Łódź, dnia 3 września 2018 r.

ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI

INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

FŁ-II.8523.2.2018

D E C Y Z J A Nr 10/REKL/2018

Na podstawie 94a ust. 1,2,3,4, art.129b ust. 1, 2 i art. 129ba ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (t.j.Dz.U. z 2017 r. poz.2211 ze zm.) 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 2017 r., poz. 1257 ze zm.)

ŁÓDZKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

I. nakazuje przedsiębiorcy [redacted] Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w [redacted] prowadzącej aptekę ogólnodostępną o nazwie „[redacted]" położoną w [redacted] przy ul. [redacted] Numer Zezwolenia [redacted] zmienione decyzją ŁWIF Nr [redacted] r. zaprzestanie prowadzenia reklamy ww. apteki i jej działalności, za pośrednictwem hasła o treści „Darmowa Dostawa" oraz hasła i znaku graficznego „Trusted Shops Guarantee" zamieszczonych na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl za pośrednictwem której apteka prowadzi sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych wydawanych bez przepisu lekarza, wobec stwierdzenia naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2211, ze zm.)

II. nakłada na przedsiębiorcę [redacted] **Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w** [redacted] karę pieniężną w kwocie 15 000 zł (słownie: piętnaście 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 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 2017 r. poz. 2211 ze zm.) aptek ogólnodostępnych o nazwie „[redacted]" położonych w [redacted] przy ul. [redacted] oraz w [redacted] przy ul. [redacted] za pośrednictwem haseł „Promocja", „Bestseller", „Akcje promocyjne", „Gratis", „Zestawy z Gratisami", „-30%", „-25%", „-20%", „-50%", „Darmowa

Dostawa", eksponowania cen niższych poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją, haseł i znaków graficznych *„Posiadamy zaufane opinie", „Słucham swoich klientów - Opineo.pl", "CERTYFIKAT DOBRYCH CEN - [redacted].com",* „Trusted Shops Guarantee", zamieszczonych na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl za pośrednictwem, której apteki ww. wymienione prowadziły/prowadzą sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych wydawanych bez przepisu lekarza

III. umarza postępowanie prowadzone w sprawie naruszenia art. 94a ust.1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (t.j. Dz.U. Dz.U. z 2017 r. poz. 2211 ze zm.) wobec zaprzestania prowadzenia zakazanej reklamy aptek wskazanych w pkt II decyzji i ich działalności za pośrednictwem haseł „Promocja", „Bestseller", „Akcje promocyjne", „Gratis", „Zestawy z Gratisami", „-30%", „-25%", „-20%", „-50%", eksponowania cen niższych poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją, haseł i znaków graficznych *„Posiadamy zaufane opinie", „Słucham swoich klientów - Opineo.pl", "CERTYFIKAT DOBRYCH CEN - [redacted].com",* na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl za pośrednictwem, której apteki ww. wymienione prowadziły/prowadzą sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych wydawanych bez przepisu lekarza 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

IV. decyzji z pkt I nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności

UZASADNIENIE

W dniu 15 stycznia 2018 r. do Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego wpłynęło zawiadomienie informujące o licznych nieprawidłowościach występujących na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl, za pośrednictwem której apteka ogólnodostępna o nazwie „[redacted]" położona w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona przez spółkę [redacted] Sp. z o.o. spółka komandytowa z siedzibą w [redacted], prowadzi sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych dostępnych bez przepisu lekarza. Do zawiadomienia załączono wydruki przedstawiające zrzuty ekranu z ww. strony internetowej.

Z analizy złożonych do tutejszego organu wydruków, jak i samej strony internetowej wynikało, że zamieszczone były na niej m.in. takie hasła reklamowe jak: „Promocja", „Bestseller, „Akcje promocyjne", „Gratis", „Zestawy z Gratisami", eksponowanie cen niższych poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją, zamieszczano napisy minus - 30%, - 25%, - 20%, -50%, hasła o tzw. Darmowej Dostawie, hasła o *treści „Posiadamy zaufane opinie" - Ceneo, „Słucham swoich klientów - Opineo.pl", "CERTYFIKAT DOBRYCH CEN - [redacted].com", „ Trusted Shops Guarantee"* – po kliknięciu na które klient zostawał przekierowany do odpowiednich stron internetowych.
Wobec powyższego organ pismem z dnia 9 lutego 2018 r. zawiadomił spółkę o wszczęciu postępowania w sprawie podejrzenia naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo farmaceutyczne.

