

WIELKOPOLSKI
WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

DECYZJA

Na podstawie art. 112 ust. 3 w związku z art. 94a ust. 1, 2, 3 i 4 i art. 129b ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą- Prawo farmaceutyczne” i art. 104 § 1 i 2, art. 107 § 1-3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2013r. poz. 267 z późn. zm.), zwanej dalej „K.p.a.”

- 1) **nakazuję** przedsiębiorcy – „Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w miejscowości: nr wpisu do KRS zaprzestanie prowadzenia reklamy działalności apteki ogólnodostępnej pod nazwą , w gmina o ul. polegającej na wydawaniu pacjentom/klientom apteki kart „ oraz dołączonych do paragonów kuponów rabatowych na preparaty wydawane bez recepty;
- 2) **nakładam na przedsiębiorcę, o którym mowa w punkcie 1, karę pieniężną w kwocie 10.000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych);**
- 3) decyzji, o której mowa w punkcie 1, **nadaję rygor natychmiastowej wykonalności.**

UZASADNIENIE

Apteka ogólnodostępna pod nazwą „ w gmina) ul. działa na podstawie zezwolenia Nr (znak sprawy: udzielonego w dniu kwietnia r. przez Wielkopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego przedsiębiorcy – „ Sp. z o.o. z siedzibą w miejscowości: Warszawa nr wpisu do KRS 5, zmienionego decyzją Wielkopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia grudnia

Pismem z dnia października r. Nr V wszcząłem z urzędu postępowanie administracyjne wobec wyżej określonego przedsiębiorcy w sprawie naruszenia przepisu art. 94a ust.1 Prawa farmaceutycznego poprzez wydawanie pacjentom/klientom apteki kart ,

W zawiadomieniu o wszczęciu postępowania wezwałem przedsiębiorcę do złożenia pisemnych wyjaśnień na okoliczność **wydawania pacjentom/klientom apteki kart** „ , a w szczególności o podanie:

- 1) od kiedy apteka uczestniczy w programie polegającym na wydawaniu Kart Pacjenta Opieka Farmaceutyczna (jakie są zasady przystąpienia do tego programu),

- 2) czy apteka uczestniczy w swoim programie lub na podstawie umów w programach innych podmiotów,
- 3) czy apteka proponuje wszystkim klientom przystąpienie do programu (czy istnieje spisany regulamin określający zasady uczestnictwa w tym programie; w przypadku odpowiedzi pozytywnej proszę o nadesłanie potwierdzonej za zgodność z oryginałem kopii programu),
- 4) czy w systemie komputerowym funkcjonującym w aptece prowadzonej przez Sp. z o.o. zainstalowany jest program obsługujący Karty Pacjenta jeżeli tak to jaka jest jego rola (np. naliczanie punktów w zamian za zakupione w aptece produkty, ich sumowanie itd.),
- 5) czy sprzedaż w ramach programu objęta jest punktacją, jeżeli tak to jakich produktów dotyczy,
- 6) ilość wydanych Kart
- 7) czy pracownicy apteki otrzymali polecenie od swoich przełożonych co do rozprowadzania ww. kart,
- 8) czy sprawowana w aptece opieka farmaceutyczna polega na dokumentowanym procesie oraz jaki jest zakres prowadzonej dokumentacji,
- 9) czy farmaceuta sprawujący opiekę farmaceutyczną współpracuje z pacjentem i lekarzem, a w razie potrzeby innym przedstawicielem zawodu medycznego oraz w jakim zakresie prowadzona jest opieka farmaceutyczna,
- 10) czy pacjenci są informowani na czym polega program prowadzonej opieki farmaceutycznej oraz czego mogą oczekiwać po udziale w tym programie,
- 11) w jaki sposób jest dokonywana ocena skuteczności przebiegu farmakoterapii mierzona jako efekty poprawiające jakość życia pacjenta.

W odpowiedzi na powyższe wezwanie przedsiębiorca prowadzący aptekę ogólnodostępną pod nazwą _____ w _____ gmina _____ ul. _____ spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w miejscowości _____ Nr KRS _____ podał (pismo z dnia _____ października _____ r.) między innymi, co następuje:

„[...]”

