

Farmacia online – acum și în România



În data de 24 aprilie 2019 intra în vigoare noile norme privind activitatea farmaciilor, conținând modificări importante privind activitatea desfășurată de farmacii și cu privire la organizarea acestora. Una dintre cele mai importante modificări privește posibilitatea farmaciilor de a comercializa online medicamentele de uz uman acordate fara prescripție medicală (așa numitele medicamente over-the-counter - OTC-uri). Până în prezent, deși OTC-urile puteau fi comandate pe paginile de internet administrate de diverse farmacii, acestea nu puteau fi efectiv cumparate, ci doar rezervate în vederea ridicării din farmacie.

Astfel achiziționarea și livrarea folosind mediul online erau posibile, în principal, doar pentru produsele parafarmaceutice, precum suplimentele alimentare, produse cosmetice etc. Chiar și în noua reglementare, medicamentele ce necesită prescripție medicală vor putea fi vândute numai prin intermediul farmaciilor tradiționale.

Post implementare, România se va alătura celorlalte state europene, reglementând modalitatea și condițiile în care farmaciile tradiționale pot comercializa online medicamente de uz uman.

În vederea realizării comerțului electronic de medicamente, farmaciile vor trebui, totuși, să îndeplinească o serie de condiții suplimentare cu privire la activitatea pe care o desfășoară.

Astfel, autorizarea farmaciilor pentru comercializarea online a medicamentelor se va face pe baza înscrierii unei mențiuni suplimentare pe autorizația sanitară de funcționare emisă de Ministerul Sănătății, fiind necesară îndeplinirea unei serii de criterii pentru a obține calificarea de farmacie online.

Mai departe, suplimentar suprafeței minime de 50 m² de care trebuie să dispună orice farmacie comunitară, farmacia tradițională care își dorește și vânzări online are nevoie de un spațiu suplimentar de 10 m² destinat exclusiv activităților suport comerțului online (spre exemplu, de ambalare și depozitare a medicamentelor).

În ceea ce privește site-ul farmaciei online, acesta trebuie să îndeplinească, pe lângă condițiile generale privind comerțul electronic, și o serie de cerințe specifice. Astfel, site-ul farmaciei online va avea o secțiune distinctă destinată vânzării de medicamente. Conținutul acestei secțiuni este puternic reglementat, atât în ceea ce privește existența unor elemente obligatorii (de exemplu, logo-ul comun european pentru vânzarea și eliberarea online a medicamentelor), cât și în privința modalității de prezentare a medicamentelor.

Distinct de aspectele tehnice prezentate mai sus, cea mai importantă condiție asociată comercializării online de OTC-uri este data de componenta umană. Astfel, fiecare farmacie online trebuie să numească un farmacist

responsabil de vânzarea online a medicamentelor, acesta având o serie de atribuții legate de relația pacientului final cu website-ul farmaciei. Astfel, website-ul farmaciei online trebuie construit astfel încât pacientul să nu poată cumpara medicamente fără să fi avut în prealabil un contact cu farmacistul (care poate fi atât prin intermediul unui live chat, cât și prin mijloace mai puțin interactive). Mai mult, site-ul farmaciei online va conține un chestionar obligatoriu care va fi completat de pacient cu informații generale, pe care farmacistul le-ar putea obține în mod normal vizual (spre exemplu, vârsta, sexul, starea de graviditate). Acesta prezintă relevanța și din perspectiva faptului că medicamentele pot fi vândute online doar pacienților peste 18 ani.

Un aspect interesant, ce poate avea implicații inclusiv din punct de vedere al protecției datelor cu caracter personal, este modalitatea în care va avea loc interacțiunea dintre pacient și farmacist în mediul online, date fiind informațiile colectate pentru a suplini lipsa interacțiunii tradiționale.

Deși noua reglementare implică o serie de condiții importante în vederea comercializării online de OTC-uri, a caror implementare poate prezenta unele eforturi, este de așteptat, în viitorul apropiat, o dezvoltare semnificativă a acestui segment, în special dacă avem în vedere creșterea accelerată a comerțului online în România, acesta fiind un canal din ce în ce mai accesat atât de comercianți, cât și de consumatorii finali. La fel, dezvoltarea canalului online în privința comercializării de medicamente are potențialitatea de a crește concurența existentă pe această piață, având în vedere faptul că acest canal este disponibil atât lanțurilor consacrate de farmacii, cât farmaciilor independente.