

CO PACJENT POWINIEN WIEDZIEĆ O REFUNDACJI

Nowa ustawa refundacyjna dotknie nie tylko producentów i dystrybutorów leków dofinansowywanych z budżetu państwa. Pacjenci nabywający produkty refundowane również mogą odczuć wiele zmian.



Dotychczas minister zdrowia ustalał dla leków refundowanych tzw. limity cenowe, tj. górną granicę ceny detalicznej, do której wysokości były one refundowane. W przypadku, gdy cena detaliczna leku refundowanego, kształtowała między innymi

przez marżę, była wyższa niż ustalony dla niego limit cenowy, pacjent dopłacał różnicę. Obecnie to minister zdrowia ustala urzędowe ceny zbytu oraz marżę. Oznacza to, że produkty refundowane będą dostępne na obszarze całego kraju po jednakowych

cenach detalicznych. Brak będzie również możliwości stosowania przez hurtownie lub apteki promocji, rabatów itp., służących przyciągnięciu jak największej liczby pacjentów. Ma to na celu ograniczenie zjawiska tzw. „turystyki refundacyj-

nej” (poszukiwania przez pacjentów w wielu aptekach produktu refundowanego o najniższej dopłacie, konkursów, rabatów lub bonusów).

Efekt:
równość w dostępie do leków refundowanych.

Dostępność leków refundowanych

Nowe ceny leków refundowanych określone są w decyzjach ministra zdrowia i zaczynają obowiązywać z dniem ich wejścia w życie. Aby uniknąć ponoszenia dodatkowych kosztów związanych z ryzykiem zmiany cen, apteki ograniczyły posiadane zapasy leków refundowanych.

Efekt: możliwe czasowe ograniczenie dostępności leków refundowanych.

Zmiany w poziomach odpłatności

Zgodnie z nowymi przepisami finansowanie ze środków publicznych ma dotyczyć przede wszystkim terapii, które najbardziej obciążają finansowo pacjentów, zarówno pod względem kosztów zakupu leków, jak i długotrwałości kuracji. Jednolite kryteria zaliczania leków refundowanych do poszczególnych poziomów odpłatności mają wykluczyć uznaniowość w zakresie obejmowania tych produktów refundacją.

Efekt: potencjalnie niższe ceny leków do leczenia najcięższych chorób.

Lepsza sytuacja leków innowacyjnych

Dotychczas to obecność określonej substancji czynnej w leku decydowała o jego objęciu refundacją. Obecnie refun-

dowane będą leki o podobnym działaniu terapeutycznym, nawet gdy zawierają różne substancje czynne. Powinno to zwiększyć dostępność do leków innowacyjnych. To, że objęcie refundacją następuje w drodze decyzji ministra zdrowia, powinno zapewnić większą elastyczność systemu oraz umożliwić szybsze obejmowanie refundacją nowych leków.

Efekt: większa dostępność leków innowacyjnych.

Wyłączenia refundacyjne

Według nowych zasad na listę leków refundowanych nie mogą trafić takie produkty, których stosowanie przez pacjenta może być skutecznie zastąpione zmianą jego stylu życia (tzw. *lifestyle products*). Może to dotyczyć np. leków stosowanych przy tzw. chorobach cywilizacyjnych (np. cukrzyca). Dodatkowo refundacja nie będą objęte leki wydawane na receptę, jeśli mają one swój odpowiednik dostępny bez recepty. Najczęściej sytuacja taka miała miejsce w przypadku leków na dolegliwości układu trawiennego oraz stosowanych w leczeniu alergii. Wyjątkiem będą jednak leki stosowane dłużej niż 30 dni w określonym stanie klinicznym.

Efekt: wyższe ceny tzw.

lifestyle products oraz niektórych leków mających odpowiednik wydawany bez recepty.