„Ad1) Apteka ogólnodostępna o nazwie _____ położona przy ul. _____ wydaje Karty Pacjenta _____ od kwietnia _____. Wskazać należy, że wydawanie Kart _____ nie jest związane z uczestnictwem apteki w jakimkolwiek programie, ani z prowadzeniem jakiegokolwiek programu. Każdy pacjent który przychodzi do apteki może mieć wydaną kartę. Na Kartach Pacjenta _____ zapisywana jest jedynie historia zakupów dla danego pacjenta.

Ad2), Ad 3), Ad 5), Ad 10) Apteka nie prowadzi żadnych programów, ani nie uczestniczy na podstawie umów w programach innych podmiotów.

Ad4) W systemie komputerowym funkcjonującym w aptece nie ma odrębnego programu obsługującego karty.

Ad 6) Apteka dysponowała 5100 Kartami Pacjenta (_____)

Ad7) Pracownicy apteki otrzymali polecenie wydawania kart zainteresowanym pacjentom.

Ad8) W aptece dokumentowanie procesu opieki farmaceutycznej ogranicza się do zapisywania historii zakupów pacjentów posługujących się przy zakupach Kartami Pacjenta

Ad9) Współpraca farmaceuty z pacjentem odbywa się w zależności od zainteresowania pacjenta. Jest ona ułatwiona w przypadku pacjentów posługujących się przy zakupach Kartami Pacjenta i zapisania historii zakupów o tyle, że znana jest historia zakupów, co może stanowić ułatwienie w procesie poradnictwa, z zastrzeżeniem weryfikacji w rozmowie z pacjentem osoby korzystającej z produktów zapisanych w historii zakupów. Kontakty z lekarzami zależą od indywidualnej inicjatywy danego farmaceuty.

Ad11) W aptece nie są dokonywane w zorganizowany sposób oceny skuteczności przebiegu farmakoterapii mierzone jako efekty poprawiające jakość życia pacjenta. W miarę możliwości prowadzone są w tym zakresie rozmowy z pacjentami przez farmaceutów."

Pismem z dnia grudnia : Nr WIFKN. wystąpiłem do kierownika apteki ogólnodostępnej pod nazwą w , gmina ul. z prośbą o złożenie pisemnych wyjaśnień a w szczególności o podanie: jak wyżej w zawiadomieniu (o wszczęciu postępowania administracyjnego – pismo z dnia października). W odpowiedzi na powyższe kierownik apteki udzielił identycznych wyjaśnień za wyjątkiem:

„[...]ad 6) Nie dysponuję informacjami w tym przedmiocie.[...]”

W dniu stycznia : zawiadomiłem Przedsiębiorcę , sp. z o.o. z siedzibą w miejscowości Warszawa pismem Nr o przedłużeniu postępowania administracyjnego do dnia marca Powodem przedłużenia postępowanie jest przeprowadzenie kontroli planowej apteki ogólnodostępnej w ul. w zakresie przestrzegania wymagań określonych w przepisach art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (Dz.U. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.).

W dniu lutego : Inspektor Farmaceutyczny zatrudniony w Wojewódzkim Inspektoracie Farmaceutycznym w Poznaniu przeprowadził kontrolę planową w zakresie przestrzegania przepisów art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne.

Ustalenia z kontroli zawarto w protokole z dnia marca . podpisanym przez kontrolującego oraz kierownika apteki w w dniu marca . W trakcie kontroli stwierdzono:

„[...]”

Kartę pacjent może otrzymać w momencie zakupu preparatów w aptece. W chwili zakupu pracownik fachowy apteki proponuje pacjentowi kartę 4. Pracownicy apteki otrzymali polecenie wydawania kart zainteresowanym pacjentom od właściciela zezwolenia.[...]”

„[...]”

Według wyjaśnień kierownika apteki pacjenci posiadający Kartę po dokonaniu zakupu mogą uzyskać: kupon zawierający informacje będące poradą farmaceutyczną;

kupon informacyjny o możliwości nabycia z rabatem (5%,10%) w określonym terminie preparatów wydawanych bez recepty (produkt leczniczy OTC lub suplement diety). [...]"

