



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ  
ΝΠΔΔ

Αθήνα, 18 Νοεμβρίου 2020

Αριθμ. Πρωτ. 4645

**Προς: Φαρμακευτικοί Σύλλογοι της Χώρας**

Θέμα: «*Διαφημίσεις Φαρμακείων*»

Κατόπιν αρκετών ερωτημάτων Προέδρων Φαρμακευτικών Συλλόγων, αλλά και φαρμακοποιών, αναφορικά με τις διαφημίσεις των φαρμακείων και συνέχεια πλείστων όσων εγγράφων του Π.Φ.Σ., επαγόμεθα εκ νέου τα κάτωθι:

Σύμφωνα με **το άρθρο 25 παρ. 1 του Κώδικα της Ελληνικής Φαρμακευτικής Δεοντολογίας** ορίζεται ότι:

*«Α. Απαγορεύεται ρητώς, η δια των μέσων μαζικής και επικοινωνίας ή με άλλο μέσο διαφήμιση των φαρμάκων ή φαρμακευτικών ιδιοσκευασμάτων, η προβολή για την προσέλκυση πελατείας διαφημιστικών μηνυμάτων που αντιτίθενται στους νόμους και στις διατάξεις του παρόντος Κώδικα Φαρμακευτικής Δεοντολογίας.*

*Β. Η προβολή και διαφήμιση δραστηριοτήτων που αναπτύσσει το φαρμακείο, με την δημιουργία ειδικών τμημάτων και Καλλυντικών και κυρίως διαιτητικών, ορθοπεδικών ειδών, προϊόντων υγιεινής και υγιεινής διατροφής που χαρακτηρίζονται γενικά παραφαρμακευτικές δραστηριότητες και συνιστούν τομείς ιδιαίτερης εξειδίκευσης του φαρμακοποιού δεν συνιστά αντιδεοντολογική συμπεριφορά, εφ' όσον δεν αναφέρεται και στις καθαρώς φαρμακευτικές υπηρεσίες που παρέχει το φαρμακείο.*

*Επίσης η παροχή υγειονομικών υπηρεσιών προς το κοινό από τον ίδιο τον φαρμακοποιό, εφ' όσον αυτός έχει εξειδίκευση σε κάποιον τομέα της Υγείας και η διαφήμιση της παροχής αυτών των υπηρεσιών δεν συνιστά αντιδεοντολογική συμπεριφορά.»*

Κατόπιν των ανωτέρω καθίσταται απολύτως σαφές ότι απαγορεύεται ρητώς η προβολή διαφημιστικών μηνυμάτων για την προσέλκυση πελατείας, τα οποία αντιτίθενται στους νόμους και στις διατάξεις του Κώδικα.

**Η διαφήμιση των καθαρώς φαρμακευτικών υπηρεσιών που παρέχει το φαρμακείο δύναται να προκαλέσει αθέμιτο ανταγωνισμό μεταξύ των φαρμακοποιών με κίνδυνο της δημόσιας υγείας, για το λόγο δε αυτό απαγορεύεται η διαφήμιση στους φαρμακοποιούς επί σκοπώ προσέλκυσης πελατείας.**

Ομοίως, **απαγορεύεται η σωρηδόν διαφήμιση των παραφαρμακευτικών υπηρεσιών του φαρμακείου χωρίς όμως την αποδεδειγμένη εξειδίκευση του φαρμακοποιού στις υπηρεσίες αυτές, καθώς επί της ουσίας αποτελεί άνευ άλλου διαφήμιση του φαρμακείου εν γένει.**

Επίσης στο άρθρο 22 ορίζεται ότι οι φαρμακοποιοί οφείλουν να αποφεύγουν την προσέλκυση πελατείας με ενέργειες και μέσα αντίθετα στην αξιοπρέπεια του ανθρώπου και του φαρμακοποιού επιστήμονος και λειτουργού της δημόσιας υγείας.

Τέλος, με το άρθρο 34 του ως άνω Κώδικα ορίζεται ότι *«Κάθε παράβαση των κανόνων του παρόντος Κώδικος Ελληνικής Φαρμακευτικής Δεοντολογίας συνεπάγεται την πειθαρχική δίωξη του παραβάτου φαρμακοποιού και την επιβολή των νομίμων κυρώσεων από τα αρμόδια πειθαρχικά όργανα, ανεξαρτήτως άλλων τυχόν κυρώσεων, διοικητικών, ποινικών και αστικών που προβλέπονται από τους κειμένους νόμους.»*

Τα φαρμακεία, βασικός πυλώνας προστασίας της Δημόσιας Υγείας, έχουν διττή ιδιότητα την επιστημονική και την εμπορική. Για το λόγο αυτό οι συναλλαγές τους με το κοινό επί σκοπώ εξυπηρέτησής του, καθώς και οι μεταξύ των φαρμακείων σχέσεις, υπόκεινται σε σοβαρούς περιορισμούς, με αποτέλεσμα να **απαγορεύεται στον φαρμακοποιό «να χρησιμοποιήσει κατά τη λειτουργία του φαρμακείου τον εμπορικό θεσμό του ελεύθερου ανταγωνισμού».**