W odpowiedzi na zawiadomienie strona w piśmie z dnia 26 lutego 2018 r. oświadczyła m.in., że:

1. ma pełną świadomość zapisu ustawowego dotyczącego zakazu reklamy aptek i ich działalności,
2. w jej ocenie nie należy interpretować ustawowego zakazu dosłownie, gdyż to spowodowałoby rozumienie tego przepisu bardzo restrykcyjnie,
3. powołała się na ustawę z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, która nakłada na przedsiębiorcę w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, obowiązek informowania konsumenta o łącznej cenie za świadczenie wraz z podatkami, co w ocenie strony wyklucza jakoby informacja o darmowej dostawie stanowiła reklamę apteki,
4. prawo konsumenckie ewoluuje w kierunku coraz bardziej szczegółowych informacji dotyczących cen towarów, zasad płatności i innych elementów umów, a korzystanie przez spółkę z usług serwisów internetowych takich jak ceneo.pl, opine.pl, trustedshops.pl jest w ocenie przedsiębiorcy wdrażaniem tej dyrektywy,
5. program zaufane opinie powstał w celu zwiększenia bezpieczeństwa zakupów na portalu ceneo.pl. Celem programu jest pozyskanie informacji o jakości usług w sklepach internetowych i ograniczenie nieprawdziwych lub wielokrotnych ocen kupujących. Portal pozwala konsumentom ma samodzielną ocenę dokonanych zakupów w sklepie internetowym i wystawianie opinii o tym sklepie. Strona nadmieniła, że klienci apteki dokonują tej oceny na odrębnym portalu, nie na stronie internetowej apteki.

W powyższym piśmie spółka zobowiązała się do dokonania zmian na stronie internetowej apteki poprzez:

1.usunięcie „Opineo.pl",

2. usunięcie „Certyfikatu dobrych cen"- [redacted].com,

3. usunięcia zakładki „Promocje",

4. zaprzestania wyszczególniania produktów oznaczeniem „gratisy",

5. usunięcia przekreślenia pierwotnej ceny,

6.informacji o różnicy w cenie produktów zakupionych w zestawie do produktów zakupionych indywidualnie.

Organ postanowieniem z dnia 30 marca 2018 r. włączył do materiału dowodowego w sprawie:

1. wydruki zrzutów ekranu ze strony internetowej www.apteka[redacted].pl przedstawiające m.in.: hasła reklamowe „Promocja", „Bestseller, „Akcje promocyjne", „Gratis", „Zestawy z Gratisami", eksponowanie cen niższych poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją, napisy minus - 30%, - 25%, - 20%, hasła o darmowej dostawie, hasła o *treści „Posiadamy zaufane opinie" - Ceneo, „Słucham swoich klientów - Opineo.pl", "CERTYFIKAT DOBRYCH CEN - [redacted].com", „Trusted Shops Guarantee"* (wydruki zrzutów ekranu z dnia 02.02.2018 r. – 13 stron, z dnia 08.02.2018 r. - 6 stron oraz z dnia 09.02.2018 r. - 7 stron),
2. wydruki zrzutów ekranu ze strony internetowej www.trustedshops.pl (z dnia 09.02.2018 r. – 8 stron) przedstawiające m.in. informacje dotyczące: certyfikatu dla apteka[redacted].pl, informacje o budowaniu zaufania, zwiększenia sprzedaży, opinii o produktach, znaku jakości, certyfikatu internetowego trustedshops, pakietu traffic.
3. wydruki zrzutów ekranu ze strony internetowej www.apteka[redacted].pl (z dnia 29.03.2018 r. – 11 stron oraz 30.03.2018 r. – 1 strona) przedstawiające m.in.: hasła „Bestseller", hasła o *treści „Posiadamy zaufane opinie", „Trusted Shops Guarantee",* hasła o darmowej dostawie, zdjęcia produktów leczniczych dostępnych bez recepty, kosmetyków, suplementów diety.

Ponadto w związku z nieudzieleniem odpowiedzi na zwarte w zawiadomieniu o wszczęciu postępowania pytania, wzywano po raz kolejny do wskazania okresu w jakim, na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl znajdowały się/znajdują się :

- takie hasła reklamowe jak: „Promocja", „Bestseller, „Akcje promocyjne", „Gratis", „Zestawy z Gratisami",
- eksponowane ceny niższe poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją,
- zamieszczane napisy minus - 30%, - 25%, - 20%, hasła o tzw. darmowej dostawie, hasła o *treści „Posiadamy zaufane opinie" - Ceneo, „Słucham swoich klientów - Opineo.pl", "CERTYFIKAT DOBRYCH CEN - [redacted].com", „Trusted Shops Guarantee".*