Dostępność „zamienników”

Dotychczas w sytuacji, gdy apteka dysponowała nier refundowanym odpowiednikiem leku przepisanego przez lekarza, musiała o tym poinformować pacjenta. Według nowych przepisów farmaceuta będzie musiał przekazać w ten sposób informację wyłącznie o innym leku refundowanym. Ponadto apteka nie będzie – jak dotąd – zobowiązana mieć taki substytut na składzie, lecz wyłącznie zapewnić jego dostępność.

Efekt: trudniejszy dostęp do niektórych leków.

Refundacja środków specjalnego przeznaczenia żywieniowego

Dotychczas refundowane były wyłącznie leki oraz wyroby medyczne. Według nowych zasad refundacją mogą być objęte również produkty, takie jak na przykład mleko początkowe czy też gotowe produkty zastępujące całodzienną dietę, czyli tzw. środki specjalnego przeznaczenia żywieniowego.

Efekt: niższe ceny środków specjalnego przeznaczenia żywieniowego.

Marta Koremba, Piotr Niezgódka
Kochański Zięba Rapala i Partnerzy Sp.j.

Zmiany w strukturze GRMP

Zgodnie z nową strategią operacyjną dla Geodeon Richter Marketing Polska zmodyfikowano strukturę Zespołów Field Force w Dziale Marketingu. Zmiany z pewnością przyczynią się do podniesienia wskaźników efektywności sprzedaży. Do tej pory Dział Marketingu był podzielony na linie: kardiologiczną, ginekologiczną, internistyczną oraz specjalistyczną, działającą w obrębie zespołów Psychiatryczno-Pulmonologicznego i Urologiczno-Onkologicznego. Obecnie linie ginekologiczna i urologiczna tworzą jedną strukturę zarządzaną przez 8 kierowników regionalnych, a kardiologiczna funkcjonuje w dwóch działach: Kardio1 oraz Kardio2. Zmiany nie ominęły również Działu Sprzedaży. Do zespołu złożonego z 4 Key Account Managerów dołączyło dwóch pracowników. Dodatkowo rozpoczęła działanie grupa farmaceutyczna z dwoma nowymi kierownikami regionalnymi oraz 22 kontraktowymi przedstawicielami farmaceutycznymi. Niezależnie od procesu tworzenia linii farmaceutycznej od niedawna funkcjonuje także stanowisko Portfolio Life-Cycle Managera, który zarządza zbiorem prezentacji leków niepromowanych i składa raporty bezpośrednio do Dyrektora ds. Sprzedaży i Marketingu.

Gedeon Richter a Federacja na Rzecz Kobiet i Planowania Rodziny

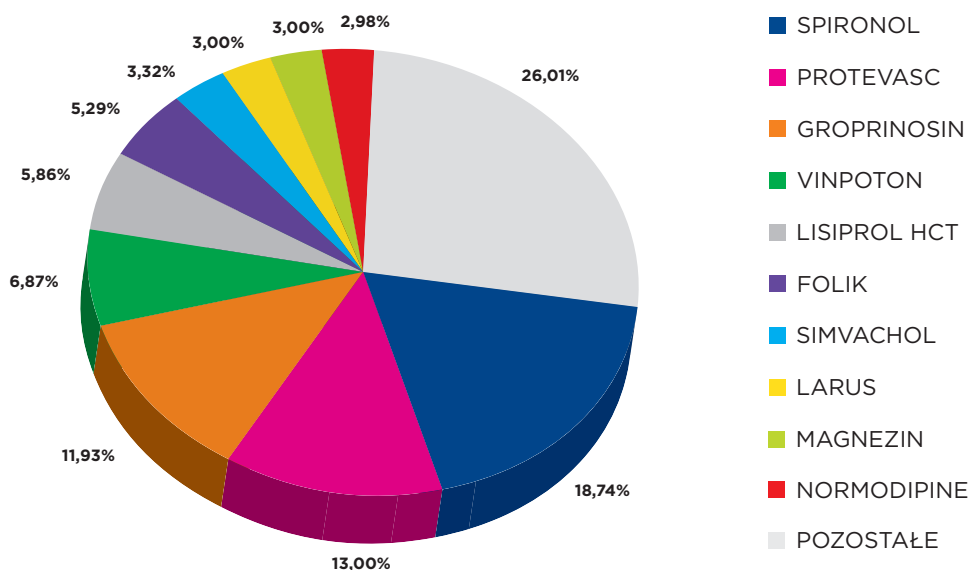
W związku z doniesieniami medialnymi, których źródłem były publikacje w gazecie „Nasz Dziennik” w listopadzie br. krytycznie przedstawiające współpracę firmy Gedeon Richter z Federacją na Rzecz Kobiet i Planowania Rodziny, pragniemy poinformować o aktualnej sytuacji.

