

Szanowni Państwo

**Lobbingowi przeciwko zniesieniu zakazu reklamy aptek farmaceuci mówią NIE !
My farmaceuci jesteśmy za utrzymaniem zakazu reklamy aptek !**

Od wielu miesięcy trwa akcja lobbingowa, która w dodatku często wprowadza opinię publiczną w błąd, dezinformując jakoby to apteki nie mogły informować pacjentów o tańszych odpowiednikach leków, czy też obniżać cen leków pełnopłatnych, itp. Tymczasem każda apteka ma ustawowy obowiązek informować pacjentów o tańszych odpowiednikach leków, może także dowolnie obniżać ceny leków pełnopłatnych, czyli innych niż refundowanych przez NFZ o stałych cenach we wszystkich aptekach. Ponadto każda apteka może, zgodnie z ustawą o izbach aptekarskich, prowadzić opiekę farmaceutyczną nad pacjentem do czego marketing i lojalnościowe wiązanie pacjenta z apteką nie są potrzebne.

Prawdziwym celem tego lobbingu i nagonki na ustawodawcę jest doprowadzenie do złagodzenia lub usunięcia z prawa farmaceutycznego zapisów dotyczących zakazu reklamy aptek - Art. 94a.1. Zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego.

Zapis ten bardzo pozytywnie wpłynął na pacjentów, a także pozwolił „złapać oddech” aptekarzom, którzy często nie potrafili dorównać ostremu marketingowi i reklamie prowadzonej przez sieci aptek. Okazało się, że tam gdzie jest przestrzegany zakaz reklamy pacjenci się uspokoili, wybierają znowu swoje najbliższe apteki, nie dostają gorączki na hasło „leki po 1 groszu” lub „promocja leku” i nie biegają jak oparzeni po aptekach wykupując niepotrzebne lekarstwa, które później często w oryginalnie zamkniętych opakowaniach były zwracane do utylizacji. Apteki zbierające od pacjentów przeterminowane lub niepotrzebne leki do utylizacji nie odnotowują już wyrzucania pełnych opakowań drogich leków refundowanych, które masowo kupowano w promocjach.

Jednak to uspokojenie pacjentów niekorzystnie wpłynęło na apteki, które poprzez marketing potrafiły rozkręcać spiralę swoich obrotów, często wspomagając tym samym niepotrzebne spożycie leków plasujące Polskę na drugim miejscu w ilości pochłanianych medykamentów. Warto także być świadomym dalszych wydatków i skutków z tego wynikających, jak lekozależność, zatrucia lekami, wzrost refundacji i lądująca w koszu masa przeterminowanych „pieniędzy”.

Szczególną hipokryzją prowadzonej akcji lobbingowej o usunięcie zakazu reklamy aptek jest wciąganie w nią pacjentów, szczególnie tych gorzej sytuowanych. Ma też miejsce namawianie funkcjonariuszy państwowej inspekcji farmaceutycznej, mających zachować obiektywność, do wstąpienia w szeregi koalicji przeciwko zakazowi reklamy. Ewidentnym kłamstwem jest podawanie, że to farmaceuci chcą promować swoją działalność, cz też aptekarze płacący wysokie kary za reklamę chcą usunięcia tego zakazu. Manipulacją są także próby podszywania się garstki biznesmenów, czy organizacji niewiele mających wspólnego z farmaceutami pod 30 tysięczną rzeszę farmaceutów i wypowiedanie się w ich imieniu. W Polsce ustawowym reprezentantem wszystkich farmaceutów czy aptekarzy są izby aptekarskie i są one zdecydowanie za utrzymaniem, a nawet jeszcze większym

zaostrzeniem zakazu reklamy, nie tylko aptek ale i leków, gdyż naszym zdaniem pacjent powinien kupować lekarstwa tylko wtedy, gdy są one mu niezbędne, a nie wtedy gdy je ktoś dobrze zareklamuje. Zakaz reklamy aptek i leków powinien być wpisany do podstawowych zasad lekowej polityki bezpieczeństwa Państwa i bardzo dobrze, że Rząd nie chce łagodzić zakazu reklamy aptek, gdyż jest to przede wszystkim dbałość o zdrowie Polaków.

