

WIF.WA.II.8523.1.6.2012.RB

## **D E C Y Z J A**

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia prowadzenia **działalności aptek zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego za pomocą folderu Informacyjnego oraz umieszczanego w witrynach aptek plakatu informującego o możliwości korzystania z pomocy finansowej, którą zapewnia**

- I. Na podstawie dyspozycji 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz. U. 2013 r. poz. 267) umarza postępowanie w zakresie nakazania w drodze decyzji zaprzestania przez fundację z siedzibą prowadzenia reklamy działalności aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w , za pomocą gazetki oraz umieszczonego w witrynach apteki plakatu
- II. Na podstawie art. 94a ust. 2, ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (t. j. Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 ze zm. dalej Prawo farmaceutyczne) oraz art. 104 § 1 w związku z art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (tj. Dz. U. 2013r., poz. 267) stwierdza naruszenie zapisu, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne przez fundację z siedzibą poprzez prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej w oraz jej działalności za pomocą gazetki oraz umieszczonego w witrynach apteki plakatu informującego o możliwości korzystania z pomocy finansowej przy zakupie leków i nakazuje zaprzestanie jej prowadzenia.
- III. Nakazowi w punkcie II na podstawie dyspozycji art. 94a ust. 4 Prawa farmaceutycznego nadają rygor natychmiastowej wykonalności.
- IV. Na podstawie art. 129b ust. 1 i ust. 2 z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne nakłada się na fundację: z siedzibą karę pieniężną w wysokości z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne poprzez prowadzenie reklamy działalności aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w , za pomocą gazetki , umieszczonego w witrynach apteki plakatu oraz .

## **UZASADNIENIE**

W dniu 28 lutego 2012r. Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wszczął postępowanie mające na celu ustalenie czy doszło do naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1a ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (t.j. z 2008r. nr 45 poz. 271 ze zm.) w związku z rozpowszechnianiem przez fundację: z siedzibą folderu Informacyjnego oraz umieszczonego w witrynach aptek plakatu

Organ wezwał stronę do:

1. dostarczenia plakatu który był (jest) wywieszany w witrynach aptek zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego oraz folderu Informacyjnego , który był

- dystrybuowany na terytorium województwa mazowieckiego wraz ze wszystkim dodatkami, insertami, wkładkami;
2. udzielenia informacji gdzie, w jaki sposób przez kogo był dystrybuowany folder oraz plakat;
  3. udzielenia informacji gdzie był drukowany przedmiotowy folder oraz plakat.

W dniu 13 marca 2012r. do organu wpłynęło pismo profesjonalnego pełnomocnika strony w którym wskazał, „iż oczywiście udzieli odpowiedzi na zadanie pytania. Wcześniej uprzejmie proszę jednak o wskazanie na jakiej podstawie prawnej Państwowa Inspekcja Farmaceutyczna sprawuje nadzór nad ”

W odpowiedzi na powyższe pismo Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w piśmie datowanym na dzień 16 marca 2012r. w związku z faktem, iż jest zobligowany do czuwania nad tym, aby strony i inne osoby uczestniczące w postępowaniu nie poniosły szkody z powodu nieznamowoci prawa, pomimo reprezentowania ich przez profesjonalnych pełnomocników wskazał, iż niniejsze postępowanie prowadzone jest w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (t.j. z 2008r. nr 45 poz 271 ze zm.) w związku z prowadzeniem reklamy działalności aptek zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego za pomocą folderu Informacyjnego oraz umieszczenie w witrynach apteki plakatu .

Zgodnie z dyspozycją art. 108 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (tj. Dz. U. z 2008 Nr 45 poz 271)

1 Państwowa Inspekcja Farmaceutyczna, zwana dalej „Inspekcją Farmaceutyczną”, sprawuje nadzór nad:

- 1) warunkami wytwarzania i importu produktów leczniczych i produktów leczniczych weterynaryjnych,
- 2) jakością i obrotem produktami leczniczymi, z wyłączeniem produktów leczniczych weterynaryjnych,
- 3) obrotem wyrobami medycznymi, z wyłączeniem wyrobów medycznych stosowanych w medycynie weterynaryjnej  
- w celu zabezpieczenia interesu społecznego w zakresie bezpieczeństwa zdrowia i życia ludzi przy stosowaniu produktów leczniczych i wyrobów medycznych, znajdujących się w hurtowniach farmaceutycznych, aptekach, działach farmacji szpitalnej, punktach aptecznych i placówkach obrotu pozaaptecznego.

4. Organy Inspekcji Farmaceutycznej wydają decyzje w zakresie:

- 1) wstrzymania lub wycofania z obrotu lub stosowania produktów leczniczych w przypadku podejrzenia lub stwierdzenia, że dany produkt nie jest dopuszczony do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej;
- 2) wstrzymania lub wycofania z obrotu lub stosowania produktów leczniczych w przypadku podejrzenia lub stwierdzenia, że dany produkt nie odpowiada ustalonym dla niego wymaganiom jakościowym;
- 3) wstrzymania lub wycofania z aptek ogólnodostępnych i hurtowni farmaceutycznych towarów, którymi obrót jest niedozwolony;
- 4) udzielenia, zmiany, cofnięcia lub odmowy udzielenia zezwolenia:
  - a) na prowadzenie apteki,
  - b) na wytwarzanie produktów leczniczych,
  - c) na obrót hurtowy produktami leczniczymi;
- 5) skierowania produktu leczniczego dopuszczonego do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej do badań jakościowych;
- 7) reklamy:
  - a) produktów leczniczych,
  - b) działalności aptek i punktów aptecznych.**

Natomiast podstawą prawną działania fundacji jest ustawa o fundacjach tj. z dnia 17 maja 1991 r. (Dz.U. Nr 46, poz. 203), która jednocześnie wskazuje organy sprawujące nadzór.

W dniu 2 kwietnia 2012r. do organu wpłynęło pismo pełnomocnika w którym wskazał, iż:  
„Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny - w odpowiedzi na zarzut braku podania podstawy prawnej wezwania kierowanego do - wyjaśnił, iż prowadzi postępowanie w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94 a ust. 1 Prawa farmaceutycznego oraz przytoczył art. 108 teŹ ustawy.

