i niewidocznym dla kupujących w szczególności znajdujących się na zapleczu,
- przeprowadzenie dowodu poprzez zwrócenie się do Głównego Inspektora Farmaceutycznego w celu wydania opinii dotyczącej zakresu i formy oraz elementów jakie powinna zawierać oferta handlowa skierowana do pacjenta w rozumieniu art. 66 §1 Kodeksu cywilnego, przedsiębiorcy prowadzącego aptekę ogólnodostępną,
- przeprowadzenie dowodu z pisma Ministra Finansów z dnia 11.02.2011r. na okoliczność, iż w świetle rozporządzenia Ministra Finansów z 10.06 2002r. w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży, dopuszczalne, a nawet obligatoryjne jest uwidacznianie cen w prospektach, katalogach, a nawet na ekranach monitorów ze względu na ochronę ekonomicznych interesów pacjentów (znajdującego się w aktach sprawy),
- przeprowadzenie dowodu z pisma Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13.12.2012r. oraz z 29.07.2013r. na okoliczność konieczności przestrzegania obowiązku informacyjnego w zakresie cen towarów oraz że brak przestrzegania tego spowoduje osłabienie ekonomicznych interesów konsumentów (w aktach sprawy),
- przeprowadzenie dowodu z pisma Prezesa Rady Ministrów z dnia 9.01.2014r. (projekt ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług) w zakresie stanowiska Rządu dotyczącego uwidaczniania cen m.in. w aptekach oraz potrzeby zmiany dotychczasowych przepisów (w aktach sprawy),
- przeprowadzenie dowodów z odpowiedzi podsekretarza stanu w Ministerstwie Finansów – z upoważnienia ministra – na zapytanie poselskie nr 1109 w sprawie egzekwowania przestrzegania przez apteki przepisów ustawy o cenach na okoliczność konieczności stosowania ogólnych zasad uwidaczniania cen w aptekach na wywieszkach cenowych, cennikach, zestawieniach cen leków i materiałów medycznych, udostępnianych pacjentom (w aktach sprawy),
- przeprowadzenie dowodu z Decyzji Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej nr akt kontroli: OK.8361.284.2015 (w załączeniu),
- przeprowadzenie dowodu z pisma Informacji Prezes Okręgowej Rady Aptekarskiej w Zielonej Górze w zakresie konieczności umieszczania cenników w aptece (w załączeniu),

Ponadto strona odnosząc się do wezwania organu z dnia 12 grudnia 2016 r. podniosła w szczególności, że:

- z uwagi na upływ czasu oraz zmiany personalne nie jest w stanie podać żadnych dat

dostępności przedmiotowych gazetki w aptekach spółki, czy gazetki były dostarczane do aptek i jakie były to gazetki oraz nie jest w stanie ustalić treści ustnej umowy pomiędzy spółką a przedsiębiorca [REDAKTOWANE].

- przedmiotowe gazetki nie są już dostępne w prowadzonych przez przedsiębiorcę aptekach,

- spółka nie zlecała dostarczania gazetki do skrzynek pocztowych.

Postanowieniem z dnia 13.02.2017 r. organ odmówił przeprowadzenia dowodu z opinii Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Łodzi oraz opinii Głównego Inspektora Farmaceutycznego oraz pismem z dnia 14 lutego 2017 r. zawiadomił stronę zgodnie z art. 10 § 1 k.p.a. o zakończeniu postępowania dowodowego w sprawie oraz o możliwości zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym i wypowiedzenia się w tym przedmiocie.

Spółka pismem z dnia 21 lutego 2017 r. oświadczyła, że „podtrzymuje swoje wcześniejsze wnioski i wyjaśnienia zawarte w przedmiotowym postępowaniu oraz w postępowaniu prowadzonym pod sygnaturą FŁ-II.8523.255.2014”.

I.

