

.....

DECYZJA Nr12/NKP/2018

Na podstawie:

- art. 112 ust. 3 w związku z art. 94a ust. 1, 2, 3, 4 oraz art. 129b ust. 1 i 2 ustawy Prawo farmaceutyczne tj. z 30.10.2017 r. (Dz.U. z 2017 r. poz. 2211), zwanej dalej prawem farmaceutycznym;
- art. 104 § 1 i art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego tj. z 8.06.2017 r. (Dz.U. 2017 poz.1257), zwanego dalej kpa

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Gdańsku:

1. Stwierdza, że z siedzibą w prowadziła niedozwoloną reklamę znajdujących się na terenie województwa pomorskiego aptek oznaczonych logo, polegającą na:
 - 1) przeprowadzeniu w okresie od 5.02.2018 r. do 26.03.2018 r. reklamowej kampanii telewizyjnej i internetowej z wykorzystaniem filmu „.....”,
 - 2) prowadzeniu portalu internetowego systemu zamawiania leków w sposób promujący działające na terenie województwa pomorskiego apteki wykorzystujące znak lub
2. Umarza postępowanie w części dotyczącej prowadzenia przez z siedzibą w niedozwolonej reklamy opisanej w punkcie 1 ppkt 1 powyżej - z uwagi na jej nieprowadzenie w chwili wydania decyzji
3. Nakazuje z siedzibą w zaprzestanie prowadzenia niedozwolonej reklamy opisanej w punkcie 1 ppkt 2, polegającej na prowadzeniu portalu internetowego systemu zamawiania leków w sposób promujący działające na terenie województwa pomorskiego apteki wykorzystujące znak lub
4. Nakłada na z siedzibą w karę pieniężną **w wysokości 35.000 zł (trzydzieści pięć tysięcy złotych)**, w związku z prowadzeniem niedozwolonej reklamy działalności znajdujących się na terenie województwa pomorskiego aptek oznaczonych logo, opisanej w punkcie 1 ppkt 1 i 2
5. Decyzji, w zakresie punktu 3 powyżej, nadaje rygor natychmiastowej wykonalności.

UZASADNIENIE

W dniu 5 kwietnia 2018 r. Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Gdańsku wszczął postępowanie w sprawie niedozwolonej reklamy znajdujących się na terenie województwa pomorskiego aptek oznaczonych logo Podstawą wszczęcia postępowania było powzięcie informacji, iż w pasmach reklamowych ogólnopolskich stacji telewizyjnych oraz w internecie rozpowszechniane są materiały reklamowe „.....”. Ponadto na stronie, oferowano sprzedaż między innymi leków, w tym leków na receptę, dostarczanych za pośrednictwem

aptek, stosując zachęty poprzez zamieszczanie ww. oferty w rubryce „wyprzedaż” oraz używania sformułowania „oferta ważna do”.

Do sprawy włączono pliki video, pismo Głównego Inspektora Farmaceutycznego, raport Departamentu Monitoringu Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, zrzuty ze strony internetowej, w tym zakładki „wyprzedaże”.

W zawiadomieniu o wszczęciu postępowania Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zobowiązał stronę do udzielenia pisemnej odpowiedzi na następujące pytania:

- 1) Do kiedy ww. spoty mają być emitowane w programach telewizyjnych i w internecie?
- 2) Od jakiego czasu realizowane są zamówienia za pośrednictwem portalu?
- 3) Które apteki biorą udział w realizacji zamówień za pośrednictwem strony?
- 4) Jakie są zasady udziału danej apteki w realizowaniu zamówień za pośrednictwem portalu, w szczególności czy istnieje porozumienie bądź regulamin na podstawie których apteki współpracują ze stroną? Zobowiązano do przesłania kopii takiego porozumienia/regulaminu.
- 5) Na czyj rachunek wpływają płatności klientów za oferowane na stronie produkty realizowane za pomocą narzędzi zamieszczonych na stronie, na rachunek strony, czy podmiotu prowadzącego aptekę, w której następuje odbiór leku?