Otóż, nie w tym rzecz, zgodnie z zacytowanym art. 108 ust. 1 Prawa farmaceutycznego Inspekcja sprawuje nadzór nad produktami leczniczymi, produktami leczniczymi weterynaryjnymi oraz wyrobami medycznymi. Przy tym, co ważne działania nadzorcze Inspekcji Farmaceutycznej w obszarze, czy to obrotu hurtowego, czy detalicznego mogą być przeprowadzane w hurtowniach farmaceutycznych, aptekach ogólnodostępnych i szpitalnych, działach farmacji szpitalnej, punktach aptecznych i placówkach obrotu pozaaptecznego. takiej działalności nie prowadzi, stąd też pierwsza wątpliwość i pytanie o legitymację Inspekcji do ingerowania w sferę praw i wolności tegoż podmiotu.

Drugi z cytowanych przepisów - art. 108 ust. 4 pkt 7 Prawa Farmaceutycznego stanowi, iż Organy Inspekcji Farmaceutycznej wydają decyzje w zakresie reklamy działalności aptek i punktów aptecznych. Tutaj pojawia się kolejna wątpliwość wyrażająca się w pytaniu, czy Inspekcja Farmaceutyczna może - opierając się o ów przepis - wkraczać w sferę praw i wolności wszelkich podmiotów, nawet tych których nie nadzoruje.

Zaprezentowane wątpliwości pogłębia tylko fakt, iż w wezwaniu kierowanym do nie ma podanej podstawy prawnej żądanych działań. Jest tylko wskazane, że na podstawie art. 9 Kodeksu postępowania administracyjnego zostało wszczęte postępowanie w przedmiocie naruszenia dyspozycji art. 94 a Prawa farmaceutycznego. Nie jest natomiast wskazane chociażby kto jest stroną tego postępowania i jaki przepis upoważnia Inspekcję Farmaceutyczną do formułowania takich żądań. Innymi słowy, to że zostało wszczęte postępowanie na w/w podstawie prawnej nie upoważnia Inspekcji Farmaceutycznej do wszystkiego, a mówiąc wprost w dyspozycji art. 9 Kodeksu postępowania administracyjnego i art. 94 a Prawa farmaceutycznego brak jest zapisu, iż Inspekcja Farmaceutyczna może żądać udzielenia informacji, dokumentów, czy wyjaśnień.

Dlatego też, skoro - Inspekcja Farmaceutyczna czuwa, aby strony i inne osoby nie poniosły szkody z powodu nieznamości prawa - uprzejmie proszę o wyjaśnienie tychże wątpliwości. Zarzuty zaś ad personam traktuję z pokorą, gdyż po pierwsze nauka prawa z natury rzeczy budzi wątpliwości interpretacyjne, po drugie zgodnie z sokratejską zasadą scio me nihil scire świadomość własnej niewiedzy jest wyznacznikiem cnoty."

W dniu 13 kwietnia 2012r. wydano postanowienie o włączeniu w poczet materiału dowodowego pisma:

- spółki działającej pod firmą: wraz z załącznikami
- spółki działającej pod firmą: wraz z załącznikami
- spółki działającej pod firmą: z załącznikami

celem zbadania, kto i komu, w jakiej formie, czy i gdzie zlecał umieszczenie reklam produktu leczniczego .

W dniu 13 kwietnia 2012r. wydano postanowienie w przedmiocie zawieszenia postępowania. W trakcie postępowania, organ wszedł w posiadanie materiałów dowodowych, które mogą świadczyć, iż prowadzi reklamę produktów skierowaną do publicznej wiadomości (w rozumieniu dyspozycji art. 52 ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne (tj. Dz. u. z 2008r. nr 45 poz 271)) na zlecenie podmiotów odpowiedzialnych. W związku z powyższym, powstało wstępne zagadnienie prawne dotyczące istotnej dla sprawy przesłanki polegającej na ustaleniu legalności tego typu działań w świetle obowiązujących norm prawnych. Zgodnie z dyspozycją art. 62 ust. 1 w/w ustawy Główny Inspektor Farmaceutyczny, a w odniesieniu do produktów weterynaryjnych Główny Lekarz Weterynarii, sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie reklamy, rozpatrzenie przedmiotowej sprawy i wydanie decyzji zależy od uprzedniego rozstrzygnięcia zagadnienia wstępnego przez Głównego Inspektora Farmaceutycznego.

W dniu 13 kwietnia 2012r. wystąpiono do Głównego Inspektora Farmaceutycznego z prośbą o rozpatrzenie zagadnienia wstępnego.

W dniu 2 maja 2012r. do organu wpłynęło pismo Głównego Inspektora Farmaceutycznego w którym wskazał, iż podtrzymuje swoje stanowisko zawarte w piśmie z dnia 16 kwietnia 2012r. znak GIF-P-L-076/162-1/AG/12. „(...) Główny Inspektor Farmaceutyczny nie prowadzi postępowań w zakresie ustalenia czy dany przekaz jest reklamą produktu leczniczego czy też nie. Nie wydaje również w tej materii decyzji administracyjnych (rozstrzygnięć).

Główny Inspektor Farmaceutyczny nie wyda zatem decyzji we wskazanym przez Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego zakresie. Należy bowiem z całą mocą podkreślić, iż zagadnienie wstępne w świetle powyższych ustaleń musi mieć przymiot stania się przedmiotem odrębnego postępowania, co w niniejszej sprawie nie ma miejsca” .

W dniu 16 maja 2012r. organ wydał postanowienie o podjęciu postępowania z urzędu.

W dniu 16 maja 2012r. wystąpiono do Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Lublinie z prośbą o udzielenie informacji czy decyzja Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Lublinie nakazująca zaprzestanie prowadzenia reklamy jest ostateczna oraz doręczenie kopii zgromadzonej dokumentacji.

W dniu 22 maja wystąpiono do Ministra Zdrowia z prośbą o udzielenie informacji o podjętych działaniach w stosunku do .

W dniu 29 maja 2012r. do organu wpłynęło zażalenie strony na postanowienie w przedmiocie podjęcia postępowania.

W dniu 4 czerwca 2012r. przekazano zażalenie na postanowienie w przedmiocie podjęcia postępowania do Głównego Inspektora Farmaceutycznego.

W dniu 4 czerwca 2012r. do kancelarii Głównego Inspektora Farmaceutycznego wpłynął wniosek pełnomocnika fundacji: o wyłączenie Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego od udziału w prowadzonym postępowaniu.

