

**PODKARPACKI WOJEWÓDZKI  
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

35-205 Rzeszów, ul. Warszawska 12a

tel. 17 86 20 545, fax 17 86 20 406

www.rzeszow.wif.gov.pl

Rzeszów, dnia ..... sierpnia 2020 r.

FARZ-DA. ....2020

.....  
.....  
.....

**DECYZJA**

Na podstawie art. 94a ust. 1 i 2 oraz art. 129b ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2020 r., poz. 944 z późn. zm.) z dalej zwanej: „P.f.”, oraz art. 104 § 1 i art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r. poz. 256 z późn. zm.), zwanej dalej: „K.p.a.”, po przeprowadzeniu z urzędu postępowania administracyjnego w sprawie prowadzenia przez ..... niedozwolonej reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie ..... mieszczącej się w ..... (dalej zwanej: „Apteką”) i jej działalności

**PODKARPACKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

- I. umarza postępowanie administracyjne w części dotyczącej nakazania zaprzestania prowadzenia przez ..... niedozwolonej reklamy Apteki i jej działalności ze względu na zaprzestanie prowadzenia reklamy polegającej na umieszczeniu na drzwiach wejściowych do Apteki informacji skierowanej do publicznej wiadomości o treści „Maseczki ochronne ostatnie sztuki cena 20 zł/szt.”.
- II. nakłada na ..... karę pieniężną w kwocie 500,00 zł (słownie: pięćset złotych 00/100) z tytułu naruszenia przepisu art. 94a ust. 1 P.f. opisanego w pkt. I sentencji decyzji.
- III. Karę należy wpłacić na rachunek bankowy Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Rzeszowie w NBP O/Okr. Rzeszów nr 24 1010 1528 0007 8122 3100 0000 w terminie 7 dni od dnia, w którym niniejsza decyzja stanie się ostateczna.

## UZASADNIENIE

### Uzasadnienie faktyczne

██████████ (zwane dalej „Stroną”) jest dysponentem zezwolenia wydanego decyzją Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w ██████████ znak: ██████████ z dnia ██████████ (koncesja), zmienionego decyzją Nr ██████████ Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego znak: ██████████ z dnia ██████████ r. na prowadzenie Apteki.

W dniu ██████████ r. Podkarpacki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny (zwanego dalej „PWIF” lub „Organem”) na podstawie wiadomości elektronicznej powziął informację, że Apteka prowadzi działanie skierowane do publicznej wiadomości zmierzające do zwiększenia sprzedaży poprzez umieszczenie na drzwiach wejściowych do Apteki informacji o treści „Maseczki ochronne ostatnie sztuki cena 20 zł/szt.”. Do e-maila dołączono dokumentację fotograficzną.

W dniu ██████████ r. Organ pismem zwrócił się do Strony o udzielenie wyjaśnień i zajęcie stanowiska w sprawie.

W odpowiedzi z dnia ██████████ r. (data wpływu do tut. Inspektoratu ██████████ r.) Strona złożyła wyjaśnienia twierdząc, że nie zgadza się ze stwierdzeniem podejrzenia prowadzenia niedozwolonej reklamy. W związku z pandemią COVID-19 Spółka w trosce o pacjentów, a także swoich pracowników wprowadziła we wszystkich swoich placówkach zabezpieczenia polegające m.in. na sprzedaży przez okienko podawcze, co ograniczyło dostęp informacyjny dla pacjentów. W celu wyjścia naprzeciw oczekiwaniom pacjentów, Spółka zdecydowała się umieścić informację, że Apteka posiada na stanie magazynowym ostatnie sztuki maseczek ochronnych, podając ich cenę.

Pismem z dnia ██████████ r. Organ poprosił Stronę o uzupełnienie wyjaśnień poprzez udzielenie informacji, w jakim okresie na drzwiach wejściowych do Apteki była umieszczona informacja dla pacjentów o treści „Maseczki ochronne ostatnie sztuki cena 20 zł/szt.”. Jednocześnie PWIF zawiadomił, że w związku z wprowadzeniem - rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 20 marca 2020 r. w sprawie ogłoszenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu epidemii (Dz. U. poz. 491 z późn. zm.), na podstawie którego, w okresie od dnia 20 marca 2020 r. do odwołania na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej ogłoszono stan epidemii w związku z zakażeniami wirusem SARS-CoV-2, - art. 15zrz oraz art. 15zrs ustawy z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych (Dz. U. poz. 374 z późn. zm.), zawieszony i wstrzymany został bieg przewidzianych przepisami prawa administracyjnego terminów, a także bieg terminów procesowych i sądowych w postępowaniach administracyjnych. Czynności dokonane w celu wykonania uprawnienia lub obowiązku w okresie wstrzymania rozpoczęcia albo zawieszenia biegu terminów są skuteczne.