Strona w pismach z dnia 11 i 27 kwietnia 2018 r. wyjaśniła, że:
- hasła : „Promocja", „Bestseller, „Akcje promocyjne", „Gratis", itp. były zamieszczone na stronie internetowej apteki w okresie od pierwszego kwartału 2014 r. do 27 lutego 2018 r.,
- eksponowanie cen niższych poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją, napisy minus 30% itp. były zamieszczone na stronie internetowej również od pierwszego kwartału 2014 r. do 27 lutego 2018 r.,
- informacja o darmowej dostawie, a także hasła o treści *„treści „Posiadamy zaufane opinie", „Słucham swoich klientów - Opineo.pl" itp. były zamieszczone na stronie internetowej apteki od pierwszego kwartału 2014 r.*

Jednakże organ prowadząc postępowanie dowodowe w niniejszej sprawie ustalił, że pomimo oświadczeń spółki o zakończeniu większości aktywności reklamowych z dniem 27.02.2018 r., na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl nadal znajdują się na niej materiały przedstawiające „Akcje promocyjne", Bestsellery", – 30% „Gratis". Dowody na powyższe organ postanowieniem z dnia 18 maja 2018 r. włączył do prowadzonej sprawy.
W związku z powyższym oraz przeciwnymi wyjaśnieniami strony, a w konsekwencji zaistniałą koniecznością uzupełnienia materiału dowodowego w sprawie, organ rozszerzył przedmiotowe postępowanie o reklamę apteki ogólnodostępnej „[redacted]" w Pabianicach przy ul. [redacted] i jej działalności o czym organ poinformował stronę w piśmie z dnia 19 maja 2018 r. oraz wezwał stronę do doprecyzowania:
1.od kiedy „Certyfikat Dobrych Cen- [redacted].com" był dokładnie zamieszczony na witrynie internetowej apteka[redacted].pl. Zgodnie z wydrukami zrzutów ekranu certyfikat został przyznany spółce w 2013 r.

2.od kiedy precyzyjnie na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl znajdowały się:

- takie hasła reklamowe jak: „Promocja", „Bestseller, „Akcje promocyjne", „Gratis", „Zestawy z Gratisami",

- eksponowane były ceny niższe poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją,
- zamieszczane napisy minus - 30%, - 25%, - 20%, hasła o tzw. darmowej dostawie, hasła o *treści „Posiadamy zaufane opinie", „Słucham swoich klientów - Opineo.pl", "CERTYFIKAT DOBRYCH CEN - [redacted].com", „Trusted Shops Guarantee"* .

W związku z powyższym wezwaniem strona w piśmie z dnia 11 czerwca 2018 r. oświadczyła w szczególności, że:

1. *"CERTYFIKAT DOBRYCH CEN - [redacted].com",* został umieszczony na stronie internetowej apteki od stycznia 2014 r.,
2. *hasła „Promocja, „Bestseller" były umieszczone na stronie internetowej apteki od stycznia 2014 r.,*
3. zakładka „Akcje Promocyjne" była umieszczona na stronie *internetowej apteki od listopada 2016 r.,*
4. hasła „Gratis" i podobne *były umieszczone na stronie internetowej apteki od stycznia 2014 r.,*
5. hasło „zestawy z gratisami" było umieszczone na stronie internetowej apteki od 28 kwietnia 2018 r.
6. eksponowanie cen niższych przez ich wytłuszczenie i powiększenie a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją było zamieszczone na stronie internetowej apteki od stycznia 2014 r.
7. napisy minus – 30 %, i tym podobne zamieszczono od stycznia 2014 r.
8. informacja o darmowej dostawie, hasła o treści „Posiadamy zaufane opinie"- Ceneo, „Słucham swoich klientów"- Opineo.pl były zamieszczone na stronie internetowej apteki w okresie od pierwszego kwartału 2014 r.
9. informacja „Trusted shops" została zamieszczona w okresie od 26 sierpnia 2015r.

Ponadto strona ponownie podniosła, że zleciła zewnętrznej firmie informatycznej usunięcie sformułowań kwestionowanych przez organ wskazanych w jej piśmie z dnia 26 lutego 2018 r. Na potwierdzenie powyższego złożyła zrzut ekranu z panelu zadań obsługi informatycznej strony internetowej. Według załączonego skanu zrzutu ekranu firma informatyczna z dniem 28 lutego 2018 r. wykonała zlecenie strony. Spółka argumentowała również, że fakt włączonych przez organ do sprawy zrzutów ekranu,

przedstawiających nieusunięte w maju 2018 r. hasła reklamowe ze strony internetowej www.apteka[redacted].pl mogły być wynikiem braku wyczyszczenia przeglądarki internetowej. W efekcie zdaniem strony mogła się wyświetlać na komputerze organu treść z lokalnej pamięci podręcznej (tzw. cache), co oznacza, że jeśli według algorytmu przeglądarki treść witryny nie uległa zmianie od ostatniej wizyty jest ładowana z przechowywanej lokalnie pamięci podręcznej. W konsekwencji przeglądarka mogła nie wykryć niektórych zmienionych elementów strony i załadować nieaktualne elementy z pamięci podręcznej.

