



Naczelna Izba Aptekarska

L.Dz. P-228/2013



Warszawa, 11 czerwca 2013 r.

Szanowny Pan

BARTOSZ ARŁUKOWICZ

Minister Zdrowia RP

Szanowny Panie Ministrze!

W imieniu samorządu zawodowego farmaceutów pragnę wyrazić zdecydowany sprzeciw w związku z tzw. akcją protestacyjną organizatorów Programu 60+, a w szczególności z ich listem do Pana Ministra z dnia 20 maja 2013 r. W opinii naszego samorządu wystosowanie tego listu i prowadzenie tej akcji w okresie konsultacji społecznych nad założeniami do projektu nowelizacji ustawy o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych jest przemyślanym działaniem lobbingowym i modelowym wręcz przedsięwzięciem PR. W naszej ocenie głównym celem organizatorów akcji jest zakwestionowanie przepisów zakazujących reklamy aptek i ich działalności, a także zabraniających stosowania jakichkolwiek form zachęty odnoszących się do produktów leczniczych podlegających refundacji ze środków publicznych, w tym programów lojalnościowych.

Organizatorzy akcji obrony Programu 60+ dołączyli do listu do Pana Ministra pisma podpisane przez „dezorientowanych starszych pacjentów, którym odbiera się prawo do tańszego leczenia” (fragment listu organizatorów Programu 60+). Zwrócili się także do farmaceutów w aptekach ogólnodostępnych z prośbą o wsparcie i podpis pod listem, który – jak zapowiadają autorzy listu – ma zostać opublikowany w prasie ogólnopolskiej, co w opinii samorządu aptekarskiego ewidentnie potwierdza wskazany powyżej

Naczelna Izba Aptekarska

ul. Długa 16, 00-238 WARSZAWA
Telefon: 22 635-92-85, 22 635-06-70, Faks: 22 887-50-32
<http://www.nia.org.pl>, e-mail: nia@nia.org.pl

cel kampanii i obnaża jej prawdziwy charakter. Wobec tych faktów pragnę podkreślić, że wykorzystywanie starszych chorych pacjentów do osiągnięcia swoich celów biznesowych, a więc zwiększenia sprzedaży w aptekach uczestniczących w Programie 60+, w ocenie naszego samorządu jest działaniem niegodziwym, zasługującym na społeczne napiętnowanie. Działaniem, którego nie można akceptować, jest również nakłanianie farmaceutów zatrudnionych w tych aptekach do udziału w kampanii „przeciwko absurdalnym decyzjom urzędników państwowych!” i „przeciwko nadinterpretowaniu przepisu o zakazie reklamy!” (fragment materiału informacyjnego przesyłanego do aptek). Używając powyższych sformułowań, organizatorzy akcji zdają się nie uznawać ustaleń zawartych w wyrokach niezawisłego sądu, z których wynika jednoznacznie, że stanowisko organów inspekcji farmaceutycznej jest prawidłowe i nie można mówić o nadinterpretacji przepisów.

W kontekście wezwań skierowanych do aptekarzy podkreślić należy, że farmaceuta wykonuje zawód zaufania publicznego i zgodnie z Kodeksem Etyki Aptekarza Rzeczypospolitej Polskiej „nie reklamuje siebie oraz swoich usług”, „nie uczestniczy w reklamie usług farmaceutycznych, jak i ich promocji niezgodnej z prawem lub dobrymi obyczajami”, a ponadto „unika działalności przyczyniającej się do zwiększania konsumpcji produktów leczniczych” (art. 19 Kodeksu Etyki). Aptekarz nie może zatem wspierać programów lojalnościowych, których prowadzenie sprzeczne jest z obowiązującymi ustawami (art. 94a ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne i art. 49 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych).

Oceniając tło tzw. akcji protestacyjnej organizatorów Programu 60+, nie można pominąć ostatnich orzeczeń sądów, niekorzystnych dla przeciwników zakazu reklamy aptek. Na przykład w uzasadnieniu wyroku z 25 stycznia 2013 r., oddalającym skargę DOZ SA na decyzję Głównego Inspektora Farmaceutycznego z 14 września 2012 r. w przedmiocie nakazu zaprzestania prowadzenia niezgodnej z przepisami reklamy apteki, Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie wskazał jednoznacznie: „Opisane działania skarżącej stanowiły zachętę dla klientów do nabywania wyłącznie w aptece objętej Programem oferowanych w tej aptece produktów, reklamując tę, a nie inną aptekę. Zachętą tą były udzielane w konkretnej aptece rabaty na produkty nier refundowane, natomiast środkiem do osiągnięcia celu w postaci zwiększenia sprzedaży była reklama tylko apteki objętej Programem, w rozumieniu art. 94a ust. 1 ustawy – Prawo farmaceutyczne, nazywana przez skarżącą programem o charakterze lojalnościowym. Innymi słowy, reklama Programu była ściśle powiązana z reklamą konkretnej apteki, którą Program obejmował, zachęcając

Naczelna Izba Aptekarska

do nabywania wyłącznie w takiej aptece leków nierefundowanych, gdyż tylko w takiej aptece leki te były sprzedawane z rabatem". Tak więc Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie wyjaśnił dobitnie to, co dla środowiska aptekarskiego było od dawna oczywiste: programy lojalnościowe są formą reklamy działalności aptek, gdyż stanowią one zachętę do kupna produktów leczniczych wyłącznie we wskazanych aptekach w celu zwiększenia ich obrotów. Wywieranie jakiegokolwiek presji na Naczelny Sąd Administracyjny, który orzekać będzie w tej sprawie w drugiej instancji, jest niedopuszczalne.