Pismem z dnia ██████████ r. (data wpływu do tut. Inspektoratu ██████████ r.) Strona poinformowała, że umieszczona na drzwiach wejściowych do Apteki informacja dla pacjentów dotycząca maseczek ochronnych uwidoczniła była w okresie ██████████ r.

Pismem z dnia ██████████ r. PWIF zawiadomił Stronę o wszczęciu z urzędu postępowania administracyjnego w sprawie prowadzenia niedozwolonej reklamy Apteki

i jej działalności. Jednocześnie wezwał Stronę do złożenia w terminie 7 dni od dnia otrzymania zawiadomienia, wszelkich wyjaśnień, dokumentów i innych dowodów świadczących o tym, że prowadzenie przez Stronę działalności reklamowej Apteki ma wyłącznie formy prawnie dozwolone.

Postanowieniem z dnia [REDAKTOWANO] r. Organ włączył jako dowody do akt sprawy:

- pismo dotyczące reklamy w Aptece,
- pismo Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia [REDAKTOWANO] r. kierowane do Strony z prośbą o udzielenie wyjaśnień i zajęcia stanowiska w sprawie umieszczenia na drzwiach wejściowych do Apteki informacji skierowanej do publicznej wiadomości o treści „Maseczki ochronne ostatnie sztuki cena 20 zł/szt.”,
- odpowiedź Strony z dnia [REDAKTOWANO] r., (data wpływu do tut. Inspektoratu 15 kwietnia 2020 r.) wyjaśniając, że nie zgadza się ze stwierdzeniem podejrzenia prowadzenia niedozwolonej reklamy, a podjęte działania informacyjne zostały wprowadzone w związku z pandemią COVID-19.
- pismo Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia [REDAKTOWANO] r. kierowane do Strony z prośbą o uzupełnienie wyjaśnień poprzez udzielenie informacji, w jakim okresie na drzwiach wejściowych do apteki była umieszczona informacja dla pacjentów o treści „Maseczki ochronne ostatnie sztuki cena 20 zł/szt.”,
- odpowiedź Strony z dnia [REDAKTOWANO] r. (data wpływu do tut. Inspektoratu 11 maja 2020 r.) zawierająca okres, w jakim na drzwiach wejściowych do Apteki była umieszczona informacja o treści „Maseczki ochronne ostatnie sztuki cena 20 zł/szt.” tj.: [REDAKTOWANO] r.;

W odpowiedzi na wszczęte z urzędu postępowanie administracyjne, Strona pismem z dnia [REDAKTOWANO] r. (data wpływu do tut. Inspektoratu [REDAKTOWANO] r.) oświadczyła, że „umieszczenie na drzwiach wejściowych informacji o dostępności maseczek ochronnych nie stanowi reklamy apteki”. Podkreśliła również, że w związku z wybuchem epidemii koronawirusa SARS-CoV-2 i wprowadzenia stanu zagrożenia epidemicznego na terytorium Polski, wprowadzono obostrzenia w funkcjonowaniu aptek. Jediną możliwością ograniczenia wzrostu liczby chorych na COVID-19 było i jest maksymalne ograniczenie bezpośrednich kontaktów, w tym noszenie maseczek ochronnych. Dbając o dobro pracowników, jak i pacjentów, Strona wprowadziła w swoich aptekach zabezpieczenia m.in. wprowadzono obsługę przez okienko podawcze. Działanie to spowodowało ograniczony dostęp informacyjny dla pacjentów apteki. Dodatkowo przychodnia zlokalizowana obok apteki postawiła wymóg obsługi pacjentów tylko i wyłącznie w maseczkach ochronnych. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom pacjentów, Strona zdecydowała poinformować jedyną możliwą drogą, że apteka posiada na swoim stanie magazynowym ostatnie sztuki maseczek ochronnych, podając ich cenę. Działanie to podejmowane w okresie stanu zagrożenia epidemicznego w ocenie Strony nie jest reklamą działalności apteki, a jedynie wyjście naprzeciw oczekiwaniom pacjentów przy zachowaniu ostrożności i ograniczeniu ryzyka dla

pacjentów poszukujących tego rodzaju asortyment.

