

Motion till riksdagen 2009/10:So550

av Fredrik Olovsson (s)

Marknadsföring av läkemedel

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att lagstiftningen som reglerar läkemedelsreklam bör utrustas med krav om en kortfattad redogörelse för läkemedlets biverkningar, kontraindikationer och effekt.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att lagstiftningen som reglerar läkemedelsreklam ska kräva att de väsentligaste biverkningarna och kontraindikationerna återges med ljud eller ljud och bild vid reklam via radio och tv.
3. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att lagstiftningen som reglerar läkemedelsreklam bör anse marknadsföring av läkemedel vara vilseledande om biverkningar inte anges eller tonas ned.

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 läke-

Fel! Okänt namn på

medel. 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. Sånger och roliga figurer ska sälja läkemedel samtidigt som det talas tyst om de biverkningar som kan uppstå om man tar läkemedlet.

Den amerikanska läkemedelslagstiftningen är väl värd att granska. The Federal Food, Drug and Cosmetic Act (FFDCA) är den grundläggande livsmedels- och läkemedelslagen. Den innehåller bestämmelser om läkemedels säkerhet och effektivitet samt om märkning och paketering. Enligt lagen ska läkemedlets namn och verksamma substanser anges på visst sätt vid marknadsföring av receptbelagda läkemedel. Dessutom ska materialet innehålla en kortfattad redogörelse för läkemedlets biverkningar, kontraindikationer och effekt.

Ytterligare information om vad marknadsföring av läkemedel ska innehålla anges i Code of Federal Regulations (CFR). Där regleras bl.a. hur läkemedlets namn ska återges (t.ex. textstorlek) samt hur redogörelsen för läkemedlets biverkningar, kontraindikationer, varningar, rekommenderade försiktighetsåtgärder och effekt ska utformas. Redogörelsen får inte vara missledande vad gäller förhållandet mellan effekt och biverkningar. Vid reklam via radio och tv ska informationen rörande de väsentligaste biverkningarna och kontraindikationerna återges med ljud eller ljud och bild. Enligt lagen anses marknadsföringen vilseledande när biverkningar inte anges eller tonas ned.

I och med att riksdagen nu fattat beslut om slopande av utförsäljning av vissa apotek liksom ökade möjligheter att sälja receptfria läkemedel på andra försäljningsställen än apotek finns risker att läkemedelsreklamen kommer att öka i omfattning.

Det finns därför många goda skäl för att ta efter den amerikanska lagstiftningen för läkemedelsreklam på flera punkter. Jag anser att även den svenska lagstiftningen bör utrustas med krav om en kortfattad redogörelse 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 30 september 2009

Fredrik Olovsson (s)