



„KRKA“ REKLAMINĖS VEIKLOS ETIKOS KODEKSAS

LIETUVA



Gyventi sveikai

„KRKA“ REKLAMINĖS VEIKLOS ETIKOS KODEKSO TURINYS	3
1. Įvadas	4
2. Sąvokos	5
3. Bendrieji principai	6
4. Reklamos standartai	7
5. Reklamos skaidrumas	7
6. Produktai	8
7. Tikslinė auditorija	8
8. Reklaminė medžiaga	9
9. Informacinė ir edukacinė medžiaga, medicininiai reikmenys ir nebrangios dovanos	10
10. Vaistų pavyzdžiai	11
11. Rinkodaros specialistai	11
12. Renginiai ir svetingumas	12
13. Švietimo rėmimas	14
14. Paslaugos ir konsultacijos	15
15. Dotacijos ir dovanos	16
16. Pacientų organizacijos	16
17. Informacijos apie verčių perleidimą sveikatos prižiūros specialistams, sveikatos prižiūros organizacijoms ir pacientų organizacijoms atskleidimas	17
18. Atsakomybė	19
19. Vykdymas	19
BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS	20
Informaciniai dokumentai	20
Istorija	20
Paskirstymo sąrašas	20

„KRKA“ REKLAMINĖS VEIKLOS ETIKOS KODEKSAS

1. Įvadas

Šiame Kodekse apibrėžiama veikla, susijusi su „Krka“ grupės (kuria sudaro bendrovė „KRKA, d. d., Novo mesto“, jai visiškai priklausančios dukterinės įmonės ir atstovybės, toliau – Bendrovė arba „Krka“) vykdoma reklamine ir nereklamine veikla parduodant receptinius vaistus. „Krka“ įmonės vykdo rinkodaros veiklą vadovaudamosi nacionaliniais įstatymais bei kitais teisės aktais ir visais galiojančiais Europos, tarptautiniais ir nacionaliniais kodeksais dėl vaistų reklamos ir rinkodaros. „Krka“ reklaminės veiklos etikos kodekso (toliau – „Krka“ reklaminės veiklos etikos kodeksas arba Kodeksas) nuostatos aiškinamos ir taikomos pagal visas minėtas taisykles.

Šiame Kodekse nustatomi reikalavimai dėl „Krka“ receptinių vaistų rinkodaros ir reklamos, taip pat dėl bendravimo su sveikatos priežiūros bendruomene (įskaitant, bet neapsiribojant, sveikatos priežiūros specialistus, sveikatos priežiūros organizacijas, pacientus ir pacientų organizacijas). „Krka“ taip pat gali priimti konkretesnių ir išsamesnių vidaus taisyklių Kodekse apibrėžtais klausimais.

Priimdama šį Kodeksą „Krka“ parodo savo įsipareigojimą laikytis etikos standartų receptinių vaistų rinkodaros srityje ir pagrindinių Bendrovės sąžiningumo, skaidrumo, abipusės pagarbos, bendradarbiavimo ir atskaitingumo vertybių.

Kodeksas yra taikomas ir nustato gaires „Krka“ darbuotojams, kai jie reklamuoja receptinius vaistus arba suteikia apie juos informacijos.

Kodekse įtvirtinti principai yra privalomi, ir juos turi įgyvendinti visos „Krka“ dukterinės įmonės ir atstovybės.

2. Sąvokos

Dažnai vartojamos sąvokos:

„Krka“ – bendrovė „KRKA, tovarna zdravil, d. d., Novo mesto“, jos atstovybės ir visiškai priklausančios dukterinės įmonės.

Kodeksas – „Krka“ reklaminės veiklos etikos kodeksas.

Produktas – receptiniai vaistai.

Galiojančios taisyklės – nacionaliniai įstatymai ir kiti teisės aktai, pramonės kodeksai bei gairės, susiję su vaistų reklama (pvz., *Direktyva 2001/83/EB dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmonėms skirtus vaistus, „Medicines for Europe“ elgesio kodeksas*), ir „Krka“ vidaus taisyklės (pvz., *Etikos kodeksas, Sukčiavimo prevencijos, atskleidimo ir tyrimo taisyklės* ir pan.). Jei nacionaliniais įstatymais nustatyti griežtesni reikalavimai, „Krka“ privalo laikytis šių nacionalinių reikalavimų.

Sveikatos priežiūros specialistas (SPS) – fizinis asmuo, kuris yra gydytojas, medicinos, odontologijos, farmacijos ar slaugos specialistas, arba bet kuris kitas asmuo, kuris gali išrašyti, pirkti, tiekti, rekomenduoti ar skirti vaistus. Į SPS apibrėžtį įeina: i) valstybės įstaigų ir kitų organizacijų tarnautojai ar darbuotojai, kurie gali išrašyti, išduoti, pirkti ar skirti vaistus; ii) farmacijos bendrovių darbuotojai, kurių pagrindinės pareigos yra SPS. Į SPS apibrėžtį nepatenka farmacijos bendrovės darbuotojai, vaistų didmenininkai ir vaistų platintojai.