W dniu [REDAKTOWANE] r. Strona została poinformowana o zakończeniu postępowania wyjaśniającego i dowodowego oraz o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań zgodnie z treścią art. 10 K.p.a.

Strona do dnia wydania decyzji nie skorzystała z przysługującego jej prawa do wypowiedzenia się co do zebranego materiału dowodowego.

### **Uzasadnienie prawne**

Podkarpacki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny ustalił co następuje:

W dniach [REDAKTOWANE] r., to jest przez trzy dni Strona skierowała do publicznej wiadomości informację umieszczoną na witrynie Apteki o treści „Maseczki ochronne ostatnie sztuki cena 20 zł/szt.”.

Podstawą orzekania w niniejszej sprawie jest art. 94a ust. 1 P.f., który stanowi o zakazie reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Zgodnie zaś z ust. 2 art. 94a P.f., nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego sprawuje Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny. Ponieważ przedmiotowa sprawa dotyczy kwestii reklamy aptek położonych w województwie podkarpackim, właściwym do rozpoznania sprawy jest Podkarpacki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny.

Zgodnie z treścią ww. ustawy zabroniona jest jakakolwiek reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Wyłączone z zakazu zostały jedynie proste informacje dotyczące lokalizacji i godzin pracy apteki lub punktu aptecznego. Przywołany wyżej artykuł, co potwierdza utrwalona linia orzecznicza, uwzględnia bardzo szerokie pojęcie reklamy i jest przykładem ograniczenia zasady wolności gospodarczej ze względu na ważny interes publiczny, o którym mowa w art. 22 w zw. z art. 20 Konstytucji RP.

Rozważania prawne należy zatem rozpocząć od ustalenia definicji reklamy oraz zakresu działań uznawanych za reklamę apteki. Ustawa Prawo farmaceutyczne nie zawiera definicji reklamy apteki. Definicja pojęcia „reklama” zawarta w przepisach Prawa farmaceutycznego bez wątpienia odnosi się wyłącznie do „produktów leczniczych”.

Zgodnie z ugruntowaną linią orzeczniczą, w przypadku reklamy apteki, należy odwoływać się do wykładni językowej samego pojęcia „reklama”, zawartą w publikacjach słownikowych języka polskiego. Za reklamę uważa się zatem każde działanie, mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług (np. Wielki Słownik Wyrazów Obcych pod red. M. Bańki, wyd. PWN, Warszawa 2003 r.). Definicja reklamy zawarta w innych słownikach jest bardzo zbliżona.

W konsekwencji należy przyjąć, że reklamą działalności apteki jest każde działanie ukierunkowane na zachęcanie potencjalnych klientów do dokonywania zakupu usług farmaceutycznych w konkretnej aptece lub punkcie aptecznym, a tym samym zwiększenie sprzedaży. Niezależnie od form i metod prowadzenia samej reklamy oraz użytych do jej realizacji środków. Istotne, aby celem było zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych.

Podobny pogląd oraz powołanie się na definicję słownikową znaleźć można w bogatym orzecnictwie sądów administracyjnych (zob., wyrok WSA w Warszawie z dnia 1 lutego 2008 r., sygn. VII SA/Wa 1960/07, wyrok WSA w Warszawie z 14 maja 2008 r.,

sygn. VII SA/Wa 2215/2007, wyrok WSA w Warszawie z dnia 17 października 2008 r., sygn. VII SA/Wa 698/08, wyrok WSA w Warszawie z 1 kwietnia 2008 r., sygn. VII SA/Wa 1739/2007, wyrok WSA w Warszawie z 6 marca 2008 r., sygn. VII SA/Wa 2006/2007, wyrok WSA w Warszawie z 6 marca 2008 r., sygn. VII SA/Wa 2216/2007, wyrok WSA w Warszawie z 17 grudnia 2007 r., sygn. VII SA/Wa 1707/2007- [www.orzeczenia.nsa.gov.pl](http://www.orzeczenia.nsa.gov.pl)).

