

Lægemiddelstyrelsen  
Axel Heides Gade 1  
2300 København S

27-02-2022  
MKA/4101/00001

## **Svar på høring over udkast til vejledning om reklame m.v. for lægemidler til mennesker og vejledning om reklame m.v. for lægemidler til dyr**

Lægemiddelstyrelsen har den 31. januar 2022 udsendt ovennævnte høring.

Danmarks Apotekerforening takker for muligheden for at kommentere udkast til de to vejledninger. Apotekerforeningens få kommentarer følger nedenfor.

### ***Ad udkast til vejledning om reklame m.v. for lægemidler til mennesker***

#### ***Vedrørende reklamebegrebet - afsnit 2.1***

Udkast til de to vejledninger indeholder i forhold til gældende vejledning en uddybende beskrivelse af reklamebegrebet, hvor betydningen af en person med tilknytning til en lægemiddelvirksomhed deler eller "liker" annoncer om virksomhedens lægemidler udfoldes.

Det fremgår blandt andet heraf, at der efter en konkret vurdering kan være tale om reklame, hvis en ansat i en lægemiddelvirksomhed deler eller "liker" en annonce om et af virksomhedens lægemidler, selvom den pågældende handler på eget initiativ.

Det fremgår ikke af udkastet, om der også – efter en konkret vurdering – kan være tale om en reklame for et lægemiddel, hvis en medarbejder på et apotek deler eller "liker" en annonce eller andet materiale fra et apotek, hvori indgår omtale af et lægemiddel. Dette kan efter Apotekerforeningens opfattelse hensigtsmæssigt præciseres i vejledningen.

I forlængelse heraf bemærkes, at der ikke synes at være fuld overensstemmelse mellem teksten i de to udkast. Vejledningen om reklame for lægemidler til dyr indeholder således på side 2, første afsnit, sidste sætning samt afsnit 2, yderligere tekst, der ikke umiddelbart kan genfindes i vejledningen om reklame for lægemidler til mennesker. Det kan overvejes at ensrette vejledningerne også på disse punkter.

#### ***Vedrørende krav til reklamer - afsnit 3.1***

I vejledningen gennemgås de grundlæggende krav til reklamer for lægemidler til mennesker, herunder saglighedskravet. Det angives i den forbindelse eksempler på reklame, der efter en konkret vurdering kan være i strid med saglighedskravet.

Med henblik på yderligere eksemplificering af vurderingen ville det efter Apotekerforeningens opfattelse være nyttigt, om vejledningen kunne indeholde beskrivelser af konkrete sager/afgørelser, hvor styrelsen har fundet reklamen i strid med henholdsvis i overensstemmelse med saglighedskravet – naturligvis i anonymiseret form.

*Reklame overfor offentligheden**Vedrørende receptpligtige lægemidler m.m. – afsnit 4.1*

Vejledningen indeholder en gennemgang af lægemidler, der ikke må reklameres for overfor offentligheden. Vejledningen er på dette punkt uændret i forhold til den gældende vejledning.

Danmarks Apotekerforening er opmærksom på, at reklame for medicinsk cannabis er reguleret i lovgivningen om forsøgsordningen med medicinsk cannabis. Det kan imidlertid efter Apotekerforeningens opfattelse være relevant for fuldstændighedens skyld i nærværende vejledning kort at adressere spørgsmålet om reklame for disse produkter. Det kunne være i dette afsnit, men det kunne også være i vejledningens indledende afsnit fx som en henvisning til regelsættet om medicinsk cannabis.

*Vedrørende reklame for vaccinationskampagner – afsnit 4.3*

I afsnittet, der er nyt, redegøres for, at vaccinationskampagner godkendt af Lægemiddelstyrelsen er undtaget fra forbuddet mod reklame for receptpligtige lægemidler overfor offentligheden.

Danmarks Apotekerforening lægger til grund, at apoteker, læger m.fl., der udbyder vaccinationstilbud ikke er omfattet af hverken forbuddet mod reklame for dette tilbud eller krav om Lægemiddelstyrelsens godkendelse heraf. Efter Apotekerforeningens opfattelse kan det med fordel overvejes at præcisere dette i vejledningen.

***Ad udkast til vejledning om reklame m.v. for lægemidler til dyr****Vedrørende reklamebegrebet - afsnit 2.1*

I afsnittet redegøres for reklamebegrebet. I den forbindelse anvendes ordet "repræsentation" flere gange.

Danmarks Apotekerforening bemærker, at ordet "repræsentation" i sammenhæng med reklame for lægemidler typisk omfatter betaling af udgifter til bispising, rejse, ophold og lignende i forbindelse med reklame for samt faglig information om lægemidler og anden faglig relevant information, jf. reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1.

Det kan på den baggrund overvejes, om det vil være hensigtsmæssigt at anvende et andet ord.

Danmarks Apotekerforening har ikke yderligere bemærkninger til høringsmaterialet.

Med venlig hilsen

Merete Kaas