



WOJEWÓDZKI INSPEKTORAT FARMACEUTYCZNY W GDAŃSKU

ul. Na Stoku 50, 80-874 Gdańsk, tel. 58 300 00 92, fax 58 320 28 58

www.wiif.nowybip.pl

email: wiif-sekretariat@wiif.gdansk.pl

Gdańsk, dnia 06.07.2020 r.

WIF-GD.8523.1.3.2020

[REDACTED]

DECYZJA 3/NKP/2020

Na podstawie:

- art. 112 ust. 3 w związku z art. 94a ust. 1-4 oraz art. 129b ust. 1 i 2 ustawy Prawo farmaceutyczne tj. z dnia 22 lutego 2019 r. (Dz.U. z 2019 r. poz. 499), zwanej dalej prawem farmaceutycznym;
- art. 104 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego tj. z dnia 20 grudnia 2019 r. (Dz.U. z 2020 r. poz. 256), zwanego dalej kpa

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Gdańsku:

1. Stwierdza, że [REDACTED] prowadzi niedozwoloną reklamę apteki o nazwie [REDACTED] położonej w [REDACTED], polegającą na publikowaniu na portalu [REDACTED] sklepów internetowych 2019”, w którym podana jest informacja, iż [REDACTED] zajęła [REDACTED] miejsce w rankingu „najlepszych sklepów internetowych” oraz [REDACTED] miejsce w rankingu „sklepów medycznych” wraz z uzasadnieniem.
2. Nakłada na [REDACTED] karę pieniężną **w wysokości 5.000 zł (pięć tysięcy złotych)**, w związku z prowadzeniem niedozwolonej reklamy działalności Apteki, o jakiej mowa w punkcie 1.
3. Nakazuje [REDACTED] zaprzestanie prowadzenia reklamy opisanej w pkt 1 powyżej.
4. Decyzji, w zakresie punktu 3 powyżej, nadaje rygor natychmiastowej wykonalności.

UZASADNIENIE

Pismem z dnia 25 marca 2020 r. Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił stronę, że dniu 4 marca 2020 r. zostało wszczęte z urzędu postępowanie w sprawie nakazania zaprzestania prowadzenia niedozwolonej reklamy apteki „[REDAKTOWANE]” położonej w [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] (zezwolenie [REDAKTOWANE] r.) i nałożenia kary.

W dniu 2.03.2020 r. r. PWIF został pisemnie zawiadomiony Głównego Inspektora Farmaceutycznego (GIF) o opublikowaniu przez stronę na portalu [REDAKTOWANE] rankingu sklepów internetowych 2019, wg którego [REDAKTOWANE] (artykuły medyczne) zajęła [REDAKTOWANE] miejsce. [REDAKTOWANE] jest stroną internetową, za pośrednictwem której ww. Apteka prowadzi wysyłkową sprzedaż leków. Do pisma GIF dołączono mail z anonimowym zawiadomieniem o promowaniu [REDAKTOWANE] oraz wydruk strony [REDAKTOWANE]. Zawiadomienie GIF wraz z załącznikami (3 kartki wydruków) zostały włączone do akt postępowania.

Mając na uwadze powyższe oraz treść art. 7 i art. 77 Kodeksu postępowania administracyjnego, działając na podstawie art. 50 § 1 tegoż kodeksu, Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zobowiązał stronę do udzielenia pisemnej odpowiedzi na następujące pytania:

- 1) Od kiedy [REDAKTOWANE] korzysta z oferty [REDAKTOWANE] jako sklep internetowy [REDAKTOWANE]?
- 2) Czy uczestnictwo [REDAKTOWANE] w rankingu sklepów internetowych [REDAKTOWANE] i zamieszczenie [REDAKTOWANE] w raporcie [REDAKTOWANE] wynika z umowy zawartej [REDAKTOWANE] czy też jest to wyłącznie inicjatywa strony?

Dodatkowo organ zobowiązał stronę do przedłożenia wyciągu z umowy/porozumienia z [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE], której przedmiotem jest sposób korzystania [REDAKTOWANE] z oferty [REDAKTOWANE].

