



**Starptautisko inovatīvo farmaceitisko  
firmu asociācija**

Skolas iela 3, Rīga, LV-1010  
Tālrunis: +371 29110062  
e-pasts: siffa@siffa.lv  
web: www.siffa.lv



**Latvijas Patentbrīvo Medikamentu  
Asociācija**

Mūrnieku iela 12A – 2, Rīga, LV-1009  
Tālrunis: + 371 27829001  
e-pasts: lpma@lpma.lv  
web: www.lpma.lv

---

*SIFFA un LPMA Ētikas komisija*

---

Ētikas komisijas sēdes protokols Nr.04 – 2024  
**2024.gada 22.oktobris**

**Komisija:**

1. Dita Dzērviniece, komisijas locekle.
2. Anda Gedrovica, komisijas locekle;
3. Arta Kleinberga, komisijas locekle;
4. Sandra Kļaviņa, komisijas locekle;
5. Angelika Krūmiņa, komisijas locekle;
6. Inta Saprovska, komisijas priekšsēdētāja.

**Pieaicinātās personas:**

1. \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_;
2. \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_;
3. \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_.

**Darba kārtība:**

**1. Par receptšu zāļu reklāmu sabiedrībai**

Starptautisko inovatīvo farmaceitisko firmu asociācijas un Latvijas Patentbrīvo Medikamentu Asociācijas Ētikas komisija (turpmāk – Komisija) ir saņēmusi informāciju (02.10.2024., 1.pielikums) par to, ka \_\_\_\_\_ teātra \_\_\_\_\_ izrādē “\_\_\_\_\_” [links] tiek lietoti zāļu, tostarp receptšu, nosaukumi gan pozitīvā, gan negatīvā kontekstā (piem., negatīvi par kompānijas \_\_\_\_\_ zālēm \_\_\_\_\_ un \_\_\_\_\_ un negatīvā gaismā apspēlēta arī kompānija \_\_\_\_\_).

Pie tam izrādes programma veidota kā zāļu kastīte ar pievienotu blisteri un lietošanas instrukciju, kurā figurē tādi zīmoli kā \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ u.c. receptšu zāles, tostarp \_\_\_\_\_, un neregistrēta substance (\_\_\_\_\_).

Par spīti inovatīvajam skatījumam un risinājumam teātra kontekstā, Komisijas ieskatā izrādē tomēr ir runa par receptšu zāļu reklāmu. No zāļu ražotāju prakses arī zināms, ka nav atbalstāma jebkādu saldumu ražošana un iepakošana, kas atgādina medikamentu, kas ir maldinoša, jo var būtiski apdraudēt bērnu veselību. Tāpēc, elektroniski sazinoties, Komisija lēma lūgt Veselības inspekciju (VI) izvērtēt šo gadījumu.

Komisija

**Nolemj (Par – 6, Pret – 0, Atturas – 0):**

Lūgt Veselības inspekciju izvērtēt “zāļu kastītes” un par receptšu zālēm lietošanas instrukcijā un izrādē paustā atbilstību normatīvajiem aktiem un pārkāpuma gadījumā informēt teātra atbildīgās personas par nepieciešamību tos ievērot.

## 2. Par zāļu reklāmu speciālistiem

I.Saprovskā informē: Komisija ir saņēmusi sūdzību (03.10.2024., 2.pielikums) par medikamenta \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), RAĪ \_\_\_\_\_ (turpmāk – \_\_\_\_\_ un Reklāma) speciālistiem (3.pielikumā).

Iesniedzējs vērš uzmanību uz Reklāmā iekļautajiem apgalvojumiem, kas ietver norādes “vienīgais” un “tikai” un ka \_\_\_\_\_ rekomendē Eiropas \_\_\_\_\_ asociācijas (\_\_\_\_\_) un Amerikas \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) vadlīnijas (turpmāk – Vadlīnijas) sekojoši:

1.“Atbilstoši \_\_\_\_\_ vadlīnijām \_\_\_\_\_ ir vienīgais \_\_\_\_\_, kas būtiski samazina \_\_\_\_\_ nāves risku visā \_\_\_\_\_ diapazonā, pamatojoties uz apkopoto analīzi<sup>1,3</sup>”.

