

Kraków, dnia 27 czerwca 2016 r.

Pan

Krzysztof Łanda

Podsekretarz Stanu

Ministerstwo Zdrowia

Szanowny Panie Ministrze,

W związku z pracami Zespołu do spraw uregulowania reklamy przedstawiam następujące propozycje.

Uważam, że zasadne byłoby uregulowanie przedmiotowej sprawy w jednym Rozporządzeniu Ministra Zdrowia w sprawie reklamy produktów leczniczych, suplementów diety oraz wyrobów medycznych.

W związku z tym w trakcie nowelizacji ustawy Prawo farmaceutyczne oraz niektórych innych ustaw należałoby wprowadzić w ustawie o wyrobach medycznych oraz w ustawie o bezpieczeństwie żywności i żywienia odpowiednio przepisy: *„Minister właściwy do spraw zdrowia określi w drodze rozporządzenia: 1) warunki i formy reklamy wyrobów medycznych (suplementów diety) kierowanej do publicznej wiadomości; 2) niezbędne dane, jakie reklama ma zawierać; 3) sposób przekazywania reklamy; – uwzględniając w szczególności obowiązki obiektywnej prezentacji wyrobu medycznego (suplementu diety) oraz bezpieczeństwo jego stosowania.*

Uważam, że w wyżej zaproponowanym Rozporządzeniu konieczne byłoby:

1. wprowadzenie zakazu wszelkich form reklam pośrednich w szczególności sponsoring programów oraz lokowanie produktu,
2. wprowadzenie zakazu stosowania techniki marek parasolowych,
3. wprowadzenie obowiązku umieszczania na opakowaniach suplementów diety, w reklamach suplementów diety oraz w miejscach ich ekspozycji w aptekach następującej informacji: *„Suplement diety – środek spożywczy, którego celem jest uzupełnienie normalnej diety”*,
4. wprowadzenie przepisu, że Prezes Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych i Wyrobów Medycznych (lub Główny Inspektor Farmaceutyczny) po sprawdzeniu zgodności z prawem wydaje zgodę na rozpoczęcie rozpowszechniania reklamy leków OTC lub wyrobów medycznych. Główny Inspektor Sanitarny po sprawdzeniu zgodności z prawem wydaje zgodę na rozpoczęcie rozpowszechniania reklamy suplementów diety.

Z badań przeprowadzonych przez Instytut Matki i Dziecka wynika, że u dzieci z prawidłową dietą nie ma potrzeby suplementacji magnezu. Ponadto magnez można łatwo przedawkować, co prowadzi do wystąpienia działań niepożądanych. Tymczasem od kilku miesięcy są dostępne żelki z magnezem pod nazwą Magmisie. Reklama emitowana w mediach wprowadza w błąd: pedagog szkolny poleca Magmisie jako doskonały produkt dla wszystkich dzieci, które mają problemy z koncentracją. Informacja na opakowaniu o tym, że jest to suplement diety została dokładnie zakamuflowana, praktycznie prawie niewidoczna: w lewym górnym rogu bardzo mała czcionka, napis pionowo. Producentem tego „cudownego” suplementu diety dla dzieci jest Aflofarm, który jest największym

reklamodawcą w branży, w roku 2015 wydał na kampanie reklamowe 1,2 mld złotych. Można się zgodzić z określeniem, że duży może więcej, ale to wcale nie oznacza, że największy (reklamodawca) może wszystko. Uważam, że Aflofarm kpi sobie z aktualnie obowiązującego prawa dlatego należy wprowadzić nowe przepisy w tym również znacząco większe kary pieniężne.

W związku z powyższym zasadne jest pytanie: dlaczego GIS oraz UOKiK nie są w stanie ochronić polskich dzieci przed tak „cudownym” suplementem diety?



Z wyrazami szacunku,

Walenty Zajdel

Do wiadomości drogą elektroniczną:

Pani Izabela Obarska – Dyrektor Departamentu Polityki Lekowej i Farmacji

Pani Ewa Warمیńska – Zastępcą Dyrektora Departamentu Polityki Lekowej i Farmacji

Pan Robert Trojak – Starszy Specjalista w Departamencie Polityki Lekowej i Farmacji