

Będzie zakaz reklam leków?

8 kwietnia 2016

Jeśli chodzi o spożycie leków i suplementów diety niezbyt zamożni na tle Europy Polacy są w czołówce. Ministerstwo Zdrowia chce walczyć z nadmierną konsumpcją poprzez ograniczenie reklam, podobnie jak miało to miejsce we Francji 4 lata temu.

Obecnie nie ma żadnych ograniczeń w promowaniu dostępnych bez recepty preparatów, niezależnie od tego, czy są lekami czy suplementami diety – co więcej, pacjenci często nie wiedzą, z którą z tych rzeczy mają do czynienia. Podawane w reklamach informacje często nie są zgodne z prawdą – preparaty wspomagające pracę wątroby nie mają mocy niwelowania negatywnych skutków spożycia tłustego czerwonego mięsa u osób z niestrawnością, a zażycie leku na grypę nie sprawia, że chory może w pełni korzystać z urlopu w górach. Zwraca się też uwagę na fakt, że niektóre leki, również dostępne bez recepty – np. popularne tabletki na katar – zawierają substancje psychoaktywne o działaniu podobnym do amfetaminy.

Branża farmaceutyczna ma obecnie największe wydatki na reklamę na rynku, przekraczając one środki przeznaczane na ten cel przez branżę spożywczą o 1/3. Sama spółka Alfofarm w 2014 r. wydała na promocję 240 mln zł – to producent m.in. preparatu, który ma zwiększać apetyt u dzieci czy tabletek na odchudzanie dla kobiet. Wydatki się zwracają – spożycie leków i suplementów diety przez Polaków rośnie z roku na rok. W 2014 r. przeznaczaliśmy na ten cel 688 mln zł, w 2015 – już 722 mln. Tymczasem, jak wskazuje Walenty Zajdel, przewodniczący Komisji ds. Aptek Szpitalnych Okręgowej Izby Aptekarskiej w Krakowie, aż 13 proc. wszystkich hospitalizacji jest związanych z nieumyślnym przedawkowaniem przez pacjentów leków. W 2012 r. Ministerstwo Zdrowia, deklarując chęć walki z “lekomanią” Polaków wprowadziło zakaz reklamy aptek, który jednak, jak pokazują statystyki, okazał się nieskuteczny.

W wielu sytuacjach leki stały się dostępne bez recepty ze względu na obniżenie poziomu substancji czynnej – tak stało się m.in. z no-spą. Rozkurczowy lek, popularny przy uśmierzaniu bólu menstruacyjnego, może być bardzo niebezpieczny przy przedawkowaniu, dlatego latami był sprzedawany tylko przy wskazaniu lekarza. Jednak odkąd zmniejszono dawkę, można go samodzielnie kupić w aptece, a także oglądać jego reklamy w telewizji.

„Konieczne jest co najmniej radykalne ograniczenie możliwości reklamy suplementów i leków sprzedawanych bez recepty, a nawet wprowadzenie całkowitego zakazu” – mówi w rozmowie z „Dziennikiem Gazetą Prawną” Zbigniew Niewójt, p.o. Głównego Inspektora Farmaceutycznego. Zgadza się z nim Andrzej Sośnierz, były prezes NFZ i wiceprzewodniczący sejmowej komisji zdrowia, którego zdaniem reklamy szkodzą pacjentom i nie powinno się na nie pozwalać. Trzeba to jednak zrobić „rozsądnie”.

Gdyby Prawo i Sprawiedliwość zdecydowało się – na wzór Francji, która z sukcesem wprowadziła takie przepisy w 2012 r. – ograniczyć reklamy leków, byłaby to z pewnością prawdziwa „dobra zmiana”, która jednak na pewno nie spodobałaby się ani potężnemu lobby farmaceutycznemu, ani branży reklamowej, żyjącej w dużej mierze z pacjentów, karmiących swoje dzieci na zmianę preparatami pobudzającymi apetyt i zmniejszającymi chęć na słodycze. A rząd jak dotąd pokazał, że – mimo deklaracji z kampanii wyborczej – walka z wielkim biznesem idzie mu bardzo słabo.

Autorstwo: JS

Źródło: Strajk.eu