

DNAiH.8521.121.2013

(...)

DECYZJA

Na podstawie art. 94a ust. 1, 2, 3 i 4, w związku z art. 129b ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001r. - *Prawo farmaceutyczne* (Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 ze zm.) oraz na podstawie art. 105 § 1, w związku z art. 104 § 1 oraz art. 107 § 1 i § 3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. - *Kodeks postępowania administracyjnego* (Dz. U. t.j. z 2013r., poz. 267), Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Katowicach po przeprowadzeniu, wszczętego z urzędu w dniu (...), postępowania administracyjnego w sprawie prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej o nazwie (...), zlokalizowanej w (...), przez przedsiębiorcę (...),

- 1) **stwierdza naruszenie** przez przedsiębiorcę zakazu, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. - *Prawo farmaceutyczne*, poprzez:
 - umieszczenie danych apteki na portalu (...), działającym za pośrednictwem strony internetowej (...), na której zamieszczone są treści reklamowe i zachęcające do zakupu w aptecę, , m.in.: (...),
 - uczestniczenie apteki w „(...)”,
 - umieszczenie danych apteki na stronie internetowej (...), jako jednej z aptek akceptujących karty (...) obok informacji o szeregu korzyści, jakie uzyska posiadacz karty (...), tj. m.in. o treści: (...),
 - akceptowanie (...), oferowanych przez (...),

i nakazuje zaprzestania prowadzenia reklamy ww. apteki,

- 2) **stwierdza naruszenie** przez przedsiębiorcę zakazu, o którym mowa w art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. - *Prawo farmaceutyczne*, poprzez akceptowanie legitymacji (...), którego organizatorem była firma (...)
i umarza przedmiotowe postępowanie **w tej części,**
- 3) na podstawie art. 129b ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001r. - *Prawo farmaceutyczne*, nakłada na przedsiębiorcę - (...), **karę pieniężną** w wysokości (...) złotych (słownie (...) złotych),
- 4) nakazowi zawartemu w pkt 1 niniejszej decyzji, na podstawie art. 94a ust. 4 ustawy z dnia 6 września 2001r. *Prawo farmaceutyczne*, nadaje rygor natychmiastowej wykonalności.

Uzasadnienie

W dniach (...) w aptece ogólnodostępnej o nazwie (...), zlokalizowanej w (...) została przeprowadzona z upoważnienia Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego kontrola planowa, z której sporządzono protokół nr DNAiH.8521.121.2013 z dnia (...). W protokole opisane nieprawidłowości i uchybienia, które były podstawą do wydania niniejszej decyzji.

W trakcie kontroli stwierdzono, że:

1. apteka uczestniczy w (...), udzielając posiadaczom kart tego programu zniżek na leki nierefundowane. Osoba, która chce skorzystać z programu musi zarejestrować się, telefonując pod bezpłatną infolinię pod numer: (...). Po zarejestrowaniu, na wskazany adres, wysyłana jest za pośrednictwem (...), ważna bezterminowo legitymacja. Informacje o aktualnej ofercie, cenach produktów dostępnych dla uczestników oraz adresach aptek honorujących legitymacje (...) są umieszczone na stronie internetowej (...).

Zgodnie z informacją zamieszczoną na stronie (...), uczestnik programu, okazując w wybranej aptece legitymację (kartę (...)), może nabyć w „(...)”.

W aptece, w izbie ekspedycyjnej, dostępny był dla pacjentów „(...)” na miesiące „(...)” (załącznik nr 10 do protokołu z kontroli),

2. apteka uczestniczy w (...), a jej dane teleadresowe są zamieszczone w katalogu aptek realizujących zamówienia na stronie internetowej (...). Według „(...)” zamieszczonego na stronie (...), w celu złożenia zamówienia, klient dokonuje rejestracji na stronie (...), podając swoje dane osobowe niezbędne do realizacji zamówienia.

W zamówieniu klient wybiera zamawiane produkty, sposób płatności i aptekę, w której zakupi towar. Na portalu internetowym (...) zamieszczono między innymi informacje o treści: „(...)”

