

Medicamentele sunt promovate în România conform unui cod de etică

– In Romania Drugs are promoted according to an *ethics code* –

Asociația Română a Producătorilor Internaționali de Medicamente susține ca acuzațiile ANPC cu privire la promovarea lipsită de etică a medicamentelor nu au susținere, din moment ce normele de promovare a medicamentelor în România sunt identice cu cele din UE, la cele mai înalte standarde de etică. □

Normele de promovare a medicamentelor în România sunt identice cu cele din Uniunea Europeană și se află la cele mai înalte standarde de etică pe plan internațional. Aceste norme au fost elaborate de către Agenția Națională a Medicamentului (ANM) și de către Ministerul Sănătății (MSP) încă de la începutul anului 2001, deși în acel moment România nu numai că nu era țara membră a UE, dar nici măcar nu începuse negocierile de aderare, conform Asociației Române a Producătorilor Internaționali de Medicamente (ARPIM).

Asociația precizează că în aprilie 2006 aceste norme au fost incluse în Legea Medicamentului (95/2006). În plus, companiile farmaceutice internaționale care fac cercetare și descoperă medicamente noi reunite în cadrul ARPIM au un cod de etică care vine să suplimenteze reglementările elaborate de ANM și MSP. Acest cod are la origine Codul EFPIA (European Federation of Pharmaceutical Industries Associations, organizație la care ARPIM este afiliată), adică activitatea de promovare desfășurată de aceste firme în România respectă aceleași standarde de etică extrem de riguroase pe care le respectă în toate celelalte țări ale UE.

Conform reprezentanților ARPIM, în România, monitorizarea respectării reglementărilor legale și a codului de etică se face prin controale ale ANM și MSP. Fiecare din aceste instituții are un corp de inspectori specializați care își desfășoară activitatea pe întreg teritoriul țării și care primesc, verifică și analizează orice sesizare de încălcare a normelor existente primită din partea cetățenilor, instituțiilor, organizațiilor sau agenților economici.

Monitorizarea se face și prin Comisia de Etică a ARPIM. Astfel, fiecare companie din ARPIM monitorizează practicile de promovare ale celorlalte companii farmaceutice cu care se află în competiție directă și sesizează imediat orice încălcare a normelor legale sau a codului de etică către Comisia de Etică a ARPIM. Această comisie anchetează imediat situația semnalată și, atunci când este cazul, dispune sancționarea membrilor care au încălcat etica profesională.

Există și controlul intern al companiilor, unde există angajați care nu au nicio legătură cu activitatea de promovare sau cu rezultatele financiare ale companiei respective și a căror responsabilitate este asigurarea respectării tuturor normelor de promovare etică, mai spun reprezentanții

ARPIM. De asemenea, fiecare organizație primește periodic controale pe această temă din partea unor echipe internaționale trimise de firma mamă.

„În aceste condiții, ne surprind afirmațiile conform cărora în România ar exista încălcări ale acestor norme, care au scăpat tuturor celor de mai sus, dar au fost identificate de o organizație din afara țării. Prin urmare, suntem foarte interesați să aflăm care sunt argumentele care au stat la baza unor asemenea afirmații”, a declarat, pentru NewsIn, președintele ARPIM, Adrian Caretu.

Oficialii Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) au acuzat companiile producătoare de medicamente că practica tehnici lipsite de etică pentru a-și promova produsele, mergând până la ascunderea efectelor secundare ale acestora și **publicitate** înșelătoare. Acuzațiile au fost lansate cu ocazia Zilei Mondiale a Consumatorilor, prin campania de informare „Promovarea lipsită de etică a produselor medicamentoase”.

ANPC a atras atenția că în majoritatea cazurilor promovarea medicamentelor se face prin vizite ale agenților de vânzări la medici, sponsorizarea pacienților sau a studenților.

Reprezentanții ANPC au ținut să menționeze chiar numele unor companii farmaceutice ale căror produse au fost intens promovate deși considerate cu risc. Este vorba despre Merck și medicamentul antiinflamator Vioxx, Pfizer cu medicamentul antidepressiv Zoloft, GlaxoSmithKline tot cu un antidepressiv, respectiv Seroxat, precum și medicamentul pentru scăderea colesterolului Crestor produs de AstraZeneca și medicamentul împotriva cancerului la sân Herceptin produs de Roche.

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului a revenit, marți, cu aceste acuzații și a promis că va cere Agenției Naționale a Medicamentului și Colegiului Medicilor să monitorizeze cu mai multă atenție piața medicamentelor pentru a proteja consumatorii împotriva practicilor lipsite de etică referitoare la produsele medicamentoase. □

22.03.2007