Έτσι, η πλέον πρόσφατη υπ' αριθμόν **203/2020** απόφαση της Ολομέλειας του ΣτΕ εδέχθη ότι *«Στην εισηγητική έκθεση για τον ν. 1963/1991 αναφέρονται τα εξής: Το φαρμακείο δεν είναι κοινό εμπορικό κατάστημα όπου διεξάγονται συνήθεις εμπορικές πράξεις, αλλά ιδιότυπος χώρος, στον οποίο συνδυάζεται η υπεύθυνη επιστημονική δραστηριότητα με την εμπορική, επιπλέον δε, παρέχονται οι στοιχειώδεις πρώτες βοήθειες. Για τη λειτουργία ενός τέτοιου καταστήματος, “που συνδυάζει την εμπορική, επιστημονική και κοινωνική αποστολή ... απαιτούνται μεγάλα κεφάλαια κινήσεως, λόγω της πληθώρας των ειδών που διακινούνται” και των αυξημένων λειτουργικών εξόδων του. Ένα φαρμακείο για να εκπληρώσει τους σημαντικούς για τη δημόσια υγεία σκοπούς*

του, «πρέπει να έχει εξασφαλισμένο ένα πεδίο επαρκούς λειτουργικής-οικονομικής βιωσιμότητας». *Απαγορεύεται στον φαρμακοποιό «να χρησιμοποιήσει κατά τη λειτουργία του φαρμακείου τον εμπορικό θεσμό του ελεύθερου ανταγωνισμού, καθόσον εάν ενδιαφερθεί περισσότερο για τα κέρδη «παρά για τη δημόσια υγεία, τα αποτελέσματα θα είναι άκρως βλαπτικά για την τελευταία».*

*...Συνεπώς, τα φαρμακεία τα οποία έχουν, ως κύριο προορισμό της δραστηριότητάς τους, την διάθεση στο κοινό αγαθών ζωτικής σημασίας για τη διαφύλαξη και την αποκατάσταση της υγείας, δεν αποτελούν αμιγώς εμπορικές επιχειρήσεις, υποκείμενες στους όρους του ελεύθερου ανταγωνισμού. Η ρύθμιση από τον νόμο του καθεστώτος πρόσβασης στο επάγγελμα του φαρμακοποιού, καθώς και του καθεστώτος άσκησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας της λιανικής πώλησης φαρμάκων, πρέπει να λαμβάνει υπόψη την ιδιομορφία των φαρμακείων, στα οποία η εμπορική δραστηριότητα συνδυάζεται με την υπεύθυνη επιστημονική παροχή υπηρεσιών, που εγγυάται την ελεγχόμενη και ορθολογική διακίνηση των φαρμάκων, και με την κοινωνική αποστολή του φαρμακοποιού (πρβλ. ΣτΕ 3314/2014 Ολομ, 420/2014 Ολομ, 228/2014 Ολομ, 2204/2010 Ολομ, 315/2018 επτ, 1973/2013)».*

Ομοίως, σύμφωνα με την υπ' αριθμόν **229/2014** απόφαση της Ολομελείας του ΣτΕ έγινε δεκτό ότι *«τα φαρμακεία δεν αποτελούν αμιγώς εμπορικές επιχειρήσεις, αλλά ιδιότυπα καταστήματα, στα οποία συνδυάζεται η υπεύθυνη επιστημονική δραστηριότητα και η κοινωνική αποστολή με την εμπορική εκμετάλλευση... Συνεπώς, η εξασφάλιση της βιωσιμότητας των φαρμακείων, και μάλιστα υπό συνθήκες λειτουργίας τους εκτός όρων ελεύθερου ανταγωνισμού... Συνεπώς, εκτός των προαναφερθέντων λόγων, και ο σκοπός της αποτροπής του κινδύνου σοβαράς διαταράξεως της οικονομικής ισορροπίας του συστήματος κοινωνικής ασφαλίσεως, συνιστά επιτακτικό λόγο δημοσίου συμφέροντος που δικαιολογεί την επιβολή περιορισμών τόσο στην άσκηση όσο και στην πρόσβαση στο επάγγελμα του φαρμακοποιού».*

Κατόπιν των ανωτέρω, κατά τη νομική άποψή μου συνάγεται ότι δεν επιτρέπεται η με οιονδήποτε τρόπο διαφήμιση του φαρμακείου.

Συνεπώς δεν επιτρέπεται, φερ' ειπείν, η τοποθέτηση λογοτύπων που παραπέμπουν σε φαρμακείο επί της φανέλας αθλητικών σωματείων, σε αγωνιστικούς χώρους ή σε κάρτες διαρκείας εισιτηρίων ομάδων, καθώς προβάλλεται και διαφημίζεται επί τω τέλει αποκλειστικά και μόνο το φαρμακείο.

