

Reklamowanie działalności apteki zakazane

W codziennej pracy w gabinetach posługują się Państwo często notatnikami dostarczonymi przez firmy farmaceutyczne czy dystrybutorów leków. Nie przywiązuje się zwykle wagi do treści nadruków, jakie się na nich znajdują. Bywa też, że są one specjalnie przygotowane do przekazywania pacjentom istotnych dla nich informacji, na przykład dotyczących dawkowania przepisanych leków.

Takie właśnie druczki wzbudziły ostatnio zainteresowanie Inspekcji Farmaceutycznej. W jednej z przychodni na terenie działania Okręgowej Izby Lekarskiej w Łodzi lekarz posługiwał się formularzami wielkości recepty lekarskiej, na których - w czytelnej tabelce - były przewidziane miejsca na wpisanie nazwy leku i pory jego przyjęcia w trakcie doby. Sęk w tym, że oprócz tego, nadrukowana została na nich nazwa apteki, jej adres i godziny otwarcia.

Ustawa z 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne wprowadza zakaz reklamowania aptek i punktów aptecznych. Wyjątkiem od tego zakazu jest informowanie o lokalizacji i godzinach pracy tych placówek. Za złamanie zakazu ustawodawca przewidział dość wysokie kary pieniężne – do 50.000 zł. W praktyce stosowania przepisów, dotyczących reklamy i jej ograniczeń, przyjmuje się jednak traktować jako reklamę wszelkie działania, które mają zachęcać do zakupu (korzystania z usług) i prowadzić do zwiększenia sprzedaży podmiotu, który takie działania podejmuje, czy przyciągnięcia do niego klientów.

Notatnik, który wzbudził zainteresowanie Inspekcji Farmaceutycznej, to przypadek ciekawy z prawnego punktu widzenia. Wydrukowane na nim informacje mieszczą się w katalogu dozwolonych informacji, jakie apteka może podawać do wiadomości publicznej – wskazana jest jej nazwa, adres i godziny pracy. Jakiego elementu bezprawności można się zatem w nim dopatrzeć? Wydaje się, że kłopoty mogą być związane z powiązaniem:

- dozwolonej treści informacji, jakie przekazywać może apteka,
- nazwami konkretnych leków i ich dawkowaniem,
- sporządzeniem zestawienia i wręczeniem go pacjentowi przez lekarza, u którego pacjent ten się leczy.

Można w takiej sytuacji twierdzić, że lekarz, którego pacjent obdarzył zaufaniem, sugeruje temuż pacjentowi, że najlepszym miejscem, w którym kupi on zaordynowane leki, jest apteka, której dane znajdują się na formularzu. A to już może wiązać się ze zwiększeniem obrotów apteki, bo to do niej skieruje się pacjent, żeby zrealizować receptę, co stanowić będzie zakazaną formę reklamy, za co grożą opisane kary pieniężne.

Sprawa ta nie zakończyła się jeszcze ukaraniem kogokolwiek. Można jednak rozważyć, czy warto ryzykować stresem, związanym z ewentualnym nałożeniem wysokiej kary i procesami, których wyniku z całą pewnością nie da się przewidzieć.

Jarosław Klimek,

radca prawny OIL w Łodzi