W związku z powyższym, organ dążąc do wszechstronnego i pełnego zebrania materiału dowodowego oraz dokładnego ustalenia stanu faktycznego, postanowieniem z dnia 13 lipca 2018 r. włączył do materiału dowodowego sprawy kolejne zrzuty ekranu ze strony internetowej www.apteka[redacted].pl. Następnie zgodnie z art. 10 § 1 k.p.a. organ zawiadomił stronę o zakończeniu postępowania dowodowego w sprawie podejrzenia naruszenia art. 94a ust. 1 prawa farmaceutycznego. Poinformowano także o możliwości zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym i wypowiedzenia się w tym przedmiocie. Strona skorzystała z przysługującego jej uprawnienia przeglądając akta sprawy.

I.

Organ zważył, co następuje:

Podstawą wszczęcia i prowadzenia przedmiotowego postępowania było podejrzenie naruszenia przez przedsiębiorcę [redacted] Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością Spółkę komandytową z siedzibą w [redacted] prowadzącą apteki ogólnodostępne o nazwie „[redacted]" w [redacted], przy ul. [redacted] oraz w [redacted] przy ul. [redacted] ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności tj. art. 94a ust. 1 ustawy – Prawo farmaceutyczne.
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 również Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku m.in. z dnia 12 marca 2014 r., sygn. akt VI S.A./Wa 1776/13, Legalis nr 950697.

Zgodnie z utrwalonym w tej materii 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 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: haseł, 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 zbyt 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 jakiejkolwiek 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".

Na podstawie całokształtu materiału dowodowego zebranego w toku postępowania organ ustalił, iż strona naruszyła zapis art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo farmaceutyczne zabraniającego reklamy aptek i ich działalności.

Analizując zgromadzony w aktach sprawy materiał dowodowy organ ustalił, że:
1.za pośrednictwem strony internetowej www.apteka[redacted].pl apteka ogólnodostępna o nazwie „[redacted]" położona w [redacted] przy ul. [redacted] prowadziła sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych dostępnych bez przepisu lekarza od 26.11.2009 r. do 31.05.2015 r. (zgłoszenie strony do tutejszego organu w pismach z dnia 11.11.2009 r. oraz 15.05.2015 r. zamiaru prowadzenia i zakończenia sprzedaży wysyłkowej produktów leczniczych dostępnych bez przepisu lekarza, która w chwili zgłoszenia prowadziła działalność gospodarczą w formie spółki jawnej),
2. za pośrednictwem strony internetowej www.apteka[redacted].pl apteka ogólnodostępna o nazwie „[redacted]" położona w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzi sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych dostępnych bez przepisu lekarza od 1.06.2015 r. do chwili obecnej (zgłoszenie strony do tutejszego organu w piśmie z dnia 8.05.2015 r. zamiaru prowadzenia sprzedaży wysyłkowej produktów leczniczych dostępnych bez przepisu lekarza, która w chwili zgłoszenia prowadziła działalność gospodarczą w formie spółki jawnej),
3. na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl za pośrednictwem, której ww. apteki „[redacted]" prowadziły/prowadzą sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych dostępnych bez przepisu lekarza zamieszczone były takie hasła reklamowe jak:
- „Promocja", „Bestseller", „Bestsellery", „Akcje promocyjne", „Gratis", „Zestawy z Gratisami", eksponowanie cen niższych poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją, napisy minus - 30%, - 25%, - 20%, -50%, hasła o „Darmowej Dostawie", hasła o *treści „Posiadamy zaufane opinie", „Słucham swoich klientów - Opineo.pl", "CERTYFIKAT DOBRYCH CEN -*

[redacted].com", „*Trusted Shops Guarantee*" (np. zrzuty ekranu z dnia 02.02.2018 r. – 13 stron, z dnia 08.02.2018 r. - 6 stron oraz z dnia 09.02.2018 r. - 7 stron, z dnia 29.03.2018 r. - 11 stron, oraz 30.03.2018 r. -1 strona, oświadczenia strony w pismach z dnia 11.04.2018 r., 11.06.2018 r.),

Odnosząc się do haseł reklamowych jak „Promocja", „Bestseller", „Bestsellery", „Akcje promocyjne", „Gratis", „Zestawy z Gratisami", eksponowanie cen niższych poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją, napisy minus - 30%, - 25%, - 20%, -50%, uwzględniając przywołane wyżej ugruntowane orzecznictwo sądów administracyjnych w tej materii, należy uznać, że hasła te poprzez uatrakcyjnienie oferty dostępnej w aptece, miały na celu przyciągnięcie potencjalnych klientów do dokonywania zakupów w danej aptece i zwiększenie sprzedaży, obrotów w aptece.