W odpowiedzi z dnia 17.04.2018 r. strona wyjaśniła, że spoty były emitowane do 25.03.2018 r. Natomiast portal rezerwacyjny funkcjonuje od 2008 r., a sklep internetowy – który jednak nie prowadzi wysyłkowej sprzedaży leków, istnieje od 2015 r. Strona nie podała aptek biorących udział w realizacji zamówień za pośrednictwem portalu, wskazując, że są to apteki wymienione na portalu. Jednak wybór apteki nie oznacza decyzji o zakupie. Pacjent może przyjść do apteki, albo zrezygnować z zakupu. System rezerwacji nie różni się od rezerwacji telefonicznej w samej aptece. Wybór należy do pacjenta. nie jest stroną umów zawartych z przedsiębiorcami prowadzącymi apteki, a zasady funkcjonowania portalu dostępne są na stronie internetowej.

Po przeanalizowaniu odpowiedzi mając na uwadze treść art. 7 i art. 77 kpa, działając na podstawie art. 50 § 1 tegoż kodeksu oraz art. 37a ust. 8 prawa farmaceutycznego, Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zobowiązał stronę do przesłania oryginałów lub potwierdzonych za zgodność zgodnie z przepisami kodeksu postępowania administracyjnego następujących dokumentów związanych z prowadzoną działalnością:

- 1) dowodów księgowych faktur dokumentujących zakup przez stronę usług reklamowych polegających na emisji w telewizji i internecie spotu reklamowego: „.....”,
- 2) umowy/zamówienia/zlecenia, na mocy której strona dokonała zakupu usług reklamowych polegających na emisji w telewizji i internecie spotu reklamowego: „.....”,
- 3) oświadczeń/zgód podmiotów prowadzących apteki, które zostały wymienione na portalu - na udział w realizacji zamówień za pośrednictwem tego portalu,
- 4) porozumień, korespondencji mailowej z, hurtowaniami farmaceutycznymi oraz podmiotami prowadzącymi apteki uczestniczące w realizacji zamówień za pośrednictwem portalu dotyczących ustalenia cen produktów leczniczych oferowanych na ww. stronie, w tym ustalania asortymentu i cen produktów objętych zakładką „Wyprzedaż”.

W piśmie z dnia 8.08.2018 r. strona, odpowiadając na zobowiązanie opisane w punkcie 1 i 2 powyżej podniosła, że to ona zleciła emisję spotu w internecie i telewizji. Odmówiła przedstawienia dokumentów twierdząc, że nie dotyczą one prowadzenia reklamy i zawierają tajemnicę przedsiębiorcy. Odnosząc się do zobowiązania z punktu 3 i 4 powyżej strona oznajmiła, że nie dysponuje takimi oświadczeniami, a o cenach produktów dostępnych w aptekach decydują sami przedsiębiorcy prowadzący apteki. Jednocześnie strona wniosła o wyjaśnienie związku takich dokumentów z prowadzonym postępowaniem.

W swoich kolejnych wyjaśnieniu z dnia 4.10.2018 r. strona podała, że to decyduje o rodzaju asortymentu, okresowych ofertach, cenach zamieszczonych na portalu Są to ceny maksymalne. Z umowy o uczestniczenie w Internetowym Systemie Zamawiania Leków wynika, że przedsiębiorca prowadzący aptekę dokona sprzedaży zamówionych przez pacjenta produktów po cenie detalicznej nie wyższej niż cena określona w ofercie dostępnej na stronie internetowej

Z raportu Departamentu Monitoringu Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji zawierającego daty i godziny emisji reklamy: „.....” wynikało, że w okresie od 5.02 do 26.03.2018 r. przedmiotowy spot były emitowane 4440 razy. W większości przypadków czas emisji wynosił 15 s. W pozostałych wypadkach dana emisja trwała 29-30 s. Emisja miała miejsce w następujących stacjach telewizyjnych: TVN, TVN7, Food network, Puls 2, TO!TV, Discovery, Discovery History, Fightklub, TTV Twoja telewizja, TVN Style, NTL, TVN24, TV PULS, DTX, Motowizja, AXN White, Animal Planet HD, Eleven Sports 1, Eleven Sports 2, AXN Spin, HG TV, Investigation Discovery, TVN Turbo, Power TV, Nuta.TV, Adventure, AXN Black, Travel Channel, Romance TV, TVN24 Biznes i Świat, TLC, TV Fabula, Sportklub.

Pismem z dnia 10.10.2018 r. organ poinformował stronę o możliwości wypowiedzenia się co do zebranego materiału dowodowego, w związku z zamiarem wydaniem przez PWIF decyzji.

