

Zakaz reklamy aptek nie służy pacjentom

Kategoria: Polityka Zdrowotna

Opublikowano: czwartek, 12, wrzesień 2013 00:00

Barbara Łączna

Odśłony: 1078

Z niepokojem przyjęliśmy decyzję Ministerstwa Zdrowia z 16 sierpnia br. o wycofaniu z projektu założeń ustawy o refundacji leków, propozycji zmiany polegającej na doprecyzowaniu obowiązującego obecnie przepisu zakazującego reklamowania aptek i punktów aptecznych - napisali w liście do ministra zdrowia szefowie Konfederacji Lewiatan, Polskiej Izby Ubezpieczeń, Centrum im. Adama Smitha, ZPA PharmaNET, Federacji Pacjentów Polskich i Izby Gospodarczej Farmacja Polska.

Nasze zdumienie decyzją ministra zdrowia - napisali sygnatariusze listu - pogłębia fakt, iż zarówno w pierwotnej wersji projektu założeń (z dnia 30 kwietnia br.), jak i w następnej (z dnia 1 sierpnia br.) resort zdrowia konsekwentnie podtrzymywał konieczność uregulowania tej kwestii, słusznie uznając, iż stanowi ona barierę dla prowadzenia działalności gospodarczej dla przedsiębiorców branży aptecznej. Niezrozumiałe jest dla nas, że bariera administracyjna, którą Ministerstwo Zdrowia dostrzegało jeszcze w dniu 1 sierpnia br. na przestrzeni kilkunastu dni przestała być w ten sposób postrzegana.

Wielokrotnie informowaliśmy ministra zdrowia oraz opinię publiczną o konieczności zmiany art. 94a ustawy - Prawo farmaceutyczne, stanowiącego o generalnym zakazie reklamy aptek. Nie można również pominąć faktu, iż zakaz ten nie został wprowadzony przez projektodawców ustawy i w związku z tym nie przeszedł wymaganego prawem trybu konsultacji zarówno społecznych jak i międzyresortowych. Wprowadzony jako poprawka poselska był wyrazem oczekiwań znikomej części środowiska aptekarskiego reprezentowanej przez władze Naczelnej Rady Aptekarskiej.

Obowiązujący od 1 stycznia 2012 r. całkowity zakaz reklamy aptek, który odnosi się do wszystkich aspektów działalności aptek, ogranicza dostęp do informacji, godzi w prawa pacjentów i wpływa na zmniejszenie konkurencyjności aptek.

Zakaz reklamy aptek spowodował w praktyce wyłączenie wszelkiej działalności informacyjnej aptek, zarówno dotyczącej leków, jak i produktów innych niż refundowane (np. leki OTC, kosmetyki czy środki higieny osobistej). Uniemożliwił tym samym pacjentom porównanie cen i dokonanie wyboru najtańszych lub najlepiej dostosowanych do ich potrzeb produktów. Brak możliwości reklamowania usług aptecznych ma również wpływ na bezpieczeństwo pacjentów. Już dzisiaj znane są wyniki analiz wskazujące na to, że coraz częściej np. po leki przeciwbólowe pacjenci udają się do supermarketów czy pobliskich sklepów, gdzie nie ma możliwości skorzystania z porady farmaceuty, a leki kupowane są i zażywane bez jakiegokolwiek kontroli i wiedzy na ten temat.

Całkowity zakaz reklamy aptek praktycznie uniemożliwił aptekom możliwość konkurowania z innymi podmiotami na rynku dystrybucji detalicznej, takimi jak sieci sklepów spożywczych, kosmetycznych a nawet stacji benzynowych, gdzie również powszechnie dostępne są leki OTC, kosmetyki czy środki spożywcze. Placówki te prowadzą bowiem reklamę tych produktów, sprzedawanych także w aptekach, czego aptekom robić nie wolno. Stanowi to przykład dyskryminacji aptek na konkurencyjnym rynku.

Ze względu na to, że leki nierefundowane i inne produkty (suplementy diety, kosmetyki, środki higieny) stanowią niejednokrotnie ponad połowę asortymentu apteki, uniemożliwienie konkurowania w tym obszarze z innymi podmiotami handlującymi tymi produktami, w znaczący sposób wpływa na funkcjonowanie apteki.

Zakaz reklamy aptek w obecnym kształcie również istotnie ogranicza lub wręcz wyklucza prowadzenie w aptekach działalności edukacyjnej, naukowej, opieki farmaceutycznej czy funkcjonowania programów pacjenckich.

Zakaz reklamy aptek nie służy pacjentom

Kategoria: Polityka Zdrowotna

Opublikowano: czwartek, 12, wrzesień 2013 00:00

Barbara Łączna

Odśłony: 1078

Doprowadziło to do sytuacji, że za niedozwoloną reklamę apteki organy Wojewódzkiej Inspekcji Farmaceutycznej uznają praktycznie wszystkie działania "przyjazne" dla klienta, takie jak programy ubezpieczeń lekowych polegające na pokrywaniu przez ubezpieczyciela części opłat ponoszonych przez pacjenta za leki, a także wszelkie programy opieki farmaceutycznej prowadzone przez apteki, których celem jest zarówno specjalistyczna edukacja pacjentów, jak i obniżanie kosztów terapii. Za działanie naruszające zakaz reklamy aptek uznano m.in. informację o możliwości płacenia w aptecce kartą płatniczą lub kredytową. Stoi to w jawnej sprzeczności nie tylko z logiką, ale także z przepisami ustawy o izbach farmaceutycznych czy przepisami konsumenckimi, na podstawie których nabywcy jakichkolwiek dóbr przysługuje prawo do informacji i znajomość oferty apteki.

Wbrew zakładanym przez ustawodawcę celom regulacji, całkowity zakaz reklamy aptek nie służy więc ochronie zdrowia publicznego. Wręcz przeciwnie, całkowite zakazanie reklamy aptek przy jednoczesnej dopuszczalności reklamy placówek obrotu pozaaptecznego prowadzi do zwiększenia sprzedaży określonych produktów poza kontrolą osób wykwalifikowanych, co negatywnie wpływa na zdrowie pacjentów.

Sygnatariusze listu apelują do ministra zdrowia o podjęcie działań zmierzających do przywrócenia w projekcie założeń do projektu ustawy o zmianie ustawy o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych i niektórych innych ustaw, propozycji zmiany ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne, polegającej na doprecyzowaniu obowiązującego przepisu zakazującego reklamowania aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności.

Źródło: Konfederacja Lewiatan