W trakcie kontroli przedstawiono w aptece dokumentację dotyczącą sprzedaży produktów za pośrednictwem "(...)" tj. faktury zakupu wystawione przez hurtownię (...), oznakowane napisem "(...)", z podanymi numerami zamówień poszczególnych klientów, na podstawie których dostarczono towar do kontrolowanej apteki. Zamówienie skierowane przez klienta jest równoznaczne ze złożeniem przez aptekę w hurtowni (...) zamówienia na wskazane przez pacjenta produkty. Towar sprzedawany jest w aptece w cenie detalicznej nie wyższej niż cena określona w ofercie, dostępnej na stronie internetowej (...),

3. apteka akceptuje karty (...), jej dane teleadresowe umieszczone są w katalogu aptek na stronie (...) oraz (...), na drzwiach do izby ekspedycyjnej jest umieszczona informacja o treści: „(...)”. Pacjent posiadający „(...)” płaci za leki wydawane na receptę jedynie (...) % należnej kwoty, a pozostałe (...) % finansuje (...). Na paragonie fiskalnym znajduje się informacja jaką część należnej sumy zapłacił pacjent, a jaka została dofinansowana za pomocą karty. Dopłata do leków jest możliwa do momentu wykorzystania środków dostępnych na karcie. Ponadto posiadacze „(...)” mają zapewniony szereg innych korzyści, o których informacja jest zamieszczona na ww. stronach internetowych, m.in.: „(...)”.

Pacjent może wykupić leki, które znajdują się w zakładce „(...)”, a które może wyszukać w „(...)”. Poniżej zamieszczono informację o następującej treści: „(...)”

Ponadto na drzwiach do izby ekspedycyjnej zamieszczono informację o treści: „(...)”.

W trakcie kontroli przedsiębiorca odmówił przedstawienia kontrolującemu do wglądu umowy dotyczącej realizacji „(...)”, argumentując, że (...) nie wyraża zgody na okazanie powyższej umowy.

Zakupy dokonywane przez pacjentów przy użyciu legitymacji (...) jak i kart (...) są ewidencjonowane w systemie komputerowym apteki i widnieją na wydruku „(...)”.

W aptece w poszczególnych miesiącach wystawiono następujące ilości faktur VAT sprzedaży:

- (...) – (...), z czego (...) zawierało sprzedaż dofinansowaną kartą (...),
- (...) – (...), z czego (...) zawierały sprzedaż dofinansowaną kartą (...),
- (...) – (...), z czego (...) zawierało sprzedaż dofinansowaną kartą (...).

Na paragonie fiskalnym oraz na fakturze VAT zaznaczone jest jaką część należnej sumy zapłacił pacjent, a jaka została dofinansowana za pomocą karty (...). Wśród kontrolowanych faktur znajdują się m.in.:

- Faktura VAT nr (...) do paragonu nr (...) z dnia (...) – wartość do zapłaty (...) zł, zapłacono (...) zł (pacjent) i (...) zł (karta (...)),
- Faktura VAT nr (...) do paragonu nr (...) z dnia (...). – wartość do zapłaty (...) zł, zapłacono (...) zł (całość karta (...)),
- Faktura VAT nr (...) do paragonu nr (...) z dnia (...) – wartość do zapłaty (...) zł, zapłacono (...) zł (pacjent) i (...) zł (karta (...)).

Wartość dofinansowania dla poszczególnych produktów za pomocą karty (...) jest widoczna w raporcie transakcji (...) za konkretny dzień. W ww. raporcie za dzień (...) są wymienione m.in. leki refundowane przez Narodowy Fundusz Zdrowia:

- (...) – ilość (...) – wartość dofinansowania (...) zł,
- (...) – ilość (...) – wartość dofinansowania (...) zł.

W protokole z czynności kontrolnych nr DNAiH.8521.121.2013 z dnia (...) w pkt XXI ust. 1, „Niezgodności stwierdzone w trakcie kontroli” sformułowany został wniosek, że opisane wyżej działania prowadzone w kontrolowanej aptece formę reklamy apteki i jej działalności i stanowią naruszenie art. 94 a ust 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. - *Prawo farmaceutyczne* (Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 ze zm.). Przedsiębiorca nie wniósł wyjaśnień ani zastrzeżeń do treści protokołu.

