

Szanowni Państwo,

W odpowiedzi na komunikat Naczelnej Izby Aptekarskiej o sygnaturze L.dz. P-163/2016 z dnia 5 kwietnia br., dotyczący bezpośrednio mojej wypowiedzi w audycji radia TOK FM („E-zdrowie – najwcześniej w 2020 r.” 30 marca br.) na temat opieki farmaceutycznej w Polsce, pozwolę sobie odnieść się do zawartego w nim komentarza Pani Prezes Elżbiety Piotrowskiej-Rutkowskiej.

W Komunikacie napisano, że „w wyniku nieznamomości przedmiotu lub celowej próby wprowadzenia odbiorców w błąd” utożsamiam jakoby usługę farmaceutyczną w postaci opieki farmaceutycznej z niedozwoloną reklamą aptek i ich działalności, realizowaną w formie Programu Opieki Farmaceutycznej.

W audycji nie poruszona została ani razu kwestia Programu Opieki Farmaceutycznej. Twierdzenie więc, że utożsamiam opiekę farmaceutyczną z powyższym programem jest nieuzasadnione, a zarzut nieznamomości przedmiotu, a nawet wręcz celowej próby wprowadzania odbiorców w błąd jest nieuprawniony stanowiąc bezpodstawne oskarżenie.

Samorząd aptekarski zabiegał o zaostrenie zapisu dotyczącego reklamy aptek. Nowe, bardziej rygorystyczne przepisy ustawy *Prawo farmaceutyczne* w tym zakresie weszły w życie 1 stycznia 2012 r. Zakaz, który obowiązywał do końca 2011 r., dotyczył tylko takiej reklamy aptek, która odnosiła się do leków refundowanych lub leków o nazwie identycznej z objętymi refundacją. Aktualny dotyczy wszelkiej działalności aptek. Przepisy stanowią także, że reklamą nie jest informacja o godzinach otwarcia apteki i jej lokalizacji. Konstrukcja tych przepisów daje ogromne możliwości interpretacyjne. Każda bowiem informacja przekazana przez aptekę, a wykraczająca poza powyższy zakres, może być interpretowana jako zakazana prawem reklama apteki lub jej działalności. Na przestrzeni czterech lat obowiązywania całkowitego zakazu reklamy aptek okazało się, że generuje on coraz większe absurdy, nie mając jakiegokolwiek pozytywnego przełożenia na bardziej efektywną opiekę nad pacjentem. Apteki nie mogą informować pacjentów o tym, że, np. dokonują pomiaru ciśnienia, sprawdzają potencjalne interakcje między przyjmowanymi lekami itp., czyli o prowadzonej przez nie ...opiece farmaceutycznej. Co więcej, sądy administracyjne w swych

wyrokach uznały opiekę farmaceutyczną za niedozwoloną reklamę apteki, kierując się definicją słownikową. Samorząd aptekarski uznał wyroki za słuszne, a niektórzy ich przedstawiciele wypowiedzieli się wręcz, iż „(...) nie trzeba przecież wypisywać, w której aptece działa [opieka farmaceutyczna], bo pacjent i tak nie będzie jej szukał, tylko pójdzie do najbliższej.” („Apteka nie może się chwalić, że mierzy ciśnienie”, Katarzyna Nowosielska, 11 grudnia 2014, Rzeczpospolita). Informowanie o opiece farmaceutycznej stało się więc niedozwolone, a samorząd aptekarski nie tylko nie oponował przeciwko takiej interpretacji, ale wręcz jej sprzyjał.

Dalej czytamy, że „Sprawowanie opieki farmaceutycznej to nakazana farmaceutom usługa farmaceutyczna zaś Program Opieki Farmaceutycznej to zabroniony ustawowo program lojalnościowy (rabatowy).”

