

Organizacje zrzeszające farmaceutów i pacjentów oraz inne organizacje pozarządowe apelują do Ministerstwa Zdrowia o doprecyzowanie przepisu o zakazie reklamowania aptek. Sam resort pierwotnie w założeniach do ustawy o refundacji leków uznał konieczność takiego doprecyzowania, ale w połowie sierpnia zdecydował się z niego zrezygnować. Zdaniem sygnatariuszy listu, zakaz reklamy aptek w obecnym kształcie oznacza dla pacjentów ograniczenie dostępu do informacji.

*– Obecne prawo nieprecyzyjnie definiuje, czym jest reklama apteki – powiedział Agencji Informacyjnej Newseria Jeremi Mordasewicz, ekspert Konfederacji Lewiatan, będącej jednym z sygnatariuszy listu do ministra zdrowia. – Prowadzi to do licznych konfliktów między organami nadzoru i aptekami, co odbija się na pacjentach.*

Zakaz reklamy aptek i punktów aptecznych obowiązuje od 1 stycznia 2012 r. Zdaniem środowiska farmaceutycznego, jest on różnie interpretowany w zależności od województwa. W niektórych miejscach jako reklama traktowane jest np. wywieszenie na szybie informacji o honorowaniu kart płatniczych czy o możliwości realizacji bonów zakupowych.

*– Jeżeli aptekarze są karani za tego typu działania, to pacjent nie dostaje kompletnej informacji i nie może w efekcie skorzystać z rozwiązań dla niego korzystnych – przekonuje Jeremi Mordasewicz.*

Według Konfederacji Lewiatan, całkowity zakaz reklam aptek utrudnia pacjentom wybór najtańszej i najkorzystniejszej oferty. Problemy są jednak nie tylko natury finansowej, ale i zdrowotnej. Leki OTC (wydawane bez recepty), jak również środki higieniczne czy kosmetyki mogą być reklamowane przez sprzedające je supermarkety i stacje benzynowe, ale przez apteki już nie. W efekcie konsumenci częściej nabywają je w zwykłych sklepach, przez co nie mają możliwości uzyskania porady farmaceuty.

*– Nie mogę zrozumieć, dlaczego Ministerstwo Zdrowia wycofało się z chęci doprecyzowania pojęcia reklamy aptek. Przecież nieprecyzyjna definicja prowadzi do konfliktu między nadzorem farmaceutycznym i aptekami, a różnorodność interpretacji w zależności od województwa podważa autorytet państwa – przekonuje Mordasewicz. – To wszystko odbija się na pacjencie.*

Zdaniem eksperta, jeśli ustawa o refundacji leków zostanie znowelizowana zgodnie z obecnym projektem Ministerstwa Zdrowia, problemy te pozostaną nierozwiązane.

*– Jak długo pojęcie reklamy apteki nie będzie jednoznaczne, tak długo będzie paraliżowało działania aptekarzy. Kary są bowiem naliczane za działania, które trudno uznać za reklamę. Powoduje to, że aptekarze boją się udzielać jakiegokolwiek informacji pacjentowi – twierdzi Jeremi Mordasewicz.*

Pod listem do Ministerstwa Zdrowia podpisały się Konfederacja Lewiatan, Polska Izba Ubezpieczeń, Centrum im. Adama Smitha, ZPA PharmaNET, Federacja Pacjentów Polskich i Izba Gospodarcza Farmacja Polska.

*Źródło: Newseria*