**Informacja prasowa**

do dowolnego wykorzystania

11 kwietnia 2019 r.

**Tylko 10 procent Polaków chodzi do apteki po poradę. Wiedzę na temat leków czerpiemy głównie z Internetu. Rusza kampania edukacyjna „Po pierwsze farmaceuta”.**

**Polacy ufają farmaceutom, ale nie wiedzą, czego mogą od nich oczekiwać – ich pracę kojarzą przede wszystkim ze sprzedażą leków. To najważniejsze wnioski z ogólnopolskiego badania przeprowadzonego przez agencję Biostat na zlecenie Fundacji Aflofarm i Naczelnej Izby Aptekarskiej. Obie instytucje rozpoczęły 11 kwietnia pierwszą w historii zawodu farmaceuty ogólnopolską kampanię wizerunkową „Po pierwsze farmaceuta”. Akcja ma charakter edukacyjny. Jej celem jest przede wszystkim pokazanie Polakom, że farmaceuta to nie tylko sprzedawca, lecz przede wszystkim ekspert w dziedzinie farmakologii i zdrowia.**

– *Chcemy pokazać polskim pacjentom, że mogą oczekiwać od nas czegoś więcej, że nasze kompetencje i uprawnienia nie sprowadzają się jedynie do wydawania leków. To pierwsza tak nowoczesna i korzystająca z tak licznych kanałów dotarcia kampania samorządu aptekarskiego w Polsce –* podkreśla prezes Naczelnej Rady Aptekarskiej Elżbieta Piotrowska-Rutkowska.

– *Fundacji Aflofarm zależy na tym, by Polacy w odpowiedzialny sposób dbali o swoje zdrowie. Farmaceuci mogą im w tym pomóc – to bardzo dobrze wykształceni specjaliści, którzy posiadają szeroką wiedzę z zakresu farmakologii i potrafią doradzić w wielu dolegliwościach zdrowotnych, a w razie potrzeby – zalecić wizytę u lekarza. Tymczasem, jak pokazały badania, Polacy wiedzę na temat leków czerpią przede wszystkim z Internetu. I to w sytuacji, w której tuż za rogiem mają najlepszego specjalistę w tej dziedzinie* – podkreśla prezes zarządu Fundacji Aflofarm, Tomasz Furman.

**Tylko 13% Polaków korzysta z porad farmaceuty**

W blisko 14 tys. polskich aptek pracuje w sumie 27 tys. farmaceutów. Polacy spotykają ich każdego dnia – codziennie nawet dwa miliony pacjentów odwiedza swoje apteki. Głównie po to, by kupić lek – taki był cel ostatniej wizyty w tym miejscu prawie 70% Polaków. Pokazały to badania przeprowadzone przez niezależną agencję badawczą Biostat na zlecenie Fundacji Aflofarm i Naczelnej Izby Aptekarskiej. To pierwsze w historii tak kompleksowe badania, w których udział wzięło 380 farmaceutów i 1067 pacjentów. Ich celem było sprawdzenie, jak obie grupy postrzegają zawód farmaceuty i jak wygląda relacja na linii magister farmacji – pacjent. Ich szczegółowe wyniki wraz z analizą opublikowane zostały w raporcie [„Farmaceuta w Polsce. Ogólnopolskie badania wizerunkowe 2019”](http://www.popierwszefarmaceuta.pl).

Aby uzyskać poradę w zakresie drobnych dolegliwości zdrowotnych do apteki udało się jedynie 13,4% Polaków. Po poradę dotyczącą leków – jeszcze mniej, bo zaledwie 10,2%. To zaskakuje, bo z tych samych badań wynika, że farmaceutom ufa ponad 90% Polaków.

– *Wynik na poziomie 90,4% oznacza wyjątkowo duży kredyt zaufania, jaki pokładamy w farmaceutach. Dlaczego więc pacjenci nie korzystają z ich porad? Bo nie wiedzą, że mogą o nie poprosić* – zauważa prezes zarządu Fundacji Aflofarm, Tomasz Furman.

W istocie, aż trzy czwarte Polaków kojarzy pracę farmaceuty przede wszystkim ze sprzedażą leków. Trzykrotnie mniej (27%) – z udzielaniem fachowych porad na ich temat. Nie wiedząc, że specjalistę od leków mają na wyciągnięcie ręki, informacji o działaniu leków czy skutkach ubocznych pacjenci szukają przede wszystkim w Internecie (64%). Farmaceuta/apteka jako źródło wiedzy o lekach wymieniany jest jedynie przez 34% Polaków.

