

som nævnt i besvarelsen af spørgsmål 35 ske på en saglig og nøgtern måde, og det bør fremgå, at der er tale om producentoplysning om et bestemt produkt og ikke om generel lægemiddelinformation som led i varetagelsen af apotekernes distributions- og informationsvirksomhed.

På denne baggrund finder jeg også, at den i bilaget til MEFAs brev viste annonce vedrørende Kodimagnyl burde være udformet anderledes. Det presseklip, der vises, med billede af nogle apoteksproducerede håndkøbslægemidler, ville have været mere afbalanceret, såfremt såvel industri- som apotekspræparater havde været afbildet og nævnt. Men jeg mener ikke, at dette og de øvrige anførte eksempler kan anses for dokumentation for, at apotekerne generelt varetager markedsføringsmæssige hensyn i forbindelse med udøvelsen af deres informations- og servicevirksomhed.

Spørgsmål 39:

Hvorledes vil myndighederne forhindre, at apotekerne gennem skriftligt udstillingsmateriale, brochurer m.v. og gennem annoncering ensidigt fremhæver apotekspræparaterne og derved driver markedsføring for disse produkter i strid med den forudsætning, der er opstillet i bemærkningerne til § 11 i L 109?

Svar:

Jeg skal henvise til besvarelsen af udvalgets spørgsmål 35.

Spørgsmål 40:

Hvad kan der af myndighederne gøres for at sikre, at apotekernes vejledning og rådgivning ved skranken og i lægemiddelkomiteer udøves helt objektivt og uden markedsføringsmæssigt sigte, hvis det bliver det af Danmarks Apotekerforening ejede DAK A/S, der skal overtage den centrale apoteksproduktion?

Svar:

Som nævnt i besvarelsen af udvalgets spørgsmål 35 er det praktisk umuligt at kontrollere, hvorledes apotekspersonalet rundt omkring på apotekerne i hvert enkelt tilfælde informerer forbrugerne om lægemiddelsortimentet. I lægemiddelkomiteerne sidder der som oplyst i besvarelsen af udvalgets spørgsmål 11 (L 109, bilag 26) en række medicinalpersoner, som både via deres uddannelsesmæssige baggrund og via den løbende information, de modtager også om industriens produkter, må formodes at være i stand til at skelne mellem objektiv information om ensartede produkter og varetagelsen af rent markedsføringsmæssige hensyn.