

Publicerad enbart på lakartidningen.se
26 maj 2008

Industrin inför förhandsgranskning av vaccinkampanjer

FREDRIK HEDLUND, MEDICINJOURNALIST

Läkemedelsindustriföreningen, LIF, inför en obligatorisk förhandsgranskning av vaccinkampanjer. Beslutet togs i fredags och är en reaktion på den senaste tidens kritik mot vaccinreklam.

– Förhandsgranskningen ska säkerställa att det inte blir några fel i framtiden, säger Richard Bergström, VD för LIF.

Från och med måndag 26 maj gäller en obligatorisk förhandsgranskning av marknadsföring av vacciner i press, radio och TV. Men det är inte någon ny lag eller regel utan det är LIF som själva inför granskningen.

Det är föreningens Informationsgranskningsman, IGM, som ska kontrollera att marknadsföringen överensstämmer med det befintliga regelverket. Men den nya kontrollen införs inte för att LIF anser att de tidigare kampanjerna har gått över gränsen, trots att några av dem blivit fällda, exempelvis reklam för HPV-vaccinet Gardasil.

– Vi tycker inte att de har gått för långt, men det faktum att det är en massa andra som tycker att de har gått för långt visar ju att detta behövs. En förhandsgranskning säkerställer att det inte blir några fel i framtiden, säger Richard Bergström, VD för LIF.

Planerna på en förhandsgranskning av vaccinreklamen har vuxit fram under en tid men fick ökad aktualitet i och med att EU-kommissionen nyligen påpekade att Sverige inte hade implementerat det EU-direktiv som säger att reklam för vacciner ska förhandsgranskas av behöriga myndigheter (läs Regler för marknadsföring av vaccin kritiserar).

– Sverige har ju ett praktiskt problem i och med att lagstiftarna inte har kunnat införa någon förhandsgranskning, säger Richard Bergström.

LIFs agerande kan ses som ett slags svar på EU-kommissionens kritik och ett försök att undvika lagstiftning.

– Jag hoppas att det här ska uppfattas som ett bra sätt att i Sverige utöva en självreglering av detta. Men det blir lite upp till bevis nu, klarar vi av detta? Visar det sig att vi släpper en massa saker över bron som alla är upprörda över så kommer frågan att väckas igen, men det är vår ambition att det inte ska bli så, säger han.

Läkemedelsföretag som exempelvis marknadsför HPV-vacciner måste nu börja lämna in sin marknadsföring

för granskning.

– Vi är för en förhandsgranskning just för att undvika fel, säger Johan Thor, affärsutvecklingsdirektör på GlaxoSmithKline, företaget som marknadsför Cervarix.

Konkurrenten på HPV-marknaden förhåller sig lite mer neutral till beslutet.

– Vi är medlemmar i LIF och kommer att följa det beslut som fattats. Jag har inga ytterligare kommentarer till det, säger Einar Vollan, VD på Sanofi Pasteur MSD, företaget som marknadsför Gardasil.