

Sponsoring wydarzeń sportowych organizowanych przez komisje sportu okręgowych izb lekarskich

STANOWISKO nr 4
KOMISJI ETYKI LEKARSKIEJ NACZELNEJ RADY LEKARSKIEJ
z dnia 22.10.2026 r.
w sprawie korzystania przez komisje sportu przy okręgowych izbach lekarskich, na potrzeby organizacji wydarzeń sportowych oraz udziału ich członków w tego rodzaju wydarzeniach, ze sponsoringu pochodzącego od podmiotów sektora przemysłu, w tym przemysłu medycznego.

Komisja Etyki Lekarskiej Naczelnej Rady Lekarskiej dostrzega znaczenie zaangażowania członków samorządu lekarskiego w działalność sportową, a w konsekwencji rosnącą aktywność komisji sportu przy okręgowych izbach lekarskich.

Niemniej rozważając kwestie finansowania tego rodzaju aktywności ze środków innych niż budżet okręgowej izby lekarskiej bądź korzystanie z dedykowanych funduszy, jak Fundusz reprezentacyjny dla lekarzy sportowców Naczelnej Rady Lekarskiej (utworzony uchwałą nr 6/25/IX z dnia 17 stycznia 2025r) należy uwzględnić konieczność podejmowania wyłącznie takich działań, które pozostają zgodne z przepisami prawa i etyką lekarską [I]

W szczególności w analizie propozycji sponsoringu pochodzącego od podmiotów sektora przemysłu, w tym przemysłu medycznego, zacząć należy od definicji sposnoringu.

Sponsoring jest to komercyjna umowa partnerska, w której sponsor (firma lub osoba) przekazuje środki finansowe, sprzęt lub usługi na rzecz sponsorowanego (w tym wypadku izby lub sportowca), a sponsorowany w zamian reklamuje markę i buduje jej pozytywny wizerunek w oparciu o własne zasoby [II]. W wypadku samorządu lekarskiego tymi zasobami są m.in. status samorządu zaufania publicznego oraz godność zawodu lekarza, a także rozpoznawalność poszczególnych członków samorządu. Tak rozumiany sponsoring nie jest bezinteresowną formą finansowania, bowiem konstytutywnym jej elementem jest wzajemność, a konkretnie zobowiązanie do promowania i reklamowania firmy sponsorującej przez sponsorowanego – lekarza lub izbę lekarską. Usługa sponsoringu, której celem jest podniesienie renomy sponsora i zwiększenie jego popularności w kręgu odbiorców, na który podmiot sponsorowany ma wpływ – a niewątpliwie Izba Lekarska wpływ na swoich członków ma - wykracza poza zadania instytucji zaufania publicznego [III], a co za tym idzie będzie niewłaściwa w świetle zasad współżycia społecznego [IV].

W opinii Komisji Etyki Lekarskiej Naczelnej Rady Lekarskiej finansowanie sportu lekarskiego poprzez korzystanie ze sponsoringu pochodzącego od podmiotów sektora przemysłu, w tym przemysłu medycznego jest niewłaściwe.

Uzasadnienie: Wynikające z umowy sponsorskiej zobowiązania do promowania firm przemysłu medycznego, czego celem jest przysporzenie pozytywnego wizerunku tym firmom oraz zwiększenie rozpoznawalności dla pozyskiwania dla nich nowych klientów, a więc jest działaniem z zakresu szeroko rozumianej reklamy, są sprzeczne z zasadami etyki lekarskiej. Stojąca u podstawy art. 71 Kodeksu Etyki Lekarskiej norma ma na celu ochronę godności, wizerunku i autorytetu zawodu lekarza [V]. Umowa sponsoringu pochodzącego od podmiotów sektora przemysłu, w tym przemysłu medycznego rodziłaby też wątpliwości w świetle art. 54.1 Kodeksu, gdyż „kluczowe wartości zawodu lekarza rozmijają się z wpisanym w istotę działalności gospodarczej

ukierunkowaniem na zysk", a konflikt interesów „stwarza niebezpieczeństwo dla wartości kształtujących lekarski etos" [VI]. Umowa sponsorska będzie rodzić uzasadnione obawy co do ograniczenia obiektywizmu opinii zawodowych lekarzy czy też podważyć zaufanie do zawodu lekarza.