Sveikatos priežiūros organizacija (SPO) – subjektas, i) kuris yra sveikatos priežiūros, medicinos ar mokslo organizacija (nepriklausomai nuo teisinės ir organizacinės formos), tokia kaip ligoninė, klinika, fondas, universitetas, kita švietimo įstaiga ar mokslinė draugija, arba ii) per kurį vienas ar daugiau sveikatos priežiūros specialistų teikia sveikatos priežiūros paslaugas. Į SPO apibrėžtį neįeina didmenininkai, platintojai ar panašūs prekybos tarpininkai.

Pacientų organizacija – ne pelno siekianti organizacija, kurios pagrindinis dėmesys tenka pacientams ir kurią sudaro daugiausia pacientai ir

(arba) slaugytojai, atstovaujantys pacientų ir (arba) slaugytojų poreikiams ir (arba) juos remiantys.

Reklama / reklaminis – receptinių vaistų rinkodara, į kurią įeina bet kokia forma teikiama informacija apie vaistus, einant į žmonių namus ar įstaigas, pirkėjų paieškos veikla arba siūlomos paskatos, skatinančios vaistų skyrimą, tiekimą, pardavimą ar vartojimą, visų pirma: 1) vaistų reklama SPS; 2) medicinos atstovų vizitai pas SPS; 3) vaistų pavyzdžių rodymas; 4) profesinių ar reklaminių renginių, kuriuose dalyvauja SPS, organizavimas; 5) parama mokslinėms konferencijoms ir kitiems profesiniams renginiams, kuriuose dalyvauja SPS, ir jų finansinis rėmimas; 6) parama SPS dalyvavimui mokslinėse konferencijose ir kituose profesiniuose renginiuose.

Reklaminė medžiaga – bet kokia spausdintinės (brošiūra, informacinis lapelis, laiškas ir pan.) arba elektroninės formos (pristatymas, vaizdo įrašas, elektroninė brošiūra, elektroniniai laiškai ir pan.) medžiaga, skirta reklamuoti produktą (-us). Reklaminėje medžiagoje gali būti informacijos apie produktą, jo naudojimą gydymui, klinikinę patirtį su produktu ir palyginimai su kitomis gydymo galimybėmis. Taip pat gali būti informacijos apie produkto kainą ir kompensavimą.

3. Bendrieji principai

3.1. Bendravimo su sveikatos priežiūros specialistais pagrindas

Vadovaujantis „Krka“ misija „Gyventi sveiką gyvenimą“, bendraudama su sveikatos priežiūros specialistais „Krka“ siekia suteikti naudos pacientams, remti medicinos praktikos pažangą ir skatinti medicinos žinių bei patirties sklaidą. Bendravimas yra sutelktas į sveikatos priežiūros specialistų informavimą apie gydymo sritis, produktus, jų savybes ir indikacijas, pateikiant mokslinę ir šviečiamąją informaciją. „Krka“ teikia sveikatos priežiūros specialistams naujausias mokslines medicinos ir farmacijos žinias bei naujausią objektyvią informaciją apie produktus ir gydymo galimybes, taip pat remia visas sveikatos priežiūros bendruomenės pastangas ir veiklą, taip suteikdama sveikatos priežiūros specialistams pakankamai pagrindo

priimti pagrįstus sprendimus dėl geriausio ir pacientams naudingiausio gydymo.

Draudžiama ką nors siūlyti ar duoti taip, kad būtų daroma netinkama įtaka sveikatos priežiūros specialisto nepriklausomiems sprendimams. Už produktų išrašymą, rekomendavimą, pirkimą, tiekimą ar skyrimą arba įsipareigojimą toliau tai daryti negali būti siūloma ar teikiama (net jei prašoma) jokia finansinė nauda ar atlygis natūra.

3.2. Tinkamas vartojimas

Reklama turi skatinti tinkamą produktų vartojimą, todėl produktų pristatymas turi būti objektyvus, jų savybės neturi būti perversinamos ir turi atitikti patvirtintos nacionalinės vaisto charakteristikų santraukos duomenis. Tuo tikslu „Krka“ medicinos atstovai naudoja tik patvirtintą naujausią standartizuotą reklaminę medžiagą, skirtą jų reklamuojamiems produktams ir gydymo sritims. Jie taip pat gali pateikti visų reklamuojamų vaistų charakteristikų santraukas (privaloma, kai prašo SPS).

