

**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 ..... października 2020 r.

FARZ-DA.8523.17.2020

**DECYZJA**

Na podstawie art. 112 w związku z art. 94a ust. 1a i 2-4 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 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 [REDAKTOWANE] z siedzibą [REDAKTOWANE], NIP [REDAKTOWANE] niedozwolonej reklamy sklepu ogólnodostępnego o nazwie [REDAKTOWANE], zlokalizowanego w [REDAKTOWANE] (dalej zwanego: „[REDAKTOWANE]”) i jego działalności

**PODKARPACKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

- I. nakazuje zaprzestania prowadzenia przez [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE], NIP [REDAKTOWANE], niedozwolonej reklamy sklepu ogólnodostępnego o nazwie [REDAKTOWANE], polegającej na uwidocznianiu na listwie cenowej dedykowanej dla produktów leczniczych, cen detalicznych opatrzonej hasłem „Zawsze niskie ceny”, co stanowi naruszenie art. 94a P.f.;
- II. Decyzji w pkt.1 nadaje rygor natychmiastowej wykonalności;
- III. nakłada na [REDAKTOWANE] z siedzibą w [REDAKTOWANE], NIP [REDAKTOWANE], karę pieniężną w kwocie 1 000 zł (słownie: tysiąc złotych 00/100) z tytułu naruszenia przepisu art. 94a ust. 1 P.f. opisanego w pkt. I sentencji decyzji. 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

W dniu 25 sierpnia 2020 r. starszy inspektor farmaceutyczny Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Rzeszowie przeprowadził kontrolę planową [REDAKTOWANO] zakończoną protokołem znak: FARZ-DN.8562.2.2020 z dnia 25 sierpnia 2020 r. Kontrolę planową przeprowadzono w obecności kierownika sklepu [REDAKTOWANO] na podstawie pełnomocnictwa z dnia 29 maja 2017 r. udzielonego przez [REDAKTOWANO] z siedzibą w [REDAKTOWANO] NIP [REDAKTOWANO] (dalej zwana: „Stroną”).

W toku kontroli planowej [REDAKTOWANO] stwierdzono nieprawidłowości (opisane w punkcie VII protokołu) dotyczące naruszenia art. 94a ust. 1a P.f.

W punkcie VII protokołu FARZ-DN.8562.2.2020 z dnia 25 sierpnia 2020 r. upoważniony starszy inspektor farmaceutyczny ujawnił, że produkty lecznicze posiadają ceny detaliczne uwidocznione na listwie cenowej na tzw. podkładzie cenowym, opatrzonym hasłem „Zawsze niskie ceny”. Zgodnie z oświadczeniem kierownika [REDAKTOWANO], umieszczenie informacji na podkładach cenowych „Zawsze niskie ceny” jest hasłem standardowym sklepów [REDAKTOWANO] i dotyczy całego asortymentu sklepu. Wygląd etykiet cenowych jest narzucony przez centralę i personel [REDAKTOWANO] nie ma możliwości usunięcia napisu (informatyk wprowadza ceny dla całej sieci sklepów [REDAKTOWANO]). Kierownik przedstawił, jako dowód „Podręcznik sprzedawcy, kasjera” zawierający wewnętrzne procedury [REDAKTOWANO]. W podręczniku tym znajduje się m.in. opis oraz format etykiet cenowych. Sporządzono dokumentację fotograficzną (5 zdjęć) stanowiącą załącznik do protokołu z kontroli.

Pismem z dnia 8 września 2020 r. (doręczonym 14 września 2020 r.) Podkarpacki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny (zwany dalej „PWIF” lub „Organem”) zawiadomił Stronę o wszczęciu z urzędu postępowania administracyjnego w sprawie prowadzenia niedozwolonej reklamy [REDAKTOWANO] 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 [REDAKTOWANO] ma wyłącznie formy prawnie dozwolone. Do dnia wydania decyzji Strona nie złożyła wyjaśnień, dokumentów i innych dowodów w prowadzonym postępowaniu administracyjnym.

Postanowieniem z dnia 8 września 2020 r. (doręczonym 14 września 2020 r.) Organ włączył, jako dowód do akt sprawy:

- protokół z kontroli planowej [REDAKTOWANO] z dnia 25 sierpnia 2020 r., znak: FARZ-DA.8562.2.2020 wraz z załącznikiem 1 - 3 oraz dołączoną do protokołu dokumentacją fotograficzną.