2.“Jaunākās \_\_\_\_\_ vadlīnijas pirmās līnijas terapijā TAGAD rekomendē \_\_\_\_\_ kā \_\_\_\_\_ visā \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) spektrā<sup>1,2\*</sup>” un “\_\_\_\_\_ rekomendē \_\_\_\_\_ kā \_\_\_\_\_<sup>1,2</sup>”

3.“TIKAI \_\_\_\_\_ būtiski samazina \_\_\_\_\_ nāves risku \_\_\_\_\_ pacientiem, atbilstoši \_\_\_\_\_ un \_\_\_\_\_ vadlīnijām.<sup>2,5</sup>”

Iesniedzēja ieskatā šādas Vadlīniju teksta un rekomendāciju interpretācijas izmantošana Reklāmā neveicina racionālu zāļu izrakstīšanu, neobjektīvi atspoguļo \_\_\_\_\_ Vadlīniju, to papildinājuma un \_\_\_\_\_ Vadlīniju norādes par \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ izvēli un vienpusēji pārspīlēti akcentē reklamējamo zāļu īpašības, kā arī nav ievērota prasība, ka veselības aprūpes speciālistiem (VAS) paredzētajā zāļu reklāmā iekļautajai informācijai jābūt precīzi citētai no medicīnas žurnāliem vai citiem zinātniskiem izdevumiem.

\_\_\_\_\_ sniedza Komisijai sekojošu paskaidrojumu (15.10.2024., 4.pielikums):

1. \_\_\_\_\_ “reklāmā ir atsauce uz \_\_\_\_\_ vadlīnijām, konkrēti, to daļu, kurā ir norāde uz \_\_\_\_\_ klīnisko efektivitāti \_\_\_\_\_ mirstības mazināšanā, balstoties uz divu klīnisko pētījumu - \_\_\_\_\_ un \_\_\_\_\_ – apkopoto analīzi. Minētajās vadlīnijās nav norādes uz līdzīgu terapeitisku efektivitāti individuāli \_\_\_\_\_.”

2. \_\_\_\_\_ “reklāmā ir korekti norādīts, ka \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) kā \_\_\_\_\_ zāļu grupas pārstāvis ir rekomendēts visā \_\_\_\_\_ spektrā. Un \_\_\_\_\_ rekomendē \_\_\_\_\_ kā \_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_ materiālā ir norāde uz to, ka \_\_\_\_\_ ārstēšanā \_\_\_\_\_ ir rekomendēta kā klase, ne tikai \_\_\_\_\_.”

3. “Prasījuma iesniedzēja sagatavotajā atsauces ekrānšāviņā ir iekļauta atbilde uz uzdoto jautājumu: \_\_\_\_\_, **vērtējot individuāli**, balstoties uz pētījuma \_\_\_\_\_ rezultātiem samazināja \_\_\_\_\_ mirstību \_\_\_\_\_ pacientiem, savukārt \_\_\_\_\_, **vērtējot individuāli**, balstoties uz pētījuma \_\_\_\_\_ rezultātiem, nesamazināja \_\_\_\_\_ mirstību \_\_\_\_\_ pacientiem.” priekšrocības.

\_\_\_\_\_ norāda, ka “pašreiz materiāls netiek aktīvi izmantots” un uzskata, ka “Reklāma ir pamatota un pēc būtības atbilst visām normatīvo aktu prasībām.”

Komisija izvērtēja Reklāmas atbilstību Kodeksa prasībām pēc būtības. Komisijas ieskatā Reklāmā nav norādīta būtiskākā zāļu aprakstā norādītā informācija, tostarp zāļu forma un stiprums. Trīs būtiskākās atsauces Reklāmā nav precīzi norādītas (nav minēts publikācijas nosaukums, piemēram, ka tās ir Vadlīnijas). Minēto atsauču izmantošana citēšanai par \_\_\_\_\_ kā “vienīgi” un “tikai” nav pamatota, un šādi formulējumi Komisijas ieskatā ir vērtējami pat kā salīdzinošā reklāma. Bez tam Vadlīnijas neiesaka konkrētu zāļu zīmolus. Vadlīnijas rekomendē abus \_\_\_\_\_ (gan \_\_\_\_\_, gan \_\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ ārstēšanai, nenorādot jebkādas \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ izvēles (“vienīgais”, “tikai”, kā arī attiecībā uz “tagad”, “īstais brīdis”) priekšrocības saistībā ar \_\_\_\_\_ mirstību. Vienlaikus Komisija atzīmē, ka Reklāma tika izplatīta speciālistiem vēl nesen, \_\_\_\_\_ .2024. Latvijas \_\_\_\_\_ asociācijas konferences laikā.