Zgodnie z przywołanym w komunikacie art. 2a ust. 1 ustawy *o izbach aptekarskich*, „Wykonywanie zawodu farmaceuty ma na celu ochronę zdrowia publicznego i obejmuje udzielanie usług farmaceutycznych polegających w szczególności na:

- 1) sporządzaniu i wytwarzaniu produktów leczniczych;
- 2) ocenie jakości leków recepturowych, leków aptecznych i leków gotowych;
- 3) wydawaniu produktów leczniczych i wyrobów medycznych, (...);
- 4) sporządzaniu leków recepturowych i leków aptecznych w aptekach;
- 5) sprawowaniu nadzoru nad wytwarzaniem, obrotem, przechowywaniem, wykorzystaniem i utylizacją produktów leczniczych i wyrobów;
- 6) udzielaniu informacji i porad dotyczących działania i stosowania produktów leczniczych i wyrobów (...);
- 7) **sprawowaniu opieki farmaceutycznej polegającej na dokumentowanym procesie, 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;**
- 8) kierowaniu apteką, punktem aptecznym, działem farmacji szpitalnej lub hurtownią farmaceutyczną;
- 9) współuczestniczeniu w sprawowaniu nadzoru nad gospodarką produktami leczniczymi, w szczególności w zakładach opieki

zdrowotnej;

10) współdziałale w badaniach klinicznych prowadzonych w szpitalu;

11) współdziałale w badaniach nad lekiem;

12) przygotowywaniu roztworów do hemodializy i dializy otrzewnowej.”

Jest to katalog uprawnień a nie obowiązków. Jeśli byłaby to, jak twierdzi Pani Prezes Elżbieta Piotrowska-Rutkowska, nakazana farmaceutom usługa, wówczas wszystkie pozostałe czynności wymienione w art. 2a ust. 1 byłyby obligatoryjne. Oznaczałoby to, że każda apteka ma obowiązek, np. przygotowywania roztworów do hemodializy i dializy otrzewnowej. Uprawnienia oznaczają, że apteka może wykonywać określone czynności, ale nie oznacza, że ma taki obowiązek / nakaz, chyba że wynika to z innych przepisów szczegółowych.

Aktualna interpretacja stanowiąca, że każda informacja poza tą o godzinach otwarcia placówki i jej lokalizacji jest reklamą apteki, prowadzi do absurdu polegającego na tym, że pacjent nie może otrzymać jakiegokolwiek informacji o zakresie usług prowadzonych przez daną aptekę, a te mogą się różnić w zależności od tego z jakiego zakresu uprawnień skorzysta dana placówka. Tak, jak nie każda apteka ma obowiązek przygotowywania roztworów do hemodializy, tak nie każda ma obowiązek prowadzenia opieki farmaceutycznej. Pacjent jednak nie może się, niestety, o tym dowiedzieć. Ciekawe, *nota bene*, jak mają się do tego prawa pacjenta.

Należy bowiem pamiętać, że usługi w zakresie opieki farmaceutycznej nie można traktować w kategoriach konkurencji między przedsiębiorcami, ale przede wszystkim w kontekście bardziej efektywnej opieki nad pacjentem, troski o jego zdrowie. Niestety, wydaje się, że w batalii o rynek nieświadomy pacjent stracił najwięcej.

Zakaz reklamy przedsiębiorców i ich działalności jest ponadto sprzeczny z podstawowymi wolnościami zagwarantowanymi w Konstytucji. Samorząd zawodowy może dokonać samoograniczenia praw swoich członków, ale jedynie w swoich regulaminach wewnętrznych (np. w kodeksach etyki, tak jak w przypadku samorządu adwokackiego). Ewenementem jest, że w przypadku aptek ograniczenie zostało wprowadzone z inicjatywy samorządu aptekarskiego ustawą, a kontroli nad przestrzeganiem zakazu reklamy

nie sprawuje samorząd, ale organ administracji państwowej wydatkujący na to pieniądze publiczne.

Warto również przypomnieć, że całkowity zakaz reklamy aptek, w powyższej bardzo szerokiej interpretacji, uniemożliwia wprowadzanie w aptekach wielu korzystnych dla pacjenta rozwiązań, np. stanął na przeszkodzie honorowaniu w aptekach Karty Dużej Rodziny.

Na uwagę zasługuje fakt, iż zakaz reklamy aptek jest niemal identyczny z uznanym za naruszający Konstytucję zakazem reklamy OFE. Sam zakaz reklamy aptek jest zaskarżony do Trybunału Konstytucyjnego, zaś Prokurator Generalny w swojej opinii w tej sprawie wskazał, że narusza on kilka przepisów Konstytucji.

Z wyrazami szacunku,

Katarzyna Sabilło