

Motion till riksdagen 2010/11:So294

av Fredrik Olovsson (S)

Skärpta krav på reklam för receptfria läkemedel

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om skärpt lagstiftning för marknadsföring av receptfria läkemedel.

Motivering

Den svenska läkemedelslagen förbjuder marknadsföring av receptbelagda läkemedel som riktas till allmänheten samt av humanläkemedel som inte har godkänts för försäljning. Marknadsföring är inte heller tillåten om den riktas till barn.

Marknadsföring av läkemedel ska, enligt lagen, främja en ändamålsenlig användning av produkten genom en aktuell, saklig och balanserad presentation. Den får därmed inte riskera att vara vilseledande och den ska stå i överensstämmelse med god sed för marknadsföring. Som konsument ska man klart kunna se att det är en annons för läkemedel. Man ska kunna förstå texten så att det inte finns risk för att användningen av läkemedlet kan medföra skada.

I reklamen ska också all information lämnas som är av betydelse för allmänheten och för personer som är behöriga att förordna eller lämna ut läkemedel. Endast sådan information som finns angiven på läkemedlets förpackning och bipacksedel får användas i detta syfte.

Det finns skäl att skärpa läkemedelslagen ytterligare. Läkemedel säljs i stora annonser i pressen och i radio och tv på ett alltmer påträngande sätt. Sångers och roliga figurer ska sälja läkemedel samtidigt som det talas tyst om de biverkningar som kan uppstå om man tar läkemedlet.

Beslutet om att riva upp apoteksmonopolet och de ökande möjligheterna att sälja receptfria läkemedel på andra försäljningsställen än apotek gör att försäljningen av receptfria läkemedel ökat utan att det finns indikationer på

Fel! Okänt namn på

att behoven ökat i samma utsträckning. Fler försäljningsställen och mer reklam driver försäljningen.

Det finns därför många goda skäl att skärpa reglerna för läkemedelsreklam på flera punkter. Det bör vara obligatoriskt att i samband med marknadsföring av receptfria läkemedel redogöra för läkemedlets biverkningar, kontraindikationer och effekt.

Den svenska lagstiftningen bör också kräva att de väsentligaste biverkningarna och kontraindikationerna återges med ljud eller ljud och bild vid reklam via radio och tv. Marknadsföringen bör anses vara vilseledande om biverkningar inte anges eller tonas ned.

Stockholm den 21 oktober 2010

Fredrik Olovsson (S)