Komisija saņēma arī eksperta vērtējumu par Reklāmas atbilstību normatīvajiem aktiem.

Tiekoties ar \_\_\_\_\_ pārstāvjiem, pārrunātas atšķirības kompānijas un Komisijas ieskatā par Reklāmu, tostarp rodot izpratni, kā kompānijai turpmāk veidot zāļu reklāmas, papildinot tās ar būtiskākajiem zāļu apraksta datiem, noformējot atsauces un citējot, formulējot produkta priekšrocības (piemēram, “būtisks” – statistiski ticams u.c.), lai izvairītos no neprecizitātēm, pārspīlējumiem, neatbilstošiem uzsvāriem un speciālistu maldināšanas. Vadlīnijas nepiemin konkrētu zāļu zīmolus, bet SNN (*INN*); tāpēc atsauce uz zīmolu nosaukumiem Vadlīnijās nebūtu jāizmanto.

Līdzīgs \_\_\_\_\_ reklāmas pārkāpums tika konstatēts jau 20 \_\_\_\_\_ gadā (skat. \_\_\_\_\_ .20 \_\_\_\_\_ . protokolu nr. \_\_\_\_\_ -20 \_\_\_\_\_).

### KONSTATĒTS:

1.SIFFA un LPMA Labas prakses un ētikas kodeksa (turpmāk – Kodekss) 2.01., 3.01., 3.03. un 4.pantu pārkāpumi:

2.01. Ievērojot piemērojamos valsts normatīvos aktus, visos reklāmas materiālos ir skaidri un saprotami jānorāda šāda informācija:

- a. būtiska informācija, kas atbilst zāļu aprakstam, norādot datumu, kad šī informācija ir sniegta vai pēdējo reizi pārskatīta [..].
- 3.01. Reklāmam ir jābūt precīzai, pamatotai, godīgai, objektīvai un pietiekami pilnīgai, lai VAS pats varētu spriest par attiecīgo Zāļu ārstniecisko vērtību. Tai jābūt balstītai uz visu būtisko faktu jaunāko novērtējumu un skaidri jāatspoguļo šie fakti. Tā nedrīkst būt maldinoša faktu sagrozījumu, pārspīlējumu, neatbilstošu uzsvāru, izlaidumu vai citu iemeslu dēļ.
- 3.03. Reklāmam ir jāveicina racionāla Zāļu lietošana, informējot par tām objektīvi un nepārspīlējot to īpašības. Reklāmā nedrīkst norādīt, ka Zālēm vai to aktīvajai vielai piemīt īpašas spējas vai īpašības, ja tas nav pierādāms.
4. Citātiem no medicīniskās un zinātniskās literatūras vai personiskās saziņas ir jābūt precīziem (izņemot gadījumus, kad citāts ir jāpielāgo vai jāpārveido, lai nodrošinātu atbilstību Kodeksa prasībām; tādā gadījumā ir skaidri jānorāda, ka attiecīgais citāts ir pielāgots un/vai pārveidots), un ir precīzi jānorāda avots.
3. Pirmšķietami Ministru kabineta 2011.gada 17.maija noteikumu Nr.378 „Zāļu reklamēšanas kārtība un kārtība, kādā zāļu ražotājs ir tiesīgs nodot ārstiem bezmaksas zāļu paraugus” (turpmāk – Noteikumi) 7.1., 7.2., 7.3., 19.1., 21.1. un 21.2.punktu pārkāpumi:

- 7.1. reklāmā sniegtā informācija atbilst zāļu aprakstā norādītajām ziņām;
- 7.2. reklāmā sniegtā informācija veicina racionālu zāļu lietošanu, ir objektīva un nepārspīlē zāļu īpašības;
- 7.3. reklāma nav maldinoša;
19. Speciālistiem paredzētajā zāļu reklāmā norāda vismaz šādu informāciju:
- 19.1. būtiskāko informāciju, kas atbilst zāļu aprakstam;
21. Speciālistiem paredzētajā zāļu reklāmā iekļautajai informācijai jābūt:
- 21.1. precīzai, aktualizētai, pārbaudāmai un pilnīgai, lai saņēmējs varētu spriest par attiecīgo zāļu terapeitisko vērtību;
- 21.2. precīzi citētai no medicīnas žurnāliem vai citiem zinātniskiem izdevumiem ar norādi uz citātu, tabulu un citu uzskates materiālu avotiem.