Strona udzieliła odpowiedzi w piśmie z dnia 6.04.2020 r., wyjaśniając, że [REDAKTOWANE] korzysta z serwisu opineo.pl (dalej Serwis lub [REDAKTOWANE]) od 8 lipca 2011 r., na mocy Regulaminu Ramowego [REDAKTOWANE] dla Słuchających (Podmiotów Współpracujących): (dalej Regulamin ramowy), dostępnego na stronie [REDAKTOWANE]. Umieszczenie i określenie pozycji jakiegokolwiek sklepu internetowego w rankingu sklepów internetowych [REDAKTOWANE] nie jest objęte jakimikolwiek zleceniem udzielonym stronie, ani Regulaminem ramowym, lecz wynika ze zbiorczych ilościowych podsumowań opinii konsumenckich i towarzyszących im ocen punktowych w Serwisie. Ranking jest użytecznym i obiektywnym podsumowaniem statystyk Serwisu, informującym o aktualnym poziomie jakości obsługi transakcji w sklepach internetowych w okresie przeprowadzonego badania. Kryteria są transparentne i ujawniane w każdym raporcie. Strona dodała, że działanie Serwisu oparte jest o ustawę o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Spółka udostępnia użytkownikom [REDAKTOWANE] nieodpłatnie narzędzia i funkcjonalności internetowe umożliwiające skorzystanie z interaktywnych formularzy dodawania ocen punktowych i treści opinii. Następnie opinie publikowane są w Serwisie. Przedsiębiorcy (opiniowane podmioty) korzystający z usług [REDAKTOWANE] mogą zadbać o relację z klientem, usprawniając swoje procesy obsługowe i procedury reklamacyjne. Przedsiębiorca nie ma wpływu na opinie, w konsekwencji na aktualną pozycję punktową wynikającą z takich podsumowań.

Końcowo strona podniosła, że intencją raportu i zawartych w nim informacji nie jest przekaz reklamowy zachęcający do zakupu w konkretnym sklepie internetowym. Raport 2019 zawiera wyłącznie wyraz zbiorczych podsumowań opinii konsumenckich. Żaden z podmiotów biorących

udział nie ma wpływu na zajętą pozycję w rankingu, nie zna wyników rankingu przed jego opublikowaniem.

Pismem z dnia 22.04.2020 r. organ, w związku z zamiarem wydanie decyzji, zawiadomił stronę o możliwości wypowiedzenia się co do zebranego materiału dowodowego.

Strona odebrała pismo w dniu 28.04.2020 r. W terminie wskazanym w zawiadomieniu strona nie wniosła wniosków i uwag.

Po szczegółowej analizie Raportu 2019 organ postanowił prowadzić postępowanie w zakresie niedozwolonej reklamy aptek polegającej na publikowaniu w internecie Raportu 2019 r. z rankingiem aptek internetowych. Do akt postępowania włączono „Ranking sklepów internetowych 2019” zamieszczony pod linkiem [REDAKTOWANE]

Jednocześnie działając na podstawie art. 10 § 1 kodeksu postępowania administracyjnego Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, w związku z zamiarem zakończenia sprawy i wydania decyzji, wyznaczył stronie siedmiodniowy termin, liczony od dnia odebrania niniejszego pisma, na skorzystania z prawa wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów. Zawiadomienie odebrano 4.06.2020 r. W zakreślonym terminie nie składano dodatkowych wyjaśnień i wniosków.

Pomorski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny po przeanalizowaniu materiału dowodowego uznał, że strona prowadzi niedozwoloną reklamę apteki o nazwie [REDAKTOWANE] położonej w [REDAKTOWANE] polegającą na publikowaniu na portalu [REDAKTOWANE] „Ranking sklepów internetowych 2019”, w którym podana jest informacja, iż [REDAKTOWANE] (portal za pośrednictwem, którego Apteka prowadzi sprzedaż wysyłkową) zajęła [REDAKTOWANE] miejsce w rankingu „najlepszych sklepów internetowych” oraz [REDAKTOWANE] miejsce w rankingu „sklepów medycznych” wraz z uzasadnieniem zajętego miejsca.

Organ ustalił następujący stan faktyczny.

[REDAKTOWANE] to adres strony internetowej za pośrednictwem, której sprzedaż wysyłkową leków prowadzi apteka [REDAKTOWANE] położona w [REDAKTOWANE] (zezwolenie nr [REDAKTOWANE] dnia [REDAKTOWANE] r.).

Na stronie [REDAKTOWANE] zamieszczono informację, iż według Raportu opineo.pl trzecie miejsce w rankingu sklepów internetowych za rok 2019 [REDAKTOWANE]

Raport opineo.pl został zamieszczony na [REDAKTOWANE]

[REDAKTOWANE] Ze strony 19. Raportu dowiadujemy się, że faktycznie [REDAKTOWANE] zajęła [REDAKTOWANE] miejsce w rankingu sklepów internetowych 2019. Przy tej informacji jest następująca notka: [REDAKTOWANE] to tegoroczna nowość w Top [REDAKTOWANE] – sklep awansował z [REDAKTOWANE] pozycji rankingu Opineo 2018. Internetowe ramie sieci 152 stacjonarnych aptek z całej Polski swój sukces zawdzięcza wysokiej jakości obsłudze klienta, bogatemu asortymentowi oraz konkurencyjnym cenom.”

