

»Mærkevaretagsten«, der udgives af Danmarks Apotekerforening, er en prisliste indeholdende andre varer end lægemidler, som fås på de fleste apoteker.

Den ændrede formulering af bestemmelsen indebærer, at Sundhedsstyrelsen ikke i hvert enkelt tilfælde skal give tilladelse til, at ordet »apotek« anvendes. Kravet om, at varen i almindelighed forhandles på apotekerne, er opfyldt, hvis mere end halvdelen af apotekerne fører varen. Er det tilfældet, hvilket annoncøren på forlangende skal kunne dokumentere, kan ordet »apotek« anvendes.

Dokumentationskravet må i almindelighed anses for opfyldt, hvis varen er optaget i »Mærkevaretagsten«, eller hvis Danmarks Apotekerforening bekræfter, at varen fås på et flertal af apotekerne.

Kravet om, at varen i almindelighed forhandles på apotekerne, skal til enhver tid være opfyldt – og kunne dokumenteres. De tilladelser til at anvende ordet »apotek«, som Sundhedsstyrelsen tidligere har udstedt i medfør af § 26 i den nugældende lov, falder bort, når de nye regler træder i kraft.

Den foreslåede bestemmelse i § 32 svarer til den nugældende, bortset fra at det nuværende stk. 2 ophæves i konsekvens af, at Informationsnævnet foreslås nedlagt, jf. de almindelige bemærkninger og bemærkningerne til § 1, nr. 9 og 10.

Til § 1, nr. 9 og 10

Som beskrevet under de almindelige bemærkninger er hjemmelen til at etablere en statslig lægemiddelinformation aldrig blevet udnyttet. Og som følge af fremkomsten af andre kanaler til neutral information om lægemidler til læger m.fl., er planerne om, at staten skulle påtage sig denne opgave, uaktuelle.

Informationsnævnet, der skulle rådgive Sundhedsstyrelsen om den statslige lægemiddelinformation, har været inaktivt i en længere årrække. På denne baggrund foreslår regeringen lægemiddellovens bestemmelser om Informationsnævnet ophævet.

Hvis det senere skulle blive aktuelt med statslig lægemiddelinformation, vil Sundhedsstyrelsen dels kunne trække på sagkyndig ekspertise, der i forvejen er knyttet til styrelsen, dels kunne etablere en ad hoc-gruppe i informationsvirksomhedens startfase.

Til § 1, nr. 11

Der er alene tale om konsekvensrettelser som følger af, at de pågældende indstillingsberettigede har undergået organisatoriske ændringer og skiftet navn.

Til § 1, nr. 12

Reklamenævnet, der ved lægemiddellovens ikrafttræden i 1976 bestod af 9 medlemmer, er siden vokset til 13 medlemmer. Bortset fra formanden og næstformanden er medlemmerne af nævnet interesserepræsentanter.

Nævnets nuværende opgave er at rådgive Sundhedsstyrelsen i sager om reklame over for offentligheden.

Forslaget om, at kravet om forhåndsgodkendelse af lægemiddelreklamer ophæves, indebærer, at Sundhedsstyrelsens rolle på lægemiddelreklameområdet skifter karakter. Hvor styrelsen hidtil har skullet godkende alle (udkast til) reklamer, vil opgaven fremover blive dels at kontrollere, at de mere detaljerede materielle bestemmelser om reklame for lægemidler overholdes, dels at forfølge eventuelle overtrædelser.

I mange tilfælde vil Sundhedsstyrelsen umiddelbart kunne konstatere, om reglerne er overtrådt. Der vil f.eks. være tilfældet, hvis der mangler en oplysning, som reklamen skal indeholde, hvis en oplysning er forkert (f.eks. i betydningen: ikke i overensstemmelse med indholdet af produktresuméet for lægemidlet) eller hvis der reklameres for et receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden. I sådanne sager vil Sundhedsstyrelsen ikke have brug for at rådføre sig med Reklamenævnet. Som følge heraf er bestemmelsen udformet således, at Sundhedsstyrelsen kan rådføre sig med nævnet.

Det er hensigten, at Reklamenævnet i højere grad skal have karakter af et sagkyndigt nævn. Det forudsættes, at de 2 medlemmer, ministeren udpeger, skal være uafhængige af kommercielle interesser på lægemiddelområdet. De bør endvidere være jurister eller på anden måde have tilegnet sig viden, der gør dem egnede til at vurdere de ofte komplicerede juridiske problemstillinger, der indgår i afgørelser vedrørende lægemiddelreklame.

Som følge af forslaget vil følgende organisationer, der hidtil har været repræsenteret i Reklamenævnet, miste denne repræsentation:

Danske Dagblades Forening, Sygesikringens Forhandlingsudvalg, Danmarks Apotekerforening, Dansk Industri, Det Danske Handelskammer og Detailhandelens Fællesråd.

Det er endelig en følge af forslaget, at Reklamenævnet ikke skal medvirke ved vurderingen af reklamer for andre varer end lægemidler. Dette skal ses i sammenhæng med, at der med forslaget forsøges opbygget et nævn, som har en særlig viden vedrørende lægemiddelreklame. Sager om reklame for andre va-