#### Komisija

#### **Nolemj (Par – 6, Pret – 0, Atturas – 0):**

1. Pamatojoties uz Kodeksa Sūdzību izskatīšanas kārtības V nodaļas 1.2.punktu, informāciju par konkrēto gadījumu un tā sakarā pieņemto Komisijas lēmumu darīt zināmu SIFFA un LPMA biedriem, nenosaucot atbildētāju, un, pamatojoties uz 3.3.punktu, Komisijas lēmumu (izrakstu) nosūtīt sūdzības iesniedzējam un atbildētājam 2 nedēļu laikā.
2. Komisija aicina atbildētāju nekavējoši izņemt Reklāmu no aprites un, pamatojoties uz Kodeksa Sūdzību izskatīšanas kārtības V nodaļas 5.punktu, 2 nedēļu laikā kopš lēmuma saņemšanas rakstiski informēt Komisiju par paveikto, apliecinot apņemšanos novērst atkārtotus šādu pārkāpumu gadījumus.

### **3.Par \_\_\_\_\_ sponsorētu braucienu speciālistiem**

I.Saprovska informē: Komisija ir saņēmusi sūdzību (15.10.2024., 5.pielikums) par \_\_\_\_\_ (turpmāk - \_\_\_\_\_) rīkoti izklaides braucieni speciālistiem uz \_\_\_\_\_: VAS nesēn piedalījās “..kompānijas \_\_\_\_\_ rīkotā un apmaksātā ekskursijā uz \_\_\_\_\_ .. [VAS] regulāri izmanto šo piedāvājumu. Apmaksātas visas ēšanas (katrā reizē 3 – 5 ēdieni restorānā, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, skaistās vietās), ekskursijas (alas \_\_\_\_\_, stundas braucienā no viesnīcas, ezeri, izbrauciens ar laivu – katru dienu ekskursijas), lidojums, transfēri, viesnīca, arī SPA. Iekļauta arī ekskursija \_\_\_\_\_ rūpnīcā un dažu stundu saruna par kardioloģiju [..]. Lido uz \_\_\_\_\_ ar airbaltic, ceturtdien – svētdien. Personīgi aicina [..] no kompānijas, izveido whatsapp grupu, kurā dalās ar info.”

Uz Komisijas aicinājumu (15.10.2024.) sniegt informāciju, \_\_\_\_\_ (17.10.2024., 6.pielikums) atbildēja sekojošo:

- “1. \_\_\_\_\_ neorganizē un nesponsorē ārzemju braucienus (tostarp ceļa izdevumus, izmitināšanu, SPA, dalības maksas, ekskursijas, ēdināšanas u.tml.) veselības aprūpes speciālistiem.
2. \_\_\_\_\_ atbalsta veselības aprūpes speciālistu mūžizglītību atbilstoši Ētikas kodeksam, tostarp 12. pantam un 13. pantam, balstoties uz profesionālo asociāciju iesniegumiem ar lūgumu sniegt atbalstu izglītībai. Savu iespēju robežās \_\_\_\_\_ šādu atbalstu sniedz. Iepazīstoties ar vēstulē atreferēto sūdzības saturu un pārbaudot \_\_\_\_\_ saņemtos iesniegumus un slēgtos līgumus par atbalsta maksājumiem izglītībai, iespējams, sūdzība ir par starptautisku simpoziju, kas norisinājās \_\_\_\_\_ š.g. \_\_\_\_\_. Proti, \_\_\_\_\_