4. Reklamos standartai

Reklamuodama produktus „Krka“ visada išlaiko aukštus etikos standartus. Reklama yra objektyvi ir proporcinga. Reklama jokiais atvejais neturi diskredituoti ar sumažinti pasitikėjimo Bendrove ar visa farmacijos pramone. Reklama visada pripažįstamas specialus produktų pobūdis ir gavėjo (-ų) profesinė padėtis. Reklama jokiais atvejais ir jokių būdu negali būti įžeidžiančio pobūdžio.

5. Reklamos skaidrumas

Bendrovė neskleidžia jokios užslėptos reklamos.

Bendrovė pripažįsta savo ir sveikatos priežiūros bendruomenės santykių bei bendravimo skaidrumo svarbą, todėl pagal priimtus standartus pateikia informaciją apie sveikatos priežiūros specialistams, sveikatos priežiūros organizacijoms ir pacientų organizacijoms perleidžiamas vertes.

6. Produktai

6.1. Reklamuojami produktai

Reklamuojami tik tie produktai, kurių prekybai yra išduotas leidimas. Produktai yra reklamuojami tik pagal patvirtintas indikacijas ir kitus duomenis, pateiktus patvirtintoje vaisto charakteristikų santraukoje.

Produktų racionalus vartojimas skatinamas objektyviu produktų pristatymu, nepervertinant jų savybių.

7. Tikslinė auditorija

7.1. Sveikatos priežiūros specialistai

Reklama yra skirta tik sveikatos priežiūros specialistams. Bet kokie duomenys apie sveikatos priežiūros specialistus, gauti reklaminės veiklos metu, yra tvarkomi pagal galiojančius asmens duomenų apsaugos įstatymus ir kitus teisės aktus. Reklaminiai laišakai, elektroniniai laišakai ir kiti pranešimai yra siunčiami tik tiems gavėjams, kurie tam davė išankstinį sutikimą ar išreiškė tokį pageidavimą. Gavėjai gali bet kuriuo metu atšaukti savo sutikimą ir turi būti nedelsiant pašalinti iš visų Bendrovės sudarytų laiškų gavėjų sąrašų.

7.2. Visuomenė ir pacientai

Vadovaujantis mūsų misija „Gyventi sveiką gyvenimą“, „Krka“ gali remti edukacines programas, skirtas patenkinti didėjančią visuomenės poreikį gauti mokslinės informacijos ir pagerinti visuomenės žinias apie sveikatos priežiūrą, ligų prevenciją, ligų simptomus bei požymius ir galimus gydymo būdus. Tokia veikla ir programos rengiamos bei vykdomos pagal aukščiausius standartus ir pasitelkiant sveikatos priežiūros paslaugų teikėjų pagalbą. Plačiąjai visuomenei pateikiama labai bendra informacija apie konkrečią ligą. Ji turi būti objektyvi, neklaidinanti ir be jokių reklamos elementų. Tokių programų metu Bendrovė gali dalyti visuomenei (pacientams) informacinius bukletus, brošiūras ir panašią medžiagą su informa-

cija apie ligas, gydymą ir sveikatą. Tačiau tokiose brošiūrose pateikiama informacija turi būti nereklaminio pobūdžio ir be jokių konkrečių produktų pavadinimų.

Jei Bendrovė gauna pavienio asmens (paciento) prašymą patarti jo sveikatos klausimais, tokiam asmeniui (pacientui) patariama kreiptis į sveikatos priežiūros specialistą. Bendrovė teikia tik informaciją apie savo produktus ir jų tinkamą vartojimą.

8. Reklaminė medžiaga

Reklaminė medžiaga, įskaitant jos turinį ir grafinę medžiagą, rengiama taip, kad nesukeltų neaiškumų dėl produkto, rinkodaros leidimo turėtojo ar gamintojo ir nekopijuotų kitų bendrovių naudojamų elementų. Ant visų produktų ir kitoje reklaminėje medžiagoje Bendrovės pavadinimas pateikiamas aiškiai matomame Bendrovės logotipe ar antraštėje. Visoje reklaminėje medžiagoje šalia Bendrovės pavadinimo taip pat pateikiamas visas Bendrovės dukterinės įmonės ir (arba) atstovybės adresas arba interneto svetainės adresas su kitais kontaktiniais duomenimis.

Reklaminė medžiaga, susijusi su produktais, jų vartojimu ir gydymo sritimis, rengiama pagal dabartines vaistų charakteristikų santraukas ir visas galiojančias taisykles.