W odpowiedzi na ustalenia zawarte w protokole kontroli Przedsiębiorca prowadzący aptekę ogólnodostępną „.....” w I. ul.

..... podał (pismo z dnia r. – data wpływu do tut. Inspektorat..... marca) między innymi co następuje:

„[...]

Kontrolowany podnosi, że dystrybucja kart i” oraz wydawanie na podstawie takich kart kuponów rabatowych na zakup wybranego asortymentu, w ocenie kontrolowanego, nie zawierają elementów niedozwolonej reklamy w rozumieniu art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne. Podnieść należy, że zarówno same karty, jak również kupony rabatowe, nie zawierają elementów zachęty do zakupu asortymentu, jak również nie mają charakteru publicznego, a w konsekwencji nie noszą cech reklamy. Kupony rabatowe drukowane są po dokonanych zakupach (pacjent dokonując zakupów nie wie, że otrzyma rabat) i zawierają informacje o możliwości zakupu produktów nierefundowanych ze środków publicznych. Rabat natomiast uznać należy za dopuszczalną praktykę rynkową. Pacjent otrzymuje informacje o cenie wybranego asortymentu, co mieści się w obowiązkach sprzedawcy[...]"

Zgodnie z art. 50 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego wezwałem - pismem Nr z dnia marca - Przedsiębiorcę do złożenia następujących wyjaśnień:

1. Kto drukuje i dostarcza do apteki karty (czy przedsiębiorca prowadzący aptekę, czy podmiot zewnętrzny z którym Przedsiębiorca ma zawartą umowę - w przypadku zawarcia umowy z podmiotem zewnętrznym do wyjaśnień proszę dołączyć potwierdzoną za zgodność z oryginałem kopię przedmiotowej umowy).
2. Kto odpowiada za informacje w tym wysokość rabatu, które drukowane są na kuponie wydawanym po dokonaniu zakupu w aptece pacjentom posiadającym karty
3. Kto udziela rabatu określonego na kuponie, ustala jego wysokość i okres, w którym kupon można zrealizować w aptece.
4. Czy na kartę naliczane są punkty, w przypadku dokonania przez pacjenta posiadającego kartę zakupu w aptece, jeśli tak to proszę podać jakie są zasady naliczania punktów i jakie korzyści z tego tytułu otrzymuje pacjent oraz czy jest to określone regulaminem.
5. Ile z 5100 kart „.....”, którymi dysponowała apteka zostało wydane pacjentom.
6. Czy przedsiębiorca zawarł jakąkolwiek umowę, a jeżeli tak to z kim, na wykonywanie programu opieki farmaceutycznej (Organowi nie wydaje się logicznym aby podmiot prowadzący działalność w celach zarobkowych świadczył jakiegokolwiek usługi bez stosownej gratyfikacji).

7. W jaki sposób są chronione dane osobowe klienta apteki, kto je gromadzi i na jakich zasadach udostępnia.

8. W jakiej formie i od kogo (właściciel/kierownik apteki) pracownicy apteki otrzymali polecenie wydawania kart. Od kogo i w jakiej formie przełożony (właściciel/kierownik apteki) otrzymał wytyczne odnośnie wydawania kart i w jakiej formie.

9. Na jakiej podstawie dokonuje się weryfikacji danych osobowych pacjentów, celem potwierdzenia, że porada udzielana jest właściwej osobie a nie na zasadzie „okaziciela karty”.

10. Dlaczego apteka nie realizuje podstawowego celu opieki farmaceutycznej a mianowicie nie dokonuje, przy wykorzystaniu kart, oceny skuteczności przebiegu farmakoterapii jako efektu poprawiającego jakość życia pacjenta.

Pismem z dnia marca : Nr WIFI na podstawie art. 36 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2013r. poz. 267 z późn. zm.) zawiadomiłem Przedsiębiorcę „(spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością, że postępowanie administracyjne w sprawie naruszenie przepisów art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego zostanie zakończone do dnia czerwca : Powodem przedłużenia postępowania jest wezwanie strony do złożenia wyjaśnień zgodnie z pismem Nr z dnia 30 marca 2015r.

