

FŁ-II.8523.9.2017

D E C Y Z J A Nr 5/REKL/2017

Na podstawie art. 129b ust. 1, 2 i art. 129ba ust.1 ustawy z dnia 6 września 2001r.- Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. z 2016r., poz. 2142 ze zm.) w związku z art. 94a ust. 1, 2, 3 ustawy z dnia 6 września 2001r.- Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. z 2016r., poz. 2142 ze zm.) oraz art. 104, art. 105 § 1 i art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. kodeksu postępowania administracyjnego (t.j. Dz.U. z 2017r. poz. 1257).

ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

- I. **nakłada** na przedsiębiorcę [REDAKTOWANE] karę pieniężną w kwocie 1.000 zł (słownie: jeden tysiąc 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 w związku ze stwierdzeniem prowadzenia zakazanej reklamy apteki o nazwie [REDAKTOWANE] położonej w [REDAKTOWANE], Zezwolenie Numer FŁ-[REDAKTOWANE], zmienione decyzją Numer [REDAKTOWANE] z dnia [REDAKTOWANE] i jej działalności o jakiej mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r.- *Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz.U. z 2016r., poz. 2142 ze zm.), w związku z umieszczeniem na stronie internetowej [REDAKTOWANE] treści i materiałów stanowiących reklamę apteki i jej działalności w okresie co najmniej od 24.03.2017r.
- II. **umarza postępowanie** w sprawie naruszenia przepisu art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. - *Prawo farmaceutyczne* (t.j. Dz.U. z 2016r., poz. 2142 ze zm.) wobec zaprzestania prowadzenia zakazanej reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKTOWANE] położonej w [REDAKTOWANE] oraz jej działalności poprzez umieszczenie na stronie [REDAKTOWANE] treści i materiałów stanowiących reklamę apteki i jej działalności w zakresie w jakim art. 94a ust. 3 tej ustawy nakłada na wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego obowiązek wydania decyzji nakazującej zaprzestania prowadzenia zakazanej reklamy o jakim mowa w art. 94a ust. 1.

UZASADNIENIE

W dniu 21.04.2017r. do Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Łodzi wpłynęła skarga na działalność apteki ogólnodostępnej o nazwie „[REDAKTOWANE]” położonej w [REDAKTOWANE], do której załączono, wydruki produktów leczniczych umieszczonych na stronie [REDAKTOWANE]:

załącznik 1 - MAXON ACTIVE 2 tabl. z dopiskiem „NOWA CENA”, poniżej umieszczono w ramce przekreśloną cenę ~~29,00zł~~ (mała czcionka) oraz cenę 13,52zł (duża czcionka),
załącznik 2 - TABEX – lek wspomagający odzwyczajanie się od nikotyny z dopiskiem „NOWA CENA”, poniżej w ramce przekreśloną cenę ~~37,79zł~~ (mała czcionka) oraz cenę

34,69zł (duża czcionka).

W dniu 04.05.2017r. wpłynęło kolejne pismo z informacją, że apteka reklamuje się poprzez e-mail z ogłoszeniami promocyjnymi o treści „Jeszcze niższa cena - Oferta limitowana – Nie zwlekaj!” oraz wydrukami z dnia 21.04.2017r. ze strony internetowej apteki :

- zakładka „PROMOCJE” – część asortymentu z dopiskiem „NOWA CENA”,
- Kosmetyki „Pharmaceris” objęte promocją 10%,
- kosmetyki „BIODERMA” – PROMOCJA -25% NA WSZYSTKIE PRODUKTY*

* - Promocja nie łączy się z innymi promocjami. Oferta obowiązuje w dniach 6-20 marca 2017.

- WIELKA PAKA DLA ROCZNIKA Bebilon Junior 3 1200g 30% taniej przy zakupie 3 x Bebilon Junior 2 1200g,

Ponadto w dniu 28.06.2017r. na stronie głównej apteki internetowej [REDAKTOR] stwierdzono informację o:

1. bogatej ofercie w skład której wchodzi m.in. „*tanie leki bez recepty*” oraz że:
2. „leki kupowane przez Internet są też bezpieczne – posiadają długą datę ważności, co jest istotne przy zamówieniach wysyłkowych”,
3. „w **najtańszej aptece internetowej** [REDAKTOR] znajdują Państwo również wiele pomysłów na prezent, próbki produktów oraz specjalnie przygotowane zestawy kosmetyków,
4. „zakupy w taniej **aptece on line** to gwarancja wysokiej jakości i niskiej ceny”.