Organ zważył, co następuje:

Podstawą wszczęcia i prowadzenia przedmiotowego postępowania było podejrzenie naruszenia przez przedsiębiorcę [REDAKTOWANE] prowadzącego apteki ogólnodostępne o nazwie „[REDAKTOWANE]” położonych w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] i w [REDAKTOWANE] i ul. [REDAKTOWANE] przepisu art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo farmaceutyczne.

Na podstawie całokształtu materiału dowodowego zebranego w toku postępowania organ stwierdził, że strona naruszyła zapis art. 94a ust. 1 prawa farmaceutycznego zabraniającego reklamy aptek i ich działalności.

Analizując zgromadzony w sprawie materiał dowodowy organ ustalił, że:

- gazetki reklamowe „[REDAKTOWANE] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW (16 stron formatu A5) obowiązująca w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r. oraz „[REDAKTOWANE] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ (12 stron formatu A5) obowiązująca w okresie od 25.08.2014 r do 15.10.2014 r. zawierają na wszystkich stronach zdjęcia produktów leczniczych i innego asortymentu dostępnego w aptekach wraz z ich cenami wyróżnionymi na czerwonym tle oraz poniżej wskazania do stosowania,

- na dole każdej ze stron ww. gazetek zamieszczono informację, że przedstawiona w gazetce oferta stanowi ofertę w rozumieniu art. 66 § 1 Kodeksu cywilnego obowiązującą we wskazanym w gazetce okresie,

- w obu gazetkach reklamowych na stronach tytułowych zamieszczono logo : ██████████

+ Apteka

- na ostatnich stronach przedmiotowych gazetek w tabeli pod nazwą **Adresy** ██████████+Apteka zamieszczono adresy aptek prowadzonych przez stronę m.in. w województwie łódzkim tj. aptek ogólnodostępnych o nazwie „██████████” położonych w ██████████ i w ██████████, i ul. ██████████,

- spółka ██████████ z siedzibą w ██████████ zleciła przygotowanie przedmiotowych gazetek oraz przekazała przedsiębiorcy ██████████ ceny obowiązujące w swoich aptekach (co wynika z oświadczeń strony zawartych w piśmie z dnia 5.12.2014 r. i oświadczenia przedsiębiorcy ██████████ w piśmie z dnia 21.01.2015 r.),

- gazетка reklamowa „██████████ APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW (prezentująca ofertę ważną w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r.) była udostępniona w aptekach spółki położonych w ██████████ oraz w ██████████ ██████████, i ul. ██████████, w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r. (oświadczenia strony m.in. w piśmie z dnia 3.11.2014 r., potwierdzone przez stronę również w późniejszych pismach),

- gazетка reklamowa „██████████ APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ (prezentująca ofertę ważną w okresie od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r.) udostępniona była w aptekach spółki położonych w ██████████ i w ██████████, i ul. ██████████, w okresie od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r. (oświadczenia strony m.in. w piśmie z dnia 3.11.2014 r., potwierdzone przez stronę również w późniejszych pismach),

- strona nie zlecała wydruku i kolportażu gazetek w okresie od 01.04.2014 r. do 24.08.2014 r. (oświadczenia strony w piśmie z dnia 5.12.2014.),

- organ prowadząc postępowania administracyjne posiada wiedzę z urzędu, że zezwolenia na prowadzenie apteki ogólnodostępnej o nazwie „██████████” położonej w ██████████ ██████████ zostało wygaszone decyzją Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego Nr ██████████ r. oraz apteki ogólnodostępnej o nazwie „██████████” położonej w ██████████ przy ul. ██████████ decyzją ŁWIF Nr ██████████

- z przedmiotowych gazetek wynika przekaz skierowany do potencjalnych klientów, że przedstawiony, wyselekcjonowany w gazetkach asortyment jest dostępny we wskazanych

cenach w „[REDAKTOWANE]” m.in. w [REDAKTOWANE] i ul. [REDAKTOWANE] oraz w [REDAKTOWANE] w okresie zamieszczonym każdorazowo w gazecie.

