

Par dažiem ētikas aspektiem zāļu reklāmas jomā

Inta Saprovskā,

Starptautisko inovatīvo farmaceitisko firmu asociācijas un Latvijas Patentbrīvo medikamentu asociācijas Zāļu reklamēšanas Ētikas komisijas priekšsēdētāja

Īsumā

Šogad esam jau vairākkārt informējuši par Starptautisko inovatīvo farmaceitisko firmu asociācijas (SIFFA) un Latvijas Patentbrīvo medikamentu asociācijas (LPMA) Zāļu reklamēšanas prakses ētikas kodeksu (turpmāk – Ētikas kodekss) un Atklātības kodeksu (jeb Kodeksu par informācijas izpaušanu). Šajā rakstā nedaudz pievērsīsimies zāļu reklāmas ētikas jautājumiem, tostarp par pasākumu rīkošanu un piemērotas pasākumu vietas izvēli.

SIFFA un LPMA Zāļu reklamēšanas ētikas komisija (turpmāk – Komisija) izskata asociāciju biedru iesniegtos jautājumus par Ētikas kodeksu un Atklātības kodeksu, proti, starptautisko ētikas normu ievērošanu, un par Latvijas normatīvajiem aktiem atbilstošu zāļu reklamēšanu. Komisija ir secinājusi, ka kopumā situācija zāļu reklāmas ētikas jomā arvien uzlabojas, gan ņemot vērā būtisku Ētikas kodeksa normu iekļaušanu atbilstošā normatīvajā aktā*, gan arī tirgus dalībniekiem pašiem sekmējot normu ievērošanu.

Komisija uzsver, ka vairākums SIFFA un LPMA zāļu ražotājfirmu godprātīgi un ar izpratni attiecas pret Ētikas kodeksa prasībām, tādējādi stiprinot zāļu industrijas reputāciju un tēlu gan sabiedrībā, gan ārstu un pašu ražotāju vidū. Vēl daudz jāpaveic, lai visiem Latvijā pārstāvētajiem zāļu ražotājiem – arī ārpus asociācijām esošiem uzņēmumiem – būtu vienota izpratne par ētiku un tie ievērotu vienotus ētikas standartus. Darbs šajā jomā turpinās, tostarp rosinot valsts institūcijas iekļaut normatīvajos

aktos tās prasības, kuru ievērošanā strikti nepieciešams panākt visu nozares dalībnieku vienotu rīcību. Komisija pateicas par izpratni un atbalstu visiem uzņēmumiem, kas ir godprātīgi ievērojušas ētikas un normatīvo aktu normas un tādējādi vairojušas farmācijas nozares dalībnieku – tostarp ārstu, biedrību un organizāciju – izpratni par ētisku rīcību kopumā.

Izskatot zāļu ražotājfirmu jautājumus, Komisijai vairākkārt nācies pievērsties dažādu **pasākumu norises vietu** izvēlei. Ministru kabineta izstrādātie zāļu reklamēšanas noteikumi*, līdzīgi kā Ētikas kodekss, paredz to, lai pasākumos ar profesionālu un zinātnisku ievirzi reprezentācijas izdevumi ir pakārtoti pasākuma galvenajam mērķim, un tie drīkst attiekties tikai uz speciālistiem. Reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs, organizējot un sponsorējot šādus pasākumus un sniedzot materiālo vai cita veida atbalstu biedrībām, nodibinājumiem un ārstniecības iestādēm speciālistu dalībai tajos, ievēro šādus nosacījumus:

- pasākums neietver izklaidi, piemēram, sporta, tūrisma, atpūtas vai citus izklaides pasākumus;
- pasākums ir tieši saistīts ar ieguvumu zinātnes un medicīnas attīstībai un veselības aprūpes uzlabošanai;

- ja pasākums tiek organizēts ārpus Latvijas, ir saņemts biedrības, nodibinājuma vai ārstniecības iestādes pamatojums speciālista dalībai pasākumā;
- speciālistiem, kuri ir reģistrēti pasākumā (arī tajā, kur zāles netiek reklamētas), atļauts apmaksāt tikai reģistrācijas maksu, apmācību materiālus, ceļa un izmitināšanas izdevumus, ieskaitot ēdināšanas izdevumus pasākuma programmas laikā;
- materiālais vai cita veida atbalsts neveicina konkrēta nosaukuma zāļu izrakstīšanu vai lietošanu.

Savukārt Ētikas kodeksu pieņēmušiem zāļu ražotājiem ir jāievēro vēl papildu normas.

Kodekss nosaka, ka visi reklāmas pasākumi, zinātniskās vai profesionālās sapulces, kongresi, konferences, simpoziji un citi līdzīgi pasākumi (tostarp pētniecības vai ražošanas iestāžu apmeklējumi, plānošanas, apmācību vai izpētes sapulces klīniskiem pētījumiem u.c.), kurus organizē vai sponsorē farmācijas uzņēmumi, jārīko **atbilstošās vietās**, kas saskan ar pasākuma galveno nolūku, un viesmīlību var piedāvāt tikai tad, ja tā ir atbilstoša un citādi saskan ar Ētikas kodeksa nosacījumiem.

