

PLPR.055.19.2022.AŚW
Warszawa, 23 lutego 2023

ZAWIADOMIENIE

Minister Zdrowia, działając na podstawie art. 13 ust. 1 ustawy z 11 lipca 2014 r. o petycjach (tj. Dz.U. z 2018 r. poz. 870) zawiadamia o sposobie załatwienia petycji z dnia 17 listopada 2022 r. w celu podjęcia ewentualnych kroków w interesie publicznym w sprawie usprawnienia systemu prawnego w sposób negatywny.

UZASADNIENIE

W dniu 17 listopada 2022 r. do Ministerstwa Zdrowia, za pośrednictwem środków komunikacji elektronicznej, wpłynęła petycja, w której zwrócono się o podjęcie kroków w interesie publicznym i usprawnienie systemu prawnego. W petycji wskazano postulaty dotyczące reklamowania leków przez lekarzy i farmaceutów oraz zakazu występowania w reklamach aktorów udających personel medyczny.

Odpowiadając na powyższą petycję na wstępie Minister Zdrowia wskazuje, że wytyczne i ograniczenia dotyczące reklam produktów leczniczych zostały szczegółowo uregulowane w obowiązujących przepisach, w tym przede wszystkim w ustawie z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (Dz.U. z 2022 r. poz. 2301), dalej również „upf”.

W art. 52 ust. 1 upf zdefiniowano pojęcie "reklamy produktu leczniczego". Zgodnie z tym przepisem, reklamą produktu leczniczego jest działalność polegająca na informowaniu lub zachęcaniu do stosowania produktu leczniczego, mająca na celu zwiększenie: liczby przepisywanych recept, dostarczania, sprzedaży lub konsumpcji produktów leczniczych.

W dalszych przepisach określono sposób kształtowania treści reklamy produktu leczniczego, zasady prowadzenia reklamy wobec osób uprawnionych do wystawiania recept i prowadzących obrót produktami leczniczymi, wskazano produkty lecznicze,

których nie wolno reklamować, obowiązki podmiotów prowadzących reklamę, a także zasady nadzoru nad reklamą produktów leczniczych.

Wobec treści petycji należy zwrócić szczególną uwagę na treść art. 55 ust. 1 upf, zgodnie z którym reklama produktu leczniczego kierowana do publicznej wiadomości nie może polegać na:

- 1) prezentowaniu produktu leczniczego przez osoby znane publicznie, naukowców, osoby posiadające wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne lub sugerujące posiadanie takiego wykształcenia;
- 2) odwoływaniu się do zaleceń osób znanych publicznie, naukowców, osób posiadających wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne lub sugerujących posiadanie takiego wykształcenia.

Reklamy z udziałem lekarzy czy farmaceutów są niedozwolone przede wszystkim z uwagi na misję zawodów medycznych, obowiązek postępowania zgodnie ze swoją wiedzą, doświadczeniem, przy jednoczesnym zrozumieniu indywidualnych potrzeb i interesu pacjenta. Zaufanie związane z posiadaniem wykształcenia może powodować utratę sceptycyzmu i większą podatność odbiorcy na działanie reklamy. Ustawodawca obawiał się więc, że – widząc lekarza czy farmaceutę polecającego jakiś produkt – pacjent chętniej zakupi polecany lek niż taki, który został przez lekarza dobrany po indywidualnej konsultacji z pacjentem, co może prowadzić do niepożądanego zjawiska samoleczenia.

Jeżeli lekarz lub farmaceuta reklamowałby jakiś produkt, to istnieje podejrzenie, że w momencie przepisania/zaoferowania tego produktu, nie kieruje się przede wszystkim zdrowiem i dobrem pacjenta, ale korzyściami osobistym. Reklamowanie konkretnego produktu i zalecanie go pacjentowi rodzi konflikt interesów. Pacjent mógłby mieć wątpliwości, czy chodzi o jego dobro, czy jednak własny interes finansowy.

Dodatkowo obowiązujące zakazy i ograniczenia uzasadnione są faktem, iż zawody medyczne, w tym zawód lekarza i farmaceuty są zawodami zaufania publicznego, chroniącymi najważniejszych dóbr człowieka takich jak zdrowie i życie. Udział lekarza lub farmaceuty w reklamie z wykorzystaniem jego wizerunku może skutkować podważeniem autorytetu zawodu, a także wiedzy i doświadczenia zawodowego. O wynikach pracy i doświadczeniu zawodowym winny decydować kompetencje, zaangażowanie, fachowość, a nie udział i promowanie swojego wizerunku w reklamach.

Wnosząca petycję w swoim wystąpieniu odniosła się wyłącznie do produktów leczniczych, jednak należy również nadmienić, że od stycznia 2023 r. na skutek obowiązku dostosowania prawa krajowego do unijnych regulacji, weszły w życie nowe przepisy ustawy z dnia 7 kwietnia 2022 r. o wyrobach medycznych (Dz.U. z 2022 r. poz. 974), które wprowadziły dodatkowe ograniczenia, w tym m. in. zakaz dla podmiotów prowadzących reklamę wyrobu medycznego wykorzystywania wizerunku osób wykonujących zawody medyczne. Ponadto na mocy ustawy, żadna z występujących w reklamie wyrobu medycznego osób nie będzie mogła podać się za medyka lub przedstawiać produkt w sposób sugerujący wykonywanie zawodu lekarza, farmaceuty pielęgniarki, ratownika medycznego i innych osób reprezentujących zawód medyczny.

Na tle powyżej przedstawionych okoliczności, nie ma podstaw do wprowadzenia rozwiązań proponowanych przez Wnoszącą petycję, w związku z czym należało załatwić ją w sposób negatywny.

z upoważnienia Ministra Zdrowia
Łukasz Szmulski
Dyrektor
/dokument podpisany elektronicznie/