Zgodnie z brzmieniem art. 94a ust. 1, 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 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 definicjami zawartymi w wydanych opracowaniach słownikowych, a także orzecznictwie sądów administracyjnych.

Według Wielkiego Słownika Wyrazów Obcych pod red. M. Bańki, wyd. PWN, Warszawa 2003, za reklamę uważa się każde działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub skorzystania z określonych usług. Ponadto przytaczając definicję zawartą w Uniwersalnym Słowniku Języka Polskiego pod red. Prof. Stanisław Dubisza (Wydawnictwo Naukowe PWN Warszawa 2003), na którą powołał się także Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie (sygn. VII SA/Wa 1915/07) reklama to także napis, rysunek, plakat, film itp. służący temu celowi. Reklama to efekt czyjejś celowej działalności dotyczący własnego wizerunku. Pod pojęciem działalności ten sam słownik rozumie zespół czynności, działań podejmowanych w jakimś celu lub w jakimś zakresie, czynny udział w czymś, działanie, pracę.

Podobną definicję zamieszcza Encyklopedia PWN (Wydawnictwo Naukowe PWN 2010 źródło – www.encyklopedia.pwn.pl/haslo/3966917/reklama) według której reklama to rodzaj komunikowania perswazyjnego obejmujący techniki i działania podejmowane w celu zwrócenia uwagi na produkty, usługę lub ideę. Pierwotną funkcją reklamy było udzielanie informacji o towarach i źródłach zakupu; obecnie reklama spełnia funkcje: prezentacji, kształtowania popytu, tworzenia i utrzymywania rynku zbytu.

W obecnym stanie prawnym jedynie informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki nie stanowi reklamy aptek i jej działalności, czemu dał wyraz m.in. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z dnia 12 marca 2014 r., sygn. akt VI S.A./Wa 1776/13, Legalis nr 950697.

Zakaz reklamy wprowadzony przez ustawodawcę ma zatem szeroki zakres i obejmuje każdy rodzaj reklamy, w tym także reklamę skojarzeniową czy ukrytą.

Należy również nadmienić, że dla faktu zaistnienia reklamy apteki i jej działalności nie ma znaczenia to czy reklama prowadzona jest wewnątrz, czy skierowana jest na zewnątrz danej apteki. Przedstawione stanowisko bogato i konsekwentnie prezentowane jest przez orzecznictwo sądów administracyjnych (tak np. wyrok NSA sygn. akt II GSK 2355/14 z dnia 17 lutego 2016 r.; wyrok WSA w Warszawie sygn. akt VI SA/Wa 487/15 z dnia 22 września 2015 r.; wyrok WSA w Warszawie sygn. akt VI SA/Wa 2875/15 z dnia 14 lipca 2016 r.).

Zgodnie z utrwalonym w tej materii orzecznictwem sądów administracyjnych reklamą apteki jest każde działanie skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia sprzedaży produktów w niej oferowanych. Reklamą działalności apteki jest 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 i innego asortymentu dopuszczonego do obrotu w aptekach w danej aptece lub punkcie aptecznym. 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. Reklamą działalności apteki może być każde działanie zmierzające do zwiększenia sprzedaży. Reklama może przy tym przyjmować różne formy, w szczególności: hasła, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów, broszur, czy gazetek.