8.1. Pareiškimai ir jų pagrindimas reklaminėje medžiagoje

Informacija, pareiškimai ir grafinės iliustracijos turi būti tikslūs, proporcingi, sąžiningi, objektyvūs ir pakankami, kad gavėjas galėtų susidaryti nuomonę apie konkretaus produkto gydomąją vertę. Informacija neturi būti klaidinanti, iškraipyta, perdėta, netinkamai akcentuota ar nepilna. Ji turi būti paremta visų įrodymų iš medicininės ir mokslinės literatūros naujaisiu įvertinimu. Negalima teigti, kad produktas neturi šalutinio poveikio, nesukelia apsinuodijimo pavojaus ar priklausomybės rizikos. Terminas „naujas“ neturi būti vartojamas ilgiau nei 12 mėnesių po vaisto pristatymo konkrečioje rinkoje.

Citatos iš medicininės ar mokslinės literatūros bei asmeniniai pareiškimai turi būti tiksliai atkuriami (išskyrus adaptacijas ar modifikacijas, siekiant atitikti kitas galiojančias taisykles, ir tokiu atveju tiksliai nurodant, kad cita-ta buvo adaptuota ir (arba) pakeista), nurodant tikslų šaltinį.

Turi būti aiškiai pateiktos nuorodos į reklamoje naudojamą literatūrą. Sveikatos priežiūros specialistams paprašius, Bendrovė nedelsdama pateikia atitinkamą literatūrą ar nepublikuotus duomenis (bylos duomenis), jei tai leidžiama pagal nacionalinės teisės aktus. Priešingu atveju naudojami tik vaisto charakteristikų santraukoje esantys duomenys.

8.2. Palyginimas su kitais produktais

Jei reklamoje naudojami palyginimai su kitais produktais, tokie palyginimai turi būti pagrįsti atitinkamais duomenimis ir visų minimų produktų charakteristikų santrauka. Naudojant lyginamuosius duomenis, jie turi būti faktiniai, objektyvūs ir pagrindžiami nuoroda į duomenų šaltinį. Palyginimui naudojami tik svarbūs, pagrįsti ir patikrinami aspektai. Palyginimai pateikiami be duomenų iškraipymo ir neklaidinant informacijos gavėjo.

8.3. Reklaminės medžiagos patvirtinimas

Bendrovės atstovai atitinkamoje šalyje tikrina ir tvirtina reklaminę medžiagą šalies lygmeniu pagal Bendrovės vidaus procedūras, kuriomis užtikrinama, kad visa reklaminė medžiaga atitinka galiojančias taisykles ir galiojančią vaisto charakteristikų santrauką. Pavieniai medicinos atstovai negali rengti savo reklaminės medžiagos. Visą reklaminę medžiagą rengia kompetentingi skyriai pagal Bendrovės vidaus procedūras.

9. Informacinė ir edukacinė medžiaga, medicininiai reikmenys ir nebrangios dovanos

Draudžiama teikti, siūlyti ar žadėti bet kokią informacinę arba edukacinę medžiagą, medicininius reikmenis, nebrangias dovanas ar atlygį natūra kaip paskatą rekomenduoti, išrašyti, įsigyti, tiekti, parduoti ar skirti receptinį vaistą.

Informacinė arba edukacinė medžiaga gali būti paženklini tik Bendrovės pavadinimu bei logotipu ir produkto pavadinimu su jo tarptautiniu bendriu arba firminiu pavadinimu.

Šalyse, kur tai leidžiama pagal nacionalines taisykles, sveikatos priežiūros specialistams retkarčiais gali būti dovanojamos su medicinos praktika nesusijusios nebrangios dovanos.

10. Vaistų pavyzdžiai

Vaistų pavyzdžiai, kurie nėra skirti pardavimui, gali būti tiekiami ribotais kiekiais pagal nacionalines taisykles ir teisės aktus. Vaistų pavyzdžiai gali būti parodomi sveikatos priežiūros specialistams, kurie turi teisę išrašyti produktą tam, kad jie galėtų susipažinti su produktu išimtiniais atvejais ir ribotą laiką. Tačiau tam turi būti iš anksto gautas gavėjo pasirašytas rašytinis prašymas su nurodyta data. Vaistų pavyzdžių tiekimas kontroliuojamas taip, kad būtų užtikrinta atskaitomybė už paskirstytus vaistų pavyzdžius. Medicinos atstovai yra tinkamai apmokomi, kaip tinkamai tvarkyti vaistų pavyzdžius tol, kol jie juos turi.

11. Rinkodaros specialistai

11.1. Švietimas

Bendrovės medicinos atstovai, įskaitant atstovus, samdomus pagal sutartį su trečiąja šalimi, kurie lankosi pas sveikatos priežiūros specialistus reklamuodami Bendrovės produktus, yra tinkamai apmokomi ir turi pakankamai mokslinių žinių tam, kad galėtų suteikti tikslią ir visapusišką informaciją apie reklamuojamus produktus. Tai užtikrinama reguliariai supažindinant visus naujus ir esamus medicinos atstovus su galiojančiomis taisyklėmis.

