

Lääkeyritysten ohjeissa ja toimintatavoissa parantamisen varaa

Lääketeollisuus päivittää parhaillaan omia eettisiä ohjeitaan. Suomen Kuluttajaliitto pitää edelleen ohjeiden toteutumista ja valvontaa riittämättömänä ja rikkomusten sanktioita liian pieninä.

Ohjeissa on epäselviä ilmaisuja, jotka jättävät liian paljon tulkinnanvaraa. Omaehtoisuuden ongelma on, että vallitseviin käytäntöihin puututaan vain, mikäli joku osaa valittaa.

Suomen Kuluttajaliiton mielestä ohjeiden tulisi perustua selvemmin lakiin ja viranomaisten suosituksiin ja ennakkovalvontaa on lisättävä. Esimerkiksi lääkemarkkinointiin liittyen Suomen lääkelaki ja –asetus kieltävät sellaiset kirjoitukset, joissa pyritään epäsuorasti lisäämään lääkkeen myyntiä. Ohjeissa tämä on muutettu muotoon ”ei pyritä suoraan edistämään lääkkeen myyntiä”.

Suomen Kuluttajaliiton mielestä kuluttajiin kohdistuva tiedottaminen ja informaatio terveydestä ja sairauksista ei ole lääkeyritysten tehtävä. Teollisuus on siihen jäävi selvän intressiristiriidan takia. Yritysten tehtävä on tuottaa mahdollisimman paljon taloudellista voittoa itselleen ja sijoittajille. Teollisuus ei ole puolueeton ja riippumaton terveyttä ja sairautta koskeva tiedon lähde eikä jakaja. Kuluttajat eivät useinkaan pysty ”jalostettujen” markkinointitekniikoiden johdosta erittelemään tieteelliseen näyttöön perustuvaa tietoa kaupallisuuden värittämästä informaatiosta. Kun teollisuus välittää informaatiota suoraan kuluttajille, markkinointi tuodaan mukaan takaoven kautta.

Yritykset käyttävät markkinoinnissaan tunnepohjaista lähestymistapaa. Kuluttajia pelotellaan sairauksilla ja ominaisuuksilla. Heidät saatetaan turhaan ahdistuneiksi omasta terveydestään ja jatkuvaan itsensä testaamiskiarteeseen, sekä hakeutumaan tarpeettomasti hoitoon.

Lääkäreihin kohdistuvien lääke-esittelyjen tulisi ulottua vain lääkevalmisteelle hyväksytyyn käyttösyhyyn Suomessa. Nyt markkinoinnissa käytetään myös



Tiedote
4.3.2008

muualla hyväksytyjä käyttösyitä, käyttösyiden suunniteltuja tai haettuja laajennuksia. Lääkärilehdissä on paljon mainoksia, joissa ammattilaistenkin kohdalla vedotaan asiatiedon sijaan näyttävästi tunteisiin. Varsinaiset tuotetta koskevat tiedot on sijoitettu kymmenien sivujen päähän huomaamattomasti sivun laitaan. Markkinoinnissa käytetään kuvallisia esityksiä, jotka halventavat ja loukkaavat potilasryhmiä.

Lääkeyritysten ja potilasjärjestöjen yhteistyötä koskeva ohje jää liian yleiselle tasolle. Suomen Kuluttajaliiton mielestä läpinäkyvyys tarkoittaa osapuolten nimien julkistamista, yksilöityjä rahasummia, käyttötarkoituksia ja vastapuolen saamaa vastinetta.

Suomen Kuluttajaliitto on kesäkuussa 2007 allekirjoittanut kymmenien kansanterveys- ja kuluttajajärjestöjen kanssa [maailmanlaajuisen vetoomuksen](#), että lääketeollisuuden tulisi julkistaa kaikki koulutukselliset ja hyväntekeväisyyteen perustuvat avustuksensa. Taustalla on havainto siitä, teollisuuden rahoituksella on perustettu yhä enemmän lääkkeiden käyttöä edistäviä, teollisuutta myötäileviä potilas- ja kansanterveysjärjestöjä, kiinnittämättä riittävää huomiota turvallisuutta koskeviin asioihin tai tuomatta esille teollisuussidoksia.

Suomen Kuluttajaliitto on julkaissut www-sivuillaan [lausuntonsa](#) Lääketeollisuus ry:n luonnoksesta lääketeollisuuden uusiksi eettisiksi ohjeiksi.