Za reklamę należy uznać "każdą wypowiedź skierowaną do potencjalnych konsumentów odnoszącą 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. Zachęta może być wyrażona bezpośrednio, np. przez użycie określeń odpowiadających konkretnym czynnościom, w wyniku których nastąpi zbycie towarów lub usług albo pośrednio - przez stworzenie sugestywnego obrazu towarów i usług, a także samego przedsiębiorcy, w stopniu nasuwającym adresatom nieodpartą chęć nabycia towarów i usług" Reklamą (jako taką) jest działalność sprzedawcy polegająca na informowaniu lub zachęcaniu do określonego zachowania się nabywcy, mająca na celu zwiększenie jego obrotów. W przypadku reklamy produktu leczniczego, tym "określonym zachowaniem", będzie zachęcanie do stosowania tego produktu, natomiast w przypadku reklamy apteki lub jej działalności, będzie to zachęcanie do korzystania z jej usług. "Zwiększeniem obrotów" sprzedającego będzie w przypadku reklamy produktu leczniczego zwiększenie liczby przepisywanych recept, dostarczania, sprzedaży lub konsumpcji produktów leczniczych, zaś w przypadku reklamy apteki lub jej działalności będzie to zwiększenie liczby

przeprowadzanych przez nią transakcji lub ich wartości (tak m.in. wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 20 maja 2015 r., sygn. akt II GSK 746/14; wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 11 marca 2015 r., sygn. akt II GSK 753/14; wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 27 sierpnia 2014, sygn. akt II GSK 1000/13).

Można w tym miejscu przywołać nadal aktualne stanowisko Sądu Najwyższego wyrażone w wyroku z dnia 2 października 2007 r. (sygn. akt II CSK 289/07, LEX nr 341805), w którym SN wyjaśnił, iż „reklama oznacza każde przedstawienie (wypowiedź) w jakiegokolwiek formie w ramach działalności handlowej, gospodarczej, rzemieślniczej lub wykonywania wolnych zawodów, dokonane w celu wspierania zbytu towarów lub usług. Powszechnie przyjmuje się, że reklamą są wszelkie formy przekazu, w tym także takie, które nie zawierając w sobie elementów ocennych ani zachęcających do zakupu, mogą jednak zostać przyjęte przez ich odbiorców jako zachęta do kupna. Wskazuje na to m.in. także art. 16 ust.1 pkt 4 u.z.n.k., uznający za czyn nieuczciwej konkurencji wypowiedź, która zachęcając w istocie do nabycia towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji. Taka reklama wprowadza klienta w błąd, sugerując mu, że nie jest reklamą, a jedynie neutralną, rzetelną informacją. Przy rozróżnieniu informacji od reklamy trzeba mieć na względzie, że podstawowym wyznacznikiem przekazu reklamowego jest nie tylko mniej lub bardziej wyraźna zachęta do kupna towaru, ale i faktyczne intencje podmiotu dokonującego przekazu oraz odbiór przekazu przez podmioty, do których jest kierowany. Wypowiedź jest reklamą, gdy nad warstwą informacyjną przeważa zachęta do nabycia towaru – taki cel przyświeca nadawcy wypowiedzi i tak odbiera ją przeciętny odbiorca, do którego została skierowana. Wszelkie promocje, w tym cenowe, są reklamą towaru i firmy, która ich dokonuje”.

W świetle powyższego w ocenie organu nie zasługuje na uwzględnienie argument strony, iż przedmiotowe gazetki udostępniane były w lokalach aptek spółki w celu informowania pacjentów o aktualnej ofercie handlowej i związanym z nią obowiązkiem informowania pacjentów o cenach. W tym celu strona złożyła szereg wniosków dowodowych, w tym m.in. o wystąpienie do Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w celu wydania opinii dotyczącej formy uwidaczniania cen produktów leczniczych oraz do Głównego Inspektora Farmaceutycznego w celu wydania opinii dotyczącej zakresu i formy oraz elementów jakie powinna zawierać oferta handlowa skierowana do pacjenta w rozumieniu art. 66 §1 Kodeksu cywilnego. Należy wskazać, że brak jest przepisów prawa uprawniających do wydawania przez wskazane organy tego rodzaju opinii.