Na podstawie ustaleń z kontroli planowej Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w dniu (...) wszczął z urzędu postępowanie administracyjne w związku z podejrzeniem naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy *Prawo farmaceutyczne* przez prowadzenie reklamy apteki i jej działalności. Jednocześnie Strona została poinformowana o przysługującym jej prawie do czynnego udziału w postępowaniu. Strona odebrała zawiadomienie o wszczęciu postępowania w dniu (...) i nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

Pismem z dnia (...) powiadomiono stronę o możliwości wypowiedzenia się przed wydaniem decyzji, co do zebranych dowodów i materiałów w terminie 7 dni od otrzymania zawiadomienia. Strona odebrała pismo w dniu (...) i ponownie nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

W dniu (...) Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zakończył przedmiotowe postępowanie wydając decyzję znak: DNAiH.8521.121.2013, w związku ze stwierdzeniem naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r. - Prawo farmaceutyczne, przez prowadzenie reklamy działalności apteki poprzez prowadzenie w niej działań polegających na:

- umieszczeniu danych apteki na portalu (...), działającym za pośrednictwem strony internetowej (...), na której zamieszczone są treści reklamowe i zachęcające do zakupu w aptece, , m.in.: „(...)”,
- umieszczeniu danych apteki na stronie internetowej (...), jako jednej z aptek akceptujących karty (...) obok informacji o szeregu korzyści, jakie uzyska posiadacz karty „(...)”, tj. m.in. o treści: „(...)”,
- akceptowaniu legitymacji (...), którego organizatorem była firma (...).

W punkcie 2 przedmiotowej decyzji, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny nałożył na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości (...) zł (słownie (...) złotych).

Od powyższej decyzji w dniu (...) Strona odwołała się do Głównego Inspektora Farmaceutycznego. Strona w odwołaniu wniosła o cyt.: „a) uchylenie zaskarżonej decyzji we wskazanej części i w tym zakresie orzeczenie co do istoty sprawy, albo b) uchylenie zaskarżonej decyzji we wskazanej części i umorzenie postępowania w pierwszej instancji w całości, albo c) uchylenie zaskarżonej decyzji we wskazanej części i przekazanie sprawy do ponownego rozpatrzenia przez organ pierwszej instancji.”

Główny Inspektor Farmaceutyczny, po zapoznaniu się ze zgromadzoną w niniejszej sprawie dokumentacją uchylił zaskarżoną decyzję w całości i przekazał sprawę do ponownego rozpatrzenia przez organ pierwszej instancji. W uzasadnieniu Główny Inspektor Farmaceutyczny stwierdził, że zaskarżona decyzja nie rozstrzyga sprawy w całości, ponieważ organ I instancji pominął w rozstrzygnięciu (zarówno w uzasadnieniu prawnym jak i w sentencji) kwestię honorowania kart „(...)”, pomimo tego, iż uzasadnienie faktyczne zaskarżonej decyzji obejmuje fakt akceptacji kart „(...)”. Ponadto rozpatrując sprawę organ pierwszej instancji powinien w sposób wyczerpujący zebrać i rozpatrzyć cały materiał dowodowy, a ocena dowodów powinna być oparta na wszechstronnej ocenie całokształtu materiału dowodowego. Główny Inspektor Farmaceutyczny zarzucił organowi pierwszej instancji, iż po wszczęciu postępowania zaniechał jakichkolwiek czynności służących poszerzeniu materiału dowodowego, m.in. nie wezwał przedsiębiorcy do przedłożenia umów, na podstawie których prowadzone są przedmiotowe działania, a których okazania w toku kontroli odmówił kierownik apteki.