W odpowiedzi na powyższe wezwanie Przedsiębiorca prowadzący aptekę ogólnodostępną pod nazwą „ w - „ 2002” spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (pismo z dnia 9 kwietnia 2015r.) podał między innymi, co następuje:

[...]

Ad 1) Podmiotem, który drukuje i dostarcza do apteki karty jest spółka Akcyjna z siedzibą w .

Ad 2) Podmiotem, który decyduje o informacjach drukowanych na kuponie jest Spółka Akcyjna z siedzibą w .

Ad 3) Rabat określony na kuponie udzielany jest przez aptekę, zaś jego wysokość i okres w którym kupon może być zrealizowany określa z siedzibą w Warszawie.

Ad 4) Na kartę „ ” nie są naliczane punkty w przypadku dokonania przez pacjenta posiadającego kartę zakupu w aptece.

Ad 5) Spółka nie ewidencjonuje ilości wydanych kart.

Ad 6) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością nie zawierała umowy na wykonywanie programu opieki farmaceutycznej.

Ad 7) Dane osobowe klienta apteki są chronione zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 2014.1182 z późn. zm.). Dane osobowe klienta apteki gromadzi Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie. Dane te nie są udostępniane. Wskazać przy tym należy, że karta „ ” nie jest kartą imienną, nie wiąże się z nią przechowywanie danych osobowych pacjentów.

Ad 8) Decyzje o wydawaniu kart pacjentom apteki podjął Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą

w Warszawie. Pracownicy apteki otrzymali ustne polecenie wydawania kart od Zarządu Spółki.

Ad 9) Udzielane porady mają charakter uniwersalny, nieprzypisany do konkretnej osoby.

Ad 10) Współpraca farmaceuty z pacjentem w ramach opieki farmaceutycznej odbywa się w zależności od zainteresowania pacjenta. [...]

Zgodnie z art. 10 § 1 K.p.a. powiadomiłem pismem Nr z dnia 1 czerwca - stroną, że może, przed wydaniem decyzji przez organ I instancji, wypowiedzieć się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań.

Przedsiębiorca prowadzący przedmiotową aptekę nie wypowiedział się co do zebranych dowodów i materiałów oraz nie zgłosił żadnych żądań.

W oparciu o zgromadzony w sprawie materiał dowodowy zważyłem, co następuje:

Przepis art. 94a ust. 2 Prawa farmaceutycznego stanowi, że „Wojewódzki inspektor farmaceutyczny sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek i punktów aptecznych”. Z zapisu tego jednoznacznie wynika, że organem właściwym do rozpatrzenia sprawy naruszenia przez przedsiębiorcę prowadzącego aptekę ogólnodostępną pod nazwą „.....” w (.....) gmina „.....” ul. J....., przepisu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego poprzez **wydawanie pacjentom/klientom apteki kart „.....” oraz dołączonych do paragonów kuponów rabatowych na preparaty wydawane bez recepty jest Wielkopolski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny.**

Przedmiotowa apteka zlokalizowana jest w miejscowości Koło, położona na terenie województwa wielkopolskiego.

Z dniem 1 stycznia 2012r. znowelizowane zostały przepisy ustawy z dnia 6 września 2001r. Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.) dotyczące reklamy aptek. Zgodnie z art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego - w brzmieniu ustalonym w art. 60 pkt 7 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych (Dz. U. Nr 122, poz. 696) - „Zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego”.

Obecny zakaz reklamy aptek ogólnodostępnych i punktów aptecznych jest szerszy (w porównaniu do stanu obowiązującego do 31 grudnia 2011r.), gdyż dotyczy jakichkolwiek działań reklamowych, a nie jak poprzednio odnoszących się jedynie do produktów leczniczych lub wyrobów medycznych finansowanych ze środków publicznych.

Cytowany wyżej przepis dopuszcza dwa przypadki kierowania informacji do potencjalnych klientów apteki lub punktu aptecznego, które nie stanowią ich

reklamy. Są to informacje o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego. Powołany przepis nie przewiduje dalszych odstępstw od zasady przyjętej w pierwszym zdaniu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego. Należy więc przyjąć, że reklamą jest „wszystko”, co nie jest informacją o lokalizacji i godzinach pracy apteki.

