

**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 ..... listopada 2020 r.

FARZ-DA.8523.10.2020

(...)

**DECYZJA**

Na podstawie art. 94a ust. 1 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.) 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 (...) z siedzibą w (...), NIP(...) niedozwolonej reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie (...) mieszczącej się w (...) przy ul. (...) i jej działalności

**PODKARPACKI WOJEWÓDZKI INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY**

- I. nakazuje zaprzestania prowadzenia przez (...) z siedzibą w (...), NIP 9452170521, niedozwolonej reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie (...) mieszczącej się w (...) przy (...), poprzez umieszczenie na ogrodzeniu baneru informacyjnego podającego do publicznej wiadomości możliwość skorzystania z „bezpłatnych 2 miejsc parkingowych po okazaniu paragonu z apteki” oraz na słupku betonowym tablicy informacyjnej o tej samej treści, co stanowi naruszenie art. 94a P.f.;
- II. Decyzji w pkt.1 nadaje rygor natychmiastowej wykonalności;
- III. nakłada na (...) z siedzibą w (...) NIP (...), karę pieniężną w kwocie 2 000,00 zł (słownie: dwóch tysięcy 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

(...) z siedzibą w (...), NIP (...) (zwana dalej „Stroną”) jest dysponentem zezwolenia

Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Rzeszowie znak: (...) z dnia (...) r. (zmienionego decyzją Nr (...) Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Rzeszowie z dnia (...) r. znak: (...) oraz decyzją Nr (...) Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia (...) r. znak: (...) na prowadzenie apteki ogólnodostępnej o nazwie (...) mieszczącej się w (...) przy ul. (...) (dalej zwanej: „**Apteką**”).

W dniu 1 kwietnia 2020 r. do Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego (zwanego dalej „**PWIF**” lub „**Organem**”) wpłynęło pismo z dnia 30 marca 2020 r. informujące o podejrzeniu prowadzenia niedozwolonej reklamy Apteki poprzez umieszczenie na folderach i plakatach informacji o darmowym parkowaniu dla klientów Apteki po okazaniu paragonu, celem wszczęcia postępowania administracyjnego i nałożenia kary.

W dniu 2 kwietnia 2020 r. pracownik Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Rzeszowie Delegatura w Przemyślu przeprowadził czynności służbowe zmierzające do ustalenia stanu faktycznego (notatka służbowa w sprawie wraz z dokumentacją fotograficzną z dnia 6 kwietnia 2020 r.). Ustalono, że Strona zawarła umowę z właścicielem (osobą prywatną) parkingu sąsiadującym z budynkiem, w którym mieści się Apteka na wynajem dwóch miejsc parkingowych dla pacjentów Apteki. Wyznaczone miejsca parkingowe zwalniają klientów Apteki z opłaty parkingowej po okazaniu paragonu. Na tę okoliczność w miejscu ogólnie dostępnym dla pacjentów został umieszczony baner, zawierający nazwę oraz logo Apteki, informujący dodatkowo o możliwości skorzystania z bezpłatnych miejsc parkingowych po okazaniu paragonu z Apteki.

Pismem z dnia 6 kwietnia 2020 r. Organ zwrócił się do osoby informującej o podejrzeniu prowadzenia niedozwolonej reklamy Apteki o złożenie dodatkowych wyjaśnień oraz informacji w zakresie formy oraz charakteru wskazanych w piśmie folderów i plakatów.

W odpowiedzi z dnia 15 kwietnia 2020 r. (data wpływu do tut. Inspektoratu 17 kwietnia 2020 r.) nadawca pisma informującego o podejrzeniu prowadzenia niedozwolonej reklamy Apteki, odmówił udzielenia wyjaśnień i informacji oraz nie przedłożył materiału dowodowego w sprawie.

Pismem z dnia 17 kwietnia 2020 r. Organ zwrócił się do Strony o udzielenie informacji dotyczących możliwości skorzystania z bezpłatnych miejsc parkingowych po okazaniu paragonu z Apteki.

W dniu 7 maja 2020 r. do PWIF wpłynęło pismo Strony z dnia 30 kwietnia 2020 r., wyjaśniające, że właścicielem parkingu jest osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą (...) z siedzibą w (...). Umowa najmu miejsc parkingowych przeznaczonych dla klientów Apteki została zawarta (...). na czas nieokreślony (w załączeniu do pisma). Baner, którego właścicielem jest Strona został umieszczony przy parkingu 30 maja 2019 r.

Pismem z dnia 25 maja 2020 r. (doręczonym w dniu 29 maja 2020 r.) Organ 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 Aptek ma wyłącznie formy prawnie dozwolone.

Postanowieniem z dnia 25 maja 2020 r. Organ włączył jako dowody do akt sprawy następujący materiał dowodowy:

