

Økt bruk av naturmidler bedrer ikke egenomsorg og folkehelse



Fra
foreningen

Helsedepartementet har fremmet forslag om endring av legemiddeloven. Det åpnes for at man i større grad kan knytte medisinske påstander til markedsføring av visse produkter som ikke er legemidler. Forslaget er først og fremst et resultat av press fra naturmiddelbransjen som ønsker en liberalisering av regelverket, og må tolkes som et klart fremstøt for friere markedsføring av produkter med påstander om virkning som er svakt dokumentert.

Bransjens fremstøt er forståelig ut fra markedsføringsmessige forhold. Fremstøtet fremføres også som nyttig for den kunnskapsorienterte forbruker med frihet til selv å gjøre valg. Å være reelt kunnskapsorientert i denne sammenheng forutsetter imidlertid kunnskap om at påstandene i markedsføringen ikke er dokumentert. Det er grunn til å tro at denne typen kunnskapsorienterte forbrukere er i klart mindretall. En liberalisering av loven vil derfor neppe tjene forbrukerinteressene. Det er heller ikke dokumentert at den økte produktmengden av kosttilskudd og naturlegemidler har bidratt til å bedre folkehelsen på noen måte.

Det er grunn til å anta at naturmiddelbransjen ønsker å omtale produktene sine med begreper som assosieres til legemidler, dog uten at bransjen avkreves samme dokumentasjon for sine påstander om virkning som markedsføring av legemidler er underlagt. Språkets makt er tydelig i denne sammenheng. Når noe kalles et naturlegemiddel, vil mange forbrukere oppfatte det som et legemiddel som har gjennomgått den samme godkjenningssprosess som de egentlige legemidler har gjort.

Dette blir villedende. Produkter som per i dag kan godkjennes som naturlegemidler med reduserte kvalitets- og dokumentasjonskrav, bør i stedet omdøpes til «helserelaterte produkter». Dessuten bør emballasjen påføres tekst som klargjør at produktet ikke er godkjent som legemiddel i legemiddelovens forstand. Blant helserelaterte produkter kan man inkludere enkelte produkter som i dag betegnes som kosttilskudd og kosmetikk. En slik endring vil gjøre det lettere for forbrukeren å skille mellom de krav som stilles til skolemedisinske legemidler og andre produkter som er basert på tradisjon og bibliografisk dokumentasjon. For å sikre kvalitet bør produkter som gir seg ut for å ha en helseeffekt være forhåndsgodkjent, ikke minst for å sikre at produktet faktisk inneholder de stoffer som skal ha den omtalte effekt og for å sikre at produktet ikke innehol-

der andre stoffer som kan ha skadelige virkninger.

Det er et paradoks at dagens regler for reklame på naturlegemidler gir adgang til å reklamere for «virkning på» eller «godt for» tilstander som de fleste av oss oppfatter som lidelser. Selv om disse tilstandene ikke er sykdom i medisinsk forstand, er grensene svært flytende. Dette er særlig påfallende i forhold til legemiddelindustrien. Produsenter av legemidler verken har eller bør få anledning til å markedsføre reseptpliktige legemidler selv om effekten av disse er dokumentert.

Befolkningen må få en klarere forståelse for hvilke krav som stilles til de ulike kategorier produkter. En språklig opprydding i klassifiseringen vil bidra til dette. Reklame for bruk av naturmidler ved lidelser vil med sikkerhet øke salget av slike midler. Men er det denne type egenomsorg vi ønsker å øke? Legeforeningen finner det bekymringsfullt at de foreslåtte regelendringene og liberalisering sannsynligvis vil bidra til økt medikalisering av lidelser som ofte går over av seg selv. Dette blir bare nok en «enkel» løsning som alternativ til virkelig egenomsorg som ofte vil innebære endring av livsstil og vaner.

Hans Kristian Bakke
hans.kristian.bakke@legeforeningen.no
president