Strona pismem z dnia 18.10.2018 r. podtrzymała swoje dotychczasowe stanowisko. Podkreśliła, że spot reklamował portal, a nie apteki. Celem reklamy nie było zwiększenie sprzedaży w jakichkolwiek aptekach.

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny po przeanalizowaniu materiału dowodowego uznał, że strona prowadziła niedozwoloną reklamę znajdujących się na terenie województwa pomorskiego aptek oznaczonych logo, polegającą na: przeprowadzeniu w okresie od 5.02.2018 r. do 26.03.2018 r. reklamowej kampanii telewizyjnej i internetowej z wykorzystaniem filmu „.....”, oraz na prowadzeniu portalu internetowego systemu zamawiania leków w sposób promujący działające na terenie województwa pomorskiego apteki wykorzystujące znak lub

Rozstrzygnięcie oparto o następujące ustalenia stanu faktycznego.

Poza sporem jest ustalenie, że strona zleciła wyemitowanie w okresie od 5.02 do 26.03.2018 r. w telewizji i internecie spotu reklamowego: „.....”. Spot był emitowany 4440 razy. W większości przypadków czas emisji wynosił 15 s. W pozostałych przypadkach dana emisja trwała 29-30 s. Łącznie czas emisji wyniósł ponad 23h. Emisja miała miejsce w następujących stacjach telewizyjnych: TVN, TVN7, Food network, Puls 2, TO!TV, Discovery, Discovery History, Fightklub, TTV Twoja telewizja, TVN Style, NTL, TVN24, TV PULS, DTX, Motowizja, AXN White, Animal Planet HD, Eleven Sports 1, Eleven Sports 2, AXN Spin, HG TV, Investigation Discovery, TVN Turbo, Power TV, Nuta.TV, Adventure, AXN Black, Travel Channel, Romance TV, TVN24 Biznes i Świat, TLC, TV Fabula, Sportklub. W trakcie filmu prezentowane jest logo w barwach pomarańczowej i niebieskiej. Jednocześnie wypowiedziana jest fraza: „Potrzebne leki dla całej rodziny? Kliknij w Mamy 15.000 leków i innych produktów farmaceutycznych. Nasz nowoczesny system zamówień skompletuje wszystko to czego potrzebujesz. Szybko, bezpiecznie, na już. Na komputerze,

na tablicie, na telefonie. Leki na każde twoje kliknięcie.” Na filmie pokazywana jest młoda kobieta zamawiająca leki na stronie przedstawiony jest również obiekt wyglądający na hurtownię leków z logo, w którym na taśmociągach przemieszczają się pudełka z logo Bezpornym jest również, że nie prowadzi aptek, ani hurtowni produktów leczniczych. Podobnie bezspornym jest fakt, iż na terenie województwa pomorskiego prowadzonych jest kilkadziesiąt aptek, które używają logo, mające w nazwie „.....” lub „.....”, z charakterystycznymi barwami pomarańczowymi.

Niekwestionowana jest również okoliczność, że od 2008 r. prowadzi portal rezerwacyjny, a od 2015, sklep internetowy – który jednak nie prowadzi wysyłkowej sprzedaży leków, istnieje od 2015 r. Na stronie oferty leków zamieszczane są między innymi z użyciem zakładki „wyprzedaż” lub informacji „oferta ważna do ...” Z wyjaśnień strony wynika, że to decyduje o asortymencie, cenach, okresowych promocjach widocznych na Przedsiębiorcy prowadzący apteki i uczestniczący w ISZL zawarli ze stroną umowy, na podstawie których zobowiązani są do sprzedaży zamówionych produktów w cenie nie wyższej niż cena określona w ofercie na portalu

Wg informacji zamieszczonych na stronie w systemie rezerwacji leków bierze udział aptek z województwa pomorskiego, wszystkie to apteki sieci Ww. zakładce nie ma podanych aptek, które nie wchodziłyby do sieci