W dniu 11 czerwca 2012r. do organu wpłynęło pismo Lubelskiego Inspektora Farmaceutycznego, w którym wskazano, iż postępowanie administracyjne nie zostało zakończone, a akta sprawy wraz z odwołaniem zostały przekazane do Głównego Inspektora Farmaceutycznego.

W dniu 14 czerwca 2012r. wystąpiono do Głównego Inspektora Farmaceutycznego z prośbą o udzielenie informacji na jakim etapie jest postępowanie odwoławcze oraz o udostępnienie kopii zgromadzonego materiału w sprawie.

W dniu 20 czerwca 2012r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego, w którym stwierdził niedopuszczalność zażalenia na postanowienie w przedmiocie podjęcia z urzędu postępowania administracyjnego.

W dniu 9 lipca 2012r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego, w którym odmówił dokonania wnioskowanego wyłączenia Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego.

W dniu 10 lipca 2012r. do organu wpłynęło pismo Głównego Inspektora Farmaceutycznego w którym wskazał, iż zakończył postępowanie odwoławcze decyzją z dnia 28 czerwca 2012r. znak GIF-P-L-0740/64/AG/12, którą uchylił zaskarżoną decyzją w całości i przekazał sprawę do ponownego rozpatrzenia przez organ pierwszej instancji.

Organowi nie doręczono kopii przedmiotowej decyzji ani kopii akt administracyjnych wskazując, iż Główny Inspektor Farmaceutyczny posiada jedynie kopię akt potwierdzonych za zgodność z oryginałem.

W dniu 11 lipca 2012r. pełnomocnik strony wniósł o umorzenie postępowania, wskazując, iż działalność będąca przedmiotem postępowania niezależnie od jej prawnej oceny nie jest obecnie przez Fundację prowadzona. Do pisma zostały załączone dwie decyzje Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z Rzeszowa z dnia 14 czerwca 2012r. oraz Warmińsko-Mazurskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Olsztynie 27 czerwca 2012r.

W dniu 12 lipca 2012r. ponownie wystąpiono do Głównego Inspektora Farmaceutycznego z prośbą o udostępnienie kopii akt wskazując, iż Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zwrócił się z prośbą o udzielenie informacji na jakim etapie obecnie jest postępowanie odwoławcze oraz udostępnienie kopii zgromadzonego materiału w sprawie (akt sprawy).

Z pisma znak GIF.P-L-076/341/AG/12 wynikało, iż Główny Inspektor Farmaceutyczny jest w posiadaniu kserokopii akt, w związku z powyższym organ ponownie zwraca się z uprzejmą prośbą udostępnienie kopii zgromadzonego materiału w sprawie (akt sprawy).

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny powziął informację, iż materiałem dowodowym w postępowaniu prowadzonym przez Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Lublinie jest , który jest również jednym z materiałów dowodowych w postępowaniu prowadzonym przez Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego, dlatego przedmiotowe akta są niezbędne w celu zebrania całego materiału dowodowego w sposób wyczerpujący.

Do dnia wydania niniejszej decyzji do organu nie wpłynęły kopie akt zgromadzonych w postępowaniu pierwszo-instancyjnym i postępowania zakończonego decyzją Głównego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 28 czerwca 2012r. znak GIF-P-L-0740/64/AG/12.

W dniu 17 lipca 2012r. wezwano spółkę działającą pod firmą: reprezentowaną przez pełnomocnika strony niniejszego postępowania tj. do udzielenia informacji o wszystkich wszczętych postępowaniach, których stroną jest (była) spółka działająca pod firmą: z siedzibą , a materiałem dowodowym jest (lub był) lub plakat , a w przypadku wydania władczego rozstrzygnięcia dostarczenie kopii tego rozstrzygnięcia w sprawie.

W dniu 19 lipca 2012r. na podstawie dyspozycji art. 50 § 1 Kpa wezwano Pana prezesa Zarządu w terminie 7 dni od dnia doręczenia wezwania do:

- dostarczenia wszystkich materiałów tj. ulotek, katalogów, plakatów, gazetek sezonowych, publikacji promocyjnych i materiałów marketingu POS (po jednym egzemplarzu,) zaprojektowanych przez w których umieszczono logo (nazwę) lub . (np. ) od dnia 1 listopada 2011r. do dnia otrzymania wezwania. W przypadku posiadania materiału wyłącznie w formie elektronicznej należy dostarczyć materiał w formie elektronicznej;
- udzielenia pisemnych wyjaśnień kto zlecał projektowanie w/w materiałów oraz dostarczenie dowodów potwierdzających zlecenie;
- udzielenia pisemnych informacji gdzie były, są drukowane w/w materiały.

Wezwanie zostało skutecznie doręczone w dniu 25 lipca 2012r. Pan w zakreślonym terminie nie wykonał wezwania.

W dniu 10 sierpnia 2012r. do organu wpłynęło pismo pełnomocnika , który to pełnomocnik jest również pełnomocnikiem strony niniejszego postępowania, w którym wskazano, iż Pan jest tylko członkiem organu zarządzającego, a w jego ocenie wezwanie winno być adresowe do spółki . Pełnomocnik wskazał, iż ewentualne udzielenie wyjaśnień winno być zatem poprzedzone doręczeniem prawidłowego wezwania.

W dniu 21 sierpnia 2012r. ponownie wezwano Pana prezesa Zarządu

Jednocześnie w dniu 21 sierpnia 2012r. pełnomocnikowi tj. wskazano pisemnie, iż wezwanie musi zawierać:

- 1) nazwę i adres organu wzywającego,
- 2) imię i nazwisko wzywanego,
- 3) w jakiej sprawie oraz w jakim charakterze i w jakim celu zostaje wezwany,
- 4) czy wezwany powinien się stawić osobiście lub przez pełnomocnika, czy też może złożyć wyjaśnienie lub zeznanie na piśmie,
- 5) termin, do którego żądanie powinno być spełnione, albo dzień, godzinę i miejsce stawienia się wezwanego lub jego pełnomocnika,
- 6) skutki prawne niezastosowania się do wezwania.

dlatego niewykonanie prawidłowego (skutecznie doręzonego) wezwania będzie miało skutki prawne wskazane w pouczeniu wezwania, z uwagi na fakt bezzasadnego odmówienia wykonania go.

W dniu 31 sierpnia 2012r. do organu wpłynęło pismo pełnomocnika Pana w którym wskazał, iż jego klient podtrzymuje stanowisko wyrażone w piśmie z dnia 1 sierpnia 2012r. albowiem wezwanie winno być adresowane do spółki , jednocześnie wnosząc o prolongatę zakreślonego terminu na okres 14 dni.

