

Warszawa, 21 czerwca 2018 r.

Kolejny przykład złego działania zakazu reklamy aptek

Za informowanie pacjentów o możliwości nabycia tańszych leków – kara finansowa

Kara finansowa dla apteki za informowanie pacjentów o możliwości tańszego leczenia – to kolejny przykład antypacjenckiego działania wynikającego z zakazu reklamy aptek. W związku z tym Konfederacja Lewiatan i Związek Pracodawców Aptecznych PharmaNET po raz kolejny apelują o zmianę tego szkodliwego zapisu.

W ostatnim czasie mieliśmy do czynienia z kolejnym przykładem zastosowania art. 94a prawa farmaceutycznego w praktyce. Jedna z aptek została ukarana przez organy inspekcji za udostępnianie materiałów informacyjnych dotyczących możliwości nabycia tańszych zamienników leków. W przystępny sposób wyjaśniały one pacjentom istotę i korzyści płynące z zamiennictwa leków, a także zachęcały do rozmów z lekarzami i farmaceutami. Wszystko po to, aby pacjenci – szczególnie ci przewlekłe chorzy – mogli zaoszczędzić.

Z uwagi na profity płynące z opisanej aktywności, nie sposób zaakceptować podejścia prezentowanego przez Wojewódzkiego i Głównego Inspektora Farmaceutycznego, które wymierzyły aptece karę finansową.

Po pierwsze, informowanie pacjentów o zamiennictwie jest korzystne zarówno dla pacjentów, jak i płatnika publicznego. Kupując skuteczny i bezpieczny odpowiednik, pacjent ma możliwość tańszego leczenia, bez uszczerbku dla zdrowia. Dla płatnika publicznego, w przypadku leków refundowanych, oznacza to również wymierne oszczędności.

Po drugie, ustawa refundacyjna wprost przewiduje obowiązek poinformowania „o możliwości nabycia leku objętego refundacją, innego niż lek przepisany na receptę, o tej samej nazwie międzynarodowej, dawce, postaci farmaceutycznej, która nie powoduje powstania różnic terapeutycznych, i o tym samym wskazaniu terapeutycznym, którego cena detaliczna nie przekracza limitu finansowania ze środków publicznych oraz ceny detalicznej leku przepisanego na receptę”.

Po trzecie, takie działanie stanowi realizację prawa pacjenta do informacji. Niezwykle ważne jest, aby pacjenci dysponowali odpowiednią wiedzą o działaniu systemu refundacji w zakresie odpowiedników. Tym bardziej, że skomplikowane przepisy ustawy refundacyjnej są dla większości niezrozumiałe.

Po czwarte, nie ma podstaw (prawnych, ani faktycznych), aby realizacja obowiązku wskazanego w ustawie refundacyjnej była realizowana tylko przy pierwszym stole, ustnie. Co więcej, przekazywanie informacji w

formie drukowanej wydaje się korzystne choćby z uwagi na możliwość zapoznania się ze swoimi prawami w domu czy podczas oczekiwania w kolejce.

- *Niepokojące jest coraz bardziej antypacjenckie i antyspołeczne rozumienie i stosowanie zakazu reklamy aptek* - mówi dr Dobrawa Biadun, radca prawny, ekspert Konfederacji Lewiatan – W marcu br. informowaliśmy o podobnie zdumiewającej sytuacji, w której za naruszenie art. 94a prawa farmaceutycznego zostało uznane wypożyczanie inhalatorów pacjentom przez apteki, które zostały za to „docenione” przez inspekcję farmaceutyczną dotkliwymi karami finansowymi – dodaje.

Powyższa sytuacja stanowi konsekwencje art. 94a prawa farmaceutycznego, oderwanego od potrzeb polskich pacjentów. W praktyce jego stosowania organy inspekcji farmaceutycznej, a za nimi sądy administracyjne, utożsamiały reklamę apteki z jakąkolwiek formą „wyróżniania się apteki”.

- *Obowiązujące przepisy powodują, że realizacja ustawowego obowiązku informowania o możliwości nabycia tańszego odpowiednika leku refundowanego, staje się podstawą do karania aptek. Takie działania jak przygotowywanie informatorów dla pacjentów czy wypożyczanie inhalatorów powinny zasługiwać na uznanie, a nie karanie* – wskazuje Marcin Piskorski, Prezes Związku Pracodawców Aptecznych PharmaNET.

Zgodnie z art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne: „Zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.”

W praktyce administracyjnej i sądowej za zakazaną reklamę uznano wszelkie informacje przekazywane pacjentowi przez aptekę, wykraczające poza wskazane w regulacji dwa wąskie wyjątki. W efekcie powyższy przepis nie stanowi li tylko zakazu reklamy, lecz w praktyce jest on zakazem jakiegokolwiek komunikacji dotyczącej apteki i działań przez nią prowadzonych.

Obowiązujący zakaz oraz praktyka administracyjno – sądowa doprowadziły do zaniechania prowadzenia działań prozdrowotnych, do których apteka jako placówka zdrowia publicznego jest z istotny uprawniona, a wręcz zobowiązana. W konsekwencji zakazane jest komunikowanie czy informowanie o akcjach promujących zdrowie, akcjach profilaktycznych związanych z pomiarem ciśnienia czy poziomu cukru oraz opiece farmaceutycznej czy innych usługach farmaceutycznych świadczonych w aptece (np. przegląd leków przed wyjazdem na wakacje).

Dodatkowo niedozwolone jest uczestnictwo w programach prospołecznych (np. pomoc rodzinom wielodzietnym, seniorom) mających na celu obniżenie cen leków nier refundowanych. Dotyczy to tak działań prowadzonych przez apteki, jak i działań oraz programów społecznych prowadzonych przez podmioty trzecie takie jak samorządy lokalne, uniwersytety, domy pomocy społecznej, instytucje charytatywne etc. Tuż przed wejściem regulacji w życie w różnego rodzaju programach, kierowanych m. in. do seniorów, młodych mam, sportowców czy diabetyków, uczestniczyło kilka milionów pacjentów.



LEWIATAN



Związek Pracodawców Aptecznych
PharmaNET

Wszystkie te programy zostały zamknięte, a apteki i instytucje w nich uczestniczące zostały ukarane. Sztandarowym przykładem tego typu skutków działania regulacji jest uniemożliwienie aptekom udziału w rządowym programie Karta Dużej Rodziny, w ramach którego rodziny wielodzietne (3 lub więcej dzieci) otrzymują szereg zniżek.

W związku z powyższym, Konfederacja Lewiatan oraz Związek Pracodawców Aptecznych PharmaNET po raz kolejny apelują o nowelizację art. 94a prawa farmaceutycznego.

Więcej informacji:

Marcin Piskorski

Prezes Zarządu Związku Pracodawców Aptecznych PharmaNET

m.piskorski@pharmanet.org.pl

tel. 601 888 294