

 Medexpress, 2019-01-16 12:17

Naczelna Izba Aptekarska o Karcie Dużej Rodziny w aptekach



Ministerstwo Sprawiedliwości wstrzymało prace nad zmianami obecnej formuły zakazu reklamy aptek w kontekście Karty Dużej Rodziny (art. 94a Prawa farmaceutycznego), co zamyka możliwość wykorzystania rządowego programu do celów marketingowych, a więc tworzenia przez niektóre sieci aptek programów lojalnościowych, zwiększających sprzedaż preparatów.

Naczelna Izba Aptekarska popiera takie podejście. NIA przypomina, że istnieją rozwiązania prawne, które umożliwiają placówkom sieciowym uczestnictwo w programie Karty Dużej Rodziny, bez konieczności zmian obecnej konstrukcji zakazu reklamy aptek. Taką możliwość daje dopisanie aptek do listy podmiotów już uczestniczących w programie KDR. Obecnie blisko 17 tys. punktów w Polsce honoruje Kartę Dużej Rodziny, wśród nich są placówki ochrony zdrowia oraz kancelarie prawne, w stosunku do których nadal obowiązuje zakaz reklamy. W kancelariach adwokackich i radcowskich zakaz reklamy obowiązuje od 85 lat, czy gabinetach lekarskich – od 28 lat. Zmiana przepisów w tym zakresie nie jest planowana, gdyż nie stanowią one przeszkody w wykonywaniu zawodu zaufania publicznego.

Naczelna Izba Aptekarska przypomina, że każda inicjatywa prowadząca do zmiany bądź też złagodzenia obowiązującego zakazu reklamy aptek może stanowić zachętę dla części podmiotów komercyjnych do tworzenia programów lojalnościowych, prowadzących do nadmiernej konsumpcji preparatów, w więc szkodliwych dla pacjenta. Inicjatywą swego czasu budzącą duże kontrowersje, był program dostępny w jednej z największych sieci aptek, który – nazywany przez ten podmiot „Programem Opieki Farmaceutycznej” – okazał się jednak zwykłym programem lojalnościowym, a więc łamiącym obowiązujące przepisy. Dostrzegł to sąd administracyjny, który w 2014 r. ostatecznie zakazał jego prowadzenia.

Zakaz reklamy aptek nie narusza swobody prowadzenia działalności gospodarczej i jest zgodny z Konstytucją RP. Tak uznało Biuro Analiz Sejmowych Sejmu, w stanowisku skierowanym 9 listopada 2017 r. do Trybunału Konstytucyjnego. Jak podkreśla BAS, zakaz reklamy aptek i punktów aptecznych jest niezbędny dla realizacji zakładanego przez ustawodawcę celu, w tym sensie, że nie istnieje inny, mniej restrykcyjny środek, który pozwalałby na osiągnięcie tego samego skutku.

Podobnego zdania jest zastępca Prokuratora Generalnego Robert Hernand, który przedstawił stanowisko dodatkowe w sprawie zakazu reklamy aptek. W jego ocenie przedsiębiorca decydujący się na prowadzenie apteki ma świadomość, że wchodzi na rynek regulowany, a zatem występując o odpowiednie zezwolenie musi się zgodzić na respektowanie istniejących na nim ograniczeń dla swobody działalności gospodarczej.