W dniu 3 września 2012r. organ poinformował pisemnie pełnomocnika oraz , iż wezwanie z dnia 19 lipca 2012r. zostało skutecznie doręczone w dniu 25 lipca 2012r. W wezwaniu termin, do którego żądanie należało spełnić został określony jako 7 dni od dnia doręczenia wezwania, dlatego żądanie organu należało wykonać do dnia 1 sierpnia 2012r. Ewentualna prolongata terminu na okres 14 dni upłynęłaby w dniu 8 sierpnia 2012r.

Niewykonanie prawidłowego (skutecznie doręzonego) wezwania będzie miało skutki prawne wskazane w pouczeniu wezwania, z uwagi na fakt bezzasadnego odmówienia wykonania go.

W dniu 17 września 2012r. do organu wpłynęło pismo pełnomocnika , który wskazał, iż *„oczywiście, Udzieli odpowiedzi na zadane pytania. Wcześniej uprzejmie proszę jednak o wskazanie na jakiej podstawie prawnej Państwowa Inspekcja Farmaceutyczna sprawuje nadzór nad spółką, która nic wspólnego nie ma z obrotem produktami farmaceutycznymi.”*

W dniu 17 października 2012r. Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Warszawie postanowił:

1. uznać za bezzasadne odmówienie przez dostarczenia wszystkich materiałów tj. ulotek, katalogów, plakatów, gazetek sezonowych, publikacji promocyjnych i materiałów marketingu POS (po jednym egzemplarzu,) zaprojektowanych przez w których umieszczono logo (nazwę) lub . (np. ) od dnia 1 listopada 2011r. udzielenia pisemnych

wyjaśnień kto zlecał projektowanie w/w materiałów oraz dostarczenie dowodów potwierdzających zlecenie udzielenia pisemnych informacji gdzie były (są) drukowane w/w materiały.

2. ukarać grzywną w wysokości .

W dniu 5 listopada 2012r. do organu wpłynęło zażalenie na w/w postanowienie, które zostało przekazane do Głównego Inspektora Farmaceutycznego w dniu 9 listopada 2012r.

W dniu 7 grudnia 2012r. do organu wpłynęło postanowienie Głównego Inspektora Farmaceutycznego w którym stwierdzono uchybienie terminu do wniesienia zażalenia.

W dniu 13 grudnia 2012r. do Pana wysłano upomnienie wzywające do uregulowania należności.

Pomimo faktu nałożenia grzywny Pan nie wykonał wezwania organu. Nie udzielił wyjaśnień i nie dostarczył żądanych dokumentów.

W związku z powyższym organ w dniu 31 stycznia 2013r. wezwał kierowników aptek zlokalizowanych w:

- 
- 
- 
- 
- 
- 

do udzielenia pisemnych wyjaśnień czy na terenie apteki jest rozpowszechniany:

- Folder oraz
- plakat

W dniu 11 lutego 2013r. do organu wpłynęło pismo kierownika apteki , która wskazała, iż *„w aptece, przy , jest dostępny Folder oraz znajdują się plakaty informujące o możliwości korzystania z pomocy finansowej przy zakupie leków, którą zapewnia ”*

Pozostali kierownicy w/w aptek wskazali, iż na terenie apteki nie jest kolportowany plakat, a pracownicy nie zajmują się kolportażem

W związku z powyższym w dniu 19 lutego 2013r. wezwano ponownie kierowników aptek zlokalizowanych w:

- 
- 
- 
- 
- 

do udzielenia wyjaśnień czy na terenie apteki jest rozpowszechniany .

W odpowiedzi na wezwanie kierownicy wskazali, iż:

- do zadań pracowników apteki nie należy ani rozpowszechnianie, ani też kolportaż materiałów ;
- nie znają zasad współpracy pracodawcy z odnośnie rozpowszechnia materiałów

W dniu 2 kwietnia 2013r. organ zawiadomił stronę o zamiarze zakończenia postępowania

Do dnia wydania niniejszej decyzji strona nie zapoznała się aktami oraz nie zgłosiła żadnych nowych wniosków dowodowych oraz wyjaśnień.

### **Mając na uwadze powyższe organ zważył co następuje:**

W toku postępowania ustalono, iż fundacja: z siedzibą wydawała oraz plakat , od dnia 1 lutego 2013r. jest wydawana gazetka posiadająca oznaczenie .

Powyższe organ uznaje za udowodnione i bezsporne, gdyż strona sama przyznała, iż: *„O swej działalności Fundacja informuje pacjentów za pośrednictwem Folderu , który wskazuje, gdzie*

*i jakie dofinansowanie pacjent może otrzymać w danym miesiącu*”.- pismo pełnomocnika strony z dnia 19 marca 2012r. skierowane do Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Rzeszowie.

Rozpowszechniany materiał zawiera na pierwszej stronie treść poniżej pośrodku logo (znak słown-graficzny) w kapsule o zielonym obramowaniu treść (pisane czerwoną czcionką znak + zielona czcionka) poniżej (pisane zioną czcionką), poniżej treść . Następnie w tzw. modułach reklamowych znajdują się zdjęcia produktów leczniczych, suplementów diety, wyrobów medycznych lub kosmetyków z opisem oraz ceną przy której znajduje się znak „\*\*” .

W stopce znajduje się treść: *„\*Przed użyciem zapoznaj się z ulotką, która zawiera wskazania, przeciwwskazania, dane dotyczące działań niepożądanych i dawkowanie oraz informacje dotyczące stosowania produktu leczniczego, bądź skonsultuj się z lekarzem lub farmaceutą, gdyż każdy lek niewłaściwie stosowany zagraża Twojemu życiu lub zdrowiu.*

*Niniejszy folder ma charakter informacyjny, nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 Par 1 Kodeksu Cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych.*

*Dofinansowanie produktów obowiązuje w okresie” (podana data) do (podana data) „lub do wyczerpania zapasów.*

*\*\* Cena po dofinansowaniu przez fundację*

*\*\*\* Dotyczy produktów nierefundowanych”*

Na kolejnych stronach od 2 do 15 w modułach reklamowych znajdują się zdjęcia produktów leczniczych, suplementów diety, wyrobów medycznych lub kosmetyków z opisem oraz ceną przy której znajduje się znak „\*\*” oraz w stopce wyżej cytowana treść.