W zakładce- regulamin znajduje się REGULAMIN świadczenia usług i sprzedaży w Z punkcie V.3-5 Regulaminu czytamy, że Internetowy System Zamawiania Leków (dalej ISZL) pozwala użytkownikowi na składanie zamówień na Produkty objęte ofertą Portalu, w celu zapewnienia ich dostępności we wskazanej przez niego aptece ogólnodostępnej. Produkty objęte ofertą ISZL są sprzedawane przez poszczególne apteki ogólnodostępne, wskazane w zakładce ".....". Zakup zamówionych Produktów w ramach ISZL, ich odbiór oraz zapłata ceny dokonywane są w aptece ogólnodostępnej wybranej przez Użytkownika spośród wskazanych w Portalu. Z kolei w punkt VI.2 Regulaminu stanowi, że wszystkie ceny podawane w ISZL są cenami brutto, podlegającymi stałej aktualizacji i wyrażone są w złotych polskich (PLN). Apteka realizująca zamówienie ma obowiązek wydać zamawiane produkty nie objęte refundacją w cenie nie wyższej niż ceny określone podczas dokonania zamówienia. Płatność ceny zamówionych Produktów dokonywana jest w aptece gotówką lub kartą płatniczą, zgodnie z akceptowaną w danej aptece formą płatności.

Zgodnie z treścią art. 94a ust. 1 prawa farmaceutycznego w brzmieniu obowiązującym od 1 stycznia 2012 r. zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi natomiast reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. Przepis ten w powyższym brzmieniu zaczął obowiązywać od dnia 1 stycznia 2012 r. na mocy art. 60 pkt 7 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych (Dz. U. Nr 122, poz. 696). Nowelizacja ustawy podyktowana była wprowadzeniem całkowitego zakazu reklamy aptek i punktów aptecznych oraz zakazu reklamy placówek obrotu pozaaptecznego odnoszącej się do produktów leczniczych i wyrobów medycznych. Z zakresu pojęcia reklamy apteki wyłączono jedynie informację o lokalizacji i godzinach pracy apteki. Przytoczone zmiany argumentowano koniecznością zwiększenia ochrony pacjentów oraz finansów publicznych przed negatywnymi skutkami reklamy aptek, wskazując, że: „*cele przedsiębiorców prowadzących apteki, w tym dążenie do maksymalizacji zysku, muszą być podporządkowane wymogom wynikającym z konieczności ochrony zdrowia pacjentów*” (uzasadnienie do projektu, druk sejmowy VI.3491). Interpretując art. 94a ust. 1 prawa farmaceutycznego przed jego nowelizacją (*zabroniona jest reklama działalności aptek lub punktów aptecznych skierowana do publicznej wiadomości, która w sposób bezpośredni odnosi się do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych umieszczonych na wykazach leków refundowanych, lub produktów leczniczych lub wyrobów medycznych o nazwie identycznej z nazwą produktów leczniczych lub wyrobów medycznych umieszczonych na tych wykazach.*) - posilując się definicją z *Wielkiego Słownika Wyrazów Obcych* (pod. Red. M. Bańki, PWN, Warszawa 2003) - wyrażano stanowisko, że reklamą jest działanie mające

na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług, wskazano, że reklamą jest działanie mające na celu zachęcanie potencjalnych klientów do zakupu. Twierdzono, że reklamą działalności apteki będzie więc 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" (vide wyroki WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008 r., sygn. akt VII SA/Wa 698/08 i z dnia 1 lutego 2008 r., sygn. akt VII SA/Wa 1960/07, opubl. orzeczenia.nsa.gov.pl). Należy mieć na uwadze, że sposób pojmowania reklamy w obszerny sposób przedstawił Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 2 października 2007 r., sygn. akt II CSK 289/07, LEX nr 341805, w którym 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 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." Zbieżne stanowisko zajmowała także doktryna np.: M. Koremba w Komentarzu do art. 94a ustawy-Prawo farmaceutyczne. Zaprezentowane wyżej stanowiska, mimo iż dotyczą wcześniejszego brzmienia art. 94a prawa farmaceutycznego, pozostają aktualne w odniesieniu do nowych uregulowań obowiązujących od 1 stycznia 2012 r. (wyrok WSA z 8.11.2012 sygn. akt VI SA/Wa 1687/12, wyrok NSA z 20.05.2015 sygn. akt II GSK/746/14, wyrok NSA z 26.06.2014 sygn. akt II GSK 668/13, wyrok NSA z 27.08.2014 sygn. akt 1000/13: „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, czy też gazetek”).

W ocenie organu prowadzona przez stronę kampania reklamowa dotyczyła promowania logo, używanego przez apteki sieci, w dalszej kolejności prowadzonego przez stronę na Internetowego Systemu Zamawiania Leków, który zachęca do odwiedzania aptek (uczestniczących w systemie rejestracji leków za pośrednictwem).