Od lat prowadzimy działalność społeczną, edukacyjną i charytatywną. Edukacja w zakresie ochrony zdrowia jest realizacją misji naszej Firmy, dlatego aktywnie wspieramy liczne akcje i programy społeczno-edukacyjne, takie jak np. Sopkard, Program Pierwotnej Profilaktyki Wad Cewy Nerwowej czy wielokrotnie nagradzany projekt Mam SM. Wspomagamy też działalność licznych fundacji, stowarzyszeń i instytucji. Angażujemy się w akcje charytatywne, przekazując bezpłatnie leki

i niosąc pomoc potrzebującym. Współpracujemy z różnymi podmiotami zajmującymi się edukacją zdrowotną bez względu na ich linię ideową, światopogląd czy też przekonania polityczne ich członków.

Według badań ponad 70% naszego społeczeństwa uważa, że edukacja seksualna powinna być powszechnie dostępna i realizowana już w szkole. Zgodnie z informacjami pochodzącymi od Federacji projekty przez nią prowadzone miały na celu działalność edukacyjną dotyczącą zdrowia seksualnego oraz planowania rodziny. Jest to w pełni zbieżne z misją edukacyjną Gedeon Richter, dlatego zdecydowaliśmy się na udzielenie wsparcia. Darowizny przekazywane Federacji na Rzecz Kobiet i Planowania Rodziny miały być przeznaczone na realizację jej celów statutowych. Gedeon Richter nigdy nie zlecał żadnych działań reklamowych dotyczących produktów Firmy. Ponadto Firma nie prowadziła żadnych rozmów ani ustaleń dotyczących lobbingu z Wandą Nowicką. Gedeon Richter jest w pełni zainteresowany wyjaśnieniem wszystkich pojawiających się w kontekście działań Federacji na Rzecz Kobiet i Planowania Rodziny zarzutów i niejasności, dlatego pozostaje do dyspozycji wszystkich instytucji badających sprawę. Ponadto zarzuty nie dotyczą bezpośrednio działalności naszej Firmy, dlatego też nie czujemy się upoważnieni do publicznego ich komentowania.

TOP 10 SPRZEDAŻY LEKÓW



Procentowy udział produktów w sprzedaży krajowej za 11 miesięcy 2011 roku.
Autor rankingu: Marlena Sierocińska, Kierownik Działu Dystrybucji



TRADYCJA I NOWOCZESNOŚĆ

Jednym z ważnych elementów prezentacji historii koncernu Gedeon Richter podczas gali, o której pisaliśmy w poprzednim numerze, był przybliżający 110 lat istnienia Firmy film

animowany wykonany przez agencję interaktywną SolInteractive. Animację historyczną opracowano w innowacyjnej technice POP UP. Charakteryzuje ją nie tylko wyjątkowy efekt, ale

również bardzo precyzyjny proces produkcji polegający na połączeniu dwóch technologii: nowoczesnej trójwymiarowej (3D) i klasycznej dwuwymiarowej (2D). Budynki pieczołowicie odwzorowano na podstawie zdjęć historycznych. Pozostałe elementy, takie jak

tło, ludzie, środki transportu, wyposażenie wnętrz, zostały narysowane i wykonane metodą poklatkową. Dbałość o detale i bogactwo przekazu potęgują wrażenie realności każdej z makiet, zdjęć i postaci będących niejako na wyciągnięcie ręki oglądającego.



Fot. Archiwum Gedeon Richter Polska