

Warszawa, 11.05.2022 r.

Samoregulacja w branży leków weterynaryjnych

Branża producentów i importerów leków weterynaryjnych wyszła z inicjatywą dotyczącą samoregulacji. Przedstawiciele branży ogłosili wejście w życie kodeksu etyki marketingowej regulującego zasady reklamy i promocji produktów leczniczych przeznaczonych dla zwierząt. Z inicjatywą kodeksu wyszło stowarzyszenie POLPROWET, zrzeszające ponad 85% branży producentów leków weterynaryjnych w Polsce. Wśród sygnatariuszy kodeksu etyki znajduje się obecnie 12 firm.

Idea samoregulacji branży to ważna inicjatywa szczególnie w kontekście wyzwań jakie czekają ją w tym roku w obliczu wejścia w życie Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/6 w sprawie weterynaryjnych produktów leczniczych. Rozporządzenie umożliwia między innymi obrót lekami OTC przez Internet, co do tej pory nie było możliwe w Polsce. W związku z tym na znaczeniu zyskują zatem wszelkie regulacje zapewniające etyczne postępowanie szczególnie w kontekście ochrony zdrowia zwierząt.

– Stowarzyszenie POLPROWET stawia sobie za cel propagowanie etycznych działań marketingowych zarówno wśród członków stowarzyszenia, jak i w całej branży weterynaryjnych produktów leczniczych. W tym celu stworzyliśmy Kodeks Etyki Marketingowej, który stanowi zbiór zasad i norm, jakimi powinny kierować się podmioty wprowadzające do obrotu weterynaryjne produkty lecznicze w Polsce – mówi Radosław Knap, sekretarz generalny POLPROWET.

Rynek weterynaryjny - szczególnie w kontekście zwierząt towarzyszących – w ostatnich latach rozwija się niezwykle dynamicznie. To bez wątpienia następstwo istniejących od kilku lat trendów społecznych dotyczących opieki nad zwierzętami. Obecnie traktujemy je właściwie nie jak zwierzęta, a członków rodziny, wydajemy coraz więcej, coraz lepiej dbamy o ich zdrowie i dobrostan. Przekłada się to na wzrost świadomości i oczekiwań co do jakości i skuteczności dostępnych terapii, a to w naturalny sposób pociąga za sobą rozwój rynku w kierunku nowych, skuteczniejszych i bezpieczniejszych terapii.

- Jako firma od początku ustaliliśmy, że chcemy zajmować się wytwarzaniem produktów leczniczych. Standard farmaceutyczny to warunek sine qua non prowadzenia tego typu działalności. Wierzymy, że bezpieczeństwo i skuteczność rozwijanych przez nas produktów to najważniejszy element, na którym

będzie opierać się zaufanie właścicieli zwierząt do naszych terapii. Przy tym, wiemy jak ważna jest komunikacja, dlatego chcemy wyjść szerzej i zadbać także o standardy marketingowe. Stąd idea dołączenia do kodeksu etyki, zaproponowanego przez POLPROWET – mówi Łukasz Bzdion, prezes zarządu Bioceltix.

W pracach nad kodeksem etyki reklamy produktów weterynaryjnych brali udział przedstawiciele branży, POLPROWET jako inicjator przedsięwzięcia a o stronę prawną zadbała kancelaria Kieszkowska Rutkowska Kolasiński. *- Sektorowe kodeksy etyki są przejawem dojrzałości branży, która je opracowuje, bowiem wymaga konsensusu pomiędzy konkurentami. Samoregulacja jest nadzwyczaj pożądaną drogą kreowania zasad, ponieważ obyczaj, etykieta czy inna samodzielnie wytworzona norma ma większą moc niż abstrakcyjne prawo, którego siła wynika głównie z sankcji. Inaczej przestrzega się własne, zinternalizowane norm, a inaczej obowiązki narzucone zewnętrznie pod rygorem kar – mówi Jakub Misiak z kancelarii KRK sp. j.*

- Jako członkowie stowarzyszenia chcemy wyznaczać standardy, będące dobrymi praktykami uznawanymi w Polsce. Sam kodeks etyki pozwala nam poprzez powołaną radę etyki kolegialnie oceniać praktyki reklamowe i interweniować tam, gdzie naruszają one zasady przyjęte przez branżę. Przyjęcie kodeksu etyki reklamy jasno określa ramy, w których chcemy się poruszać – podsumowuje Robert Kaszyński przewodniczący zarządu stowarzyszenia POLPROWET.

Przedstawiciele sygnatariuszy podczas ostatniego spotkania Rady Etyki Marketingowej wybrali prezydium, w którego skład weszli:

- Małgorzata Cebula - HIPRA POLSKA Sp. z o.o.;
- Milena Lasecka- Matusiak - Phibro Animal Health (Poland) sp. z o.o.;
- Marta Laskowska - Boehringer Ingelheim Sp. z o.o.;
- Agnieszka Lewandowska - Zoetis Polska Sp. z o.o.;
- Izabela Piotrowska- Mrzygłód - Vetoquinol Biowet Sp. z o.o..

Lista firm Sygnatariuszy Kodeksu Etyki Marketingowej:

- Bioceltix S.A.
- Boehringer Ingelheim Sp. z o.o.
- Ceva Sp. z o.o.
- Elanco Poland Sp. z o.o.

- HIPRA POLSKA Sp. z o.o.
- Huvepharma Polska Sp. z o.o.
- Intervet Sp. z o.o.
- Medivet S.A.
- Phibro Animal Health (Poland) sp. z o.o.
- Vetoquinol Biowet Sp. z o.o.
- Virbac Sp. z o.o.
- Zoetis Polska Sp. z o.o.