Ponadto Główny Inspektor Farmaceutyczny stwierdził, iż organ pierwszej instancji winien podać w uzasadnieniu wysokości kary nałożonej na przedsiębiorcę okoliczności, jakie uznał za istotne przy ustalaniu jej wysokości, np. ilość aptek strony uczestniczących w działaniach reklamowych, ilość i charakter form prowadzonej reklamy, czas trwania kampanii reklamowej, skalę zakazanych działań, sposoby upowszechniania reklamy czy też fakt uprzedniego (braku) naruszenia art. 94a ust. 1 ustawy Prawo farmaceutyczne.

W dniu (...) sporządzono:

- wydruki aktualnego Regulaminu korzystania z (...) ze strony internetowej (...). Stwierdzono, że aby aktywować (...) należy wpisać w odpowiednie miejsce numer legitymacji (...), a do zalogowania się do (...) wymagane jest dodatkowo podanie hasła,

- wydruk ze strony internetowej (...) „(...)”, „(...)” oraz sporządzono printscreeny z powyższej strony internetowej zawierające informacje na temat (...). Stwierdzono, iż aby uzyskać informację o aptekach akceptujących (...) należy na stronie internetowej (...) wpisać w odpowiednie miejsce numer (...),

- wydruk ze strony internetowej (...), na którym zamieszczona jest informacja, iż to (...) organizuje i zarządza programami (...),

- wydruki ze strony internetowej (...), na których w katalogu aptek, w których możliwy jest odbiór zamówionych produktów, widnieje „(...)”, zlokalizowana w (...). Dodatkowo zamieszczona jest informacja o godzinach czynności apteki, telefon do apteki, email do apteki oraz mapa z dojazdem do apteki.

W dniu (...) Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Katowicach zwrócił się do (...) z siedzibą w (...) z prośbą o udzielenie informacji, czy wśród aptek akceptujących karty „(...)” oraz „(...)” jest „(...)” zlokalizowana w (...) oraz do (...) z siedzibą w (...) z prośbą o przedłożenie do wglądu dokumentacji dotyczącej współpracy (...) z „(...)”, zlokalizowaną w (...), tj. umów i regulaminów wyjaśniających zasady realizacji poszczególnych programów funkcjonujących w aptece: „(...)”, „(...)” i „(...)”, które wykorzystują kartę (...) służącą jako identyfikator i nośnik zakodowanych zasad dofinansowania.

W piśmie z dnia (...) spółka (...) poinformowała, iż: „dokumentację, o której mowa w wezwaniu organ powinien otrzymać od kontrolowanego. W związku z tym, wezwanie powinno być skierowane do podmiotu kontrolowanego”.

W piśmie z dnia (...) Pani (...), wyjaśniła, że: „lista aptek, w których zapłata za leki na receptę może być pomniejszona o kwotę świadczenia z tytułu (...), lub w których możliwy jest bezgotówkowy odbiór produktów w ramach przyznanego świadczenia (...) dostępna jest wyłącznie użytkownikom kart.”

W dniu (...) Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny w Katowicach wezwał (...), do przedłożenia do wglądu w Wojewódzkim Inspektoracie Farmaceutycznym w Katowicach w terminie 14 dni od otrzymania wezwania:

- dokumentacji dotyczącej współpracy ze spółką (...), z siedzibą w (...), tj. umów i regulaminów wyjaśniających zasady realizacji poszczególnych programów funkcjonujących w kontrolowanej aptece: „(...)”, „(...)”, „(...)”, które wykorzystują kartę (...) służącą jako identyfikator i nośnik zakodowanych zasad dofinansowania,
- umowy z (...), regulującej zasady funkcjonowania w aptece „(...)”,
- udzielenia informacji od kiedy w/w programy funkcjonują w aptece.

W piśmie z dnia (...) przedsiębiorca podkreślił, iż: „tzw. „(...)” oraz „(...)” nie są programami lojalnościowymi” oraz poinformował, iż: „możliwość akceptowania kart (...) jest otwarta dla wszystkich aptek, które mogą w tej sprawie kontaktować się z (...)”

Odnosnie „(...)” przedsiębiorca poinformował, iż uczestnictwo apteki w tym programie zakończyło się w dniu (...).

Ponadto przedsiębiorca potwierdził, iż apteka uczestniczy w (...), a na portalu (...) znajduje się: „jedynie informacja o adresie apteki”.