Prawo farmaceutyczne nie zawiera ustawowej definicji reklamy działalności aptek (brak definicji legalnej reklamy działalności aptek ogólnodostępnych).

W związku z tym przy definiowaniu pojęcia „reklama” należy odwołać się do opracowań słownikowych oraz orzecznictwa Naczelnego Sądu Administracyjnego.

Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie wskazał w wyroku z dnia 01 lutego 2008r. (sygn. Akt VII S.A./Wa 1960/07), że *„Przy zastosowaniu analogii do ustawowej definicji reklamy produktu leczniczego, określonej w art. 52 ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne, za reklamę działalności apteki lub punktu aptecznego można uznać działalność polegającą na informowaniu i zachęcaniu do zakupu produktu leczniczego lub wyrobu medycznego w danej aptece lub punkcie aptecznym, mającą na celu zwiększenie sprzedaży. Reklamą apteki może być każde działanie, skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych w niej oferowanych”*. Podobne stanowisko zajął Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z dnia 17 października 2008r., (sygn. Akt VII S.A./Wa 698/08) stwierdzając, że *„Reklamą działalności apteki będzie [...] zamiar przyciągnięcia potencjalnych klientów do dokonania zakupu towarów sprzedawanych w aptece – niezależnie od form i metod jej prowadzenia oraz użytych do jej realizacji środków – jeżeli jej celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych lub wyrobów medycznych”* oraz w wyroku z dnia 20 września 2010r. (sygn. Akt VI S.A./Wa 838/10) stanowiąc, że *„za reklamę apteki należy uznać wszelkie działania polegające na informowaniu i zachęcaniu do zakupu produktu leczniczego lub wyrobu medycznego w danej aptece lub punkcie aptecznym, mające na celu zwiększenie ich sprzedaży”*.

W „Wielkim Słowniku Wyrazów Obcych” pod redakcją M. Bańki, PWN, Warszawa 2003, podano, że *reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług* („Wielki Słownik Wyrazów Obcych” pod redakcją M. Bańki, wyd. PWN, Warszawa 2003 r.) *Formy reklamy mogą być różnorodne, są to np. plakaty, ulotki, spoty w telewizji, bilbordy*”. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z dnia 14 maja 2008r. (sygn. Akt S.A./Wa 2215/07) doprecyzował wyżej cytowane pojęcie reklamy, stwierdzając, że *„Reklamą jest działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług*.

W słowniku „Język polski Wielki słownik wyrazów obcych i trudnych” pod redakcją Andrzeja Markowskiego, Radosława Pawelec, Wydawnictwo Langenscheidt Warszawa 2007 podano *„rabat obniżka ceny towaru, będąca formą zachęty do kupowania go, zwłaszcza kupowania w większych ilościach lub do kupowania bardzo drogich towarów i płacenia za nie gotówką”*.

W internetowej „Encyklopedii Zarządzania” wyjaśniono *„rabat jest to zmniejszenie należności udzielane zazwyczaj przez stronę sprzedającą kupującemu za nabyte towar lub usługi. Rabaty mogą mieć charakter poufny-bonifikat. Upusty są to obniżki cen katalogowych dla nabywców w zamian za pewne działania*.

Rabat powinien zapewnić dodatni efekt, który wyraża się w zwiększeniu bazy klientów oraz osiągnięcie dodatnich wskaźników ekonomicznych.

Wielkość rabatu powinna brać pod uwagę jak interesy kupującego tak i interesy sprzedawcy [...].

Na podstawie ustaleń należy stwierdzić, że działania Przedsiębiorcy polegające na **wydawaniu pacjentom/klientom apteki Kart**, „-----” oraz **dołączanie do paragonów w przypadku dokonywania przez nich zakupu, kuponów rabatowych na preparaty wydawane bez recepty niewątpliwie** stanowią zachętę dla potencjalnych pacjentów/klientów do dokonywania zakupów w tej aptece. Przedsiębiorca w złożonych wyjaśnieniach jednoznacznie poinformował, że jest podmiotem udzielającym rabatu określonego na kuponie. Zatem, należy uznać, że karty „-----” są niewątpliwie środkiem do osiągnięcia wzrostu sprzedaży w przedmiotowej aptece.