W zakładce „OKAZJE” znajduje się asortyment z umieszczonym na czerwonym tle dopiskiem „NOWA CENA”, oraz datą ważności, np.:

- Olimp Hydrolit 10 sasz. – data ważności 12.07.2017r.
- Bilobil 40 mg 60 kaps. – data ważności 30.07.2017r

w tym produkty dla dzieci:

- Humana 0 mleko dla wcześniaków w płynie 90ml – data ważności 03.07.2017,
- Humana 2 Mleko modyfikowane w proszku następne dla niemowląt 350g – data ważności 05.07.2017r.

Pismem z 29.06.2017r. Łódzki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił spółkę o wszczęciu postępowania w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. z 2016r., poz. 2142 ze zm.) (dalej PF) przez [REDAKTOR] oraz wezwał do złożenia stosownych wyjaśnień w terminie 7 dni od daty doręczenia pisma.

Pismem z dnia 10.07.2017r., strona poinformowała, że treści umieszczone na stronie [REDAKTOR], które naruszały przepis art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. – Prawo farmaceutyczne zostały usunięte, bądź zmienione. Wstrzymano również przesyłanie wiadomości e-mail.

Zgodnie z art. 10 ustawy z 14 czerwca 1960r. – Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz.U. z 2017r. poz. 1257)(dalej kpa) pismem z dnia 06.03.2015r., organ poinformował stronę o zakończeniu postępowania dowodowego w przedmiocie naruszenia art. 94a ust. 1 PF przez spółkę [REDAKTOR] prowadzącą reklamę apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKTOR] położonej w [REDAKTOR] oraz jej działalności. Poinformowano również o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodowych i materiałów oraz zgłoszonych żądań, a także o możliwości zapoznania się z aktami sprawy.

W wyznaczonym terminie strona nie zapoznała się z aktami sprawy, nie wypowiedziała się co do zebranych dowodowych i materiałów i nie złożyła dodatkowych wyjaśnień.

I.

Organ zważył, co następuje:

Podstawą wszczęcia postępowania administracyjnego, którego stroną jest [REDAKTOWANE] (dalej spółka, strona), było pismo informujące o prowadzonej przez spółkę reklamie apteki ogólnodostępnej o nazwie [REDAKTOWANE] położonej w [REDAKTOWANE] (dalej [REDAKTOWANE]) oraz jej działalności.

10.12.2015r. spółka zgłosiła prowadzenie sprzedaży wysyłkowej produktów leczniczych z [REDAKTOWANE] za pośrednictwem strony internetowej [REDAKTOWANE].

Ze zgromadzonego w aktach sprawy materiału dowodowego wynika, że:

1. na stronie internetowej [REDAKTOWANE] apteki o nazwie [REDAKTOWANE] prowadzącej sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych stwierdzono:

- produkty lecznicze: MAXON ACTIVE 2 tabl. z dopiskiem „NOWA CENA” i umieszczoną w ramce przekreśloną ceną ~~29,00zł~~ (mała czcionka) oraz ceną 13,52zł (duża czcionka),
- produkt leczniczy TABEX – z opisem „lek wspomagający odzwyczajanie się od nikotyny”, dopiskiem „NOWA CENA” oraz umieszczoną w ramce przekreśloną ceną ~~37,79zł~~ (mała czcionka) oraz ceną 34,69zł (duża czcionka).

– Dowód - wydruki ze strony internetowej [REDAKTOWANE] przesłane w piśmie z dnia 14.04.2017r.

2. apteka rozsyła drogą elektroniczną ogłoszenia promocyjne o treści „Jeszcze niższa cena - Oferta limitowana – Nie zwlekaj!”

– Dowód – pismo doręczone do WIF 4.05.2017r.

3. na głównej stronie internetowej apteki umieszczono banery z promocjami:

- „Kosmetyki Pharmaceris objęte promocją 10%”,
- „Kosmetyki „BIODERMA” – PROMOCJA -25% NA WSZYSTKIE PRODUKTY**”
*Promocja nie łączy się z innymi promocjami. Oferta obowiązuje w dniach 6-20 marca 2017.
- „WIELKA PAKA DLA ROCZNIAKA Bebilon Junior 3 1200g 30% taniej przy zakupie 3 x Bebilon Junior 2 1200g”
oraz w zakładce „PROMOCJE” – część asortymentu oznaczono dopiskiem „NOWA CENA”,

– Dowód – wydruki ze strony internetowej apteki dołączone do pisma doręczonego do WIF 4.05.2017r.

