



Naczelna Izba Aptekarska

L.dz. P- 163/2016

Warszawa, dnia 5 kwietnia 2016 r.

KOMUNIKAT
Prezesa Naczelnej Rady Aptekarskiej

W związku z wypowiedzią Pani Katarzyny Sabiło udzieloną w radiu TOK FM podczas emisji programu „E-zdrowie - najwcześniej w 2020 roku” z dnia 30 marca 2016 r., wyjaśniam co następuje:

WYPOWIEDŹ Pani Katarzyny Sabiło od minuty 3:30 do 5:50:

„Warto by było żeby zarówno lekarz, jako ten pierwszy „sprawdzający” czy przepisując pacjentowi dany lek, czy on nie przyjmuje już innych leków, które mogą wchodzić w interakcje.

Później farmaceuta, który mógłby mieć, oczywiście gdyby w naszym kraju była prawidłowo prowadzona opieka farmaceutyczna, której nie ma, ponieważ samorząd aptekarski uznał, że prowadzenie przez apteki opieki farmaceutycznej jest reklamą, w związku z tym opieki farmaceutycznej też nie mamy.

Ja jestem bardzo ciekawa, tak na marginesie, jak my sobie poradzimy z e-platformą, która zakłada również opiekę farmaceutyczną, kiedy opieka farmaceutyczna jest na razie uznawana za niezgodną z prawem reklamę aptek.”

KOMENTARZ:

Zdaniem Pani Sabiło nie ma w Polsce opieki farmaceutycznej, ponieważ samorząd aptekarski uznał, że prowadzenie przez apteki opieki farmaceutycznej jest reklamą.

1.

Stwierdzenie jest błędne, ponieważ autorka, w wyniku nieznajomości przedmiotu lub celowej próby wprowadzenia odbiorców w błąd, utożsamia usługę farmaceutyczną w postaci opieki farmaceutycznej z niedozwoloną reklamą aptek i ich działalności, realizowaną w formie Programu Opieki Farmaceutycznej.

Sprawowanie opieki farmaceutycznej to nakazana farmaceutom usługa farmaceutyczna zaś Program Opieki Farmaceutycznej to zabroniony ustawowo program lojalnościowy (rabatowy).

Sprawowanie opieki farmaceutycznej to - zgodnie z art. 2a ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 19 kwietnia 1991 r. o izbach aptekarskich - dokumentowany

Naczelna Izba Aptekarska

proces, w którym farmaceuta, współpracując z pacjentem i lekarzem, a w razie potrzeby z przedstawicielami innych zawodów medycznych, czuwa nad prawidłowym przebiegiem farmakoterapii w celu uzyskania określonych jej efektów poprawiających jakość życia pacjenta. Program Opieki Farmaceutycznej to program lojalnościowy, w którym uczestniczyły niektóre apteki m.in. poprzez korzystanie z udostępnionego przez organizatora programu systemu komputerowego, którego funkcjonalność pozwalała na ustalenie wysokości rabatu, z którego mógł skorzystać uczestnik programu, na podstawie rejestrowanej w tym systemie ilości plusów. Program Opieki Farmaceutycznej odbywał się w aptece i poprzez Internet. W aptece klient otrzymywał od farmaceuty kartę programu i był o nim informowany. Wydawanie kart i broszur było bezpośrednio zlecane przez organizatora programu. Produkty o obniżonej cenie nie były wydawane w ramach programu, lecz sprzedawane jego uczestnikom przez aptekę w ramach prowadzonej przez nią działalności i objęte były jej ofertą rabatową.

Sprawowanie opieki farmaceutycznej zastrzeżone jest wyłącznie dla farmaceutów, a jego celem jest uzyskanie określonych efektów farmakoterapii poprawiających jakość życia pacjenta poprzez czuwanie nad prawidłowym jej przebiegiem. Program Opieki Farmaceutycznej to reklama apteki lub jej działalności, której celem jest zwiększenie liczby przeprowadzanych przez aptekę transakcji lub ich wartości.

Naczelny Sąd Administracyjny uznał, że udział w Programie Opieki Farmaceutycznej, będącym programem lojalnościowym (rabatowym), który reklamuje się na zewnątrz i zachęca klientów do udziału poprzez wskazane korzyści rabatowe reklamuje także apteki, które w tym programie uczestniczą. Reklamowany jest bowiem „program”, w którym konkretna apteka bierze udział. Oznacza to reklamę apteki i jej działalności jako uczestnika „programu” lojalnościowego (rabatowego). Na gruncie art. 94a ustawy Prawo farmaceutyczne niedopuszczalne jest reklamowanie się przez aptekę z wykorzystaniem zachęt odwołujących się do prowadzonego w tej aptece programu lojalnościowego (vide: wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 20 stycznia 2015 r. sygn. akt: II GSK 1667/13).

2.

Zgodnie z art. 94a ust. 2 ustawy Prawo farmaceutyczne, nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie działalności reklamowej aptek, punktów aptecznych i placówek obrotu pozaaptecznego sprawuje wojewódzki inspektor farmaceutyczny.

Naruszenie zakazu reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności stwierdza wojewódzki inspektor farmaceutyczny. W przypadku stwierdzenia naruszenia zakazu nakazuje, w drodze decyzji, zaprzestanie prowadzenia takiej reklamy. Decyzji nadaje się rygor natychmiastowej wykonalności.

Prawda jest, że samorząd aptekarski uznawał i uznaje Program Opieki Farmaceutycznej za reklamę aptek i ich działalności.

Fakt, że udział w Programie Opieki Farmaceutycznej stanowi naruszenie zakazu reklamy aptek oraz ich działalności, został stwierdzony w decyzjach wojewódzkich inspektorów farmaceutycznych, następnie w decyzjach Głównego Inspektora Farmaceutycznego, a ostatecznie w wyrokach Wojewódzkiego Sądu Aptekarskiego w Warszawie i Naczelnego Sądu Administracyjnego.

Nigdy samorząd aptekarski nie uznał opieki farmaceutycznej za reklamę aptek.

mgr farm. Elżbieta Piotrowska-Rutkowska


Prezes

Naczelnej Rady Aptekarskiej

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