W dniu 6 października 2020 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:

Strona kieruje do publicznej wiadomości informację o cenach detalicznych produktów leczniczych, umieszczanych na listwach cenowych tzw. podkładach cenowych, opatrzonych hasłem „Zawsze niskie ceny”, co może stanowić zachętę do zakupu produktu leczniczego w niskiej cenie.

Podstawą orzekania w niniejszej sprawie jest art. 94a ust. 1a P.f., który stanowi o zakazie reklamy placówek obrotu pozaaptecznego i ich działalności odnosząca się do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych.

Ze względu na ograniczone orzecznictwo w stosunku do tego artykułu należy stosować analogicznie orzecznictwo odnośnie art. 94a ust 1 odnoszące się do aptek i punktów aptecznych.

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 placówki obrotu pozaaptecznego położonego w województwie podkarpackim, właściwym do rozpoznania sprawy jest Podkarpacki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny.

Zgodnie z treścią ww. ustawy zabroniona jest jakakolwiek reklama placówek obrotu pozaaptecznego i ich działalności odnosząca się do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych. Przywołany wyżej artykuł, co potwierdza utrwalona linia orzecnicza, 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. Ustawa Prawo farmaceutyczne nie zawiera definicji reklamy apteki. Definicja pojęcia „reklama” zawarta w przepisach Prawa farmaceutycznego bez wątplenia odnosi się wyłącznie do „produktów leczniczych”. Należy zatem się odwoływać 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 w kontekście omawianego przepisu, reklamą działalności placówki obrotu pozaaptecznego jest każde działanie ukierunkowane na zachęcaniu potencjalnych klientów do dokonywania zakupu produktu leczniczego lub wyrobu medycznego w konkretnej placówce obrotu pozaaptecznego, 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 orzecznictwie 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) z uwzględnieniem oczywistych różnic na zasadzie analogii odnosząc je do placówki obrotu pozaaptecznego).

Zgodnie zatem z utrwalonym orzecznictwem sądów administracyjnych, za „reklamę” działalności apteki (tu placówki obrotu pozaaptecznego) 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 (tu placówce obrotu pozaaptecznego) (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 jakiegokolwiek 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 pozostawałoby zinterpretowanie intencji Strony, która miałaby wpływ na wymiar kary oraz przedmiotu reklamy. Organ do dnia wydania niniejszej decyzji nie otrzymał wyjaśnień Strony odnośnie stosowania rzeczonych wywieszek cenowych, stanowiących ewidentny element zachęty do dokonywania zakupu produktów leczniczych poprzez wyróżniony podkreśleniem dopisek „zawsze niskich cenach”. Ponieważ jest to reklama zawarta na wywieszkach cenowych dotyczących m.in. produktów leczniczych (np. Ibuprom, APAP, Gripex, Strepsils) dostępnych w ofercie Strony, uznać należy, że się do nich odnosi.

Tym samym upubliczniona treść zawiera znamiona reklamy i za taką musi być uznana. Wydzwitek 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. 1a P.f.

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 placówek obrotu pozaaptecznego i ich działalności odnoszącą się do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych. 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 placówek obrotu pozaaptecznego i ich działalności odnoszącej się do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych jest zatem zobowiązany nałożyć na przedsiębiorcę naruszającego powołany przepis stosowną karę pieniężną.

Kara pieniężna powinna być skuteczna, proporcjonalna i odstraszająca. Skuteczność kary przejawia się w możliwości jej nałożenia i wyegzekwowania. Żeby kara była odstraszająca 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. 1a P.f. oraz nałożenia kary pieniężnej.

Organ ustalając wysokość kary wziął pod uwagę następujące okoliczności:

- Organ stwierdził prowadzenie reklamy w jednej placówce obrotu pozaaptecznego należącej do Strony. Organ na dzień wydania decyzji nie posiada informacji o prowadzeniu działalności reklamowej prowadzonej w innych sklepach prowadzonych przez Stronę,
- Reklama prowadzona jest co najmniej od dnia 8 sierpnia 2020 r. do dnia wydania niniejszej decyzji,
- Strona nie była uprzednio karana za naruszenie przepisów Prawa farmaceutycznego ostatecznymi decyzjami,
- PWIF informował o zakazie, poczynawszy od dnia 1 stycznia 2012 r., prowadzenia reklamy aptek, punktów aptecznych, a także placówek obrotu pozaaptecznego i ich działalności, poprzez 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 1000,00 zł (słownie: tysiąc złotych 00/100) jest adekwatna do opisanych okoliczności prowadzenia reklamy [REDAKTOWANE] i jej działalności odnosząca się do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych.

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.