11.2. Individualūs vizitai

Medicinos atstovai turi dirbti profesionaliai, atsakingai ir etiškai. Kiekvieno vizito metu jie turi pateikti sveikatos priežiūros specialistams vaistų charakteristikų santrauką arba bent ją turėti kiekvienam pristatomam produk-

tui. Medicinos atstovai turi užtikrinti, kad sveikatos priežiūros specialistų lankymo dažnumas, laikas, trukmė ir pobūdis nesukeltų jokių nepatogumų. Medicinos atstovai negali pasitelkti jokių paskatų ar gudrybių, kad susitartų dėl vizito. Vizito metu ar bandant susitarti dėl vizito medicinos atstovai turi nuo pat pradžių imtis visų reikiamų priemonių užtikrinti, kad klientas nesuklystų dėl jo atstovaujamos bendrovės.

11.3. Pareiga priimti pranešimus apie nepageidaujamas reakcijas ir nuomonę apie produktus

Kiekvieno vizito metu medicinos atstovai privalo turėti formą, skirtą pranešimui apie nepageidaujamą reakciją į vaistus (CIOMS arba kitą formą, jei to reikia konkrečioje vietoje). Pranešimus apie nepageidaujamas reakcijas į vaistą reikia perduoti asmeniui, atsakingam už farmakologinį budrumą šalyje.

11.4. Rinkos ir epidemiologiniai tyrimai

Medicinos atstovai kartais gali padėti įgyvendinti rinkos ir epidemiologinių tyrimų programas, jei tai leidžiama pagal nacionalinę teisę. Dalyvavimą rinkos ir epidemiologiniuose tyrimuose turi patvirtinti atitinkamo regiono vadovai pagal visas galiojančias taisykles. Medicinos atstovai gali rinkti duomenis elektronine arba popierine forma ir privalo pateikti juos atitinkamam vietos atsakingam asmeniui. Medicinos atstovų įtraukimas į rinkos ir epidemiologinius tyrimus turi būti griežtai atskirtas nuo reklaminės veiklos ir užtikrintas atitinkamo regiono vadovų komandos.

12. Renginiai ir svetingumas

12.1. Tikslai

Visų sveikatos priežiūros specialistams organizuojamų arba Bendrovės lėšomis finansuojamų reklaminių, mokslinių ar profesinių renginių, kongresų, konferencijų, simpoziumų ir kitų panašių renginių (įskaitant, bet neapsiribojant, vizitus į tyrimų ar gamybos objektus ir mokymus (toliau kiekvienas atskirai vadinamas renginiu) tikslas ir esmė – informuoti sveikatos priežiūros specialistus apie produktus ir (arba) pateikti jiems mokslinės ar edukacinės informacijos.

12.2. Vieta

Visi Bendrovės arba jos vardu organizuojami ar finansuojami renginiai vyksta tinkamoje vietoje, kuri priklauso nuo renginio pagrindinio tikslo. Renginys vyksta už dalyvių gimtosios šalies ribų tik tuo atveju, jei jis organizuojamas dalyviams iš skirtingų šalių arba jei atitinkamas išteklius ar kompetencija, kurie yra renginio objektas ar tema, yra kitoje šalyje. Bendrovė vengia organizuoti renginius tose vietose, kurios yra žinomos dėl savo pramoginio pobūdžio arba gali būti laikomos ekstravagantiškomis.

12.3. Informacija

Reklaminėje medžiagoje, kuri pateikiama parodų stenduose arba platina ma dalyviams tarptautinių renginių metu, gali būti pateikiama informacija apie produktus, registruotus rinkoje, kurioje vyksta renginys, arba dalyvių rinkose, taip pat apie produktus (arba jų vartojimą), kuriais neleidžiama prekiauti šalyje, kurioje vyksta renginys, jei a) tokioje reklaminėje medžiagoje yra atitinkamas pareiškimas, nurodantis šalis, kuriose leidžiama prekiauti tokiu produktu, ir aiškiai nurodoma, kad produktas ar jo vartojimas nėra leistini konkrečioje šalyje; b) tokioje reklaminėje medžiagoje, kurioje pateikiama vaisto skyrimo informacija (indikacijos, perspėjimai ir pan.), leidžiama šalyje ar šalyse, kur produktą leidžiama parduoti, yra paaiškinantis pranešimas, kad leidimo prekiauti sąlygos skiriasi tarptautiniu mastu.