Przedsiębiorca nie przedłożył w Wojewódzkim Inspektoracie Farmaceutycznym w Katowicach żądanych umów i regulaminów wyjaśniających zasady realizacji

w/w programów funkcjonujących w kontrolowanej aptece oraz nie udzielił informacji od kiedy programy te funkcjonują w aptece.

W dniu (...) sporządzono wydruki ze strony (...), na której umieszczono treści o charakterze reklamowym: „(...)”. W katalogu aptek realizujących zamówienia z (...) zamieszczone były dane teleadresowe kontrolowanej apteki wraz z mapką dojazdową i lokalizacją GPS.

Pismem z dnia (...) Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny zawiadomił Stronę o prawie przed wydaniem decyzji do wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszenia żądań w terminie 7 dni od dnia otrzymania zawiadomienia. Strona odebrała zawiadomienie w dniu (...) i nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

W dniu (...) sporządzono wydruki i printscreeny ze strony internetowej (...).

Po zapoznaniu się z całością zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego, w tym informacji uzyskanych w czasie czynności kontrolnych oraz ze sporządzonych printscreenów i wydruków ze stron internetowych w dniach:

- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...),
- (...) – (...)

oraz po przeprowadzeniu ponownej analizy powyższego materiału dowodowego, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny stoi na stanowisku, że Strona naruszyła zakaz reklamy apteki i jej działalności poprzez:

- umieszczenie danych apteki na (...), działającym za pośrednictwem strony internetowej (...), na której zamieszczone są treści reklamowe i zachęcające do zakupu w aptece, , m.in.: „(...)”,
- uczestniczenie apteki w „(...)”,
- umieszczenie danych apteki na stronie internetowej (...), jako jednej z aptek akceptujących karty (...) obok informacji o szeregu korzyści, jakie uzyska posiadacz karty „(...)”, tj. m.in. o treści: „(...)”,
- akceptowanie (...), oferowanych przez (...),
- akceptowanie do dnia (...) legitymacji (...), którego organizatorem była firma (...).

Zgodnie z art. 94a ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001r. – *Prawo farmaceutyczne* nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego został powierzony wojewódzkim inspektorom farmaceutycznym. Na podstawie art. 94a ust. 3 upoważniono wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego do wydawania decyzji administracyjnych, nakazujących

zaprzestanie takiej działalności. Z art. 94a ust. 1 powyższej ustawy wynika, że: „Zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.”

Zapis art. 94a ust.1 ustawy - *Prawo farmaceutyczne* nie definiuje reklamy działalności aptek, w związku z czym należy powołać się na orzecznictwo sądowe. Za reklamę działalności apteki można uznać działalność polegającą na informowaniu i zachęcaniu do zakupu produktu leczniczego lub wyrobu medycznego, mającą na celu zwiększenie ich sprzedaży. Reklamą apteki może być każde działanie, skierowane do publicznej wiadomości, zmierzające do zwiększenia sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych w niej oferowanych. Potwierdza to wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie (sygn. akt. VII SA/Wa 1960/07).

Doprecyzowując pojęcie reklamy Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z dnia 14 maja 2008r. (sygn. akt VII SA/Wa 2215/07, ale też: sygn. akt VII SA/Wa 1985/07, sygn. akt VII SA/Wa 698/08) oparł się na opracowaniach słownikowych definicji pojęcia reklamy i stwierdził, 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 2003r.).

Na podstawie powyższych można stwierdzić, że reklamą apteki jest każdego rodzaju informacja, której celem jest zachęta do nabycia oferowanych przez aptekę towarów lub skorzystania z określonych usług. Reklama może przyjmować różne formy, w szczególności: haseł, sloganów, spotów TV, ulotek, billboardów, folderów czy gazetek. Za reklamę apteki zostały uznane również czynności polegające na wręczaniu bonów rabatowych, umieszczanie obok nazwy apteki napisu „niskie ceny”, „wysokie rabaty”. Za działania reklamowe powinny być uznane również takie działania, których zamierzonym celem jest pozyskanie nowych klientów lub zatrzymanie „starych”.

