

**Oświadczenie złożone
przez senatora Piotra Zientarskiego
na 31. posiedzeniu Senatu
w dniu 18 kwietnia 2013 r.**

Oświadczenie skierowane do ministra zdrowia Bartosza Arłukowicza

Szanowny Panie Ministrze!

Od dłuższego czasu media donoszą o fatalnych skutkach wprowadzenia zakazu reklamy aptek. Coraz częściej mówi się także o tym, że zakaz ten godzi bezpośrednio w interesy polskich pacjentów. Tak stawia problem między innymi artykuł „Urzednicy utrudniają życie pacjentom”, zamieszczony w dzienniku „Super Express” z dnia 15 kwietnia bieżącego roku. Lektura tego artykułu stała się dla mnie bezpośrednim impulsem do napisania niniejszej interpelacji.

Ustawa o refundacji wprowadziła od 1 stycznia 2012 r. zmianę polegającą na całkowitym zakazie reklamy aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Znowelizowany art. 94a ust. 1 prawa farmaceutycznego z dnia 6 września 2001 r. otrzymał wówczas brzmienie: „Zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności. Nie stanowi reklamy informacja o lokalizacji i godzinach pracy apteki lub punktu aptecznego”. Przepisy te zostały sformułowane w taki sposób, że ich dosłowne odczytanie skutkuje traktowaniem jako reklamy praktycznie każdej formy informacji ze strony apteki. Zakaz wymusił likwidację lub przekształcenie programów lojalnościowych, zaprzestanie informowania odnośnie do sprzedawanych leków oraz wydawania ulotek i gazetek promocyjnych. Zmiany ugodziły przede wszystkim w pacjentów i ich portfele.

Dzięki informacjom promocyjnym aptek docierała do pacjentów wiadomość o możliwości zakupu w danej aptece niektórych leków, środków higienicznych czy parafarmaceutyków po cenie niższej niż w innych sklepach. Dzięki programom lojalnościowym klienci aptek mogli otrzymywać rabaty, a farmaceuci byli w stanie wychwycić pacjentów, którzy na stałe przyjmują leki wchodzące w interakcje z innymi specyfikami, takie informacje były bowiem zapisane na karcie stałego klienta.

W chwili obecnej przestrzeganie obowiązującego zapisu o zakazie reklamy aptek w karykaturalnej formie może prowadzić nawet do braku możliwości poinformowania pacjenta o numerze telefonu apteki czy akceptowaniu przez placówkę kart płatniczych. Apteki nie mogą też wywieszać plakatów informujących o tym, że pacjenci mogą pytać o tańsze zamienniki leków. Zniknęły informacje o obniżkach cen leków, promocjach i rabatach. W rezultacie pacjenci są często niedoinformowani i przez to pozbawieni możliwości kupienia tańszych leków. Skutkuje to niejednokrotnie rezygnacją z drogiej terapii i brakiem podjęcia leczenia w ogóle. Reasumując: za wprowadzone zmiany zapłacili tak naprawdę przede wszystkim sami pacjenci – z własnej kieszeni i własnym zdrowiem.

Panie Ministrze, zakaz reklamy aptek był wielokrotnie krytykowany już w okresie prac nad ustawą. Od roku mówi się o konieczności wprowadzenia korekty do obowiązującego zapisu o tym zakazie. Już teraz możemy obserwować jego fatalne skutki. Uważam więc, że w trybie pilnym powinno się dokonać zdefiniowania terminu „reklama” w odniesieniu do aptek, tak aby prawa konsumenckie pacjentów były znów respektowane.

Proszę zatem o udzielenie odpowiedzi na następujące pytania.

Po pierwsze: czy Ministerstwo Zdrowia planuje zmianę zapisu o zakazie w obowiązującym prawie?

Po drugie: czy w tej sprawie została podjęta jakakolwiek inicjatywa?

Po trzecie: czy ustawodawca bierze pod uwagę fakt, że obecnie obowiązujące przepisy w zakresie zakazu reklamy aptek odbijają się negatywnie przede wszystkim na zdrowiu pacjentów?

Z poważaniem
Piotr Zientarski