Wbrew sugestiom organizatorów akcji obrony Programu 60+ przepis dotyczący zakazu reklamy aptek był i jest jasny, a w konsekwencji nie wymaga ani zmian, ani jakichś szczególnie skomplikowanych działań interpretacyjnych, stąd też zarzut nadinterpretacji tego przepisu budzi nie tylko zdumienie, ale i sprzeciw. Samorząd aptekarski popiera stanowcze działania Państwowej Inspekcji Farmaceutycznej, zmierzające do egzekwowania obowiązującego prawa. Jednocześnie sprzeciwiamy się próbom podważania autorytetu wojewódzkich inspektorów farmaceutycznych poprzez jawne kwestionowanie ich decyzji dotyczących „zaprzestania udziału w Programie 60+ jako niezgodnego z zakazem reklamy aptek” oraz angażowanie farmaceutów do udziału w kampanii wymierzonej między innymi w działania organów państwa. Nie ulega wątpliwości, że również list otwarty do ministra zdrowia jest istotnym elementem tej akcji.

W liście organizatorów Programu 60+ pobrzmiewa troska o obniżenie kosztów farmakoterapii. Piszą oni: „przypominamy pacjentom o ich prawie do tańszego leczenia i propagujemy wiedzę o zamiennikach leków”. Pragnę wskazać, że wszelkie działania systemowe w tym względzie należą do kompetencji organów państwa odpowiedzialnych za politykę lekową i bezpieczeństwo zdrowotne obywateli. Ponadto, zgodnie z art. 44 ustawy o refundacji leków, osoba wydająca produkty lecznicze ma obowiązek poinformować pacjenta „o możliwości nabycia leku objętego refundacją, innego niż lek przepisany na receptę (...), którego cena detaliczna nie przekracza limitu finansowania ze środków publicznych oraz ceny detalicznej leku przepisanego na receptę”. Zgodnie z ustawą, każda apteka „ma obowiązek zapewnić dostępność tego leku”. Fachowa wiedza na temat zamienników nie jest wiedzą ekskluzywną, przypisaną do niektórych aptek, ale wiąże się wprost z wykonywaniem zawodu farmaceuty i wypełnianiem obowiązku wynikającego z art. 44 ustawy o refundacji leków. Jednocześnie w imieniu samorządu aptekarskiego chciałbym wyrazić ubolewanie, że w Kampanii Społeczno-Edukacyjnej na Rzecz Osób 60+, będącej swego rodzaju promocją Programu 60+, wzięło udział Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej

Naczelna Izba Aptekarska

(objęło patronat honorowy).

Naczelna Rada Aptekarska konsekwentnie podkreśla, że zawarty w art. 94a ustawy – Prawo farmaceutyczne zakaz reklamowania aptek oraz ich działalności stanowi najważniejszą podstawę i gwarancję prawidłowego funkcjonowania aptek jako placówek ochrony zdrowia publicznego. Wyroki Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie, wydane 24 i 25 stycznia 2013 r., oddalające skargi na decyzje Głównego Inspektora Farmaceutycznego w przedmiocie nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy apteki, potwierdzają słuszność wyrażanego wielokrotnie stanowiska Naczelnej Rady Aptekarskiej w powyższej sprawie. Skutkiem tych orzeczeń była podjęta niedawno decyzja o zawieszeniu realizacji niektórych programów lojalnościowych w sieci aptek Dbam o Zdrowie. W naszej opinii decyzja ta jest zdecydowanie niewystarczająca. Programy te powinny bowiem być natychmiast zlikwidowane, a podmioty odpowiedzialne za ich prowadzenie powinny ponieść konsekwencje prawne za tego rodzaju rażące naruszenie prawa.

Z poważaniem

dr GRZEGORZ KUCHARWICZ
Prezes Naczelnej Rady Aptekarskiej

W załączeniu:

1. Pismo prezesa NRA Grzegorza Kucharewicza do ministra zdrowia Bartosza Arłukowicza z dnia 17 lutego 2012 r.
2. Pismo prezesa NRA Grzegorza Kucharewicza do Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego z dnia 14 lutego 2012 r.

Naczelna Izba Aptekarska

ul. Długa 16, 00-238 WARSZAWA
Telefon: 22 635-92-85, 22 635-06-70, Faks: 22 887-50-32
<http://www.nia.org.pl>, e-mail: nia@nia.org.pl