Odnosząc się do „CERTYFIKATU DOBRYCH CEN - [redacted].com", w oparciu o zebrany materiał dowodowy organ ustalił, że:
1.na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl w jej lewej części w graficznym prostokącie w zamieszczone było hasło *"CERTYFIKAT DOBRYCH CEN -* [redacted]*.com"* (wydruk zrzutu ekranu z dnia 08.02.2018r. godz. 13:50). Po kliknięciu na to hasło konsumentowi wyświetlał się obraz/skan (wydruk zrzutu ekranu z dnia 08.02.2018 r. godz. 13:58, 13:59) dokumentu o treści:
Certyfikat Dobrych Cen [redacted] *firma Apteka Internetowa* [redacted] *odznaczona Certyfikatem Dobrych Cen* [redacted] *pozytywnie przeszła kontrolę jakości oferty cenowej i wyróżnia ją:*

- Dobra relacja ceny do jakości produktów

- Aktualność oferty cenowej

- Kompleksowa znajomość rynku konkurencji

- Oferta przyjazna klientowi

2. w dolnej części dokumentu zamieszczony był zapis o treści „Firma przyczynia się do poprawy wizerunku e-commerce w Polsce i zyskała prawo do oznaczania się Certyfikatem Dobrych Cen w roku 2013".
Jak wynika z jawnego i powszechnie dostępnego Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przedsiębiorca [redacted] Sp. z o.o. z siedzibą w [redacted] prowadzi działalność gospodarczą według PKD w zakresie oprogramowania, doradztwa w zakresie informatyki, zarządzania urządzeniami informatycznymi, usług w zakresie technologii informatycznych i komputerowych, zarządzania stronami internetowymi (hosting),

działalnością portali internetowych oraz sprzedaży detalicznej w szczególności komputerów, oprogramowań, sprzętu audiowizualnego, zegarków i biżuterii w wyspecjalizowanych sklepach. Spółka ta jest przedsiębiorcą prowadzącym komercyjną działalność gospodarczą. W ocenie organu nie jest podmiotem, organem, instytucją, która na podstawie powszechnie obowiązującego prawa uprawniona jest do wydawania wiążących prawnie certyfikatów, dyplomów, odznaczeń itp.
Z powyższego wynika, że zamieszczenie na stronie internetowej apteki ogólnodostępnej przedmiotowego certyfikatu miało na celu wzbudzenie u potencjalnego klienta poczucia bezpieczeństwa i zaufania w wyniku udzielenia swoistej gwarancji od „niezależnej uprawnionej (w świadomości przeciętnego klienta) instytucji" do nadania certyfikatu. Należy uznać, że wzbudzenie powyższym działaniem zaufania u potencjalnych klientów, sprzyjało zwiększeniu sprzedaży w aptece, miało na celu skłonienie klientów do częstszych zakupów, a tym samym do zwiększenia sprzedaży, obrotów w aptece spółki. Powyższe działanie spółki stanowiło więc naruszenie ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności.

Odnosząc się do hasła i znaku graficznego „Trusted Shops Guarantee" w oparciu o zebrany materiał dowodowy organ ustalił, że:
1.na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl jest zamieszczony w jej prawej dolnej części (oznakowanie Trusted Shops Guarantee widoczny na niemal każdym wydruku zrzutu ekranu stanowiącym materiał dowodowy) graficzny prostokąt o jaskrawych biało żółtych barwach, na których uwidocznione jest hasło: Guarantee Trusted Shops, Certyfikowany e-Sklep, Bardzo dobry – pięć gwiazdek, 4, 90/5.00. Po kliknięciu na ten aktywny prostokąt konsumentowi przedstawia się rozwinięta wersja zawierająca w pięciu graficznych kafelkach takie informacje jak (wydruk zrzutu ekranu z dnia 09.02.2018 r. godz. 12:14): apteka[redacted].pl, Certyfikowany przez Trusted Shops od 26.08.2015 r.; ochrona kupującego do 10 000; sprawdzone opinie np. 4 644 opinie; opinie o apteka [redacted]-pięć gwiazdek oraz wskazanie 4.90/5.00, zaś na ostatnim kafelku przykładowa pozytywna opinia klienta.
2. po kliknięciu na kafelek np. dotyczący Certyfikatu Trusted Shops konsument, klient zostaje przekierowany na kolejną stronę zawierającą rozszerzone informacje o udzielonym aptece certyfikacie (wydruk zrzutu ekranu z dnia 09.02.2018 r. godz. 12:18). Znajdują się tam m.in. takie zapisy jak: Certyfikat dla apteka[redacted].pl. Sklep spełnia kryteria jakości Trusted Shops. Certyfikat ważny od 26.08.2015 r. do 25.08.2018 r. Certyfikat potwierdzony przez [redacted] Obok