Oferta zamieszczona w obu gazetkach przedstawiona była w sposób wybiórczy, selektywny, co miało na celu zaprezentowanie, wyeksponowanie spośród oferty apteki jej najatrakcyjniejszych ofert. Oceniając treść gazetek reklamowych należy mieć na uwadze, iż odbiorcą przekazu jest przeciętny konsument, który odbiera komunikat w kontekście ogólnie,

powszechnie stosowanych praktyk marketingowych stosowanych na rynku. Umieszczenie w treści gazetki informacji, iż ceny obowiązują w określonym czasie wskazuje, iż gazetka ta ma związek z ofertą okresową i stanowi zachętę dla konsumenta do nabycia wyszczególnionych w niej produktów leczniczych (tak również m.in. wyrok NSA z dnia 14.01.2015 r., sygn. akt II GSK 385/14).

Wobec powyższego, po analizie całokształtu materiału dowodowego zgromadzonego w przedmiotowej sprawie organ stwierdza, że udostępniane w lokalach prowadzonych przez spółkę aptek w [REDAKTOWANE] i ul. [REDAKTOWANE] oraz w [REDAKTOWANE] gazetek reklamowych „[REDAKTOWANE] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” (oferta ważna od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r.) oraz gazetek „[REDAKTOWANE] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” (oferta ważna od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r.) miało na celu przyciągnięcie klientów do przedmiotowych aptek i zwiększenie ich obrotów. Apteki za pośrednictwem gazetek mogły pozyskiwać nowych potencjalnych klientów. Działanie strony stanowiło więc w istocie zachętę do dokonywania zakupów w ww. aptekach i miało na celu zwiększenie ich obrotów, co stanowiło naruszenie ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności.

Organ przyjmuje za wiarygodne spójne i konsekwentne oświadczenia strony, iż ta nie zlecała dostarczania gazetek do skrzynek pocztowych na terenie miasta [REDAKTOWANE]

Konkludując należy stwierdzić, że spółka prowadziła reklamę aptek ogólnodostępnych o nazwie „[REDAKTOWANE]” w [REDAKTOWANE] i ul. [REDAKTOWANE] oraz w [REDAKTOWANE] za pośrednictwem gazetek reklamowych „[REDAKTOWANE] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” (oferta ważna od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r.) oraz gazetek „[REDAKTOWANE] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” (oferta ważna od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r.) udostępnianych w ww. aptekach.

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 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, ani tzw. „widełek” które uzasadniałyby zastosowanie kary pieniężnej w konkretnej wysokości, zatem wysokość kary, stopień przewinienia organ każdorazowo ocenia indywidualnie w konkretnej sprawie.

Nałożenie kary pieniężnej jest obligatoryjne, co oznacza, iż organ stwierdzając prowadzenie reklamy apteki i jej działalności jest zobowiązany nałożyć na takiego przedsiębiorcę stosowną karę pieniężną.

Mając na uwadze fakt, że:

- reklama aptek ogólnodostępnych o nazwie „[REDAKTOWANE]” położonych w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] i w [REDAKTOWANE] i ul. [REDAKTOWANE] za pośrednictwem gazetki „[REDAKTOWANE] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” (oferta ważna od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r.) i ich działalności prowadzona była w okresie od 01.02.2014 r. do 31.03.2014 r. (co wynika z oświadczenia strony w piśmie z dnia 3.11.2014 r., potwierdzanego przez stronę również w późniejszych pismach),
- reklama aptek ogólnodostępnych o nazwie „[REDAKTOWANE]” położonych w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] i w [REDAKTOWANE] i ul. [REDAKTOWANE] za pośrednictwem gazetki „[REDAKTOWANE] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” (oferta ważna od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r.) i ich działalności prowadzona była w okresie od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r. (co wynika z oświadczenia strony w piśmie z dnia 3.11.2014 r., potwierdzanego przez stronę również w późniejszych pismach),
- przedsiębiorca nie był uprzednio karany przez Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego za naruszenie art. 94a ust.1 ustawy -Prawo farmaceutyczne,
- na stronie internetowej w Biuletynie Informacji Publicznej Inspektoratu pod adresem www.lwif.pl, w zakładce mapa serwisu, komunikaty ŁWIF, zamieszczone są komunikaty Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego (z dnia 2 stycznia 2012 r. i 10 stycznia 2012 r.) o ustawowym zakazie reklamy aptek, punktów aptecznych i ich działalności,
- naruszenie ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności według ustaleń zebranych w toku postępowania trwało stosunkowo niedługo, bowiem od lutego 2014 r. do końca marca 2014 r. oraz od 25.08.2014 r. do 15.10.2014 r.
- strona działała sprzecznie z ustawowym zakazem reklamy aptek i ich działalności aż w trzech prowadzonych przez siebie w tym okresie aptekach na terenie właściwości miejscowej organu rozstrzygającego w niniejszej sprawie,
- zezwolenie strony na prowadzenie apteki ogólnodostępnej o nazwie „[REDAKTOWANE]” położonej w [REDAKTOWANE] zostało na wniosek spółki decyzją Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego Nr [REDAKTOWANE] r. wygaszone,
- zezwolenie strony na prowadzenie apteki ogólnodostępnej o nazwie „[REDAKTOWANE]” położonej w Łodzi przy ul. [REDAKTOWANE] zostało na wniosek spółki decyzją Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego [REDAKTOWANE] r. wygaszone,

