

på, at modtagerne af reklamen kan forstå og vurdere, hvornår og i hvilke situationer lægemidlet kan og bør anvendes, og hvornår det ikke bør anvendes. En reklame er f.eks. ikke fyldestgørende, hvis den indeholder så brede formuleringer, at den er egnet til at fremme forbruget af et lægemiddel, som ikke er det mest hensigtsmæssige at anvende i den givne situation.

Kravet om saglighed er primært et forbehold om, at lægemidler ikke må markedsføres lige så pågående og potentielt forbrugsskabende som almindelige forbrugsvarer.

Endelig indebærer kravet om, at en reklame for et lægemiddel ikke må være vildledende eller overdrive lægemidlets egenskaber, at der ikke gennem en reklames udformning og indhold må bibringes forbrugerne og personer, der ordinerer eller udleverer lægemidler, en fejlagtig opfattelse af lægemidlet, herunder af dets anvendelsesområde, virkning, bivirkninger, pris, indhold osv. Reklamen må endvidere ikke stille lægemidlet i et gunstigere lys end andre tilsvarende eller måske endda - objektivt set - mere velegnede lægemidler.

Disse generelt angivne normer for lægemiddelreklame suppleres med et krav om, at oplysninger i reklamen skal stemme overens med det produktresumé, Lægemiddelstyrelsen har godkendt for lægemidlet, jf. lovforslagets § 10.

Til § 64

Med bestemmelsen i § 64, stk. 1, opretholdes retsstanden efter gældende lovs § 27 b, hvorefter det er forbudt at reklamere for lægemidler, som ikke lovligt kan forhandles eller udleveres her i landet.

Et nyt lægemiddel kan først lovligt forhandles fra det tidspunkt, hvor det er godkendt ved en markedsføringstilladelse, jf. forslaget § 7.

Efter lovforslagets § 64, stk. 2, der er en uændret videreførelse af gældende lovs § 27 c, må der ikke reklameres for magistrelle lægemidler. Dette er en naturlig konsekvens af, at magistrelle lægemidler fremstilles individuelt til den enkelte patient eller det enkelte dyr efter recept fra en læge eller dyrlæge.

Til § 65

Lovforslagets § 65 er en uændret videreførelse af gældende lovs § 31, stk. 3, hvorefter det som udgangspunkt er forbudt at benytte ordet »apotek« - herunder sammensatte ord hvori »apotek« indgår - i reklamer for andre varer end lægemidler samt i reklamer for ikke apoteksforbeholdte lægemidler, jf. lovforslagets § 60, stk. 1.

Med bestemmelsen er det hensigten at undgå, at forbrugerne ved en sammenkædning af ordet »apo-

tek« med andre varer end lægemidler, får det indtryk, at de pågældende varer har samme egenskaber som et lægemiddel, jf. lovforslagets § 2.

Hvis den, der er ansvarlig for reklamen, kan dokumentere, at lægemidlet i almindelighed forhandles på landets apoteker, er det dog tilladt at benytte ordet »apotek« i reklamen.

Kravet om, at varen i almindelighed forhandles på apotekerne, er opfyldt, hvis mere end halvdelen af apotekerne fører varen. At dette er tilfældet, skal til enhver tid på forlangende kunne dokumenteres over for Lægemiddelstyrelsen. Dokumentationskravet må i almindelighed anses for opfyldt, hvis en uafhængig grossist bekræfter, at lægemidlet regelmæssigt sælges til et flertal af apotekerne.

Ved en ændring af lægemidelloven i 1993 (lov nr. 280 af 6. maj 1993) blev en hidtil gældende dispensationsadgang til at benytte ordet »apotek« i reklamer for andre varer end lægemidler ophævet.

Til § 66

Den foreslåede bestemmelse i § 66, stk. 1, er med enkelte sproglige justeringer, en uændret videreførelse af gældende lovs § 27, stk. 1, der forbyder reklame over for offentligheden for receptpligtige lægemidler, lægemidler der ikke bør anvendes uden at patienten har kontakt med en læge, og lægemidler der er omfattet af lov om euforiserende stoffer. Lægemidler, der er omfattet af lov om euforiserende stoffer, vil formentlig altid være receptpligtige. Det vil derfor allerede af denne grund være forbudt at reklamere for dem.

Enkelte håndkøbslægemidler indeholder ganske små mængder euforiserende stoffer. Det gælder f.eks. Kodimagnyl og Codyl, der indeholder kodein. Netop fordi der er tale om meget små mængder, er lægemidlerne ikke omfattet af lov om euforiserende stoffer. Hvis sådanne lægemidler som følge af ændringer i lovgivningen om euforiserende stoffer blev inddraget under denne lovgivning - uden samtidig at blive gjort receptpligtige - ville det som følge af bestemmelsen i lovforslagets § 66, stk. 1, nr. 3, være forbudt at reklamere for dem.

Lovforslagets § 66, stk. 2, svarer med en enkelt reaktionel ændring til gældende lovs § 27, stk. 2, der indeholder en udtrykkelig definition af, hvad der forstås ved offentligheden. Begrebet »offentligheden« vil, som det er tilfældet efter den gældende bestemmelse, omfatte enhver, der ikke er læge, tandlæge, dyrlæge, farmaceut, sygeplejerske, farmakonom (tidligere apoteksassistent) eller studerende indenfor ét af disse fag. Med lovforslaget foreslås persongruppen herudover udvidet til også at omfatte veterinærpsyge-