podanych treści znajduje się miniatura przedstawiająca internetową stronę główną apteka[redacted].pl z dopiskiem o uzyskanym certyfikacie i kategorii działalności sklepu.
3. na stronie internetowej www.trustedshops.pl/handlowcy, znajdują się informacje zachęcające dla podmiotów gospodarczych prowadzących sklepy internetowe. Wśród tych danych są znajdują się informacje mówiące, iż z przeprowadzonych ankiet, badań wynika, że dla konsumentów dokonujących zakupów w Internecie na terenie Europy tzw. znak jakości jest ważny lub bardzo ważny przy docelowym wyborze sklepu internetowego. (wydruk zrzutu ekranu z dnia 09.02.2018 r. godz. 12:22). Znak jakości sprzyja znacznemu wzrostowi współczynnika konwersji (np. dokonanie zakupu, wypełnienie formularza rejestracyjnego) na stronie internetowej posiadającej certyfikat znaku jakości. Wreszcie znak jakości Trusted Shops przyczynił się do zwiększenia (wśród podmiotów posiadających ten znak) sprzedaży, obrotów o średnio 7,5 %.
4. na tej samej stronie internetowej w materiale zatytułowanym „Wszystkie usługi w jednym kompleksowym pakiecie" opisane są informacje m.in. o tym, że:
a) „Znak Jakości Trusted Shops" stanowi wskazówkę dla konsumentów, że dany sklep internetowy spełnia Trusted Shops GmbH kryteria jakości (wydruk zrzut ekranu z dnia 09.02.2018 r. godz. 12:23),
b) sklep internetowy przystępując do Znaku Jakości Trusted Shops otrzyma system zarządzania opiniami klientów,
c) Informacje o prognozowanym wyższym współczynniku konwersji na stronie sklepu internetowego,
d) „Zadowoleni klienci to najlepsza rekomendacja dla Twojego sklepu internetowego. Większa liczba opinii wzmacnia wiarygodność i stałość łącznej oceny sklepu. Dzięki temu większa liczba odwiedzających przekłada się na kupujących" (...) zbieranie opinii o produktach oferowanych w sklepie „zapewnia klientom wiarygodne informacje i sprawia, że chętniej robią zakupy" (wydruk zrzutu ekranu z dnia 09.02.2018 r. godz. 12:24).
W ocenie organu prowadzącego postępowanie powyższe działanie strony ma charakter czysto komercyjny. Apteka mogła za jego pośrednictwem zdobywać stałych klientów oraz pozyskiwać nowych potencjalnych klientów. Powyższe ustalenia świadczą, że działanie strony stanowiło zachętę do dokonywania zakupów w aptece „[redacted]" prowadzącej sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych dostępnych bez przepisu lekarza i zmierzało do zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i innych produktów w niej oferowanych, co stanowi reklamę apteki i jej działalności.

Ustosunkowując się do hasła i znaku graficznego „Słucham swoich klientów" Opineo.pl ustalono:

1. w lewej części witryny internetowej w kolorystyce biało zielono i granatowej zamieszczone było hasło i znak graficzny „Słucham swoich klientów" Opineo.pl (wydruk zrzutu ekranu z dnia 08.02.2018 r. godz. 13:50, oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r.).

2. znak graficzny „Słucham swoich klientów" Opineo.pl zamieszczony był w widocznym miejscu na stronie internetowej apteki, wyróżniał tę aptekę sugerując klientom, że przedsiębiorca prowadzący aptekę czyta opinie klientów zamieszczone na serwisie Opineo.pl. Taka rekomendacja miała na celu wzbudzenie u potencjalnego klienta poczucia dbałości przez przedsiębiorcę nad jakością i ewentualną jej poprawą, co w istocie stanowiło strategię rozwoju, wzrostu sprzedaży w aptece, co stanowi reklamę apteki i jej działalności.

Także w lewej części witryny internetowej zamieszczone było hasło i znak graficzny utrzymany w zielonej kolorystyce „Posiadamy zaufane opinie" Ceneo (wydruk zrzutu ekranu z dnia 08.02.2018 r. godz. 13:50, z dnia 30.03.2018 r. godz. 10:15, oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r.). Zamieszczony znak graficzny wraz z hasłem „Posiadamy zaufane opinie" wyróżnia i rekomenduje, poleca potencjalnym klientom aptekę prowadzącą sprzedaż wysyłkową za pośrednictwem strony internetowej www.apteka[redacted].pl i motywuje, zachęca do skorzystania z usług tej właśnie apteki, nosząc tym samym znamiona zabronionej działalności reklamowej.