12.4. Svetingumas

Sveikatos priežiūros specialistams gali būti siūlomos svetingumo paslaugos, susijusios su Bendrovės ar trečiosios šalies organizuojamais nacionaliniais ar tarptautiniais moksliniais ir (arba) edukaciniais renginiais. Tokie renginiai gali vykti vietoje arba užsienyje. Apgyvandinimo ir maitinimo paslaugos gali būti siūlomos ir rengiant vizitus į Bendrovę.

Visos sveikatos priežiūros specialistams siūlomos svetingumo formos yra pagrįsto lygmens ir griežtai apsiriboja renginio pagrindiniu tikslu. Paprastai svetingumas neviršija to, ką sveikatos priežiūros specialistai būtų nusiteikę susimokėti, ir neviršija renginio pagrindinio tikslo ar mokslinės vertės. Su renginiais susijęs svetingumas apsiriboja registracijos mokesčio, apgyvandinimo, kelionės ir maitinimo, išlaidų padengimu. Šios paslaugos siūlomos tik tiems asmenims, kurie laikomi nepriklausomais dalyviais.

Paslaugų teikimo trukmė siejama su renginio trukme. Didesnė laiko dalis turi būti skiriama mokslinei (edukacinei) programai.

12.5. Parodos

Parodos yra skirtos gilinti sveikatos priežiūros specialistų mokslines ir profesines žinias bei patirtį. Parodos stende Bendrovės pavadinimas turi būti aiškiai matomas ir pastebimas. Prie stendo gali būti teikiama informacinė ir edukacinė medžiaga, medicininiai reikmenys ir nebrangios dovanos.

13. Švietimo rėmimas

Bendrovė gali remti švietimą mokslo, medicinos bei farmacijos srityse ir taip prisidėti prie sveikatos priežiūros specialistų mokslo ir medicinos žinių gerinimo.

Bendrovė gali teikti paramą švietimui pavieniams sveikatos priežiūros specialistams arba sveikatos priežiūros organizacijoms.

Renginys, kuriame dalyvauja paramą gavęs sveikatos priežiūros specialistas, turi būti tiesiogiai susijęs su sveikatos priežiūros specialisto praktikuojama gydymo sritimi. Parama gali apimti tik registracijos mokesčio, kelionės ir apgyvendinimo išlaidų kompensavimą. Į paramą negali būti įtraukti dienpinigiai ar kitos su dalyvavimu renginyje susijusios išlaidos. Parama negali būti skiriama šeimos nariams ar lydintiems asmenims.

Bendrovės teikiamos paramos švietimui tikslas – palengvinti sveikatos priežiūros specialistų naujausių mokslo pasiekimų, žinių ir medicininių rekomendacijų sklaidą, taip prisidedant prie jų kompetencijos. Padėdama įgyti naujų žinių Bendrovė siekia kurti savo teigiamą įvaizdį sveikatos priežiūros bendruomenėje.

14. Paslaugos ir konsultacijos

14.1. Sveikatos priežiūros specialistai

Bendrovė samdo sveikatos priežiūros specialistus grupėmis arba individualiai tokioms paslaugoms kaip pranešimų skaitymas ir pirmininkavimas susitikimuose ir renginiuose, dalyvavimas medicininuose (moksliniuose) tyrimuose ar mokymo paslaugų teikime, dalyvavimas patariamąsios tarybos susirinkimuose eksperto pareigose ir dalyvavimas rinkos arba epidemiologiniuose tyrimuose, kai už tokį dalyvavimą mokamas atlygis ir (arba) padengiamos kelionės išlaidos. Susitarimai dėl tokių konsultacijų ar kitų paslaugų, atsižvelgiant į atitinkamą susitarimą, turi atitikti šiuos kriterijus:

- (a) aiškiai įvardijamas teisėtas paslaugų poreikis prieš prašant tokių paslaugų ir sudarant susitarimus su potencialiais konsultantais;
- (b) sudaroma rašytinė sutartis arba susitarimas, kuriame nurodomas teikiamos paslaugos pobūdis ir, atsižvelgiant į g punktą, apmokėjimo už tokias paslaugas pagrindas;
- (c) atlygis už teikiamas paslaugas yra pagrįstas ir atspindi teikiamų paslaugų rinkos vertę;
- (d) atlygis mokamas tik už atliktą darbą;
- (e) konsultantų atrankos kriterijai yra tiesiogiai susiję su nustatytu poreikiu ir asmenys, kurie atsakingi už konsultantų atranką, turi patirties, reikalingos vertinant, ar tam tikras sveikatos priežiūros specialistas atitinka tokius kriterijus;
- (f) pasamdytų sveikatos priežiūros specialistų skaičius nėra didesnis nei reikia nustatytam poreikiui patenkinti;
- (g) Bendrovė saugo atitinkamus įrašus ir tinkamai naudojami konsultantų teikiamomis paslaugomis;
- (h) sveikatos priežiūros specialistų samdymas atitinkamoms paslaugoms teikti nėra laikomas paskata rekomenduoti, išrašyti, pirkti, tiekti, parduoti ar skirti atitinkamą produktą.