[REDAKTOWANE] pojawia się jeszcze na str. 29 raportu w Rankingu „Artykuły medyczne”. Czytamy tam: „Klienci e-apteki cenią sobie wygodę zakupów przez internet, różnorodność asortymentu, dobre ceny, promocje, krótki czas dostawy oraz profesjonalną obsługę klienta. Nie zniechęca ich także fakt, że w e-aptkach wciąż nie można kupić leków na receptę. Wyróżnione przez nas sklepy znakomicie radzą sobie z zaspokajaniem oczekiwań e-pacjentów. W Polsce działa już ok. 200 internetowych aptek, a mimo to tegoroczni liderzy rankingu stają na podium nie po raz pierwszy:

ich pozycja na internetowym rynku leków jest mocno ugruntowana. Co więcej, ich przewaga nad konkurentami wyraźnie się powiększyła.

Najczęściej i najlepiej ocenianą apteką jest [REDAKTOWANA] która tylko w tym roku zyskała ponad 50 tysięcy nowych opinii. Druga w kategorii [REDAKTOWANA] została oceniona przez ponad 44 tysiące klientów. Ostatnie miejsce na podium z ponad 16 tysiącami nowych ocen zajęła [REDAKTOWANA]

Gratulujemy! Odnosnie samej [REDAKTOWANA]: „Ponad 50 tysięcy nowych opinii, średnia ocen na poziomie 4,92 – aptekagemini.pl deklasuje rywali zarówno pod względem całkowitej liczby zadowolonych klientów, jak i ich przyrostu rocznego. Klienci chwalą aptekę za jakość obsługi oraz konkurencyjne ceny. Widać, że obejmująca 152 apteki stacjonarne oraz aptekę internetową **sieć Gemini** to biznes prowadzony z pasją.” Na stronie 31. Raportu zaprezentowano tabelę z dziesięcioma najwyższymi punktowanymi aptekami internetowymi tj. adresami www., za pośrednictwem których apteki prowadzą sprzedaż wysyłkową leków.

Na dzień wydania decyzji Ranking nadal jest publicznie dostępny w sieci, przy czym nie tylko na stronie opineo.pl. O wynikach rankingu OPINEO, w tym miejscu aptekigemini.pl można przeczytać na [REDAKTOWANA]

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.*) - posiłkując 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 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." 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.).

W kontekście przytoczonej interpretacji rozstrzygnięcie sprawy sprowadza się do odpowiedzi, czy publikacja Raportu – Rankingu sklepów internetowych, w którym podana jest informacja, iż [REDAKTURA] (portal za pośrednictwem, którego Apteka prowadzi sprzedaż wysyłkową) zajęła [REDAKTURA] miejsce w rankingu „najlepszych sklepów internetowych” oraz [REDAKTURA] miejsce w rankingu „sklepów medycznych” wraz z uzasadnieniem zajętą miejsca - może wpływać na wybory pacjentów dotyczące oferty poszczególnych aptek.

Zdaniem PWIF publikacja Raportu z założenia miała wpływać na zwiększenie sprzedaży prowadzonej przez sklepy internetowe, w tym sprzedaży wysyłkowej prowadzonej przez Aptekę.

Organ nie dał wiary wyjaśnieniom strony, jakoby intencją Raportu i zawartych w nim informacji nie był przekaz reklamowy zachęcający do zakupu w konkretnym sklepie internetowym, a jedynie wyrażenie zbiorczych podsumowań opinii konsumenckich.

Na stronie 4 i 5 Raportu czytamy (pogrubienia PWIF): „Począwszy od tej edycji, Ranking Sklepów Internetowych Opineo będzie ukazywał się cyklicznie w październiku, krótko przed największą falą zakupów związanych ze zbliżającymi się świętami. **Dzięki temu klienci będą mogli wybierać wśród sklepów cieszących się największym zaufaniem konsumentów, dokonując bezpiecznych zakupów.** Sklepy z kolei, tuż przed sezonem największych zysków w e-commerce, mogą potwierdzić jakość obsługi, którą oferują internautom.” „**Celem każdego biznesu jest wzrost.** Jednak im większy biznes, tym trudniej utrzymać satysfakcję klientów. Zdajemy sobie sprawę, jak trudno jest zachować wysoką jakość obsługi przy dużym wolumenie sprzedaży. Chcemy promować sklepy, które słuchają swoich klientów, aktywnie zbierają opinie i uzyskują najwyższe noty jednocześnie się rozwijając”.