Ponadto przedsiębiorca wyjaśnił, że apteka dysponowała 5100 kartami „-----”. Ilość ta jednoznacznie wskazuje, o publicznym, masowym charakterze wyżej opisanego działania Strony.

W mojej ocenie przedsiębiorca: „-----” **SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ** z siedzibą w miejscowości: „-----” Nr KRS: „-----”, rażąco naruszył przepis art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego, zakazujący prowadzenia reklamy aptek. Działania tego przedsiębiorcy noszą jednoznacznie znamiona reklamy w rozumieniu przepisu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego. Wykraczają one bowiem poza działania, które ustawodawca dopuścił w drugim zdaniu powołanego przepisu („informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki”).

Reasumując, należy stwierdzić, iż wyżej opisane działania stanowią reklamę działalności apteki, o której mowa w art. 94a ust. 1 ustawy – Prawo farmaceutyczne. Mając na uwadze powyższe, a także w związku treścią cytowanych przepisów nie ulega wątpliwości fakt naruszenia przez przedsiębiorcę zakazu reklamy apteki i jej działalności.

Zgodnie z dyspozycją art. 129b ust. 1 i 2 Prawa farmaceutycznego nałożyłem karę pieniężną w wysokości 10.000 zł (słownie dziesięć tysięcy złotych) na przedsiębiorcę **SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ** z siedzibą w miejscowości „-----” Nr KRS: „-----”, prowadzącego aptekę ogólnodostępną pod nazwą „-----” w miejscowości „-----”, gmina „-----” ul. „-----”.

Zgodnie z powołanym wyżej przepisem nałożenie kary na podmiot, który prowadzi niedozwoloną w art. 94a Prawa farmaceutycznego reklamę apteki, jest obligatoryjne. Do nałożenia kary wystarczające jest by reklama była prowadzona wbrew przepisom.

Wysokość nałożonej kary jest w mojej ocenie adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia, a także uprzednie naruszenie przez stronę przepisu

art. 94a Prawa farmaceutycznego. Wymierzona została w dolnych granicach ustawowej wysokości kary. Ustawa – Prawo farmaceutyczne nie zawiera katalogu naruszeń zakazu prowadzenia reklamy aptek, do których byłyby przypisane kary o ustalonej wysokości. Organ wskazuje ponadto, iż wymiar kary ma na celu nadanie jej roli prewencyjnej, która ma jednocześnie zapobiec ponownemu naruszeniu reklamy apteki i ich działalności.

Art. 94a ust. 3 i 4 Prawa farmaceutycznego zobowiązuje wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego, w razie stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorcę prowadzącego aptekę ogólnodostępną przepisu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego, zakazującego prowadzenia reklamy apteki, do nakazania, w drodze decyzji, zaprzestania prowadzenia takiej reklamy oraz nadania tej decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności.

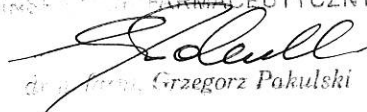
W tym stanie rzeczy orzekłem jak w sentencji decyzji.

Art. 94a ust. 3 i 4 Prawa farmaceutycznego zobowiązuje wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego, w razie stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorcę prowadzącego aptekę ogólnodostępną przepisu art. 94a ust. 1 Prawa farmaceutycznego, zakazującego prowadzenia reklamy apteki, do nakazania, w drodze decyzji, zaprzestania prowadzenia takiej reklamy oraz nadania tej decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności.

W tym stanie rzeczy orzekłem jak w sentencji decyzji.

P o u c z e n i e

Od niniejszej decyzji służy stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego, za moim pośrednictwem (61-285 Poznań, ul Szwajcarska 5), w terminie czternastu dni od dnia jej doręczenia.

WIELKOPOLSKI
WOJEWÓDZKI
INSPEKTOR FARMACEUTYCZNY

dr farm. Grzegorz Pakulski

Otrzymuje :

- 1) (za dowodem doręczenia)

- 2) ad acta