Wszystkie wyżej opisane działania strony miały charakter czysto komercyjny, nastawiony na zysk. Apteka mogła za ich pośrednictwem zdobywać stałych klientów oraz pozyskiwać nowych potencjalnych klientów, co miało na celu zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych i innych produktów w niej oferowanych, co stanowi reklamę apteki i jej działalności.

Odnosząc się do hasła „Darmowa Dostawa" w oparciu o materiał dowodowy organ ustalił, że:
1.na stronie internetowej apteki jest zamieszczone hasło o treści „Darmowa Dostawa" znajdujące się na stronie głównej w prawnej górnej części witryny na zielonym polu

(wydruk zrzutu ekranu z dnia 09.02.2018 r. godz. 13:03, z dnia 29.03.2018 r. godz. 14:22, godz. 14:31 oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r.).
2. dopiero po kliknięciu na szczegóły, darmowa dostawa w istocie realizowana jest tylko w przypadku, jeżeli klient dokona zamówienia powyżej kwoty 300 zł i dokona płatności z góry (przelewem 24, kartą kredytową, przelewem bankowym).
Zatem bez kliknięcia na oznaczone pole, niewidoczne są faktyczne warunki uzyskania przez klienta usługi bezpłatnej dostawy. Hasło „Darmowa Dostawa" w samej treści (Darmowa) stanowi bezpośrednią zachętę i ma na celu przyciągnięcie potencjalnych klientów do dokonania zakupów w aptece za pośrednictwem strony internetowej, co niewątpliwie narusza zakaz reklamy aptek i ich działalności.

Konkludując strona internetowa wwwapteka[redacted].pl jest powszechnie dostępna dla nieokreślonej liczby użytkowników internetowych. Apteka poprzez swoje działania mogła zdobywać stałych klientów oraz pozyskiwać nowych potencjalnych klientów.
Powyższe ustalenia świadczą zdaniem organu, że wyżej opisane działania strony stanowiły, a także nadal stanowią w istocie zachętę do dokonywania zakupów w aptekach „[redacted]" przy ul [redacted] w [redacted] oraz w [redacted] przy ul. [redacted] (prowadzącej w danym czasie sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych dostępnych bez przepisu lekarza), i miały/mają na celu zwiększenie sprzedaży w tych aptekach.

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 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.
Wobec powstałych wątpliwości co do czasu usunięcia większości działań reklamowych

ze strony internetowej apteki, rozstrzygając wątpliwości na korzyść strony, organ uwzględnia oświadczenia strony (pismo strony z dnia 11.06.2018 r.), iż spółka zakończyła te działania z dniem 27.02.2018 r.

Mając na uwadze fakt, że:

1. reklama aptek na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl za pośrednictwem haseł reklamowych takich jak:

a) „Promocja", „Akcje Promocyjne" oraz eksponowanie cen niższych poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją prowadzona była od stycznia 2014 r. do 27.02.2018 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r. oraz z dnia 11.06.2018 r.), co oznacza, że reklama apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona była od stycznia 2014 r. do 31.05.2014 r. , a apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] od 1.06.2015 r. do 27.02.2018 r.

b) „Zestawy z Gratisami", „Gratis" prowadzona była od stycznia 2014 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.06.2018 r.) do 27.02.2018 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r.), co oznacza, że reklama apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona była od stycznia 2014 r. do 31.05.2014 r. , a apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] od 1.06.2015 r. do 27.02.2018 r.

c) napisy minus - 30%, - 25%, - 20%, -50% prowadzona była od stycznia 2014 r do 27.02.2018 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r., z dnia 11.06.2018 r.), co oznacza, że reklama apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona była od stycznia 2014 r. do 31.05.2014 r., a apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] od 1.06.2015 r. do 27.02.2018 r.

d) „Bestsellery", „Bestseller" od stycznia 2014 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.06.2018 r.) do 27 lutego 2018 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018), co oznacza, że reklama apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona była od stycznia 2014 r. do 31.05.2014 r., a apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] od 1.06.2015 r. do 27.02.2018 r.

e) "CERTYFIKAT DOBRYCH CEN - [redacted].com" od stycznia 2014 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r., z dnia 11.06.2018 r.), do 27 lutego 2018 r. ,co oznacza, że reklama apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona była od stycznia 2014 r. do 31.05.2014 r., a apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona jest od 1.06.2015 r. do 27.02.2018 r.

f) „Darmowa Dostawa" od stycznia 2014 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.06.2018 r.), co oznacza, że reklama apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted]

prowadzona była od stycznia 2014 r. do 31.05.2014 r., a apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona jest od 1.06.2015 r. do chwili obecnej (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r.; 11.06.2018 r. wydruki zrzutów ekranu z dnia 13.07.2018 r.),

g) *„Posiadamy zaufane opinie" – Ceneo* - od stycznia 2014 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r. z dnia 11.06.2018 r.), co oznacza, że reklama apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona była od stycznia 2014 r. do 31.05.2014 r., a apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona jest od 1.06.2015 r. do 27.02.2018 r.

h) *„Słucham swoich klientów - Opineo.pl" od stycznia 2014 r.* (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.06.2018 r.) do 27.02.2018 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.04.2018 r.), co oznacza, że reklama apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona była od stycznia 2014 r. do 31.05.2014 r., a apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] prowadzona jest od 1.06.2015 r. do 27.02.2018 r.

