

# Uppföljning av informations- kampanj om riskerna med olaga försäljning av läkemedel via Internet

# Sammanfattning

20% av allmänheten har köpt läkemedel på nätet. 70% av svenskarna uppger att man kan tänka sig att handla. Intresset för att handla läkemedel på nätet har därmed ökat sedan Läkemedelsverkets mätning 2008.

Allmänheten upplever tydliga fördelar med att handla på nätet och mönstret följer den allmänna Internettrenden. Yngre är mer positiva till att handla på nätet än vad äldre är. Värt att notera är, att drygt varannan tillfrågad som vill handla, ser möjligheten till köp utan att konsultera läkare som en fördel.

Allmänheten är fortfarande oerfarna och osäkra köpare. Det är fortfarande få som kan ge tydliga svar på vad som är en "bra sajt för köp".

Samtidigt vet vi att marknaden för falska läkemedel växer kraftigt i hela världen. Ett globalt fenomen som via Internet och ett klick på datorn kan bli ett lokalt folkhälsoproblem.

Riskmedvetandet är bättre än före kampanjstart 2008, men sjunker nu stadigt (35% mot tidigare 50%). Det är oroande.

Den informationskampanj som påbörjades 2008, med syfte att skapa ett riskmedvetande har lagts på is och Läkemedelsverket ser att uteblivna informationsinsatser får oönskade effekter hos allmänheten.

Den 26 maj 2010 lämnade Rikskriminalpolisen och Tullverket en gemensam rapport om drogsituationen i Sverige där det bl.a. konstateras följande "Ett nytt och relativt växande problem är försäljning av narkotikaklassade och andra läkemedel över Internet"... "Problemet med illegalt bruk av narkotikaklassade läkemedel kan inte bekämpas av Polisen och Tullverket ensamma utan kräver ett nära samarbete med Läkemedelsverket och den farmaceutiska industrin".

Läkemedelsverket instämmer. I informationskampanjen Crime Medicine medverkade såväl polis, tull som representanter för läkemedelsindustrin. Kampanjen mottogs mycket väl såväl hos allmänheten som inom dessa organisationer. I den fortsatta kampen mot falska läkemedel och illegal handel kan samarbete med dessa organisationer förstärkas och förtydligas, där informationskampanjen när som helst kan ges ny kraft.

*Uppsala 31 maj 2010*

# Bakgrund informationskampanjen

Handeln med falska läkemedel har exploderat och WHO uppskattar att värdet av den globala försäljningen av falska läkemedel kommer att uppgå till 75 miljarder dollar år 2010. Det är en ökning med 90% sedan 2005. I Sverige uppskattas marknaden för falska läkemedel uppgå till drygt 86 miljoner euro per år. Försäljning av falska läkemedel är alltså ett växande samhällsproblem. 2007 fick Läkemedelsverket i uppdrag av Regeringen att genomföra en informationskampanj riktad till allmänheten om riskerna med olaga försäljning av läkemedel.

Inför kampanjen genomförde myndigheten olika undersökningar. I stora drag visade de på följande:

- Att ca 3% *hade köpt* läkemedel via internet.
- Att ca 35% *kunde tänka sig* att köpa läkemedel via internet.
- Ett mer eller mindre obefintligt riskmedvetande hos allmänheten med en godtrogen inställning, där man litade mycket till sin egen förmåga att avgöra vad som är sant och falskt.
- Vid närmare konfrontation visade det sig dock att man hade svårt att skilja på oseriösa och seriösa hemsidor.

# Upplägg informationskampanjen

Syftet med informationskampanjen är att öka riskmedvetandet hos allmänheten. Läkemedelsverket gjorde tidigt vägvalet att fokusera på den grupp som kunde tänka sig att köpa. På så sätt vill vi ”mota olle i grind” och förhindra att det byggs upp en kritisk massa av individer som kan bli referenter för andra.

Läkemedelsverket skapade det fiktiva företaget *CrimeMedicine.com* som får agera som de kriminella företagen gör och där Läkemedelsverket så att säga går in och avslöjar fenomenet genom att ta med allmänheten bakom kulisserna.



## Informationskampanjens steg

- Steg 1 – höst 2008      Lansera fenomenet falska läkemedel och samtidigt ta död på det.
- Steg 2 – året 2009      Repetition och hålla frågan vi liv.
- Steg 3 – året 2010      Relansering och vitalisering av informationskampanjen.

På grund av ekonomiska problem på Läkemedelsverket, har varken steg 2 eller steg 3 kunnat genomföras. Informationskampanjen ligger på is sedan januari 2009. Det som för närvarande hålls igång är en informationssajt.