- stwierdzenie wygaśnięcia zezwoleń na prowadzenie „[REDAKCYJNE] w [REDAKCYJNE] [REDAKCYJNE] i przy ul. [REDAKCYJNE] nastąpiło dopiero po zaprzestaniu prowadzenia przez stronę reklamy ww. aptek i ich działalności, a sam przedsiębiorca nadal prowadzi działalność gospodarczą,

- strona jako podmiot profesjonalny prowadzący działalność regulowaną obowiązana jest do odpowiedniego poziomu staranności w prowadzeniu swojej działalności zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami,

zatem nałożona w wysokości 2 400 zł kara pieniężna jest współmierna do okoliczności i czasu prowadzenia reklamy apteki i jej działalności.

Karę pieniężną uiszcza się na wskazane w rozstrzygnięciu decyzji konto w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna. Od kary pieniężnej nieuiszczonej w terminie nalicza się odsetki za zwłokę w wysokości jak dla zaległości podatkowych. Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami 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.

II.

Zgodnie z art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, jeżeli brakuje jednego z elementów stosunku materialnoprawnego, uniemożliwiającego tym samym rozstrzygnięcie co do istoty sprawy, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części.

W ocenie organu w niniejszej sprawie zaistniała przesłanka bezprzedmiotowości sprawy w części, ponieważ z materiału dowodowego zgromadzonego w sprawie nie wynika, aby strona za pośrednictwem gazetek „[REDAKCYJNE] APTEKA INFORMATOR O CENACH LEKÓW” oraz „[REDAKCYJNE] APTEKA CENNIK OFERTY APTECZNEJ” nadal naruszała ustawy zakaz reklamy aptek i ich działalności zawarty w art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo farmaceutyczne. Ponadto z materiału dowodowego zgromadzonego w sprawie nie wynika, aby strona rozprowadzała ww. gazetki do skrzynek pocztowych w mieście [REDAKCYJNE], co uzasadnia umorzenie niniejszego postępowania również w tym zakresie.

Mając na uwadze powyższe okoliczności, na podstawie art.129b ust. 1, 2 i art. 129ba ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (t.j.Dz.U. z 2016 r., poz. 2142 ze zm.) w związku z art. 94a ust. 1,2,3 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo

farmaceutyczne oraz art. 104, art. 105 § 1 i art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz.U. z 2016 r., poz. 23 ze zm.) postanowiłem jak na wstępie.

POUCZENIE

Od niniejszej decyzji służy stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego za pośrednictwem Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w terminie czternastu dni od daty doręczenia decyzji.

Otrzymują:

- [REDACTED], adres do korespondencji: ul. [REDACTED]
[REDACTED]
- a/a.