Bez wątplenia jedną z form reklamy są programy lojalnościowe. Celem programów lojalnościowych jest pozyskanie grupy lojalnych klientów, regularnie nabywających towary lub korzystających z usług organizatora programu lojalnościowego (bądź zleceniodawcy organizacji programu lojalnościowego), kształtowanie jego pozytywnego wizerunku wśród klientów, obniżki kosztów dotarcia do klienta z kolejną ofertą jak również rozpoznanie potrzeb klientów. Podstawą sukcesu programu lojalnościowego jest wywołanie u klienta emocjonalnego zaangażowania. Programy lojalnościowe mają za zadanie doprowadzenie do wzrostu sprzedaży poprzez budowanie lojalności wśród obecnych najbardziej wartościowych klientów czy jako narzędzia promocji konsumenckiej stosowanej w sprzedaży, w którym konsumenci nagradzani są w zależności od częstotliwości nabywania produktów lub usług danej firmy i wielkości zakupów. Programy lojalnościowe zapewniają nie tylko podniesienie sprzedaży i często osłabienie konkurencji, ale i bezpłatną reklamę, gdyż przyciągają klientów do konkretnych aptek zachęcając ich w ten sposób do nabywania produktów leczniczych.

Prowadzenie w „(...)”, zlokalizowanej w (...), „(...)” (do (...)), uczestniczenie w „(...)”, akceptowanie kart (...) oraz umieszczenie danych apteki w katalogu aptek realizujących zamówienia na portalu internetowym (...), na stronie internetowej (...), na których umieszczono informacje o treści: „(...)” bezspornie ma na celu zachęcenie pacjentów do skorzystania z usług apteki. Powyższe sformułowania, zamieszczone na ww. stronach internetowych, wskazują korzyści, jakie może uzyskać pacjent decydując się na dokonanie zakupów w aptekach wymienionych w katalogu.

W ocenie Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego akceptowanie (...) oferowanych przez (...) wiąże pacjentów z aptekami realizującymi powyższe karty. Dzięki temu apteka pozyskuje lojalnych i stale zaopatrujących się w niej pacjentów. Posiadacze powyższych kart mają możliwość ich realizacji w formie (...) już w chwili zakupu leku tylko w aptece, która przystąpiła do programu. Skorzystanie z (...) w aptece, która nie akceptuje (...) wiąże się z wykonaniem kilku czynności i oczekiwaniem na zwrot kosztów zakupu leku nawet do 30 dni.

W przypadku realizacji (...) poprzez aplikację mobilną pacjent musi:

- zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie recepty przed dokonaniem zakupu leku,
- zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie paragonu/faktury po dokonaniu zakupu leku,
- pobrać aplikację mobilną (...) w sklepie z aplikacjami,
- wypełnić dane we wniosku i załączyć skan/zdjęcie recepty i paragonu/faktury,
- wypełniony wniosek wysłać do (...).

W przypadku realizacji (...) poprzez formularz internetowy pacjent musi:

- zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie recepty przed dokonaniem zakupu leku,
- zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie paragonu/faktury po dokonaniu zakupu leku,
- wypełnić dane we wniosku i załączyć skan/zdjęcie recepty i paragonu/faktury,
- wysłać wypełniony wniosek do (...).

W przypadku realizacji (...) w oddziale (...) pacjent musi:

- zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie recepty przed dokonaniem zakupu leku,
- zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie paragonu/faktury po dokonaniu zakupu leku,
- wyszukać na mapie (...) lokalizację dogodną dla siebie,
- udać się do oddziału ze skanem/kopią/zdjęciem recepty i paragonu/faktury,
- w oddziale uzupełnić wniosek i zostawić go wraz z kopiami recepty i paragonu/faktury.

W przypadku realizacji (...) listem pacjent musi:

- zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie recepty przed dokonaniem zakupu leku,
 - zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie paragonu/faktury po dokonaniu zakupu leku,
 - pobrać wniosek z zakładki dokumenty do pobrania i uzupełnić go,
 - wypełniony wniosek i kopię recepty i paragonu/faktury wysłać na adres (...)
- z dopiskiem (...).

