

LÄKEMEDEL

det sänds i radios eller TVs annonsutrymme, eller publiceras som annonser i tidningar, säger Björn Beermann, professor på Läkemedelsverket.

Myndighetens linje är att patienterna måste skyddas från marknadsföring av receptbelagda läkemedel, men inte undanhållas information som de aktivt efterfrågar.

– Därför har vi inget emot att den som aktivt söker information ska kunna få den, säger Björn Beermann om den andra delen av förslaget.

Men även på Läkemedelsverket är man tveksam till lösningen där enskilda företag ska informera om sina enskilda läkemedel.

– Vi tycker i stället att det vore angeläget att ha en databas som alla kan använda med

en balanserad sjukdomsinformation med alla behandlingsalternativ. Det skulle kunna bygga på de europeiska medicinska sällskapens råd, som Europeiska kardiologföreningens råd om hypertoni, anpassat till patientspråk, säger Björn Beermann.

Mest positiva till förslaget är förstas läkemedelsföretagen själva.

– Vi tycker att det är självklart att vi ska informera om de produkter som vi har forskat fram, säger Per Lorentz, presschef på AstraZeneca.

AstraZeneca lyfter i sitt svar fram Sverige och Storbritannien som exempel på länder

där läkemedelsföretag kan förmedla icke-kommersiell information om sina recept-

»Vi tycker att det är självklart att vi ska informera om de produkter som vi har forskat fram.«

belagda läkemedel på ett ansvarsfullt sätt.

Per Lorentz har dock viss förståelse för den misstro mot läkemedelsbolagen som in-



Per Lorentz

formationskälla som framträder i många av svaren till EU-kommissionen.

– Vi redovisar alla våra forskningsresultat oavsett utfall. Misstron är därför felaktig utifrån ett AstraZenecaperspektiv, men jag förstår att det kan finnas den typen av uppfattningar, säger han.

EU-kommissionens förslag om att läkemedelsföretagen skulle få använda radio och TV som kanaler för informationen är inget som läkemedelsindustrin jublar över – färre än 20 procent av läkemedels-

firmorna är positiva medan 50 procent säger blankt nej, däribland AstraZeneca.

– Vi har svårt att se hur man skulle dra gränsen för att särskilja vad som är vad i dessa medier. Samma resonemang gäller för annonsplats i tidningar, säger Per Lorentz.

EU-kommissionens industridirektorat håller just nu på att färdigställa ett förslag till lagtext som kommer att gå på remiss till de andra direktoraten inom EU-kommissionen. Efter justeringar ska sedan lagförslaget lämnas till EU-parlamentet under oktober månad.

– Det är uppenbart att vi måste förändra förslaget och ta hänsyn till kritiken som vi fått, säger Ulla Närhi, administratör vid industridirektoratet i Bryssel och ansvarig för hanteringen av förslaget.

Fredrik Hedlund
frilansjournalist

Industrin börjar informera allmänheten

Trots den tydliga kritiken mot läkemedelsföretag som förmedlare av information om receptbelagda läkemedel till allmänheten går svenska Läkemedelsindustriföreningen i bräsch för utvecklingen och säger ja till sådan information på Internet.

Vid sitt senaste möte beslutade Läkemedelsindustriföreningen, LIF, att tillåta sina medlemsföretag att förmedla information om receptbelagda läkemedel till allmänheten via egna webbplatser. Informationen ska vara förhandsgranskad av Informationsgranskningsmannen och följa de regler för läkemedelsinformation som föreningen använder som måttstock för läkemedelsreklam. Men frågan är om det är tillåtet.

– Vi gör bedömningen att detta är okej. Reklam för receptbelagda läkemedel till allmänheten är fortfarande förbjudet, men efter de diskussioner vi har haft med jurister, kontrollmyndigheter och

politiker om var gränserna går så tolkar vi det så att om patienterna själva efterfrågar informationen så är det inte reklam, säger Richard Bergström, VD för LIF.

Webbplatserna kan ha do-männamn som är identiska med produktnamnet, men läkemedelsföretagen får inte aktivt marknadsföra webbplatserna eller spon-sora länkar till dem. Däremot kommer det att vara möjligt att länka till webbplatserna från Fass.se och att berätta om dem i hjälpmedel som överlämnas till patienterna av läkare eller annan hälso- och sjukvårdspersonal.

Informationen som presenteras får inte strida mot den produktresumé som Läkemedelsverket godkänt, men behöver inte innehålla all den



Richard Bergström

informationen, enligt LIFs nya regelverk. Precis hur det kommer att se ut och vilken information som kommer att tas med är ännu oklart.

– Det kommer att krävas en viss praxisutveckling här. Vad får man egentligen säga om ett cancerläkemedel eller ett antidepressivt läkemedel? Det finns ju ingen praxis utvecklad för det i dag, säger Richard Bergström.

LIFs agerande ses av många som ett sätt att flytta fram läkemedelsindustrins positioner i frågan om information om receptbelagda läkemedel till allmänheten.

– Ja, annars kunde de ju vara nöjda med vad de redan gör på Fass.se, säger Måns Rosén, direktör för Statens beredning för medicinsk utvärdering, SBU.

– Det är klart det är. Industrin gör precis det de ska göra, de försöker sälja sina läkemedel och de är väldigt duktiga

på det. Det är ju vi andra som måste bli duktigare på att ge alternativ och sätta in frågan i ett större sammanhang, säger Kerstin Hulter Åsberg, ordförande i Sveriges läkemedelskommittéers ordförandekollegium, LOK.

Björn Beermann på Läkemedelsverket menar att LIF nu föregriper EU-kommissionens process där denna fråga

är en del av förslaget som diskuteras. Han förhåller sig dock än så länge avvaktande till LIFs agerande.

– Det går inte att uttala sig om

hur vi kommer att reagera förrän vi har sett ett exempel. Det avgörande är om detta är marknadsföring eller inte, säger han.

LIFs tolkning att det inte är marknadsföring om patienten efterfrågar informationen vill han inte kommentera.

– Det får stå för dem, säger han.

Fredrik Hedlund

» ... om patienterna själva efterfrågar informationen så är det inte reklam ...«