**Farmaceuci zadowoleni z pracy, ale oczekują większych uprawnień**

Farmaceuci zapytani o to, czy są zadowoleni ze swojej pracy w zdecydowanej większości odpowiedzieli tak (82,6%), choć ponad połowa (54%) uważa, że ich kompetencje nabywane podczas wielu lat ciężkich studiów i później, w trakcie wykonywania zawodu, nie są w pełni wykorzystywane.

– *Za farmaceutami stoi profesjonalne przygotowanie merytoryczne, wymagające 5,5-letnie studia medyczne oraz wiedza o lekach, jakiej nie posiadają przedstawiciele innych zawodów. Dzięki tym umiejętnościom farmaceuci mogą mieć realny wpływ na poprawę bezpieczeństwa farmakoterapii i jakość opieki nad pacjentami, a także przyczynić się do poprawy funkcjonowania i wydajności systemu ochrony zdrowia w naszym kraju. Niestety ten potencjał i wiedza nie są wystarczająco wykorzystywane* – mówi prezes Naczelnej Rady Aptekarskiej, Elżbieta Piotrowska-Rutkowska.

Dwie trzecie magistrów farmacji oczekuje w związku z tym większych uprawnień w stosunku do pacjentów. Farmaceuci deklarują, że są gotowi świadczyć dodatkowe usługi, m.in. przegląd stosowanych leków pod kątem możliwych interakcji.

**Różne opinie farmaceutów i pacjentów**

Badanie pokazało też rozbieżności między w tym, jak zawód farmaceuty postrzegają pacjenci oraz sami farmaceuci. I tak, na przykład, 83,4% farmaceutów uważa, że pacjenci kierują się ich rekomendacjami podczas podejmowania decyzji o zakupie leku. Tymczasem tylko 11% pacjentów przyznało, że faktycznie tak jest. Największy wpływ na lekowe decyzje Polaków ma lekarz – i zgadzają się z tym obie grupy (aż 92,6% farmaceutów i 63,4% pacjentów).

Dużą różnicę widać też w tym, jak obie grupy postrzegają samą aptekę. Dla 94,5% farmaceutów jest to ważny punkt konsultacji zdrowotnych, niezależny od gabinetów lekarskich. Jednocześnie tylko 35% pacjentów kojarzy aptekę jako miejsce, w którym otrzymać można poradę w zakresie zdrowia.

**Działania na dużą skalę**

Kampania edukacyjna „Po pierwsze farmaceuta”, prowadzona wspólnie przez Naczelną Izbę Aptekarską i Fundację Aflofarm, ma za zadanie wzmocnić wizerunek zawodu farmaceuty w Polsce. Będzie realizowana do września przy użyciu różnorodnych środków i kanałów komunikacji. Raport [„Farmaceuta w Polsce. Ogólnopolskie badania wizerunkowe 2019”](http://www.popierwszefarmaceuta.pl) jest jednym z nich.

*– Taka kampania jest niezbędna, nie tylko w kontekście promocji zawodu farmaceuty, ale również rozwiązań prawnych. Mam tutaj na myśli długo oczekiwaną przez całe środowisko ustawę o zawodzie farmaceuty – zauważa prezes Naczelnej Izby Aptekarskiej, Elżbieta* Piotrowska-Rutkowska.

W ramach kampanii planowana jest emisja spotu wizerunkowego promującego zawód farmaceuty oraz czterech animowanych spotów edukacyjnych. Polacy dowiedzą się z nich, w czym może im pomóc magister farmacji i jak wygląda proces jego kształcenia. Jeden z filmów opowiadać będzie o zawodzie farmaceuty szpitalnego, z którego istnienia niewielu pacjentów zdaje sobie sprawę. Ostatni spot poruszy natomiast temat opieki farmaceutycznej i pokaże, jaką rolę może odgrywać farmaceuta w polskim systemie opieki zdrowotnej, o ile rozwiązanie to zostanie wprowadzone w naszym kraju w sposób systemowy. Badania pokazały, że 39,4% Polaków nie wie, czym jest opieka farmaceutyczna i jaki mógłby być jej zakres.

– *Trzeba podkreślić, że zależy nam przede wszystkim na tym, by dotrzeć bezpośrednio do pacjentów. Dlatego będziemy szeroko dystrybuować tysiące ulotek informacyjnych mówiących o uprawnieniach farmaceuty. Polacy dowiedzą się z nich m.in. o tym, że magister farmacji pomoże im skompletować wakacyjną apteczkę, doradzi, jak przechowywać leki, poinformuje o interakcjach czy udzieli porad w drobnych problemach zdrowotnych, a w razie potrzeby zaleci wizytę u specjalisty* – prezes zarządu Fundacji Aflofarm, Tomasz Furman.