Silnie w medialny lobbing za zniesieniem zakazu reklamy angażuje się od miesięcy firma ePRUF SA organizująca m. in. prywatne ubezpieczenia, powiązana z firmą DOZ SA obsługującą największą sieć aptek w Polsce pod tym samym logo „Dbam o Zdrowie”, a ta powiązana jest z jedną z największych hurtowni farmaceutycznych Pelion SA. (wcześniej PGF – Polska Grupa Farmaceutyczna), których linki podaję w dodatku poniżej. Firma ePRUF SA nie tylko prowadzi akcję medialną ale stara się też docierać do wojewodów, czyli zwierzchników inspekcji farmaceutycznej, co zakrawa na próby nacisku na państwowy organ kontrolujący apteki (pismo do wojewodów i odpowiedź Głównego Inspektora farmaceutycznego: <http://www.osi.farmacja.pl/wpis-act-wiecej-id-96.html>).

Jako farmaceuci mamy nadzieję, że Rząd, Sejm i Senat nie będą zmieniać prawa pod wpływem nacisków ugrupowań biznesowych walczących o swoje utracone zyski, a tylko w obronie zdrowej oraz rozsądnej polityki lekowej naszego Państwa służącej obywatelom.

Z uszanowaniem: Wiceprezes Rady ŚIA, dr farm. Stanisław Piechula

Dodatek

Zależności i powiązania

Jedną z największych hurtowni farmaceutycznych Polska Grupa Farmaceutyczna SA (obecnie Pelion SA - <http://www.pelion.eu>) wykorzystując dziurawe zapisy prawa farmaceutycznego w zakresie przeciwdziałania koncentracji aptek, stworzyła największą w Polsce sieć ok. 600 aptek, którą następnie przeniosła pod zarządzanie holdingu CEPD N.V. w Holandii (<http://www.cepd.nl>). W Polsce sieć ta działa pod barwami firmy Dbam o Zdrowie sp. z o.o. (DOZ) (www.doz.pl), a te współpracują z ePRUF S.A. (www.epruf.pl) wprowadzającą prywatne ubezpieczenia lekowe m. in. też program 60+ (<http://www.program60plus.pl>), o którym tak głośno w mediach (<http://pozwolciepomagac.pl>). Warto także zwrócić uwagę na fundację pożytku publicznego także Dbam o Zdrowie (Fundacja DOZ) (www.fundacja.doz.pl) o bardzo podobnym logo i identycznych barwach jak DOZ sp. z o.o. i sieć aptek DOZ. Wszystkie te podmioty są powiązane kapitałowo lub osobowo i świetnie wzajemnie się biznesowo wspomagają. Ciekawe jest też to, kto przekazuje 1% podatku na Fundację DOZ, której wszystkie elementy graficzne upodobnione są do aptek sieci DOZ, co jest też dla tych aptek świetną reklamą, tym bardziej, że aptekom reklamować się nie wolno.

Dlaczego takie larum w mediach ?

Analizując raport za 2012 rok Holdingu Pelion (http://www.pelion.eu/pl/raport_roczny.html) można przeczytać m. in. na stronie 30 i od 52 **problemy wynikające ze zmian prawnych w Polsce, które zakazały reklamowania aptek i stosowania wszelkich zachęt przy sprzedaży leków refundowanych, wprowadzono stałe ceny leków refundowanych, a nawet kilkanaście rodzajów sankcji i kar za złamanie zapisów ustawy.**

Zmiany te negatywnie wpłynęły na wyniki finansowe sieci aptek i pomimo tych zakazów sieć aptek DOZ nadal prowadziła programy lojalnościowe takie jak 60+ i opieki farmaceutycznej, za co inspekcja farmaceutyczna nałożyła kary i czego zasadność potwierdził wyrok sądu w sprawie pomiędzy aptekami DOZ a Głównym Inspektorem Farmaceutycznym: <http://www.katowice.oia.pl/wpisy-act-more-id-5497.html>

Zastanawiam się czy scenariusz akcji medialnej przeciwko zakazowi reklamy aptek nie przypomina trochę kampanii prowadzonej w obronie interesów potentata w branży utylizacji odpadów akumulatorowych: http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,14566772,Tygodnik_Powszechny_Tak_firma_PR_b_dziennikarzy.html#MT

<http://www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/42770,Kto-i-co-pisal-w-mediach-o-kwasie-akumulatorowym-i-zmianie-ustawy>

http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,14578755,Lazarewicz_Zmiana_ustawy_za_pieniadze_zalatwiana.html#MT