

Tytuł: Relacje lekarz – przedstawiciel medyczny firmy farmaceutycznej w świetle obowiązującego ustawodawstwa i praktyki rynkowej. / Relationship between medical doctors and sales representatives of pharmaceutical companies in the light of the binding law and market practice.

Słowa kluczowe: badania epidemiologiczne zasady etyki lekarskiej współpraca z branżą farmaceutyczną upominki reklamowe sponsoring prawo farmaceutyczne reklama korupcja firmy farmaceutyczne badania nieinterwencyjne badania postmarketingowe

Keywords: advertisement briber sponsoring cooperation with pharmaceutical industry promotional gifts doctors' rules of ethics postmarketing surveys epidemiological surveys pharmaceutical companies non-intervention surveys pharmaceutical law

Autorzy:

Oskar Luty - Kancelaria Prawnicza Domański Zakrzewski Palinka sp. k.

Streszczenie:

Niniejszy artykuł prezentuje regulacje prawa polskiego i związane z nimi przepisy unijne dotyczące relacji pomiędzy pracownikami ochrony zdrowia oraz firmami farmaceutycznymi. Artykuł podejmuje w szczególności temat działań promocyjnych firm farmaceutycznych, kierowanych do lekarzy oraz farmaceutów. Działania takie obejmują m.in.: przekazywanie upominków promocyjnych, sponsorowanie udziału w kongresach naukowych (zarówno w kraju, jak i za granicą), udostępnianie próbek produktów leczniczych oraz zapraszanie na zorganizowane spotkania promocyjne. W artykule wskazuje się również, że prawo polskie i wspólnotowe co do zasady nie zabrania odpłatnej współpracy pomiędzy firmami farmaceutycznymi oraz lekarzami i farmaceutami, np. podczas badań postmarketingowych, epidemiologicznych oraz klinicznych, czy też wykonywania ekspertyz na dany temat. Obowiązują jednak pewne ograniczenia w zakresie dopuszczalnych interakcji – lekarz nie może przyjmować korzyści w zamian za przepisywanie produktów leczniczych, zaś rodzaj upominków promocyjnych, których przekazywanie pracownikom ochrony zdrowia prawo dopuszcza, jest ściśle ograniczony.

Abstract:

This article presents the Polish regulations and corresponding provisions of the EC law concerning relationship between healthcare professionals and pharmaceutical companies. It deals in particular with the issue regarding promotional actions undertaken by pharmaceutical companies towards medical doctors and pharmacists, which include, among others: handingover of promotional gifts, sponsoring of scientific congresses (hold both domestically and abroad), providing samples of medicinal products and promotional meetings. Moreover, the article shows that the Polish and EC law in general do not preclude remunerated cooperation between pharmaceutical companies, MDs and pharmacists – e.g. during post-marketing, epidemiological or clinical surveys or providing expertise on requested subject. There are,

however, certain limitations to the scope of allowed interactions – MDs cannot be paid for prescribing medicinal products and the range of promotional gifts which may be delivered to healthcare professionals is strictly limited.