Na ostatniej stronie znajduje się na środku logo (znak słowo-graficzny) w kapsule o zielonym obramowaniu treść (pisane czerwoną czcionką znak + zielona czcionka) poniżej (pisane zioną czcionką), poniżej krzyżówka.

W dolnej części strony znajduje się treść „Dofinansowanie produktów obowiązuje w wybranych aptekach” i wymieniane adresy aptek i nr telefonów, w tym adresy i telefony aptek zlokalizowanych w:

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Rozpowszechniany materiał oznaczony jako zawiera na pierwszej stronie pośrodku logo (znak słown-graficzny) w kapsule o zielonym obramowaniu treść (pisane czerwoną czcionką znak + zielona czcionka) poniżej (pisane zioną czcionką). Następnie w tzw. modułach reklamowych znajdują się zdjęcia produktów leczniczych, suplementów diety, wyrobów medycznych lub kosmetyków z opisem oraz ceną przy której znajduje się znak „\*\*” .

W stopce znajduje się treść:

*\*Przed użyciem zapoznaj się z ulotką, która zawiera wskazania, przeciwwskazania, dane dotyczące działań niepożądanych i dawkowanie oraz informacje dotyczące stosowania produktu leczniczego, bądź skonsultuj się z lekarzem lub farmaceutą, gdyż każdy lek niewłaściwie stosowany zagraża Twojemu życiu lub zdrowiu.*

*Niniejszy folder ma charakter informacyjny, nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 Par 1 Kodeksu Cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych.*

*Dofinansowanie produktów obowiązuje w okresie od 01.02.2013r. Do 28.02.2013r. lub do wyczerpania zapasów.*

*\*\* Cena po dofinansowaniu przez fundację , \*\*\* Dotyczy produktów nierefundowanych”*

Na kolejnych stronach od 2 do 15 w modułach reklamowych znajdują się zdjęcia produktów leczniczych, suplementów diety, wyrobów medycznych lub kosmetyków z opisem oraz ceną przy której znajduje się znak „\*\*” oraz w stopce treść:

*„\*Przed użyciem zapoznaj się z ulotką, która zawiera wskazania, przeciwwskazania, dane dotyczące działań niepożądanych i dawkowanie oraz informacje dotyczące stosowania produktu*

*lecniczego, bądź skonsultuj się z lekarzem lub farmaceutą, gdyż każdy lek niewłaściwie stosowany zagraża Twojemu życiu lub zdrowiu.*

*Niniejszy folder ma charakter informacyjny, nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 Par 1 Kodeksu Cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych.*

*Dofinansowanie produktów obowiązuje w okresie od 01.02.2013r. Do 28.02.2013r. lub do wyczerpania zapasów.*

*\*\* Cena po dofinansowaniu przez fundację , \*\*\* Dotyczy produktów nierefundowanych”*

Na ostatniej stronie znajduje się na środku logo (znak słown-graficzny) w kapsule o zielonym obramowaniu treść (pisane czerwoną czcionką znak + zielona czcionka) poniżej (pisane zioną czcionką), poniżej krzyżówka.

W dolnej części strony znajduje się treść „Dofinansowanie produktów obowiązuje w wybranych aptekach” i wymieniane adresy aptek i nr telefonów, w tym adresy i telefony aptek zlokalizowanych w:

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Plakat zawiera treść po środku logo (znak słown-graficzny) w kapsule o zielonym obramowaniu treść (pisane czerwoną czcionką znak + zielona czcionka) poniżej (pisane zioną czcionką), poniżej treść . Następnie w tzw. modułach reklamowych znajdują się zdjęcia produktów leczniczych, suplementów diety, wyrobów medycznych lub kosmetyków z opisem oraz ceną przy której znajduje się znak „\*\*” .

Na dole znajduje się treść: *„\*Przed użyciem zapoznaj się z ulotką, która zawiera wskazania, przeciwwskazania, dane dotyczące działań niepożądanych i dawkowanie oraz informacje dotyczące stosowania produktu leczniczego, bądź skonsultuj się z lekarzem lub farmaceutą, gdyż każdy lek niewłaściwie stosowany zagraża Twojemu życiu lub zdrowiu.*

*Niniejszy folder ma charakter informacyjny, nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 Par 1 Kodeksu Cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych.*

*Dofinansowanie produktów obowiązuje w okresie” (podana data) do (podana data) „lub do wyczerpania zapasów.*

*\*\* Cena po dofinansowaniu przez fundację*

*\*\*\* Dotyczy produktów nierefundowanych”*

Dowodem potwierdzającym umieszczenie w witrynie apteki plakatu , jest dokumentacja fotograficzna apteki zlokalizowanej w oraz oświadczenie (pisemne) kierownika aptek zlokalizowanej w , który wskazał, iż w aptece znajdują się plakaty.

Organ nie dał wiary oświadczeniu pełnomocnika strony złożonym w dniu 5 lipca 2012r. w którym wskazał, iż działalność fundacji będąca przedmiotem niniejszego postępowania nie jest obecnie prowadzona, gdyż w aktach znajduje się na którym wskazano, iż dofinansowanie obowiązuje w okresie od 01.07.2012r. do 31.07.2012r. oraz na którym wskazano, iż dofinansowanie obowiązuje w okresie od 01.02.2013r. do 28.02.2013r. , a ponadto jak wskazano powyżej, kierownik apteki zlokalizowanej w oświadczył, iż w aptece znajdują się foldery informacyjne oraz plakaty.

Organ uznaje, iż w aptekach ogólnodostępnych zlokalizowanych w

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-



nie są na dzień wydania decyzji rozpowszechniane (kolportowane) plakaty oraz gazetki , gdyż w aktach brak kolejnego wydania gazetki oraz plakatu lub innych dowodów potwierdzających, iż na dzień wydania decyzji materiały reklamowe dostępne są w/w aptekach.

### **Umorzenie postępowania**

Zgodnie z dyspozycją art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego 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.

Bezprzedmiotowość postępowania, o której stanowi art. 105 § 1 KPA zachodzi w sytuacjach, gdy w świetle prawa materialnego i ustalonego stanu faktycznego brak jest sprawy administracyjnej mogącej być przedmiotem postępowania. Sprawa administracyjna jest bezprzedmiotowa, gdy nie ma materialnoprawnych podstaw do władczej, w formie decyzji administracyjnej ingerencji organu administracyjnego. Wówczas to jakiegokolwiek rozstrzygnięcie merytoryczne, pozytywne czy też negatywne staje się prawnie niedopuszczalne.