W przypadku realizacji (...) za pośrednictwem firmy, w której pacjent pracuje, musi on:

- zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie recepty przed dokonaniem zakupu leku,
- zeskanować/skopiować/zrobić zdjęcie paragonu/faktury po dokonaniu zakupu leku,
- udać się do osoby odpowiedzialnej za obsługę (...) w firmie gdzie otrzyma komplet informacji na temat sposobów zgłoszenia się do (...).

W związku z powyższym oczywistym jest, że pacjent posiadający (...) w celu realizacji (...) wybierze aptekę akceptującą (...), w której realizacja (...) jest natychmiastowa, nieskomplikowana, nie wymaga dostępu do internetu (forma listu, formularza internetowego, aplikacja mobilna), nie ponosi on dodatkowych kosztów (opłata za list, wykonanie kserokopii recepty i paragonu/faktury) i nie poświęca on dodatkowego czasu (udanie się do oddziału (...) z wnioskiem i kopiami recepty i paragonu/faktury, udanie się do osoby odpowiedzialnej za obsługę (...) w firmie, w której jest zatrudniony).

Pacjent posiadający (...) ma możliwość skorzystania ze świadczeń w ramach „(...)” w postaci pokrycia odpłatności za produkty lecznicze bez recepty zakupione w aptece w wysokości stanowiącej (...) % odpłatności obowiązującej (...), ograniczonej górnym limitem, potwierdzonym w (...). Pacjent realizujący (...) w aptece współpracującej z (...) ma możliwość skorzystania z „(...)” w formie (...), natychmiast, nie ponosi on dodatkowych kosztów (ksero paragonu/faktury i karty (...), forma listu), nie musi mieć

dostępu do internetu (formularz internetowy, aplikacja mobilna) i nie musi poświęcić dodatkowego czasu (zgłoszenie w oddziale (...)). Forma gotówkowej realizacji (...) wymaga dokonania zgłoszenia do (...), okazania (...) oraz dowodu zakupu produktów w aptecce. (...) dokona zwrotu kosztów zakupionych produktów w terminie 21 dni od daty zgłoszenia.

Akceptowanie (...) oferowanych przez (...) posiada cechy typowego programu lojalnościowego, a uczestnictwo pacjenta w programie jest powiązane z konkretną apteką. Na powyższych stronach internetowych (...) pacjent może również wyszukać aptekę akceptującą wyżej wymienione karty, co stanowi formę wyróżnienia takiej apteki na tle aptek nieujętych w ww. wykazie.

„(...)” nosił cechy programu lojalnościowego, to znaczy:

- pacjent musiał się zarejestrować,
- pacjentowi musiała zostać wydana karta lojalnościowa,
- pacjent otrzymywał informacje o ofercie programu,
- pacjent otrzymywał listę aptek honorujących karty programu,
- pacjent otrzymywał obietnicę możliwości zakupu „(...)” w „(...)”.

Zgodnie z art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r.-*Kodeks postępowania administracyjnego*, gdy postępowanie administracyjne 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. Z uwagi na fakt, iż w dniu (...) do tut. Inspektoratu wpłynęło pismo Strony informujące o zakończeniu uczestnictwa apteki w (...), Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny, uznając je za wiarygodne, postanowił umorzyć przedmiotowe postępowanie w tej części.

Mając na uwadze przytoczone powyżej argumenty, a także w związku z treścią cytowanych powyżej przepisów oraz utrwalonym orzecznictwem sądów administracyjnych odnośnie reklamy nie ulega wątpliwości fakt naruszenia przez Stronę zakazu reklamy apteki i jej działalności.

Zgodnie z art. 129b ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001r.-*Prawo farmaceutyczne*, 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. Treść art. 129b ust. 2 powyższej ustawy, który stanowi: „*Karę pieniężną, określoną w ust. 1, 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*”, nakłada na wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego obowiązek wymierzenia kary pieniężnej, pozostawiając uznaniu wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego nie to, czy nałożyć karę pieniężną, lecz jedynie wysokość nałożonej kary. Analiza treści tego przepisu prowadzi do wniosku, że przepis ten nie przewiduje żadnych okoliczności faktycznych, które upoważniałyby wojewódzkiego inspektora farmaceutycznego do odstąpienia od nałożenia kary pieniężnej w przypadku stwierdzenia, że naruszenie art.94a ustawy-*Prawo farmaceutyczne* miało miejsce.