2024.gada \_\_.\_\_\_\_ saņēma iesniegumu no Latvijas \_\_\_\_\_ biedrības ar lūgumu veikt atbalstu šī starptautiskā pasākuma apmeklējumam veselības aprūpes speciālistiem (skatīt pielikumā iesniegumu). \_\_\_\_\_ atbalstīja Latvijas \_\_\_\_\_ biedrības lūgumu, attiecīgi noslēdzot savstarpēju līgumu par atbalsta maksājuma izglītībai piešķiršanu. Taču vienlaikus \_\_\_\_\_ vērš Ētikas komisijas uzmanību, atbilstoši starp \_\_\_\_\_ un Latvijas \_\_\_\_\_ biedrību noslēgtajam līgumam par atbalsta maksājumiem izglītībai, Latvijas \_\_\_\_\_ biedrība brīvi un pēc saviem ieskatiem izraugās delegātus, kuru dalības nodrošināšanai konferencē tiek izlietots atbalsta maksājums vai tā daļa. Un \_\_\_\_\_ uzsver, ka tai nav informācijas ne par pasākuma dalībniekiem, ne izmitināšanām un nokļūšanas iespējām uz starptautisko simpoziju, vai kādām citām aktivitātēm, kas minētas sūdzībā.

Ņemot vērā minēto \_\_\_\_\_ norāda, ka sūdzība nav pamatota un \_\_\_\_\_ nav pārkāpusi Ētikas kodeksu.”

Komisijas ieskatā “\_\_\_\_\_” (turpmāk – Kongress) sponsorēšana, vienlaikus ņemot vērā \_\_\_\_\_ ražotnes apmeklējumu un pārspīlēto viesmīlību, nav attiecināma uz mūžizglītību veselības aprūpē (MVA) Kodeksa izpratnē, jo neatbilst nevienam no trim Kodeksā minētajām iespējām. Bez tam Kodekss nosaka, ka MVA nedrīkst iekļaut reklāmu un ka:

“Finansējot neatkarīgu medicīnisko izglītību vai organizējot MVA aktivitātes tieši vai sadarbībā ar trešajām pusēm, Dalībuzņēmumiem ir jānodrošina, ka to dalība un loma ir skaidri atzīta un acīmredzama jau no paša sākuma. MVA aktivitātēm ir jābūt godīgam, līdzsvarotam un objektīvam saturam, kas izstrādāts, lai ļautu paust daudzveidīgu uz pierādījumiem balstītu zinātnei un apmierinātu neapmierinātās izglītības vajadzības veselības aprūpē.”

Kompānija ir sponsorējusi nepilnas dienas pasākumu \_\_.\_\_.2024. (no plkst. 10:30-13:45), apmaksājot nepamatoti ilgu VAS uzturēšanos \_\_\_\_\_ no \_\_.-\_\_.2024. Ja tā ir sponsorējusi tikai zinātnisko daļu, tad, ņemot vērā, ka pasākuma sponsors ir \_\_\_\_\_ mātes firma, papildus minētās izklaides, iespējams, tika nodrošinātas centralizēti. Bez tam \_\_\_\_\_ mājaslapā par šīs konferences apmeklēšanu nav piešķirti kredītpunkti, kā tas pārsvarā ir par citiem pasākumiem.

Tiekoties ar \_\_\_\_\_ pārstāvi, noskaidrots, ka, piešķirot finansiālo atbalstu Latvijas \_\_\_\_\_ biedrībai speciālistu dalībai Kongresā, netika noskaidroti ne pasākuma programma, ne sponsori un VAS nepieciešamais uzturēšanās ilgums ārvalstīs, kā arī līgumā netika paredzēta atpakaļsaikne par konkrētu VAS dalību Kongresā pēc tā, lai turpmāk publiskotu datus atbilstoši normatīvajiem aktiem, ar ko pārstāvis nebija pienācīgi iepazinies (Noteikumu 32.punkts). Kongress tika nepamatoti novērtēts kā MVA. Nenotika saziņa ar \_\_\_\_\_ mātes firmu, kas bija vienīgā pasākuma sponsore, lai noskaidrotu par viesmīlību kongresa delegātiem un tās ētiskumu.

Komisija

**Nolemj (Par – 6, Pret – 0, Atturas – 0):**

Lūgt Latvijas \_\_\_\_\_ biedrības skaidrojumu par VAS dalību Kongresā un pieņemt lēmumu par Kongresa sponsorēšanas atbilstību Kodeksam un normatīvajiem aktiem pēc atbildes saņemšanas.