Z kolei na [REDAKTURA] w zakładce Oferta współpracy z Opineo. Co mogę zyskać współpracując z serwisem Opineo.pl? 1. **Wiarygodność sklepu i zwiększenie konwersji zakupów.** (Czyli zwiększenie ilości osób dokonujących zakupu w stosunku do ilości osób wchodzących na stronę sprzedającego – przyp. PWIF).3. Promocję Twojego sklepu w największych porównywarkach i serwisach partnerskich. W zakładce [REDAKTURA] / [REDAKTURA] znajdujemy informację:

„Prowadzisz sklep internetowy lub firmę? Dołącz do programu „Słucham Swoich Klientów” – odpowiadaj na opinie Klientów i buduj wizerunek wiarygodnego, bezpiecznego biznesu! Weryfikacja opinii to często ostatni krok przed dokonaniem transakcji i wyborem konkretnego sklepu lub firmy. Dołączając do programu „Słucham Swoich Klientów” w Opineo.pl otrzymujesz **potężne wsparcie wizerunkowe i szereg narzędzi pozwalających na skuteczną komunikację. Bezpieczeństwo i jakość zakupów online to ważne czynniki decydujące o wyborze miejsca zakupu przez klientów! Dlaczego warto? Twój e-sklep bądź firma będzie widoczna w Opineo.pl jako miejsce bezpiecznych zakupów. Wzmocnisz swoją pozycję w serwisach partnerskich i największych porównywarkach”.**

Reasumując, korzyści aptek wynikające z Raportu, są częścią oferty usługi świadczonej przez stronę.

Z Raportu pacjent dowiaduje się nie tylko, że miejscu, jakie zajęła [REDAKTOWANE] ale również, że swój wynik zawdzięcza bogatemu asortymentowi oraz konkurencyjnym cenom: [REDAKTOWANE] to tegoroczna nowość w Top [REDAKTOWANE] – sklep awansował z [REDAKTOWANE] pozycji rankingu Opineo 2018. **Internetowe ramię sieci 152 stacjonarnych aptek z całej Polski swój sukces zawdzięcza wysokiej jakości obsłudze klienta, bogatemu asortymentowi oraz konkurencyjnym cenom.**”

Zdaniem organu nie ma bardziej wymownej zachęty do wyboru oferty apteki [REDAKTOWANE] Organ stoi na stanowisku, iż strona w ogóle nie powinna publikować rankingów z udziałem aptek, czy też z udziałem portali za pośrednictwem których apteki prowadzą sprzedaż wysyłkową. Jednakże z uwagi na ograniczenia wynikające z właściwości miejscowej, skoncentrował się na Aptece prowadzonej na terenie województwa pomorskiego.

Ponieważ w dniu wydawania decyzji Raport, w tym informacja o aptekach, w szczególności o [REDAKTOWANE], był nadal zamieszczony w sieci - organ działając na mocy art. 94a ust. 3 prawa farmaceutycznego nakazał zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy oraz na podstawie ust. 4 tegoż artykułu nadał decyzji ww. części się rygor natychmiastowej wykonalności.

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 strona nie naruszyła wcześniej art. 94a ust. 1 prawa farmaceutycznego. Na niekorzyść strony należało przyjąć, że Raport 2019 publikowany jest od 16.10.2019 r. [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] do chwili obecnej. Nie bez znaczenia na niekorzyść strony jest również fakt, że raporty publikowane przez stronę mają ugruntowaną na rynku markę, zarówno wśród sklepów internetowych, jak i kupujących w sieci. Ranking przytaczany jest również na innych niż opineo.pl stronach internetowych np. [REDAKTOWANE] Zatem cały czas może oddziaływać na wybory szerokiej grupy pacjentów dokonujących zakupów w internecie.

Kara w wysokości 5.000 zł, czyli 1/10 maksymalnego wymiaru, w ocenie organu jest odpowiednia do stopnia naruszenia przepisów i powinna zdyscyplinować stronę do usunięcia filmu, a także powinna zapobiec prowadzenia podobnej reklamy w przyszłości.

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 od 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.

POMORSKI WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

mgr farm. Beata Lutkiewicz

Otrzymują:

1)adresat

2)aaax2

3)księgowość