

STANOWISKO Nr 53/16/P-VII
PREZYDIUM NACZELNEJ RADY LEKARSKIEJ
z dnia 16 września 2016 r.

w sprawie reklamy leków, wyrobów medycznych oraz suplementów diety

Mając na uwadze:

- stale rosnącą liczbę reklam leków sprzedawanych bez recepty oraz suplementów diety, co potwierdza m. in. raport przygotowany dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji „Emisja przekazów handlowych produktów zdrowotnych i leków w programach telewizyjnych” mówiący, że liczba reklam dotyczących produktów zdrowotnych i leków emitowanych w czterech ogólnopolskich kanałach telewizyjnych wzrosła w okresie 1997-2015 ponad 20-krotnie

- stosowanie w reklamach wielu wprowadzających w błąd praktyk polegających m.in. na sugerowaniu, że suplementy diety mają działanie podobne do leków, stwierdzeń dotyczących skuteczności i celowości stosowania tych produktów, które nie znajdują potwierdzenia w rzetelnych badaniach naukowych, opakowań bardzo mało różniących się od opakowań leków

- niebezpieczeństwo wprowadzania w błąd odbiorców reklamy, którzy poszukując samodzielnie sposobów rozwiązania problemów zdrowotnych lub zmniejszenia dolegliwości mogą w wyniku reklamy powziąć nieuzasadnione przekonanie, że stosują skuteczne leczenie i narazić w ten sposób na szwank zdrowie swoje i innych osób

- pojawianie się w reklamach pseudonaukowych sformułowań sugerujących potrzebę leczenia nieistniejących w rzeczywistości chorób i wprowadzanie przez to odbiorców w błąd co do oceny własnego stanu zdrowia oraz podejmowanie przez nich niepotrzebnych i nieskutecznych działań, a także ponoszenie zbędnych wydatków

- posługiwanie się przez reklamodawców wizerunkiem pracowników medycznych lub sugerowanie, że pracownicy medyczni, w szczególności lekarze i lekarze dentyści polecają reklamowany produkt w celu wywarcia u odbiorcy reklamy wrażenia, iż ma on właściwości lecznicze. Podobnie, sprzedawanie tych produktów w aptekach może wprowadzać konsumentów w błąd co do ich przydatności leczniczej.

oraz przypominając, że:

1. Wprowadzanie w błąd chorych poprzez sugerowanie im, że mogą rozwiązać swoje problemy zdrowotne przy pomocy produktów, które nie mają udowodnionej skuteczności łatwo prowadzi do pogorszenia stanu zdrowia, między innymi poprzez opóźnienie kontaktu z lekarzem.

2. Nieodpowiedzialna reklama leków nabywanych bez recepty prowadzi do ich nadużywania i zwiększenia częstości związanych z tym powikłań.

3. Parlament Europejski i Rada w Dyrektywie 2001/83/WE z dnia 6 listopada 2001 r. w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi wskazały, że reklama adresowana do ogółu społeczeństwa, nawet dotycząca jedynie produktów leczniczych nabywanych bez recepty, może mieć niekorzystny wpływ na zdrowie publiczne, o ile jest nadużywana lub niewłaściwie przygotowana.

4. Naczelna Rada Lekarska, dostrzegając liczne problemy związane z reklamowaniem suplementów diety, w apelu do Ministra Zdrowia Nr 2/16/VII z dnia 4 marca 2016 r. zwróciła się o podjęcie działań w zakresie ograniczenia reklamy tych produktów.

Prezydium Naczelnej rady Lekarskiej przyjmuje następujące stanowisko:

1. Należy rozważyć wprowadzenie w Polsce zakazu reklamy leków dostępnych bez recepty, wyrobów medycznych oraz suplementów diety. Jeżeli wprowadzenie takich zmian musiałoby wymagać zmian przepisów prawa Unii Europejskiej, to z uwagi na wagę problemu należy niezwłocznie podjąć działania zmierzające do zmiany tych przepisów, aby dawały one państwom członkowskim prawo do wprowadzenia ograniczeń reklamy takich produktów, w tym również całkowitego zakazu reklamy kierowanej do społeczeństwa.

2. Jeżeli reklama leków, wyrobów medycznych oraz suplementów diety kierowana do społeczeństwa jest dopuszczona, musi ona podlegać ścisłej kontroli pod kątem rzetelności przekazu i prawdziwości zawartych w niej informacji. Konieczne byłoby więc stworzenie jednolitych zapisów prawnych dotyczących sposobu reklamy produktów leczniczych, wyrobów medycznych i suplementów diety dopuszczających możliwość reklamy po dokonaniu rejestracji danego produktu a nie

przedstawienia tylko jego zgłoszenia do obrotu. Należy dopuszczać do obrotu te produkty tylko po zatwierdzeniu oświadczeń zdrowotnych spełniających wymagania określone w rozporządzeniu nr 1924/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 2006 r. w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych dotyczących żywności. Postuluje się także, aby reklama wyrobów medycznych i suplementów diety była poddana takim samym ograniczeniom jak reklama leków, w szczególności w kwestii braku możliwości udziału w tych reklamach lekarzy i lekarzy dentyków.


3. Należy rozważyć, czy suplementy diety, jako produkty niezwiązane z procesem leczenia powinny być sprzedawane w aptekach. Wydaje się bowiem racjonalne, aby w aptece można było nabywać produkty i wyroby służące leczeniu lub wspomagające ten proces.

SEKRETARZ



Marek Jodłowski

PREZES



Maciej Hamankiewicz