W spocie pierwszoplanową rolę odgrywa logo z charakterystycznym liternictwem stosowanym przez apteki sieci Znak ten pokazywany jest przez cały spot, dodatkowo pojawia się na obiekcie hurtowni, samochodzie dostawczym, pudełkach z lekami. Znak ten jest kojarzony z używanymi przez apteki sieci Różnica sprowadza się do nieistotnego z punktu odbioru przez adresata elementu „pl.” Przedmiotowy spot utrwał w pamięci odbiorcy logo, jednocześnie kierował odbiorcę do aptek sieci za pośrednictwem prowadzonego przez stronę ISZL.

Zdaniem PWIF sposób prowadzenia ISZL również należało uznać za prowadzenie niedozwolonej reklamy aptek Zdecydowało o tym kilka elementów. Po pierwsze, używanie w nazwie ISZL słowa i kolorystyki w połączeniu z zamieszczeniem oferty produktów leczniczych. Po drugie fakt, iż w ISZL, przynajmniej w obszarze województwa pomorskiego, biorą udział wyłącznie apteki sieci – w sumie aptek. Po trzecie, stosowanie na zachęt do skorzystania z oferty w postaci zakładek pod tytułem „wyprzedaż”, „oferta ważna do...” Pacjent, który po obejrzeniu spotu, wejdzie na stronę i na skutek zachęty zamówi lek, będzie mógł odebrać leki wyłącznie w aptekach sieci

(wskazanych w zakładce). W tej sytuacji należało uznać, że sposób prowadzenia przez stronę systemu internetowej rezerwacji leków nie jest neutralny z punktu widzenia dokonywanych przez pacjentów wyborów aptek.

Dodać należy, że funkcjonowanie ISZL oparte jest na ścisłej współpracy z aptekami sieci Ceny wskazane na portalu (które są cenami maksymalnymi) obowiązują bowiem całą sieć aptek biorących udział w systemie. W myśl punkt VI.2 Regulaminu Apteka realizująca zamówienie ma obowiązek wydać zamawiane produkty nie objęte refundacją w cenie nie wyższej niż ceny określone podczas dokonania zamówienia. Podobne zapisy są w umowach zawartych pomiędzy a przedsiębiorcami prowadzącymi apteki.

W myśl art. 129b ust. 1 ustawy prawo farmaceutyczne karze pieniężnej w wysokości do 50.000 złotych podlega ten kto wbrew przepisom art. 94a prowadzi reklamę apteki, punktu aptecznego, placówki obrotu pozaaptecznego oraz ich działalności. Zgodnie z treścią ust. 2 przy ustalaniu wysokości kary uwzględnia się w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów.

Określając wysokość kary organ na korzyść strony uwzględnił fakt, iż działania reklamowe polegające na emisji spotu nie trwały długo od 8.01 do 28.02.2017 r. Ponadto za obniżeniem kary przemawia okoliczność, iż strona dotąd nie naruszyła zakazu prowadzenia reklamy aptek. Na nie korzyść strony należało przyjąć fakt, że działania reklamowe polegające na emisji spotu, mimo niedługiego czasu trwania, były bardzo ekspansywne, obejmowały kilkadziesiąt stacji telewizyjnych, w tym stacje wiodące, a także internet. Podobnie na niekorzyść strony uznano fakt, iż ISZL prowadzony jest w sposób sprzeczny z art. 94a prawa farmaceutycznego od momentu wszczęcia niniejszego postępowania tj. od 5.04.2018 r. (w zakresie udokumentowanym przez organ) i trwa do chwili obecnej.

W takiej sytuacji kara pieniężna na poziomie 35.000 zł w ocenie organu jest adekwatna do stopnia i okoliczności naruszenia przepisów ustawy.

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny informuje, że kary pieniężne uiszcza się w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna, wpłacając przelewem na rachunek nr 25 1010 1140 0159 7422 3100 0000.

Od kary pieniężnej nieuiszczonej w terminie nalicza się odsetki, jak dla zaległości podatkowych. Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami za zwłokę następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

POUCZENIE

Od decyzji przysługuje stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego. Odwołanie od decyzji należy złożyć za pośrednictwem Pomorskiego Inspektora Farmaceutycznego w Gdańsku, w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania.

Zgodnie z art. 127a § 1 i 2 kpa 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.

Otrzymują:

1) a/ax2

2) księgowość

3) adresat