Zaznaczyć należy, że organ ustalając okres naruszeń (lit. f, g, h) za prowadzenie reklamy aptek i ich działalności poinformował stronę w piśmie z dnia 19 maja 2018 r., iż spółka w swoich oświadczeniach wskazując początek okresu naruszeń jako pierwszy kwartał 2014 roku może zostać ukarana za okres od początku pierwszego kwartału 2014 r. (tj. od stycznia 2014 r.) oraz wezwał do doprecyzowania okresu prowadzonych naruszeń. Ponieważ strona podtrzymała w swoim piśmie z dnia 11.06.2018 r. okres określonych naruszeń, będąc jako pierwszy kwartał 2014 r. organ zatem przyjął konsekwentnie w tych przypadkach okres naruszeń od stycznia 2014 r.

2. reklama apteki „[redacted]" w [redacted] przy ul. [redacted] na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl za pośrednictwem haseł reklamowych takich jak:

a) „Trusted Shops Guarantee" prowadzona jest od 26.08.2015 r. (oświadczenie strony w piśmie z dnia 11.06.2018 r.) do chwili obecnej (wydruki zrzutów ekranu z dnia 13.07.2018 r.),

- przedsiębiorca (prowadzący wcześniej tj. przed przekształceniem spółki, działalność gospodarczą w formie spółki jawnej) został już uprzednio ukarany przez Łódzkiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego decyzją ostateczną Nr 4/REKL/2016 z dnia 30 maja 2016 r. za naruszenie art. 94a ust.1 ustawy Prawo farmaceutyczne,
- organ dwukrotnie informował wszystkich przedsiębiorców prowadzących apteki na terenie województwa łódzkiego drogą elektroniczną o zakazie, począwszy od dnia 1 stycznia 2012 r. prowadzenia reklamy aptek, punktów aptecznych oraz ich działalności poprzez przesłanie komunikatów z dnia 2 stycznia 2012 r. i z dnia 10 stycznia 2012 r.

oraz zamieszczenia ich 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,
- naruszenie ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności dotyczy dwóch aptek ogólnodostępnych,
- naruszenie ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności prowadzone było w bardzo wielu formach, a spółka nadal prowadzi niektóre działania reklamowe na stronie internetowej www.apteka[redacted].pl
- strona zaprzestała większości działań reklamowych, jednakże dopiero po wszczęciu wobec spółki przedmiotowego postępowania, mimo, iż uzasadnionym jest twierdzenie, że mogła mieć świadomość, co stanowi reklamę aptek i ich działalności, będąc wcześniej ukaraną przez tutejszy organ za naruszenie ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności.,
- naruszenie ustawowego zakazu reklamy aptek i ich działalności jest długotrwałe, wieloletnie, bowiem trwa ono od stycznia 2014 roku, aż do chwili obecnej,
- 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 15 000 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 stanie 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.

III.

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 haseł „Promocja", „Bestseller", „Akcje promocyjne", „Gratis", „Zestawy z Gratisami", „-30%", „-25%", „-20%", „-50%" eksponowania cen niższych poprzez ich wytłuszczenie i powiększenie, a pomniejszenie i przekreślenie cen obowiązujących przed promocją, haseł i znaków graficznych *„Posiadamy zaufane opinie", „Słucham swoich klientów - Opineo.pl", "CERTYFIKAT DOBRYCH CEN - [redacted].com",* nadal naruszała ustawowy zakaz reklamy aptek i ich działalności zawarty w art. 94a ust. 1 ustawy - Prawo farmaceutyczne, co uzasadnia umorzenie niniejszego postępowania w tym zakresie.

IV.

Zgodnie z art. 94a ust. 4 ustawy - Prawa farmaceutyczne decyzji nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy apteki i jej działalności nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności. Zapis ten stanowi o obligatoryjnym charakterze nadania przez wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego takiej decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności.

Mając na uwadze powyższe okoliczności, na podstawie 94a ust. 1,2,3,4, art.129b ust. 1, 2 i art. 129ba ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (t.j.Dz.U. z 2017 r. poz.2211 ze zm.) 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 2017 r., poz. 1257 ze zm.), 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:
- [redacted] Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w [redacted], reprezentowana przez radcę prawnego [redacted]
-a/a.