„Krka“ palaiko visas pastangas, kuriomis siekiama užtikrinti farmacijos bendrovių sveikatos priežiūros specialistams perleistų verčių skaidrumą.

Ji laikosi visų galiojančių taisyklių ir ypatingą dėmesį skiria atitinkamai galiojančioms asmens duomenų apsaugos taisyklėms.

14.2. Sveikatos priežiūros organizacijos

Sutartys tarp Bendrovės ir sveikatos priežiūros specialistų institucijų, organizacijų ar asociacijų, pagal kurias tokios institucijos, organizacijos ar asociacijos teikia Bendrovei kokias nors paslaugas, leidžiamos tik tuo atveju, jei tokios paslaugos (ar kitas finansavimas) a) teikiamos siekiant finansuoti sveikatos priežiūrą ar mokslinius tyrimus ir plėtrą, b) nėra paskata rekomenduoti, išrašyti, pirkti, tiekti, parduoti ar skirti konkrečius receptinius vaistus; c) bet koks atlygis už suteiktas paslaugas neviršija paslaugų vertės; d) atlygis nepriklauso nuo receptų produktui išrašymo ar jo rekomendavimo ir tokio pobūdžio sąlygos nėra išreikštos ar nurodytos susitarimuose.

15. Dotacijos ir dovanos

Dotacijos, dovanos ir atlygis natūra institucijoms, organizacijoms ar asociacijoms, kuriose dirba sveikatos priežiūros specialistai ir (arba) kurios teikia sveikatos priežiūros paslaugas arba vykdo tyrimus, leidžiami tik tokiu atveju, jei jie a) teikiami siekiant finansuoti sveikatos priežiūrą ar tyrimus, b) yra pagrindžiami dokumentais ir Bendrovė saugo atitinkamus įrašus; c) nėra laikomi paskata rekomenduoti, išrašyti, įsigyti, tiekti, parduoti ar skirti specifinius produktus, su sąlyga, kad jie atitinka visas galiojančias ir nacionalines taisykles.

16. Pacientų organizacijos

Vadovaujantis „Krka“ misija, Bendrovė gali teikti pacientų organizacijoms finansinę ir (arba) nefinansinę paramą, skirtą sveikatos priežiūros / visuomenės naudai. Bendrovė nesiekia daryti įtakos pacientų organizacijų veiklai ir (arba) jų remiamai medžiagai, kad patenkintų savo komercinius interesus.

17. Informacijos apie verčių perleidimą sveikatos priežiūros specialistams, sveikatos priežiūros organizacijoms ir pacientų organizacijoms atskleidimas

Bendrovės ir sveikatos priežiūros specialistų / sveikatos priežiūros organizacijų / pacientų organizacijų skaidrūs santykiai ir bendravimas padeda priimti pagrįstus sprendimus ir užkirsti kelią neetiškam bei neteisėtam elgesiui. Bendrovė atskleidžia perleistas vertes tose teritorijose, kuriose toks informacijos atskleidimas ir (arba) pranešimas nėra apibrėžtas galiojančiomis taisyklėmis. Perleistos vertės gali būti kas nors vertingo, ką bendrovė suteikia arba perleidžia (tiesiogiai ar netiesiogiai per trečiąją šalį, veikiančią savo nuožiūra) gavėjui, įskaitant piniginius mokėjimus ir atlygį natūra.

Kasmet, ne vėliau kaip kitų metų birželio 30 d., atskleista informacija skelbiama kiekvienai rinkai skirtose interneto svetainėse. Pirmą kartą tokia informacija bus paskelbta apie 2017 metus ne vėliau kaip 2018 m. birželio 30 d.

17.1. Sveikatos priežiūros specialistai

Turi būti atskleidžiama informacija apie toliau nurodytas perleistas vertes, nurodant konkrečius asmenis:

- atlygis už paslaugas ir konsultacijas: bendra pinigų suma (išskyrus išlaidas, kaip antai maitinimo, gėrimų, kelionės ir apgyvendinimo), kurią Bendrovė sumoka sveikatos priežiūros specialistui už paslaugas, pavyzdžiui, eksperto paslaugas patariamojoje taryboje, pranešimą bendrovės organizuojamame renginyje, dalyvavimą tikslinėje grupėje ir pan. Informacijos apie atlygį, susijusį su MTTP veikla ar rinkos tyrimais, atskleisti nereikia;
- jei sveikatos priežiūros specialistas atsisako duoti savo sutikimą pagal galiojančias asmens duomenų taisykles, duomenys atskleidžia-

mi anonimiškai. Jei keli sveikatos priežiūros specialistai atsisako duoti savo sutikimą, informacija apie perleistas vertes yra apibendrinama, nurodant sveikatos priežiūros specialistų, įtrauktų į suvestinę, skaičių.