4. na stronie głównej apteki internetowej [REDAKTOWANE] umieszczono informacje dotyczące:

- ♦ bogatej oferty w skład której wchodzi m.in. „tanie leki bez recepty”
oraz że:
- ♦ „leki kupowane przez Internet są też bezpieczne – posiadają długą datę ważności, co jest istotne przy zamówieniach wysyłkowych”,
- ♦ „w **najtańszej aptece internetowej** Melissa znajdą Państwo również wiele pomysłów na prezent, próbki produktów oraz specjalnie przygotowane zestawy kosmetyków,

♦ „zakupy w taniej aptece on line to gwarancja wysokiej jakości i niskiej ceny”.

– Dowód – wydruk ze strony internetowej apteki [REDAKTOWANE] z 26.06.2017r.

5. W zakładce „OKAZJE” znajduje się asortyment z umieszczonym na czerwonym tle dopiskiem „NOWA CENA”, oraz datą ważności, np.:

- Olimp Hydrolit 10 sasz. – data ważności 12.07.2017r.

- Bilobil 40 mg 60 kaps. – data ważności 30.07.2017r

w tym produkty dla dzieci:

- Humana 0 mleko dla wcześniaków w płynie 90ml – data ważności 03.07.2017,

- Humana 2 Mleko modyfikowane w proszku następne dla niemowląt 350g – data ważności 05.07.2017r.

– Dowód – printscreen ze strony internetowej apteki z 28 i 29 czerwca 2017r.

Zgodnie z dyspozycją art. 94a ust. 1, 2 i 3 ustawy z dnia 6 września 2001r. 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 ustawie Prawo farmaceutyczne brak jest legalnej definicji reklamy, co skłania do posłużenia się w tym względzie definicjami podanymi w opracowaniach słownikowych, a także orzecznictwie sądów administracyjnych.

W definicjach zawartych w publikacjach słownikowych reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub skorzystania z określonych usług (Wielki Słownik Wyrazów Obcych pod redakcją M. Bańki, wyd. PWN, Warszawa 2003r.) Zgodnie z definicją Uniwersalnego Słownika Języka Polskiego pod red. Prof. Stanisław Dubisza (Wydawnictwo Naukowe PWN W-wa 2003r), na którą powołał się Sąd Wojewódzki w Warszawie (sygn. VII SA/Wa 1915/07) pod pojęciem reklamy rozumie się działanie polegające na zachęceniu potencjalnych klientów do zakupu określonych towarów i usług, a także napis, rysunek, plakat, film itp. służący temu celowi.

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

Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem sądów administracyjnych reklamą apteki jest każde działanie skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych 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 w aptekach sprzedaży produktów leczniczych i innego asortymentu dopuszczonego do obrotu w tych placówkach. Reklamą apteki jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez punkt towarów i która w taki sposób jest odbierana przez klientów.

W wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego z 26 czerwca 2014 r., sygn. akt II GSK 668/13 stwierdzono, że reklamą działalności apteki będzie zamiar przyciągnięcia

potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w aptece, niezależnie od form i metod jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków, jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych (por. także wyroki WSA w Warszawie z 17 października 2008 r., sygn. akt VII SA/Wa 698/08 oraz z 1 lutego 2008 r., sygn. akt VII SA/Wa 1960/07, Lex, nr 451165). Podobnie pojęcie reklamy działalności aptek na gruncie Prawa farmaceutycznego jest rozumiane przez Sąd Najwyższy. W wyroku z 2 października 2007 r. stwierdził on, że: "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 zawierają w sobie elementów oceniających ani zachęcających do zakupu, mogą jednak zostać przyjęte przez ich odbiorców jako zachęta do kupna (...). 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." (por.: wyrok SN z 2 października 2007 r., sygn. akt II CSK 289/07).