Ustalając wysokość kary, Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uwzględnił okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także to, że Strona jako przedsiębiorca jest szczególnie zobowiązana do przestrzegania przepisów regulujących prowadzenie danej działalności (w tym również art. 94a ustawy *Prawo farmaceutyczne*, który w obecnym brzmieniu wszedł w życie z dniem 1 stycznia 2012r.).

Ponadto przy ustalaniu wymiaru kary pod uwagę wzięto fakt, że jest to (...) naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów dotyczących zakazu prowadzenia reklamy apteki, stwierdzone przez Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego. W dniu (...) Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny wydał decyzję znak WIF.KA.8523.59.2012 umarzającą w całości, wszczęte z urzędu w dniu (...), postępowanie administracyjne i nakładającą na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości (...) złotych oraz w dniu (...) decyzję znak WIF.KA.8523.54.2012 stwierdzającą naruszenie zakazu, o którym mowa w art. 94a ust.1 ustawy Prawo farmaceutyczne i umarzającą w części, wszczęte z urzędu w dniu (...), postępowanie administracyjne oraz nakładającą na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości (...) złotych. Powyższe decyzje Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego dowodzą, iż działania reklamowe przedsiębiorca prowadził jeszcze przynajmniej w dwóch innych swoich aptekach.

Prowadzenie zakazanej reklamy przybrało postać kilku różnorodnych form aktywności, realizowanych przez przedsiębiorcę za pomocą stron internetowych ((...)), informatorów dostępnych dla pacjentów w izbie ekspedycyjnej ((...)) oraz informacji umieszczonej na drzwiach do izby ekspedycyjnej ((...)).

Wydając niniejszą decyzję uwzględniono również okres faktycznego naruszenia zakazu reklamy. Organ uznał za udowodnione prowadzenie reklamy przedmiotowej apteki i jej działalności przynajmniej od dnia kontroli, tj. (...) do dnia wydania decyzji, a w przypadku uczestnictwa apteki w „(...)” – od dnia (...) do dnia (...)

Śląski Wojewódzki Inspektor Farmaceutyczny uznał, że Strona w dalszym ciągu prowadzi działania reklamujące działalność apteki. Do dnia wydania niniejszej decyzji przedsiębiorca nie poinformował o ewentualnym wycofaniu się z prowadzenia wyżej opisanych działań oprócz zakończenia uczestnictwa apteki w „(...)”.

Mając na uwadze powyższe organ wymierzył przedsiębiorcy karę pieniężną w wysokości (...) złotych (słownie (...) złotych). Wymierzona kara jest, zdaniem Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego, adekwatna do stopnia dokonanego naruszenia zakazu prowadzenia reklamy apteki i jej działalności, i wymierzona została w dolnych granicach ustawowej wysokości kary. Uwzględnia także okres oraz okoliczności naruszenia art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne. Organ wskazuje ponadto, iż wymiar kary ma na celu nadanie jej roli prewencyjnej, która ma jednocześnie zapobiec ponownemu naruszeniu zakazu reklamy aptek i ich działalności.

Mając powyższe na uwadze zdecydowano jak wyżej.

Pouczenie

Od niniejszej decyzji służy stronie odwołanie do Głównego Inspektora Farmaceutycznego w Warszawie. Odwołanie należy wnieść za pośrednictwem Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego w Katowicach w terminie 14 dni od doręczenia decyzji.

Nałożoną karę pieniężną uiszczyć należy w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja stała się ostateczna, na konto Wojewódzkiego Inspektoratu Farmaceutycznego w Katowicach: NBP o/o Katowice 03 1010 1212 0051 2222 3100 0000.

Sporządzono w 2 egz.

Otrzymują:

1. adresat
2. a/a