

Se upp med anbud i upphandlingar

Förutom att vara noga med att ett anbud i en läkemedelsupphandling uppfyller kraven i förfrågningsunderlaget – för att undvika att inte bli utesluten ur upphandlingen och gå miste om hela affären – är det viktigt att noga granska vad som sägs för att inte agera i strid med läkemedelslagens regler om marknadsföring av läkemedel eller motsvarande regler i LIF:s etiska regelverk.

Begreppet marknadsföring i marknadsföringslagen är ett vitt begrepp som avser reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen och tillgången till produkter och tjänster. Marknadsföringsbegreppet omfattar bland annat annonser i tidningar, TV- radio- utomhusreklam, presentation av läkemedel i butik och produktutformningar.

Kammarrätten i Stockholm prövade i en dom den 28 juni 2010 frågan om ett läkemedelsbolag hade brutit mot ett tidigare utfärdat vitesförbud från Läkemedelsverket att använda sig av en viss dosjämförelse med en konkurrerande produkt. Den första frågan kammarrätten hade att bedöma var om de uppgifter bolaget hade lämnat i ett anbud till Västra Götlands läns landsting kunde anses utgöra marknadsföring i läkemedelslagens mening. Bolaget

invände att det inte var fråga om marknadsföring att använda det aktuella påståendet i ett anbud. Länsrätten i Uppsala län gav bolaget rätt i denna del men kammarrätten fastslog i sin dom att ett anbud utgör marknadsföring enligt läkemedelslagen.

Nämnden för bedömning av läkemedelinformation, NBL, har sedan länge ansett att anbud utgör marknadsföring så för många läkemedelsbolag borde detta inte vara en nyhet. Det gäller således att se till att den information företaget lämnar i sina egna anbud överensstämmer med reglerna för marknadsföring av läkemedel. Samtidigt är det är möjligt att angripa till exempel konkurrenters information i ett anbud om denna strider mot marknadsföringsreglerna.

Elisabeth Eklund
advokat



Elisabeth Eklund
Advokat/Senior Associate
Advokatfirman Delphi