Zadaniem Izby Lekarskiej jest m.in. dbanie o przestrzeganie zasad etyki lekarskiej oraz działania na rzecz ochrony godności zawodu lekarza. Skoro więc lekarze są zobowiązani do przestrzegania zasad takich, jak ochrona godności, wizerunku i autorytetu zawodu lekarza, a także dbanie o autonomię wykonywania zawodu, to samorząd lekarski nie powinien postępować wbrew nim i nie powinien podejmować działań sprzecznych z ideą zaufania publicznego, w szczególności mogących rodzić uzasadnione wątpliwości co do postępowania w zgodzie z zasadą nadrzędności dobra pacjenta. Zasada ta wyklucza uleganie mechanizmom rynkowym, naciskom społecznym czy też – jak w omawianej kwestii sponsorowania lekarskiego sportu - presji wynikającej ze zobowiązań umowy sponsorskiej. I nawet jeśli umowa sponsorska dotyczyć będzie promowania marki czy firmy, a nie konkretnych wyrobów lub produktów, to jednak nadal rzutuje niekorzystnie na postrzeganie swobody decyzyjnej lekarza, na jego autonomię.

Podsumowanie: w opinii Komisji Etyki Lekarskiej NRL nie jest właściwe pozyskiwanie źródeł finansowania swojej działalności, w tym takich jej przejawów jak sport lekarski w formach budzących uzasadnione wątpliwości etyczne, jak sponsorowanie przez firmy sektora przemysłowego, w tym przemysłu medycznego.

[I] Zgodnie z art. 54.1 KEL Lekarzowi nie wolno przyjmować korzyści od przedstawicieli przemysłu medycznego, jeżeli może to ograniczyć obiektywizm jego opinii zawodowych lub podważyć zaufanie do zawodu lekarza.

Zgodnie z art. 71.5 Niedopuszczalne jest wykorzystywanie autorytetu lekarza do promowania usług niezwiązanych z wykonywaniem zawodu lekarza.

Po prawdzie KEL nie odnosi się wprost do zakazu promocji czy reklamy produktów leczniczych czy wyrobów medycznych, jednak taki zakaz wynika z przepisów prawa, w szczególności:

Art.55.2.1) ustawy o wyrobach medycznych: Reklama wyrobu kierowana do publicznej wiadomości nie może wykorzystywać wizerunku osób wykonujących zawody medyczne lub podających się za takie osoby lub przedstawiać osób prezentujących wyrób w sposób sugerujący, że wykonują taki zawód;

Art. 55. 1. Ustawy Prawo farmaceutyczne: Reklama produktu leczniczego kierowana do publicznej wiadomości nie może polegać na:

1) prezentowaniu produktu leczniczego przez osoby znane publicznie, naukowców, osoby posiadające wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne lub sugerujące posiadanie takiego wykształcenia;

2) odwoływaniu się do zaleceń osób znanych publicznie, naukowców, osób posiadających wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne lub sugerujących posiadanie takiego wykształcenia

[II] Zgodnie z orzecznictwem sądowym m.in. oraz literatura przedmiotu m.in.: wyrok SN z dnia 23 maja 2023r, I CSK 515/2; wyrok SR łódź Śródmieście z dnia 02.09.2015 XVIII C 2255/15; wyrok SO Łódź z dnia 11.02.2016 r. III Ca 73/16, wyrok SO Olsztyn z dnia 07.05.2018 V Ga 378/17; Pismo Dyrektora Krajowej Informacji Skarbowej z dnia 07.10.2026r – Sponsoring klubów sportowych a ulga USR w CIT; Agnieszka Bodzek- Umowa sponsoringu- czy jest uregulowana prawnie?

[III] Patryk Ostrowski - Umowa sponsorska z gmina a ustawa o finansach publicznych;

[IV] Czyli niezgodna z art.353^1

[V] Karol Kolankiewicz Komentarz do art.71 w Kodeks Etyki Lekarskiej Komentarz red. Oktawian Nawrot i Artur de Rosier,

[VI] Małgorzata Gałązka, Zuzanna Gądzik komentarz do art.54 w Kodeks Etyki Lekarskiej Komentarz red. Oktawian Nawrot, Artur de Rosier; także Magdalena Dmuch Komentarz do art.54 w Kodeks Etyki Lekarskiej Komentarz red. Radosław Tymiński.