Bezprzedmiotowość postępowania wynikać może z przyczyn przedmiotowych i podmiotowych. W niniejszym postępowaniu w ocenie organu zaistniała przesłanka bezprzedmiotowości w zakresie wydania nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy działalności aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w , za pomocą gazetki oraz umieszczonego w witrynach apteki plakatu , gdyż brak dowodów potwierdzając, iż w/w aptekach na dzień wydania decyzji są rozpowszechniane w/w materiały reklamowe, dlatego organ nie może nakazać zaprzestania prowadzenia reklamy.

Mając na względzie powyższe Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, umarza postępowanie w zakresie nakazania w drodze decyzji zaprzestanie prowadzenia reklamy zaprzestania prowadzenia reklamy działalności aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w, za pomocą gazetki oraz umieszczonego w witrynach apteki plakatu .

### **Reklama aptek i ich działalności**

Zgodnie z dyspozycją art. 94a ust. 1, ust. 2 i ust. 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 razie stwierdzenia naruszenia w/w przepisu wojewódzki inspektor farmaceutyczny nakazuje, w drodze decyzji, zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy.

Zapis art. 94a ust. 1 w/w ustawy nie definiuje pojęcia działań które stanowią reklamę apteki, wskazując jedynie działania, które nimi nie są. Nie stanowi reklamy jedynie informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.

W orzecznictwie wskazuje się, że wobec braku ustawowej definicji reklamy działalności aptek, należy w tym względzie odwołać się do opracowań słownikowych. W Wielkim Słowniku Wyrazów Obcych (pod red. M. Bańki, PWN, Warszawa 2003) wskazano, że reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług. Reklamą działalności apteki będzie więc zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w aptece (aptekach) - niezależnie od form i metod jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków - jeśli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych" (wyrok WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008 r., VII SA/Wa 698/08, niepubl. oraz wyrok WSA w Warszawie z dnia 1 lutego 2008 r., VII SA/Wa 1960/07, Lex, nr 451165).

W ocenie organu gazetka oraz plakatu informującego o możliwości korzystania z pomocy finansowej przy zakupie leków i nakazuje zaprzestanie jej prowadzenia zachęcają do dokonania zakupu w konkretniej aptece. tj. w aptece której została wymieniona na ostatniej stronie folderu lub w aptece w której został wywieszony plakat.

Dlatego organ uznaje, iż strona dystrybuje przedmiotowe materiały w celu przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w konkretnych aptekach, których wykaz znajduje się na ostatniej stronie .

Reklama apteki to każda działalność przez nią prowadzona, niezależnie od jej formy i metody przeprowadzenia, która ma na celu zwiększenie sprzedaży w niej wyrobów medycznych

lub produktów leczniczych. (Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego siedziba w Warszawie z 2008-02-19, VII SA/Wa 1914/07).

W literaturze wyrażany jest pogląd, iż reklamą jest wszelkiego rodzaju oddziaływanie przedsiębiorców na potencjalnych klientów podejmowane w tym celu, aby przez zachwalanie towaru bądź usługi wywołać zainteresowanie dla warunków transakcji. Za reklamę należy uznać świadome działanie przedsiębiorcy zmierzące do promowania towarów lub usług przez wskazanie na ich cechy w taki sposób, aby u klientów (pacjentów) wywołać lub wzmocnić określone potrzeby. Sąd Najwyższy, w uzasadnieniu do orzeczenia z dnia 26 stycznia 2006r. (sygn. akt V CSK 83/05, Lex nr 191239) wskazał, iż reklamą jest każda wypowiedź skierowana do **potencjalnych konsumentów**, (a więc i będzie to też informacja za pomocą przedmiotowego folderu, plakatu gdzie i jakie dofinansowanie pacjent może otrzymać w danym miesiącu) odnosząca się do towarów, usług, a także przedsiębiorcy oferującego towary lub usługę, mająca na celu zachęcenie i skłonienie adresatów do nabywania towarów lub korzystania z usług. Zachęta może być wyrażona bezpośrednio, np. poprzez użycie określeń odpowiadających konkretnym czynnościom, w wyniku których nastąpi zbycie towarów lub usług, albo pośrednio — przez stworzenie sugestywnego obrazu towarów i usług, a także samego przedsiębiorcy, w stopniu narzucającym adresatom nieodpartą chęć nabycia towarów i usług.

Taki obraz jest kreowany przez przedmiotowe gazetki (plakaty) foldery informacyjne, gdyż ich czytelnik dowiaduje się o cenie (po dofinansowaniu przez ), która obowiązuje we wskazanych aptekach.

Organ pragnie podkreślić, iż wszystkie gazetki zawierają informację o treści „*Przedstawiana oferta cenowa ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 par 1 kodeksu cywilnego oraz innych właściwych przepisów prawnych.*” Jak wskazano powyżej nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego, a zatem przekazywanie informacji o cenie „po dofinansowaniu przez danego produktu” oraz numerze telefonu danej apteki organ uznaje jako reklamę działalności aptek.

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny pragnie zaznaczyć, iż zgodnie z obecnym brzmieniem art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego udostępnianie list cenowych, **informowanie o cenach w aptekach stanowi zabronioną reklamę apteki**, gdyż dyspozycja art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego wyraźnie i jednoznacznie wskazuje, iż **nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego**”. Taki zapis oznacza, iż każda informacja, która nie jest informacją o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego, jest reklamą, bez znaczenia jest sposób udostępniania (rozpowszechniania) materiałów reklamowych.

„*Elementy ogłoszenia nazwanego przez skarżącą "Listą cenową apteki", jak: równoczesne umieszczenie w numerze styczniowym z 2012 r. miesięcznika na jednej karcie adresów aptek skarżącej wraz z informacją o umieszczeniu aptekach w B. i Z. punktu informacyjno - konsultacyjnego O., a na odwrotnej stronie w czerwonej ramce listy cenowej apteki (wymieniającej produkty lecznicze, postać, dawkę i cenę produktu) oraz informacji o dacie obowiązywania tejże listy, prawidłowo zostały uznane przez organy obu instancji jako stanowiące reklamę apteki w rozumieniu art. 94a ust. 1 p.f.*” - Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 8 listopada 2012r. VI SA/Wa 1687/12

A zatem rozpowszechnianie informatora o dofinansowaniu przez za pomocą Folderów Informacyjnych, oraz plakatów należy uznać za naruszenie zakazu reklamy apteki oraz jej działalności, ponieważ jak wskazano powyżej, nie stanowi reklamy jedynie informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.