Informacija apie suteiktą paramą, skirtą dalyvauti trečiosios šalies organizuojamose konferencijose, vizituose ir Bendrovės organizuojamuose renginiuose, pateikiama šiose subkategorijose. Reikia atskleisti bendrą suteiktos paramos sumą, į kurią gali įeiti registracijos mokesčiai, kelionės ir (arba) apgyvendinimo mokesčiai, ir paramą gavusių sveikatos priežiūros specialistų skaičių.

17.2. Sveikatos priežiūros organizacijos

Turi būti atskleidžiama informacija apie toliau nurodytas perleistas vertes, nurodant konkrečius asmenis:

- atlygis už paslaugas ir konsultacijas: bendra pinigų suma (išskyrus išlaidas, tokias kaip maitinimo, gėrimų, kelionės ir apgyvendinimo), kurią Bendrovė sumoka sveikatos priežiūros specialistui už paslaugas, pavyzdžiui, eksperto paslaugas patariamojoje taryboje, pranešimą bendrovės organizuojamame renginyje, dalyvavimą tikslinėje grupėje ir pan. Informacijos apie atlygį, susijusį su MTTP veikla ar rinkos tyrimais, atskleisti nereikia;
- dotacijos ir dovanos: bendra pinigų suma ir trumpas dotacijos ar dovanos pobūdžio aprašymas (pvz., dotacija moksliniam tyrimui ar įrangai, dovanojamas produktas ir pan.).

17.3. Pacientų organizacijos

Turi būti atskleidžiama informacija apie toliau nurodytas perleistas vertes, nurodant konkrečius asmenis:

- parama: finansinė ir natūra;
- atlygis už paslaugas: sutartinės paslaugos kiekvienai pacientų organizacijai, įskaitant trumpą perleistos vertės aprašymą ir skirtos pinigų sumos dydį.

18. Atsakomybė

Medicinos atstovai ir visi rinkodaros specialistai yra atsakingi už teisingos, tikslios ir esminės informacijos pateikimą ir už tai, kad informacija atitiktų vaistų charakteristikų santraukas.

Rinkodaros vadovai atitinkamose rinkose yra atsakingi už visos rinkodaros veiklos atitiktį visoms galiojančioms taisyklėms.

Dukterinių įmonių ir atstovybių direktoriai atsako už visos veiklos (įskaitant informacijos apie perleistas vertes pateikimą) atitiktį visoms galiojančioms taisyklėms.

Dukterinių įmonių ir atstovybių direktoriai ir rinkodaros vadovai atsako už rinkodaros darbuotojų reguliarių mokymą ir supažindinimą su visomis galiojančiomis taisyklėmis.

19. Vykdymas

Kodekso nuostatomis turi vadovautis „Krka“ grupė, t. y. visos Bendrovės atstovybės ir dukterinės įmonės. Bet kurios Kodekso nuostatos pažeidimas laikomas darbuotojo pareiginių nuostatų pažeidimu pagal galiojančias taisykles.

BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

Informaciniai dokumentai

„Krka“ etikos kodeksas

„Medicines for Europe“ elgesio kodeksas

„Krka“ sukčiavimo prevencijos, atskleidimo ir tyrimo taisyklės

2001 m. lapkričio 6 d. EUROPOS PARLAMENTO IR TARYBOS DIREKTYVA 2001/83/EB dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmonėms skirtus vaistus

2016 m. balandžio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2016/679 dėl fizinių asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo ir kuriuo panaikinama Direktyva 95/46/EB (*Bendrasis duomenų apsaugos reglamentas*)

Istorija

Parengimo data: 2008 m. vasaris

Pirmoji peržiūra: 2009 m. rugsėjis, jokių pakeitimų

Antroji peržiūra: 2012 m. lapkritis

Trečioji peržiūra: 2014 m. liepa

Ketvirtoji peržiūra: 2017 m. rugsėjis

Penktoji peržiūra: 2020 m. gegužė

Paskirstymo sąrašas

Pagrindinės būstinės rinkodaros skyrius, pagrindinės būstinės pardavimo / Slovėnijos regiono skyrius, atstovybių / įmonių užsienyje vadovai ir visi darbuotojai, dirbantys „Krka“ rinkodaros ir pardavimo tinkle.

Rinkodaros vadovai atsako už paskirstymą ir visų darbuotojų iš rinkodaros ir pardavimo tinklo apmokymą.

„Krka“ reklaminės veiklos etikos kodeksas skelbiamas [krkanete](#) ir „Krka“ tinklalapyje.

www.krka.biz