Ieteicamās norises vietas pasākumiem ir konferenču zāles, sabiedrisko organizāciju (asociāciju, biedrību) telpas, ārstniecības iestādes, aptiekas un citas vietas, kur ir konferenču zāles. Ja pasākums tiek rīkots noteikta valsts reģiona veselības aprūpes darbiniekiem vai pacientu organizācijas pārstāvjiem, tad pieļaujams pasākumus organizēt sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumos, ja attiecīgajā teritorijā nav atbilstošu iepriekš minēto telpu. Pārējās vietās zāļu ražotājiem pasākumus rīkot aizliegts. Tas

* Ministru kabineta 2011. gada 17. maija noteikumi Nr.378 *Zāļu reklamēšanas kārtība un kārtība, kādā zāļu ražotājs ir tiesīgs nodot ārstiem bezmaksas zāļu paraugus ar 2014. gada 25. novembra grozījumiem.*

nozīmē, ka **zāļu ražotāji nedrīkst organizēt un atbalstīt pasākumu norisi nepiemērotās vietās**, ja tos organizē citi, tostarp uzņēmumiem izklaidē jāizvairās no *jaunatklātu* (līdz šim neizmantotu) vai *ekstravaganšu* vietu, piemēram, spa viesnīcu, botāniskā vai zooloģiskā dārza, teātru vai koncertzāļu, izmantošanas. Pasākuma daļa, kas nav saistīta ar galveno mērķi, nedrīkst pārsniegt trešdaļu no visa pasākuma norises laika, bet ielūgumā vai programmā jābūt precīzi noteiktam laikam, kāds ir atvēlēts pasākuma galvenajam mērķim un kāds – viesmīlībai – un jābūt precīzi norādītam, kas ir pasākuma organizators un kas – atbalstītājs, norādot, kas tieši ir atbalstīts.

Pēdējais minētais apstāklis tieši sasaucas ar Ministru kabineta noteikumiem attiecībā uz **Veselības inspekcijas informēšanu par pasākuma norisi**, proti: ja tiek organizēti semināri, konferences, kongresi, konkursi, izstādes un citi pasākumi, kuros tiek reklamētas zāles, **pasākuma organizētājs**

vai reklāmas devējs, ja reklāmas devējs nav pasākuma organizētājs, ne vēlāk kā septiņas dienas pirms attiecīgā pasākuma iesniedz Veselības inspekcijai rakstiski, tostarp izmantojot tīmekļa vietni *www.latvija.lv*, informāciju, norādot pasākuma organizētāju, sponsoru, zāļu reklāmas devēju, par zāļu reklāmu atbildīgās personas, uzaicināto dalībnieku loku, pasākuma norises vietu un laiku, kā arī sniedzot pasākuma programmas aprakstu.

Praksē nereti gadās situācija, ka pasākuma organizētājs, kas nav zāļu ražotājs, uzskata, ka uz viņu minētie noteikumi vispār neattiecas, ka tas ir tikai zāļu ražotāju pienākums. Tā ir kļūda! Kā skaidro Veselības inspekcijas Uzraudzības plānošanas un attīstības departamenta Zāļu uzraudzības nodaļas vadītāja Daina Biseniece: “Primāri pienākums ziņot Veselības inspekcijai par organizētajiem semināriem, konferencēm, kongresiem, konkursiem, izstādēm un citiem pasākumiem, kuros tiek reklamētas

zāles, **ir pasākuma organizētājiem**, ja organizators un reklāmas devējs savā starpā nav vienojušies citādi. Nepareizs ir sabiedrisko organizāciju priekšstats par to, ka uz viņiem šis normatīvā akta regulējums neattiecas.” Viņa norāda, ka organizatoram un reklāmas devējam šis jautājums jāatrisina savā starpā, proti, “jau sākotnēji šo jautājumu var noregulēt, slēdzot līgumus vai vienošanos, kuros būtu iestrādāts punkts, kas uzliek par pienākumu vienam vai otram ziņot par minētajiem pasākumiem”. Ir gadījumi, kad par vienu pasākumu informē vairāki reklāmas devēji, bet tas arī nav aizliegts.

Jautājumu gadījumā aicinu sazināties ar Zāļu reklamēšanas ētikas komisiju (e-pasts: *etika@siffa.lv* vai *etika@lpma.lv*). Ar zāļu ražotāju ētikas dokumentiem var iepazīties SIFFA un LPMA tīmekļa vietnēs (attiecīgi <http://www.siffa.lv/section/show/19> un <http://www.lpma.lv/?parent=11>).