

Det forudsættes, at sundhedsstyrelsen udarbejder skemaer til anmeldelse af forsøg, således at de oplysninger herom, som sundhedsstyrelsen bør have, vil fremgå af anmeldelseskemaet. Sundhedsstyrelsen vil kunne fastsætte generelle regler for anmeldelserne.

I særlige tilfælde vil klinisk afprøvning af nye lægemidler kunne foregå hos alment praktiserende læger, tandlæger og dyrlæger, men da kun efter særlig tilladelse, hvortil kan knyttes særlige betingelser, fra sundhedsstyrelsen, der i sådanne tilfælde pådrager sig et vist medansvar for forsøget. Sundhedsstyrelsen forudsættes i sådanne tilfælde at kræve forelagt fyldestgørende forsøgsplan.

Det forudsættes, at patienter, som medvirker ved kliniske forsøg, bliver underrettet om forsøgets og lægemidlets art, om risikoen for eventuelle bivirkninger, d. v. s. bliver gjort bekendt med alle relevante oplysninger, medmindre dette ifølge forsøgets art må anses for udelukket.

Der henvises i øvrigt til betænkningen side 35 — 37.

Til kapitel 6.

Kapitlets bestemmelser svarer til apotekerlovens § 4, stk. 1, 2, 3, 6 og 7, men er herudover suppleret med regler for udlevering af lægemiddelpøver i præsentationshensigt, jfr. de indledende bemærkninger til kap. 5. En til § 4, stk. 5, svarende regel er ikke foreslået. I det omfang medicinske utensilier m. v. i medfør af lovudkastets § 2 er henført under lægemiddellovens regler, finder bestemmelserne om reklamer for lægemidler anvendelse på sådanne varer. Vedrørende reklamenævnet henvises til § 41.

I øvrigt henvises til betænkningens afsnit om reklame (side 46 — 49).

Til § 27.

I modsætning til apotekerlovens § 4, stk. 1, gælder den foreslåede bestemmelse ikke for varer, der omfattes af lægemiddelbegrebet. Det afgørende for en vurdering af, om forbudet overtrædes, må være, at reklameringen gælder et produkt, som den almindelige forbruger uden videre kan vurdere (f. eks. „svedsker virker afførende“). Det er hensigten med forbudet at ramme produkter, der fremtræder uden fyldestgørende oplysning om indhold og sammensætning, eller som ikke umiddelbart kan vurderes af forbrugerne. Herudover bør reglen ramme varer, der giver indtryk af en medicinsk eller medicinsk-biologisk virkning, d. v. s. en effekt, der er bestemt til enten at påvirke sygdomme eller sygdomssymptomer, eller som skal mindske, ændre eller øge fysiske eller psykiske funktioner. En så forholdsvis omfattende forbudsbestemmelse er fundet nødven-

dig for at beskytte forbrugerne mod den fantasifuldhed, der lægges for dagen på dette område. Det må fremhæves, at det er sundhedsmyndighedernes opgave at hindre reklame for skadelige varer og reklame, der kan medføre, at folk afholder sig fra at søge advækat behandling.

Det forudsættes, at der gives Danmarks Apotekerforening generel tilladelse til anvendelse af ordet apotek ved henvendelser til offentligheden. En eventuel tilladelse fra sundhedsstyrelsen til anvendelse af ordet apotek i forbindelse med reklamer forudsættes forhandlet med Danmarks Apotekerforening.

Dispensationsbestemmelsen vil kunne omfatte dels generelle retningslinier vedrørende tilladt reklamer for andre varer end lægemidler (f. eks. jernkosttilskud) som værende forebyggende m. v. mod sygdomme, dels enkeltsager.

Til § 29.

Bestemmelsen svarer til apotekerlovens § 4, stk. 2, dog at apotekslokaler udtrykkelig er undtaget fra forbud mod reklamer i offentlig tilgængelige lokaler, og at „reklamebrochurer“ er udtaget af teksten. Det er ikke hermed hensigten at tillade reklamer overfor befolkningen ved uddeling af reklamebrochurer. Det forudsættes tværtimod, at en sådan form for reklamer ikke tillades efter § 31. Udtagelsen er begrundet i, at en opretholdelse kunne rejse tvivl om lovligheden af i øvrigt godkendte pakningsbrochurer eller brochurer fremlagt på apotek, hos læge o.s.v.

Til § 31.

Første punktum svarer indholdsmæssigt til apotekerlovens § 4, stk. 3, der dog kun omhandler reklamer i pressen og kun kræver reklamens form og indhold godkendt.

Forslaget betyder således en udvidelse, idet al anden reklamer end den efter § 29 forbudte kræver godkendelse både med hensyn til art, oplysning og indhold.

Ved godkendelsen af reklamer bør lægges vægt på, at reklameringen ikke må frygtes at kunne medføre et unødigt eller overdrevet forbrug af lægemidler, og de i § 27 opstillede krav skal være opfyldt. Reklame for receptpligtige lægemidler bør ikke tillades. Derimod bør det tillades at anføre indikationsområder for lægemidler mod lettere sygdomme (f. eks. „mod hovedpine“ eller „afføringspiller“), ligesom der ikke bør lægges hindringer i vejen for at øge befolkningens generelle kendskab til lægemidler mod lettere sygdomme og til ansvarsbevidst omgang med lægemidler.