# Omedelbara effekter av informationskampanjen 2008

I anslutning till steg 1 hösten 2008 genomfördes en effektmätning som bland annat visade följande:

- Att 8 av 10 i allmänheten sett informationskampanjen.
- Att man förskräcktes, men tyckte om det man såg och förstod budskapet mycket väl.
- Att informationskampanjen gjorde folk nyfikna på att söka mer information och prata om och med andra om kampanjen.
- Via bloggar och diskussionsforum spreds olika trådar effektivt vidare.
- På drygt 3 månader hade drygt 1 000 000 sett informationssajten med 410 000 unika besökare.
- Media fängade upp problematiken.
- En kraftig ökning i riskmedvetande hos allmänheten. Från att i stort sett vara obefintligt gick den till att 50 % av de tillfrågade såg riskerna med att handla läkemedel från okända sajter.
- Som en konsekvens minskade också benägenheten att kunna tänka sig att köpa från okända sajter.
- Effektmätningen visade att marknaden växer och att intresset för att köpa via Internet ökat till 53% kan tänka sig att köpa (jmf 35% 2007).

*(Källa Nordisk Mediaanalys 2008)*

# Långsiktiga effekter – läget i maj 2010

I maj 2010 genomfördes en ny effektmätning bland allmänheten. Resultatet visade på följande.

Många har redan köpt och köp av läkemedel via Internet kommer att öka i Sverige. När det gäller genomförd handel på Internet uppger 20% att man har köpt under de senaste två åren (jfr 3% 2007) och 6 % uppger att man köpt receptbelagda läkemedel. Intresset för att köpa läkemedel från nätet fortsätter att växa och 70% av svenskarna uppger att man kan tänka sig att handla. Detta innebär att ungefär halva befolkningen är intresserade men ännu inte har gjort det. Vår bedömning är att allt fler svenskar kommer att lära sig att handla läkemedel på nätet. Intresset för att handla läkemedel på nätet har alltså ökat sedan 2008 då 53 % uppgav att de kunde tänka sig göra det. Detta ligger säkert i linje med den allmänna utvecklingen av att handla på Internet.

## **Allmänheten upplever tydliga fördelar med att handla på nätet. Att välja själv är viktigt**

De vanligaste nämnda anledningarna till att man vill handla läkemedel på nätet är:

Det är enkelt och bekvämt att handla på nätet	(89%)
Priset (bättre pris, ingen moms osv.)	(74%)
Jag vill kunna välja inköpsställe själv	(68%)
Möjlighet att kunna köpa utan att besöka läkare först	(46%)

## **Allmänheten är fortfarande oerfarna och osäkra köpare**

80% av svenskarna har inte köpt läkemedel på nätet under de senaste två åren. Få kan ännu nämna några alternativ till Apoteket AB:s sajt men är ändå positiva till att handla på andra sajter. Den omreglerade marknaden är fortfarande ny. Direkt från tillverkare och andra sajter är också tänkbare alternativ för många.

Det är fortfarande få som kan ge tydliga svar på vad som är en ”bra sajt” för att köpa läkemedel. Många pratar om att man vill handla hos en trygg och seriös sajt, utan att på ett tillfredställande sätt kunna förklara vad det innebär.

### Yngre är mer positiva till att köpa läkemedel på nätet än vad äldre är.

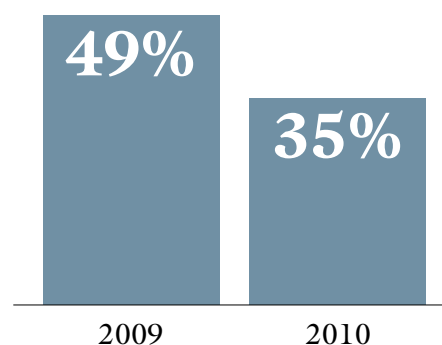
Genomgående så spelar åldern roll i hur benägen man är till att vilja köpa läkemedel via Internet.

Givetvis kan det bero på hur van man är vid att beställa och köpa varor via Internet i allmänhet, men även andra faktorer som att äldre oftare kan ha större behov av kvalificerad farmaceutisk rådgivning vid köp av läkemedel.

### Riskmedvetenheten har minskat sedan informationskampanjen

På en öppen fråga nämner en tredjedel av allmänheten förfalskade läkemedel och oseriösa företag som risker med att köpa läkemedel på Internet.

Även om det fortfarande är på högre nivåer än innan informationskampanjen 2008 så är nivåerna på väg ned. Efter kampanjens avslut så pratade ca 50 procent av svenskarna om risken med förfalskade läkemedel.



### Få besökare på informationssajten.

Informationssajten är navet i kampanjen. Så här ser statistiken ut över antalet unika besökare:

2008 (okt-dec)	410 000
2009 (jan-dec)	52 138
2010 (jan-maj)	5 952

*(Källa Nordisk Mediaanalys 2010)*

## Slutsats

---

Det är tydligt att intresset för att handla läkemedel på nätet ökar, från 53% som kunde tänka sig det i förra mätningen till 70% i år. Det är också betydligt fler som säger att de köpt läkemedel på nätet. Allmänheten är fortfarande oerfarna och osäkra köpare. Riskmedvetenheten är bättre idag än före kampanjstart med sjunker nu stadigt från ca 50% till 35%. Mycket talar för att utebliven information ger negativa effekter.