



Nyhetsbrev nr 3, 2011

Försäljningen av receptfria läkemedel i Sverige beräknas uppgå till 1,3 miljarder kronor per år. Läkemedelsindustrin har 2009 spenderat 195 miljoner kronor på reklam för receptfria läkemedel.

Flera läkemedelsbolag har blivit anmälda under de senaste åren för en för aggressiv och missriktad marknadsföring till unga kvinnor. Tillverkaren av Alvedon genomförde tidigare i år en stor annonskampanj som riktade sig till unga kvinnor. Reklamen blev anmäld flera gånger till olika instanser. Läkemedelsverket friade nyligen företaget men med en viktig reservation:

- Om reklamen med chihuahuan i en rosa handväska (*se bilden nedan*) hade funnits i en tidning riktad till 15-åringar så hade bedömningen säkert blivit en annan, förklarade Ragnhild Johnsson, utredare på läkemedelsverket. Då hade den blivit betraktad som reklam riktad till barn, vilket är olagligt.

KSAN anser att det är uppenbart att en del av reklamen riktar sig till en ung målgrupp som har svårt att inse riskerna med att konsumera värktabletter för ofta och för mycket. För att minska totalkonsumtionen av läkemedel och uppmuntra flickor och unga kvinnor till alternativa sett att handskas med sitt mående har KSAN i samarbete med RFHL och Föreningen för Sveriges Ungdomsmottagningar tagit fram *En liten bok om stora känslor. Piller kan inte bota allt*. Materialet finns här: <http://enlitenbok.nu/>

Veckans reklam



Bild: reklmobudsmannen.org

Läkemedelsverket är tydligt med hur läkemedelsreklam bör vara utformad om den skall anses laglig. ”Det ska klart framgå att meddelandet är en annons och att produkten är ett läkemedel”, skriver Ragnhild Johnsson, utredare vid Inspektionsenheten på Läkemedelsverket i sitt föredrag *Vad får man säga om läkemedel?*

Anmälningar om missriktad marknadsföring kan göras till Läkemedelsverket, Läkemedelsindustrins informations- och granskningsman (IGM) samt Nämnden för bedömning av läkemedelsinformation. Hos dem kan du även se reklam som har blivit anmäld.