Reklamą apteki jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów i która w taki sposób jest odbierana przez klientów. Szeroki sposób rozumienia reklamy działalności aptek uzasadnia również fakt, że art. 94a ust. 1 ustawy, poza stwierdzeniem, że nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego, nie zawiera katalogu działań, które byłyby ex lege wyłączone z zakresu tego pojęcia, jak ma to miejsce w przypadku reklamy produktu leczniczego. Orzecznictwo wskazuje, że reklamą działalności apteki będzie zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w aptece – niezależnie od formy i metody jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków – jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych (wyrok WSA w Warszawie z dn. 11.09.2013r. sygn. akt VI SA/Wa 1291/13). Powszechnie przyjmuje się, że reklamą są wszelkie formy przekazu, w tym także takie, które nie zawierają w sobie elementów ocennych ani zachęcających do zakupu, mogą jednak zostać przyjęte przez ich odbiorców jako zachęta do 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".

Zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, podmiot prowadzący aptekę ogólnodostępną może prowadzić sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych za pośrednictwem wskazanej przez siebie strony internetowej. Ponieważ taka sprzedaż prowadzona jest z apteki ogólnodostępnej, to należy ją traktować jako działalność tej apteki, a wszystkie informacje umieszczone na wskazanej do WIF stronie internetowej, jako informacje umieszczone w aptece stacjonarnej.

Należy zatem uznać, że wszystkie informacje umieszczone na stronie internetowej [REDAKTOR] za pośrednictwem, której [REDAKTOR] prowadzi sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych oraz wszystkie działania podejmowane przez stronę, w tym rozsyłane do klientów e-maile, dotyczą apteki położonej w [REDAKTOR] oraz jej działalności.

Na podstawie całokształtu materiału dowodowego zebranego w toku postępowania organ ustalił, że przedsiębiorca naruszył zapis art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne zabraniającego reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności.

Biorąc powyższe pod uwagę, należy stwierdzić, że strona prowadziła zabronioną reklamę apteki i jej działalności, mając na względzie przyciągnięcie pacjentów do apteki i osiągnięcie związanych z tym korzyści.

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 zatem zobowiązany nałożyć na przedsiębiorcę naruszającego powołany przepis stosowną karę pieniężną.

Biorąc pod uwagę fakt, że:

- [REDAKTOR], 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 1.01.2012r. przepisów,
- począwszy od dnia 1 stycznia 2012r. drogą elektroniczną wszyscy przedsiębiorcy prowadzący apteki na terenie województwa łódzkiego byli dwukrotnie informowani przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego o zakazie 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 obecnie www.lwif.pl,
- naruszenie ustawowego zakazu reklamy apteki oraz jej działalności trwało co najmniej

- od 24 marca 2017r. (e-mail przekazany w piśmie doręczonym do WIF 4.05.2017r.),
- strona jako profesjonalny podmiot prowadzący działalność regulowaną obowiązana jest do odpowiedniego poziomu staranności w prowadzeniu swojej działalności zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami,
 - strona zaprzestała prowadzenie sprzecznej z przepisami prawa farmaceutycznego działalności (oświadczenie z dnia 14 lipca 2017r. oraz wydruki ze strony internetowej [REDAKTOWANE])
- nałożona w wysokości 1000 zł kara pieniężna jest adekwatna do okoliczności, gdyż w ocenie Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora farmaceutycznego fakt prowadzenia reklamy apteki i jej działalności był bezsporny.

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 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.

II.

Zgodnie z art. 105 § 1 kpa (t.j. Dz.U. z 2017r. poz. 1257) gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części.

Zebrane w toku prowadzonego postępowania oświadczenia strony oraz kontrola stron internetowych potwierdzają zaprzestanie prowadzenia reklamy aptek i ich działalności.

Wobec powyższego 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 2016r., 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 2017r. poz. 1257) postanowiłem jak na wstępie.

POUCZENIE

Od decyzji niniejszej służy stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego za moim pośrednictwem w terminie czternastu dni od dnia doręczenia decyzji.

W trakcie biegu terminu do wniesienia odwołania, strona może zrzec się prawa do wniesienia odwołania wobec organu administracji publicznej, który wydał decyzję.

Z dniem doręczenia organowi administracji publicznej oświadczenia o zrzeczeniu się prawa do wniesienia odwołania przez ostatnią ze stron postępowania, decyzja staje się ostateczna i prawomocna, **co oznacza, że nie można jej zaskarżyć do sądu oraz decyzja nie będzie mogła być wzruszona w zwyczajnym trybie.**

Decyzja podlega wykonaniu przed upływem terminu do wniesienia odwołania, jeżeli jest zgodna z żądaniem wszystkich stron lub jeżeli wszystkie strony zrzekły się prawa do wniesienia odwołania.

Otrzymują:

1. [REDACTED]
2. a/a