- zanonimizowane pismo z dnia 30 marca 2020 r. (data wpływu do tut. Inspektoratu 1 kwietnia 2020 r.) informujące o podejrzeniu prowadzenia niedozwolonej reklamy Apteki poprzez umieszczenie na folderach i plakatach informacji o darmowym parkowaniu dla klientów Apteki po okazaniu paragonu, celem wszczęcia postępowania administracyjnego i nałożenia kary,
- zanonimizowaną notatkę służbową wraz z dokumentacją fotograficzną sporządzona przez kierownika Delegatury WIF w Przemysłu z dnia 6 kwietnia 2020 r.
- zanonimizowane pismo Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 6 kwietnia 2020 r. kierowane do nadawcy pisma informującego z prośbą o udzielenie dodatkowych wyjaśnień oraz informacji w zakresie formy oraz charakteru wskazanych folderów i plakatów w przedmiotowej sprawie,
- pismo do Strony z dnia 17 kwietnia 2020 r., w którym Podkarpacki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zwrócił się z prośbą o udzielenie wyczerpujących informacji dotyczących przedmiotowej sprawy,
- odpowiedź nadawcy pisma informującego z dnia 15 kwietnia 2020 r. (data wpływu do tut. Inspektoratu 17 kwietnia 2020 r.),
- pismo Strony z dnia 30 kwietnia 2020 r., (data wpływu do tut. Inspektoratu 7 maja 2020 r.) wyjaśniające, że właścicielem parkingu jest osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą (...) z siedzibą w (...). Umowa najmu miejsc parkingowych przeznaczonych dla klientów apteki została zawarta (...) r. na czas nieokreślony (w załączeniu do pisma). Baner, którego właścicielem jest Strona został umieszczony przy parkingu 30 maja 2019 r.

W dniu 2 czerwca 2020 r. w siedzibie tut. Inspektoratu, Strona dokonała wglądu do akt sprawy (wykonano dokumentację fotograficzną).

Pismem z dnia 8 czerwca 2020 r. (data wpływu do tut. Inspektoratu 10 czerwca 2020 r. ) Strona złożyła dodatkowe wyjaśnienia w sprawie prowadzenia niedozwolonej reklamy Apteki, jednocześnie prosząc o umorzenie postępowania ze względu na jego bezprzedmiotowość. W opinii Strony informacja o możliwości bezpłatnego parkowania, po okazaniu paragonu z apteki nie jest jej reklamą. Baner informujący o możliwości darmowego parkowania jest umieszczony na parkingu i jest częścią cennika informującego klientów parkingu o wysokości opłaty za parkowanie lub zwolnienia z opłaty w określonym przypadku. Ponadto Strona podniosła, że takie działanie miało służyć pacjentom, w szczególności osobom starszym i schorowanym, aby ulżyć im w trudnym

okresie życia. Troska o pacjenta jest podstawowym celem działalności apteki i powinna zasługiwać na akceptację i uznanie ze strony każdego farmaceuty.

W dniu 16 czerwca 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. Do dnia wydania niniejszej decyzji Strona nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

#### Uzasadnienie prawne

Podkarpacki Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny ustalił co następuje:

W dniu 27 maja 2019 r., Strona zawarła umowę najmu dwóch miejsc parkingowych dla pacjentów zaopatrujących się w Aptece. Warunkiem bezpłatnego skorzystania z miejsca parkingowego jest okazanie paragonu potwierdzającego dokonanie zakupów w Aptece. Tą samą umową, Strona wynajęła powierzchnię na ogrodzeniu parkingu tj. przęsłach i murowanych słupkach. Strona na wynajętej powierzchni umieściła w dniu 30 maja 2019 r. skierowany do publicznej wiadomości baner, zawierający symbol parkingu, kolorowe logo Apteki oraz informację o treści „BEZPŁATNY\*”, „\*2 miejsca po okazaniu paragonu z apteki”. Taka sama treść znalazła się na słupku ogrodzeniowym.

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 wątplenia 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 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)).

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 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 pozostaje zinterpretowanie intencji Strony. Strona wyjaśniła, że kierowała się troską o starszych i schorowanych pacjentów. Działania polegające na udostępnieniu pacjentom bezpłatnego parkingu nie są przez Organ kwestionowane. Ocenie PWIF poddano sposób i formę informacji o możliwości skorzystania z bezpłatnego parkingu. Treść baneru oraz tablicy informującej stanowi zachętę do skorzystania z oferty Apteki.

Wydźwięk całości przekazu wskazuje na zamiar spowodowanie u odbiorcy (nabywcy) woli dokonania zakupu we wskazanej na banerze oraz tablicy informacyjnej Aptece. Podobnie forma kolorowego baneru oraz informacji ma na celu przyciągnięcie uwagi potencjalnego pacjenta, co przesądza o przewadze elementów zachęty nad informacją motywowaną troską o pacjenta. Tym samym upubliczniona treść zawiera znamiona reklamy i za taką musi być uznana.

Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem, wyłącznie informacje o nazwie i lokalizacji oraz godzinach pracy apteki, pomimo że zawierają się w katalogu działań reklamowych, na mocy art. 94a ust.1 P.f. wyłączone są z zakazu reklamy apteki. Wyłączenie to dotyczy

ściśle treści dotyczącej informacji o nazwie i lokalizacji oraz godzinach pracy apteki. Jednocześnie Organ uwzględnił wyjaśnienia i intencje Strony, które wpłynęły na wymiar kary.

Ponieważ opisane działania Strony mieszczą się w pojęciu niedozwolonej reklamy wyrażonym w treści art. 94a ust. 1 P.f., zgodnie z treścią art. 129b ust. 1 i 2 P.f., Organ zobligowany jest do nałożenia kary pieniężnej w wysokości do 50.000 zł. 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 jest prowadzona za pośrednictwem przyciągającego uwagę baneru oraz dodatkowo tablicy informacyjnej,
- reklama jest długotrwała: od dnia 30 maja 2019 r., do dnia wydania decyzji,
- do dnia wydania decyzji Strona nie poinformowała o zakończeniu prowadzenia reklamy lub zamiarze jej zakończenia,
- charakter przekazu był częściowo motywowany troską o pacjentów,
- 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.,

- umieszczono komunikaty 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 2 000 zł 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.