



LEWIATAN

Polska Konfederacja  
Pracodawców Prywatnych  
Lewiatan  
ul. Zbyszka Cybulskiego 3  
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900  
fax (+48) 22 55 99 910  
lewiatan@pkpplewiatan.pl  
www.pkpplewiatan.pl

member of **BUSINESSEUROPE**

Departament Polityki Lekowej  
i Farmacji

2012 -06- 21

Pozycja Nr.....21672.....

Warszawa, 15 czerwca 2012 r.

PKPP/355/111/JA/2012

**Dot. MZ-PLO-079-14791-2/PR/12**

*p. p. Rudnik*  
*21 06 12*  
*Urus*

Pan  
**Bartosz Arłukowicz**  
Minister Zdrowia

*Henryk Bochniarz*

W załączeniu przekazuję opinię Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan do projektu ustawy o zmianie ustawy – Prawo farmaceutyczne oraz niektórych innych ustaw.

*z powiem*

Henryka Bochniarz  
Prezydent Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan

*[Signature]*

BIURO MINISTRA  
WPLYNEŁO

2012 -06- 19

Nr pozycji rejestru.....3.....

162-5785  
2012-06-20

**Opinia do projektu ustawy o zmianie ustawy Prawo farmaceutyczne  
oraz niektórych innych ustaw**

PKPP Lewiatan akceptuje zapisy proponowanej zmiany ustawy Prawo farmaceutyczne (PF) oraz niektórych innych ustaw w wersji proponowanej przez Ministerstwo Zdrowia do konsultacji.

Zwracamy się przy tym o uzupełnienie projektu ustawy o następujące zmiany:

Lp.	Artykuł PF do którego odnosi się propozycja zmiany	Propozycja zmiany
1	<b>art. 94a ust. 1</b>	<p>NADAĆ BRZMIENIE:</p> <p><i>„1. Zabroniona jest reklama aptek i punktów aptecznych oraz ich działalności odnosząca się do produktów leczniczych, wyrobów medycznych lub środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego podlegających refundacji ze środków publicznych.”;</i></p>
2	<b>art. 94a ust. 1a PF</b>	SKREŚLIĆ
3	<b>art. 129b ust. 1</b>	<p>NADAĆ BRZMIENIE:</p> <p><i>„1. Karze pieniężnej w wysokości do 50 000 złotych podlega ten kto prowadzi reklamę aptek i punktów aptecznych niezgodną z art. 94a ust. 1 ustawy.”</i></p>

**Uzasadnienie**

Z dniem 1 stycznia 2012 r. wszedł w życie art. 60 Ustawy refundacyjnej nowelizujący m.in. art. 94a i 129b PF. Wskutek tej nowelizacji, ust. 1 art. 94a PF wprowadził całkowity podmiotowy zakaz reklamy działalności aptek, także w części nie mającej żadnego związku z refundacją ze środków publicznych czy szerzej z lekami i wyrobami medycznymi.

Dotychczasowe brzmienie przepisu art. 94a ust. 1 (sprzed nowelizacji) ograniczało zakres dopuszczalnej reklamy aptek poprzez zakaz odwoływania się bezpośrednio lub pośrednio do leków refundowanych. Zakaz taki był kompatybilny z zakazem reklamy produktów leczniczych określonym w art. 57 PF, tj. zakazem reklamy do publicznej wiadomości produktów wydawanych wyłącznie na podstawie recepty umieszczonych na wykazach leków refundowanych, zgodnie z odrębnymi przepisami, oraz dopuszczonych do wydawania bez recept o nazwie identycznej z umieszczonymi na tych wykazach.

Wprowadzenie całkowitego zakazu reklamy aptek, wynikającego z nowelizacji przepisu art. 94a, wykraczającego poza dotychczasowe ograniczenie dotyczące tylko leków refundowanych, odnosi się



LEWIATAN

do wszystkich aspektów działalności aptek. Nowy zakaz jest obwarowany surową sankcją pieniężną, której wysokość jest zależna od oceny przewinienia, dokonywanej przez Wojewódzkiego Inspektora Farmaceutycznego.

Takie uregulowanie zakazu reklamy aptek, który był zresztą wielokrotnie stanowczo krytykowany już w okresie prac nad Ustawą refundacyjną, zarówno przez prawników – konstytucjonalistów, jak i przez organy takie jak UOKiK - stanowi naruszenie Konstytucji (w szczególności zasadę swobody działalności gospodarczej z art. 20 oraz zasadę proporcjonalności z art. 32 ust. 1 Konstytucji RP) oraz prawa europejskiego (Dyrektywa usługowa), nie znajdując przy tym uzasadnienia w świetle deklarowanego przez ustawodawcę celu wprowadzanych ograniczeń.

Całkowity zakaz reklamy aptek nie służy bowiem ochronie zdrowia publicznego ani ochronie finansów publicznych. Z jego wprowadzeniem wiąże się natomiast szereg daleko idących, negatywnych konsekwencji dla wielu podmiotów, spośród których na szczególną uwagę zasługują pacjenci, przedsiębiorcy działający na rynku farmaceutycznym, ich pracownicy oraz partnerzy handlowi, na które oddziałuje regulacja, a także niekorzystny wpływ na sektor finansów publicznych, rynek pracy, konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorczość, w tym na funkcjonowanie przedsiębiorstw oraz na ochronę zdrowia i warunki życia ludności, które to aspekty ustawodawca winien wziąć pod uwagę dokonując oceny skutków regulacji.

Krótkie, bo pięciomiesięczne, doświadczenia po 1 stycznia 2012 roku potwierdziły obawy wyrażane przed wejściem zakazu w życie. Zakaz reklamy aptek spowodował m.in. ograniczenie jakiegokolwiek działalności informacyjnej aptek, w szczególności o lekach innych niż refundowane, uniemożliwiając pacjentom porównanie cen leków i dokonanie wyboru najtańszych. Jest to szczególnie istotne biorąc pod uwagę, że wymuszonym ustawą nominalnym obniżkom cen leków refundowanych towarzyszą podwyżki ceny leków OTC. Wraz z zasadą sztywności cen, zakaz reklamy aptek przyczynił się do praktycznego zniesienia konkurencji między aptekami, bowiem zakaz reklamy ograniczył możliwość konkurowania ceną w odniesieniu do produktów nier refundowanych. Fakt, że apteka nie ma prawa poinformować pacjenta np. o możliwości zakupów produktów nier refundowanych (np. leków dostępnych bez recepty, suplementów diety, kosmetyków, środków higieny osobistej) w obniżonej promocyjnej cenie powoduje w praktyce, że nie występuje efekt konkurencji cenowej tam, gdzie z założenia powinna ona pozostać, ponieważ prowadzi do obniżenia łącznej odpłatności ze strony pacjenta za koszyk produktów kupowanych przez niego w aptece. W obecnej sytuacji, taka łączna odpłatność ponoszona przez pacjenta może efektywnie wzrastać.

Kwestią bliskiego czasu jest wystąpienie negatywnych skutków finansowych ustawowego zakazu reklamy aptek: obniżenia obrotów aptek (które w znaczącym procencie pochodzą ze sprzedaży leków OTC lub wyrobów innych niż medyczne), pogorszenie rentowności sektora aptecznego, co w dalszej kolejności prowadzić może do obniżenia zatrudnienia oraz przychodów podatkowych z VAT, CIT i składek na ubezpieczenia społeczne.

**PKPP/355/111/JA/2012**