Organizatorzy chcą także zaangażować w dyskusję o zawodzie środowisko akademickie, w tym przede wszystkim studentów farmacji. Dlatego zaplanowali dyskusje panelowe, które odbędą się na wybranych uczelniach medycznych w całym kraju w kwietniu i w maju.

Akcję edukacyjną zakończy merytoryczna debata na temat przyszłości zawodu farmaceuty w Polsce, która odbędzie się we wrześniu, podczas Ogólnopolskiego Dnia Aptekarza.

Informacje dotyczące kampanii, zawodu farmaceuty oraz pełną wersję raportu: „Farmaceuta w Polsce. Ogólnopolskie badania wizerunkowe 2019” znaleźć można na stronie internetowej kampanii: [www.popierwszefarmaceuta.pl](http://www.popierwszefarmaceuta.pl).

**Kontakt dla mediów:**

**Tomasz Leleno** | Rzecznik Prasowy | Naczelna Izba Aptekarska |+48 694 414 343 | t.leleno@nia.org.pl

**Katarzyna Liberska-Kinderman** |Head of PR & Communications | Fundacja Aflofarm |+48 501 518 065|

katarzyna.kinderman@aflofarm.pl

**O kampanii „Po pierwsze farmaceuta”**
Kampania edukacyjna „Po pierwsze farmaceuta”, prowadzona wspólnie przez Naczelną Izbę Aptekarską i Fundację Aflofarm, ma za zadanie wzmocnić i poprawić wizerunek zawodu farmaceuty w Polsce. Farmaceuci to profesjonalny, wykwalifikowany personel, który dziennie udziela 2 mln porad. Pacjenci mogą skorzystać z profesjonalnych usług blisko 27 tys. aptekarzy pracujących w ok. 14 tys. aptek. Apteki to najłatwiej dostępny element systemu ochrony zdrowia bez konieczności wcześniejszego umawiania terminu wizyty. Mogą być pierwszym miejscem, do którego pacjenci udają się po poradę.
Kampania będzie realizowana przy użyciu różnorodnych środków i kanałów komunikacji. W jej ramach planowana jest emisja spotu promującego zawód farmaceuty oraz dodatkowych spotów edukacyjnych, a także szereg innych działań promocyjnych, zarówno off- jak i online. Zachęcamy do śledzenia kampanii na Facebooku ([facebook.com/popierwszefarmaceuta](http://www.facebook.com/popierwszefarmaceuta)) oraz na stronie internetowej: [www.popierwszefarmaceuta.pl](http://www.popierwszefarmaceuta.pl/).

**O Fundacji Aflofarm**
Fundacja Aflofarm została powołana do życia w celu wspierania ochrony zdrowia i jakości życia przyszłych pokoleń Polaków poprzez promocję profilaktyki zdrowotnej i aktywnego stylu życia oraz popularyzowanie wiedzy z zakresu farmacji i medycyny.
Poprzez swoją działalność Fundacja Aflofarm chce także wspierać badania i inicjatywy, które przyczyniają się do rozwoju nauki w tych dziedzinach.
Oprócz głównego celu, Fundacja realizuje cele poboczne, które w dłuższej perspektywie przekładają się na jakość życia ludzi w otaczającym nas świecie. Takimi celami są m.in. walka z nikotynizmem, wsparcie placówek medycznych i wsparcie środowisk naukowych i grup zawodowych z obszaru farmacji i medycyny. Mamy nadzieję, że poprzez naszą działalność dołożymy kolejną cegiełkę do budowania ogólnego dobrobytu, a także kreowania zdrowych i właściwych postaw społecznych.

**O Naczelnej Izbie Aptekarskiej**
Naczelna Izba Aptekarska jest organem samorządu zawodu aptekarskiego i reprezentuje zawodowe, społeczne i gospodarcze interesy ponad 30 tys. farmaceutów. NIA sprawuje pieczę i nadzór nad należytym wykonywaniem zawodu farmaceuty, który ma na celu ochronę zdrowia publicznego.
Wśród najważniejszych obowiązków Naczelnej Izby Aptekarskiej należy wymienić m.in.:reprezentowanie zawodu aptekarza i obronę jego interesów, troskę o zachowanie godności i niezależności zawodu, integrację środowiska zawodowego farmaceutów. Naczelna Izba Aptekarska została utworzona w 1991 r. na mocy ustawy o Izbach Aptekarskich. Organami NIA są m.in. Krajowy Zjazd Aptekarzy i Naczelna Rada Aptekarska, którą tworzą: Prezes NRA, prezesi okręgowych rad aptekarskich oraz członkowie wybrani przez Krajowy Zjazd Aptekarzy. Naczelna Rada Aptekarska wybiera spośród swoich członków Prezydium, które podejmuje decyzje i zajmuje stanowiska w sprawach załatwianych przez organy samorządu zawodowego.