Sąd Najwyższy zwrócił uwagę, iż reklama oznacza każde przedstawienie wypowiedzi w jakiegokolwiek formie w ramach działalności handlowej, gospodarczej, rzemieślniczej lub wykonywania wolnych zawodów, dokonane w celu wspierania zbytu towarów lub usług. Zaakcentował przy tym, że powszechnie przyjmuje się, iż reklamą są wszelkie formy przekazu, w tym także takie, które nie zawierają w sobie elementów ocennych ani zachęcających do kupna, mogą jednak zostać przyjęte przez odbiorców jako zachęta do kupna. Organ w pełni podziela powyższe stanowisko Sądu Najwyższego.

Przedmiotowe materiały reklamowe posiadają logo (znak słowno-graficzny), w kapsule o zielonym obramowaniu treść (pisane czerwoną czcionką znak + zielona czcionka) poniżej (pisane zieloną czcionką).

Apteki zlokalizowane w:

- 
-

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

posiadają nazwę , ponadto są oznaczone w następujący sposób:

w kapsule o zielonym obramowaniu treść (pisane czerwoną czcionką znak + zielona czcionka) poniżej (pisane zioną czcionką), lub bez napisu .

Organ podkreśla, iż budowanie świadomości marki (ang. branding) jest to jedna z technik marketingowych polegająca na kreowaniu i utrwalaniu w umysłach konsumentów faktu istnienia oraz pozytywnego wizerunku konkretnej marki. W przedmiotowym przypadku jest to utrwalanie marki (Loga) .

Organ wskazuje, iż budowanie świadomości marki polega na kreowaniu i utrzymaniu pozytywnego wizerunku konkretnej marki w umysłach konsumentów, w taki sposób aby dana marka (LOGO) była kojarzona z oferowanymi przez firmę produktami czy usługami. Z takim mechanizmem mamy do czynienia w przedmiotowym przypadku.

Głównym zadaniem logo jest wstępne nakierowanie osoby na symbolizowany podmiot poprzez przyciągnięcie uwagi oglądającego formą graficzną wyróżniającą to logo z otoczenia, a następnie powiązanie emocjonalne danej osoby z symbolizowanym podmiotem poprzez formę graficzną odpowiadającą charakterem danemu podmiotowi.

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wskazuje, iż ustalone interpretacje podatkowe wskazują jednoznacznie, iż „Reklama może być realizowana za pomocą rozmaitych środków wyrazu oraz przy użyciu zróżnicowanych środków przekazu, w tym poprzez rozpowszechnianie logo firmy. Za logo uznać należy znak handlowy o charakterze graficznym, używany przez daną firmę do identyfikowania marki swojego produktu lub oferowanych usług oraz odróżniania ich od innych. Logo może obejmować zarówno nazwę przedsiębiorcy, jej skrót jak też nazwę konkretnego produktu lub usługi. Każda z tych form, jeżeli jest stosowana w określonych okolicznościach spełnia funkcje reklamowe. Identyfikowana bowiem jest z daną firmą i oferowanymi przez nią towarami lub usługami, zwiększając ich rozpoznawalność oraz pośrednio zachęcając do ich nabycia.” (interpretacja indywidualna Sygnatura ILPB3/423-518/11-3/JG z dnia 012.02.02).

Mając na względzie powyższe za udowodniony organ uznaje fakt naruszenia zakazu określonego w art. 94a ust. 1, ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne zdanie pierwsze tj. stwierdza, iż , plakaty oraz , są reklamą aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w:

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

### **Rygor natychmiastowej wykonalności**

Zgodnie z dyspozycją art. 94a ust. 4 Prawa farmaceutycznego decyzji nakazującej zaprzestanie prowadzenia reklamy apteki i punktu aptecznego oraz ich działalności nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności.

Mając na względzie powyższe Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w tym zakresie nie ma kompetencji fakultatywnych jak to jest w przypadku przepis art. 108 § 1 Kodeks postępowania administracyjnego, który określa przesłanki nadania decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności, których wystąpienie nie oznacza obowiązku nadania decyzji tego rygoru.

Zapis art. 94a ust. 4 Prawa farmaceutycznego wiąże organ, który musi w decyzji zamieścić stosowną klauzulę co zostało uczynione w punkcie III sentencji decyzji.

### Wnioski Strony

Strona wniosła o umorzenie postępowania z uwagi na fakt, że działalność będąca przedmiotem postępowania nie jest obecnie prowadzona przez fundację, co dowodzi faktu, iż strona przyznała się, iż rozpowszechniała przedmiotowe materiały reklamowe.

Organ przychylił się w części do wniosku strony i umorzył postępowanie w zakresie nakazania w drodze decyzji zaprzestanie prowadzenia reklamy działalności aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w , za pomocą gazetki oraz umieszczenie w witrynach apteki plakatu .

Natomiast nakazał zaprzestanie prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej zlokalizowanej w gdyż w postępowaniu udowodniono, iż w tej aptece nadal jest prowadzona reklama za pomocą gazetki oraz umieszczonego w witrynach apteki plakatu informującego o możliwości korzystania z pomocy finansowej przy zakupie leków i nakazuje zaprzestanie jej prowadzenia.

Strona w poczet materiału dowodowego dołączyła decyzję Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 14 czerwca 2012r. znak FARZ-DA.8523.16.2012, którego stroną jest spółka oraz Warmińsko-Mazurskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Olsztynie z dnia 27 czerwca 2012r. znak WIFOL.8523.1.2012, którego stroną jest spółka wskazując, iż jest to „wyraz aktualnie obowiązującej w tym zakresie linii orzeczniczej Wojewódzkich Inspektoratów”.

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wskazuje, iż tylko organ administracji publicznej, który wydał decyzję, jest nią związany od chwili jej doręczenia lub ogłoszenia, (art 110 Kpa). Z takiego zapisu nie wynika natomiast zasada związania organu administracji publicznej decyzją wydaną przez inny organ administracji publicznej tym bardziej dla innego podmiotu niż strona niniejszego postępowania. Z takiej decyzji nie wynika fakt, by organ związany był ustaleniami zawartymi w innej decyzji administracyjnej, nawet ostatecznej (wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego z siedzibą w Poznaniu z 2007-12-20, IV SA/Po 601/07).

