

Od kongresové turistiky k Transparentní spolupráci

28.8.2023 - | Asociace inovativního farmaceutického průmyslu

Pane magistře, jak byste charakterizoval počátky vašeho působení v AIFP? Co se od té doby změnilo?

Lze to pojmenovat i tak, že jste si vybojovali důvěru veřejnosti?

Co v současnosti poškozují pověst průmyslu?

Možný střet zájmů řeší v této oblasti hlavní právní norma - zákon 40/1995 Sb. o regulaci reklamy. Není už trochu archaický?

Změna zákona o regulaci reklamy pro vás osobně představuje velkou výzvu.

Farmaceutické společnosti mají za povinnost provozovat veřejně přístupnou odbornou informační službu směrem k laické veřejnosti, která poskytuje informace veřejnosti v rozsahu příbalového letáku. Tady se operuje s pojmem informace, nikoli reklama.

A co informace patientským organizacím, které jsou už začleněny do procesu schvalování a cenotvorby? Mají i svou Patientskou radu na Ministerstvu zdravotnictví.

Mají všechny státy EU stejné zákony o regulaci reklamy?

A potom zde je ještě stanovisko regulátora - SÚKL a jeho směrnice UST verze 3...

Existuje tedy zákon o regulaci reklamy, Etický kodex AIFP a pak každá společnost má své vlastní pravidla v rámci samoregulace. Není už trochu přeregulováno?

V čem vidíte příčiny změn, které v posledních desetiletích vedly ke zpřísnění pravidel činnosti farmaceutického průmyslu?

Pravidla jsou jednou stránkou, ale jak to je s vymáháním jejich naplňování?

Na to navazuje i projekt Transparentní spolupráce AIFP?

<https://aifp.cz/cs/od-kongresove-turistiky-k-transparentni-spolupraci>