Ομοίως δεν επιτρέπεται η διαφήμιση του φαρμακείου δια συνεντεύξεων, καταχωρήσεων σε ΜΜΕ, έντυπα και ηλεκτρονικά, ιστοσελίδες και στο διαδίκτυο εν γένει. Η απαγόρευση αυτή ισχύει ακόμη και όταν οι συνεντεύξεις ή καταχωρήσεις αυτές δεν περιβάλλονται με το συνήθη τύπο των διαφημιστικών καταχωρήσεων, αλλά πρόκειται περί ρεπορτάζ, δελτίων τύπου, ανακοινώσεων και επιστολών του φαρμακείου προς το κοινό που δημοσιεύονται στα ΜΜΕ, και με τις οποίες επικοινωνούνται μεν οι δράσεις του φαρμακείου, αλλά επί της ουσίας διαφημίζεται εν τέλει το φαρμακείο. Ευνόητο είναι ότι δράσεις που τυχόν αναλαμβάνει το φαρμακείο θα πρέπει να είναι σύνομες με την κείμενη φαρμακευτική νομοθεσία.

Επίσης, δεν επιτρέπεται η με οιονδήποτε τρόπο διαφήμιση του φαρμακείου διά διαφημιστικών – χορηγούμενων καταχωρήσεων σε ΜΜΕ, έντυπα και ηλεκτρονικά, ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και στο διαδίκτυο εν γένει, στις οποίες προβάλλεται και διαφημίζεται αποκλειστικά και μόνο το φαρμακείο (αδιαφόρως αν προβάλλεται – διαφημίζεται το φυσικό κατάστημα φαρμακείου ή το ηλεκτρονικό κατάστημα).

Επιπροσθέτως δεν επιτρέπεται η διαφήμιση της «υπηρεσίας» περί κατ' οίκον παράδοσης παραφαρμακευτικών ειδών (πόσω μάλλον όταν δεν είναι δυνατό να ελεγχθεί, εάν εν τέλει παραδίδονται μόνο παραφαρμακευτικά είδη και ουχί και φάρμακα...).

Τέλος, η με οιονδήποτε τρόπο διαφήμιση παντός είδους χορηγιών από φαρμακείο σε οιοδήποτε τρίτο, συνιστά αντιδεοντολογική συμπεριφορά, καθώς εν τέλει διαφημίζεται το φαρμακείο και ουχί η πράξη της χορηγίας.

Αντιθέτως, κατά την άποψή μου πάντοτε, η καταχώρηση ευχών σε έντυπο εκ μέρους των φαρμακείων μίας περιοχής, καθώς και η καταχώρηση της ανακοίνωσης των εγκαινίων ενός φαρμακείου (δεδομένου ότι τα εγκαίνια λαμβάνουν χώρα άπαξ) δεν συνιστούν πειθαρχική παράβαση.

Ακολούθως, αν και ουδέν αναφέρεται οτιδήποτε ρητώς στον Κώδικα της Ελληνικής Φαρμακευτικής Δεοντολογίας, φρονώ ότι θα ήταν υπερβολή να θεωρηθεί διαφήμιση η διανομή φυλλαδίων εντός του φαρμακείου. Αντιθέτως, η διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων εκτός του χώρου του φαρμακείου πράγματι συνιστά διαφήμιση.

Σε κάθε περίπτωση η κρίση αν οι εν λόγω διαφημίσεις συνιστούν πειθαρχικές παραβάσεις, ανήκει κατ' αρχάς στο Διοικητικό Συμβούλιο του αρμόδιου Συλλόγου, το οποίο θα αποφασίσει εάν θα τις διαβιβάσει στον Πρόεδρο του Πειθαρχικού Συμβουλίου

των Φαρμακευτικών Συλλόγων της οικείας Περιφέρειας όπου ανήκει ο Φαρμακευτικός Σύλλογος. Κατά δεύτερον ανήκει στο εν λόγω Πειθαρχικό Συμβούλιο, το οποίο θα αποφανθεί οριστικώς επ' αυτών.

Το Διοικητικό Συμβούλιο του Φαρμακευτικού Συλλόγου, στην περίπτωση που λάβει με οιονδήποτε τρόπο γνώση περιπτώσεως διαφημίσεως φαρμακείου, ως ΝΠΔΔ υποχρεούται να ασχοληθεί με την υπόθεση. Δύναται δε να καλέσει τον καταγγελλόμενο φαρμακοποιό, αν το κρίνει σκόπιμο, σε συνεδρίασή του, προκειμένου ο τελευταίος να εκφράσει τις απόψεις του (προφορικώς ή εγγράφως), και κατόπιν το Διοικητικό Συμβούλιο να αποφασίσει κατά την κρίση του, αν θα διαβιβάσει την υπόθεση στον Πρόεδρο του Πειθαρχικού Συμβουλίου.

Είμαστε στην διάθεσή σας για οποιαδήποτε διευκρίνηση.

Με εκτίμηση

**Ηλίας Ανδρ. Δημητρέλλος**

**Νομικός Σύμβουλος**

**Π.Φ.Σ.**