Zgodnie zatem z utrwalonym orzecznictwem sądów administracyjnych, za „reklamę” działalności apteki należy uznać każde działanie skierowane do publicznej wiadomości niezależnie od sposobu i metody jego przeprowadzenia oraz środków użytych do jego realizacji, jeśli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych oferowanych w danej aptece (zob. wyrok WSA w Warszawie z dnia 14.05.2008 r., sygn. akt VII SA/Wa 2215/07, podobnie wyrok WSA w Warszawie z dnia 1.02.2008 r. sygn. VII SA/Wa 1960/07, wyrok WSA w Warszawie z dnia 22.11.2007 r. sygn. VII SA/Wa 1661/07).

Podobnie reklamę zdefiniowano w art. 2 Dyrektywy 2006/114/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej (Dz. U. UE. L z 2006 r. Nr 376, s. 21), w którym przyjęto, że reklama oznacza przedstawienie w jakiejkolwiek formie w ramach działalności handlowej, gospodarczej, rzemieślniczej lub wykonywania wolnych zawodów w celu wspierania zbytu towarów lub usług, w tym nieruchomości, praw i zobowiązań.

Przenosząc powyższe ogólne rozważania na grunt rozpoznawanej sprawy, kluczową kwestią pozostaje zinterpretowanie intencji Strony. Organ przyjął w części wyjaśnienia Strony wskazujące na wywieszenie informacji w trosce o bezpieczeństwo pracowników Apteki w związku z wyjątkową sytuacją pandemiczną. Okoliczność ta miała wpływ na wymiar kary.

Jednak treść informacji poprzez wzbogacenie jej o fragment „OSTATNIE SZTUKI” stanowi ewidentny element zachęty do dokonania zakupu maseczek.

Tym samym upubliczniona treść zawiera znamiona reklamy i za taką musi być uznana. Wydźwięk całości przekazu wskazuje na zamiar spowodowanie u odbiorcy (nabywcy) woli zakupu oferowanych towarów

Działalność taka mieści się w pojęciu niedozwolonej reklamy wyrażonym w treści art. 94a ust. 1 P.f. Organ nie stwierdził, aby po dniu 19 marca 2020 r. informacja była upubliczniana. Kodeks postępowania administracyjnego w art. 105 ust. 1 stanowi, że: „Gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości lub w części, organ administracji wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości lub w części”.

Jak wskazał Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 sierpnia 2013 r. sygn. akt VI SA/Wa 458/13, *„organ, w przypadku stwierdzenia naruszenia zakazu reklamy, jest obowiązany nałożyć w drodze decyzji karę pieniężną na tego, kto prowadzi tą reklamę. Nie ma zatem znaczenia, czy strona zaprzestała reklamy a postępowanie zostało umorzone. Organ pierwszej instancji nie dopuści się w tym zakresie uchybień zarówno prawa materialnego jak i procesowego”*.

Nałożenie kary pieniężnej jest związane z samym faktem naruszenia przepisów art. 94a P.f. w tym zakresie w trakcie ich obowiązywania. W sytuacji zaprzestania przez Stronę prowadzenia zakazanej reklamy Apteki, nie ma konieczności przed wydaniem decyzji o nałożeniu kary pieniężnej, wydania decyzji nakazującej zaprzestania działalności

reklamowej aptek, gdyż taka decyzja byłaby bezprzedmiotowa.

W kwestii nałożenia kary w przypadku zaprzestania prowadzenia niedozwolonej reklamy i umorzeniu postępowania w tym przedmiocie wypowiedział się WSA w Warszawie w wyroku z dnia 25 marca 2015 r., sygn. akt VI SA/Wa 2637/14: *„Nieuprawniony jest pogląd, że jedynie naruszenie zakazu reklamy w dacie wydania decyzji uzasadnia zastosowanie sankcji z art. 129b prawa farmaceutycznego. Przyjęcie takiego poglądu prowadziłoby do powstania społecznie i prawnie niedopuszczalnych skutków. Wylęczałoby bowiem spod działania przepisów ustawy każdą aptekę, co do której wszczęto postępowania z uwagi na niedozwolone prowadzenie reklamy, a która zaprzestałaby takiego działania przed wydaniem decyzji w sprawie”*.