#### **4.Par iespējamu neētisku rīcību**

I.Saprovska informē: Komisija saņēma ārsta \_\_\_\_\_ iesniegumu (16.10.2024., 7.pielikums) par iespējamu ētikas pārkāpumu. Iesniedzējs lūdz izvērtēt \_\_\_\_\_ rīcību \_\_.\_\_.2024. RSU rīkotajā konferencē "\_\_\_\_\_", kurā viņš \_\_\_\_\_ ārstu \_\_\_\_\_, nosūtot notikuma video (links), un lūdz sniegt arī Komisijas atzinumu par minēto notikumu.

SIFFA un LPMA Labas prakses un ētikas kodeksa (turpmāk – Kodekss) piemērošanas joma ir recepšu zāļu reklāma, bet informācijas publiskošana par sniegto finansiālo un nefinansiālo atbalstu gan veselības aprūpes organizācijām (VAO), gan speciālistiem (VAS) un pacientu organizācijām (PO) skar gan recepšu, gan bezrecepšu zāles. Kodekss attiecas arī uz dalībuzņēmumu sadarbību ar VAS un VAO, tostarp saistībā ar pētniecību vai iesaistīto pušu savstarpējām līgumattiecībām (tas ietver noteiktus klīnisko pētījumu aspektus, zāļu lietošanas novērojumus, konsultācijas un konsultatīvās padomes darbu) un sadarbību ar PO.

Saskaņā ar Kodeksa Sūdzību izskatīšanas kārtību Ētikas komisija izskata 1) jautājumus un sūdzības par konkrētu zāļu reklamēšanas gadījumu atbilstību Kodeksa un normatīvo aktu prasībām un 2) ar zāļu reklāmu saistītas sūdzības par citām fiziskām un juridiskām personām.

Tādējādi Komisijas kompetencē neietilpst SIFFA un LPMA dalībkompāniju darbinieku vispārpieņemto uzvedības normu, tostarp ētiskuma, ievērošanas izvērtēšana, tāpēc Komisija nevar sniegt pieprasīto atzinumu.

Komisijas ieskatā gan SIFFA, gan LPMA rūpēs par nozares tēlu augsti ētikas standarti ir asociāciju prioritāte, un diskusijām ir jābūt balstītām uz faktiem un savstarpēju cieņu.

Komisija

**Nolemj (Par – 6, Pret – 0, Atturas – 0):**

Pieņemt informāciju zināšanai un informēt SIFFA valdi par saņemto iesniegumu.

#### 4. Citi jautājumi

I.Saprovska informē: saņemti atsevišķi signāli (par 2 kompānijām) par to, ka speciālistiem joprojām tiek izplatītas, iespējams, iepriekš ražotas, bezrecepšu zāļu reklāmas lapiņas/blociņi to tālākai nodošanai pacientiem, kas saskaņā ar normatīvajiem aktiem (Noteikumu 18.6., 23.punkts) un Kodeksu (11.pants) nav atļauts.

Tuvojoties gada nogales svinībām, Komisija atgādina, ka izklaides pasākumu organizēšana vai sponsorēšana speciālistiem, tostarp loterijas un dāvanas, saskaņā ar Kodeksu (10., 12.pants), tā Piemērošanas noteikumiem un normatīvajiem aktiem (24.punkts) nav atļautas.

Komisija arī vērš uzmanību uz zāļu paraugu, īpaši recepšu zālēm, uzskaites un izlietošanas kārtības ievērošanu (Kodeksa 19.pants, Noteikumu 27.punkts), ņemot vērā signālus par iespējamiem pārkāpumiem, izsniedzot tos pacientiem, tostarp bez norādes “Bezmaksas paraugs”.

Komisija

**Nolemj (Par – 6, Pret – 0, Atturas – 0):**

1. Atgādināt SIFFA un LPMA biedriem par 19.10.2023. Komisijas sēdes protokola nr. 05-2023 pielikumā minēto, ko drīkst un ko nedrīkst izsniegt VAS, un Kodeksa dāvanu aizliegumu.

2. Atgādināt SIFFA un LPMA biedriem par pasākumu organizēšanas/sponsorēšanas kārtību un zāļu paraugu aprites kārtību atbilstoši normatīvajiem aktiem, Kodeksam un tā Piemērošanas noteikumiem.

Komisijas priekšsēdētāja

Inta Saprovska

*1.-7.pielikumi – nav pievienoti*