Ponadto należy wskazać, iż decyzja o umorzeniu postępowania w całości nie rozstrzyga merytorycznie sprawy - wydanie takiej decyzji zamyka drogę do konkretyzacji praw lub obowiązków stron i kończy bieg postępowania w określonej instancji administracyjnej (por. wyrok NSA OZ w Szczecinie z 5 września 2002 r., SA/Sz 3020/00, LexPolonica nr 360165). Za bezprzedmiotowe w rozumieniu art. 105 kpa uznaje się postępowanie, w którym brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a wobec tego nie można wydać decyzji załatwiającej sprawę przez rozstrzygnięcie jej co do istoty. (por. wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 12 kwietnia 2011 r. IV SA/Wa 2218/2010). Taki stan rzeczy oznacza, iż wydanie decyzji umarzającej postępowanie nie oznacza, iż organ wydał rozstrzygnięcie stwierdzające, że dana działalność reklamowa jest zgodna z przepisami prawa.

### Kara Pieniężna

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i ust. 2 Prawa farmaceutycznego 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. Karę pieniężną, określoną nakładą 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.

Z powyższego wynika, iż kara pieniężna jest obligatoryjna, a zatem czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do konkretnego przedsiębiorcy należy nałożyć sankcję karną nie decyduje organ, w tym wypadku Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, gdyż kara ta wynika wprost z zapisów ustawy Prawa farmaceutycznego. W przypadku stwierdzenia prowadzenia reklamy aptek organ na podstawie przepisów prawnych jest zobligowany nałożyć karę, ma jedynie możliwość miarkowania wysokości kary.

W przedmiotowym postępowaniu zostało udowodnione załamanie zakazu prowadzenia reklamy aptek zlokalizowanych w;

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Ponadto Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny podkreśla, iż umorzył postępowanie w zakresie nakazania w drodze decyzji zaprzestanie prowadzenia reklamy działalności aptek ogólnodostępnych zlokalizowanych w , za pomocą gazetki oraz umieszczenie w witrynach apteki plakatu . Postępowanie nie zostało umorzone w zakresie nałożenia kary grzywny.

Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP, każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej.

Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego.

Podmioty działające na rynku powinny przewidywać, że podejmowane przez nie działania, mogą być uznane przez Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego za niedozwoloną działalność reklamową, dlatego uzasadnione jest zastosowanie wobec nich kar pieniężnych w sytuacji gdy mieli możliwość przewidzenia, że ich działania naruszają prawo lub gdy nie dołożyli należytej staranności, by norm prawa zawartych w ustawie Prawo farmaceutyczne nie naruszyć.

Ustalenie kary w przedmiotowej sprawie miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu licznych okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uwzględnił okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także fakt, iż jest to pierwsze naruszenie przepisów przez stronę niniejszego postępowania co ma wpływ na obniżenie wymiaru kary.

Dokonując oceny wagi (rozmiarów) stwierdzonego naruszenia organ stwierdza, iż prowadzona reklama dotyczy 9 aptek zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego, i była prowadzona od dnia 1 marca 2012r. Co ma wpływ na podwyższenie wymiaru kary.

Dyspozycja art. 129b ust. 2 zdanie drugie Prawa farmaceutycznego nie zawiera także zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniona jest wysokość nakładanej kary, dlatego w celu racjonalnego ustalenia zasadności wysokości kary organ postanowił wziąć pod uwagę postawę strony w trakcie niniejszego postępowania. Organ za przesłankę uzasadniająca podwyższenia kary uznaje fakt, iż strona pomimo wezwania nie:

- dostarczyła plakatu który był (jest) wywieszany w witrynach aptek zlokalizowanych na terytorium województwa mazowieckiego oraz folderu Informacyjnego , który był dystrybuowany na terytorium województwa mazowieckiego wraz ze wszystkim i dodatkami, insertami, wkładkami;
- udzielała informacji gdzie, w jaki sposób przez kogo był dystrybuowany folder oraz plakat;
- udzieliła informacji gdzie był drukowany przedmiotowy folder oraz plakat.

Ponadto w ocenie organu strona mając interes faktyczny i prawny w dokonaniu określonych ustaleń nie współdziałała z organem, a nawet robiła wszystko aby organ nie dokonał całkowitego wyjaśnienia stanu faktycznego. Nie udzielała organowi wyjaśnień kwestionując brak podstawy prawnej do prowadzenia postępowania administracyjnego. - pismo z dnia 8 marca 2012r., pomimo wyjaśnienia stronie (korzystającej z profesjonalnego pełnomocnika) w przedmiocie podstaw prawnych nie udzieliła wyjaśnień i odpowiedzi, nadal kwestionując kompetencje organu -pismo z dnia 28 marca 2012r.

Należy również wskazać, iż kara musi być dotkliwa z uwagi na fakt pełnienia funkcji represyjnej (penalnej), jednakże dolegliwość ta musi być możliwa do spełnienia.

Z pisma z dnia 9 marca 2012r. skierowanego do Ministerstwa Zdrowia wynika, iż fundacja na swoją działalność (w tym wydawanie folderów informacyjnych i plakatów) pozyskała kwotę 2500000 zł.

**Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności mające wpływ na wymiar kary pieniężnej, organ za stwierdzone naruszenie ustalił karę pieniężną w wysokości co stanowi maksymalnej wysokości kary jaką organ mógł wymierzyć za stwierdzone naruszenie.**

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 4 i ust. 5 Prawa farmaceutycznego kary pieniężne uiszcza się w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekc03-707 Warszawa

**NARODOWY BANK POLSKI O. WARSZAWA 06 1010 1010 0155 1222 3100 0000**

Od kary pieniężnej nieuiszczonej w terminie nalicza się odsetki ustawowe.

Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami za zwłokę następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

**Pouczenie:**

Od decyzji niniejszej służy stronie, na podstawie art. 127 § 1 i 2 oraz art. 129 § 1 i 2 kpa, odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego, za pośrednictwem Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Warszawie, w terminie czternastu dni od dnia doręczenia decyzji.

Zgodnie z art. 130 § 3 pkt. 2 kpa wniesienie odwołania nie wstrzymuje wykonania pkt I niniejszej decyzji.

**Otrzymują:**

1. Strona z siedziba -reprezentowana przez .
2. a/a