Zgodnie z art. 129b ust. 1 i 2 P.f., karze pieniężnej w wysokości do 50.000 zł podlega ten, kto wbrew przepisom art. 94a prowadzi m.in. reklamę apteki oraz jej działalności. W przedmiotowej sprawie zleceniodawcą akcji reklamowej była Strona, zasadnym jest nałożenie na nią kary.

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 katalogu przypadków naruszeń, które uzasadniałyby zastosowanie kary pieniężnej w konkretnej wysokości, ani zasad jej miarkowania.

Nałożenie kary pieniężnej jest obligatoryjne. Wynika wprost z przepisów ustawy. Ustawodawcy przyświecało założenie, by w ten sposób ograniczyć niekorzystne zjawisko nadmiernego stymulowania sprzedaży leków przez apteki. Organ stwierdzając prowadzenie zakazanej reklamy Aptek jest zatem zobowiązany nałożyć na przedsiębiorcę naruszającego powołany przepis stosowną karę pieniężną.

Kara pieniężna powinna być skuteczna, proporcjonalna i odstrasżająca. Skuteczność kary przejawia się w możliwości jej nałożenia i wyegzekwowania. Żeby kara była odstrasżająca jej wysokość powinna być dotkliwa dla przedsiębiorcy. Kara nałożona na podmiot musi także spełnić funkcję prewencyjną oraz dyscyplinująco-represyjną, tj. być ostrzeżeniem dla przedsiębiorcy, mającym na celu niedopuszczenie do powstania nieprawidłowości w przyszłości.

Wymierzona kara powinna uwzględniać stopień i rozmiar naruszenia. Przez stopień naruszenia przepisów należy rozumieć m.in. intensywność, nasilenie reklamy oraz formę jej prowadzenia. Stopień i okoliczności naruszenia należą do okoliczności faktycznych, które winny być ustalone przez organ w sprawie naruszenia zakazu określonego w art. 94a ust. 1 P.f. oraz nałożenia kary pieniężnej.

Organ ustalając wysokość kary wziął pod uwagę następujące okoliczności:

- reklama dotyczyła jednej apteki,
- reklama trwała przez trzy dni,
- charakter przekazu był częściowo uzasadniony panującą epidemią oraz wprowadzonym stanem epidemii na terenie Rzeczypospolitej Polskiej,
- Strona nie była uprzednio karana za naruszenie przepisów Prawa farmaceutycznego ostatecznymi decyzjami,

- PWIF dwukrotnie informował drogą elektroniczną wszystkich przedsiębiorców prowadzących apteki na terenie województwa podkarpackiego o zakazie, począwszy od dnia 1 stycznia 2012 r., prowadzenia reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności, poprzez przesłanie komunikatów z dnia 2 stycznia 2012 r. i z dnia 10 stycznia 2012 r.,
- komunikaty umieszczono na stronie internetowej w Biuletynie Informacji Publicznej Inspektoratu pod adresem [www.rzeszow.wif.gov.pl](http://www.rzeszow.wif.gov.pl);

Nałożona kara pieniężna w wysokości 500,00 zł (słownie: pięćset złotych 00/100) jest adekwatna do opisanych okoliczności oraz czasu prowadzenia reklamy Apteki i jej działalności.

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.

Biorąc powyższe pod uwagę Organ postanowił jak w sentencji decyzji.

Kara pieniężna stanowi dochód budżetu państwa. PWIF jest wierzycielem w rozumieniu przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji. Karę pieniężną uiszcza się na wskazany w rozstrzygnięciu decyzji rachunek bankowy w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna. Od kary pieniężnej nieuiszczonej w terminie nalicza się odsetki za zwłokę w wysokości jak dla zaległości podatkowych. Egzekucja kary pieniężnej wraz z odsetkami następuje w trybie przepisów o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

### **POUCZENIE**

Od decyzji służy Stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego za pośrednictwem Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w terminie 14 dni od daty jej doręczenia (art. 129 § 2 K.p.a.).

Strona może zrzec się prawa do wniesienia odwołania wobec organu administracji publicznej, który wydał decyzję poprzez złożenie stosownego oświadczenia.

Z dniem doręczenia oświadczenia o zrzeczeniu się prawa do wniesienia odwołania przez Stronę postępowania, decyzja staje się ostateczna i prawomocna, w konsekwencji brak jest również możliwości zaskarżenia decyzji do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego (art. 127a K.p.a.).

Otrzymują:

1. Adresat – za potwierdzeniem odbioru;
2. aa.