

FINANSTIDNINGEN

FREDAG 5 MAJ 2000

Släpp lös
piller vi gillar

DAY-NURSE, NIGHT-NURSE, Maximum-strengt Tylenol. Ska vår- och höstförkylningarna hållas i schack gäller det att bunkra kombinationspiller på utlandsresan. Amerikaner, briter och de flesta andra är betrodna med att kunna lindra sina förkylningar och influensor på bästa sätt enligt eget huvud, men inte svenskar. Kombinationspreparat är aja, baja.

Försäljningen av enkla läkemedel är ett av de mest konsumentfientliga områdena på den svenska marknaden. Vissa harmlösa preparat är förbjudna. (Jo visst, man kan få skador av att äta för mycket av harmlösa piller, men det gäller även sådant som kaffe och kött.) Andra harmlösa preparat är receptbelagda. Och som om det inte räckte med att de flesta av förpackningarna som innehåller pillren kräver en examen från KTH för att kunna öppnas, så har det dessutom blivit allt krångligare att överhuvudtaget få dem i handen.

"Apoteksmonopolet är anpassligt. Till allt utom konsumenterna."

APOTEKSNÄRINGEN, AV TRADITION PRIVAT, socialiserades i skiftet mellan sextio- och sjuttioital. Argumenten var inte bättre än de som då anfördes till stöd för en socialisering av bankväsendet eller pressen. Ären gick och det statliga Apoteksmonopolet visade sig mycket anpassligt. Till allt utom konsumenterna.

Apoteket hängde på åttiotalets fastighetsspekulation. Med efterföljande jätteförluster. Lika snabbt anpassade sig Apoteket till fallskärmskulturen: höga chefer som inte gjorde någon nytta fick bra betalning för att sluta göra ingen nytta i Apotekets namn. Stiliga kontor med dyr konst var en annan trend Apoteket visade imponerande lyhördhet för.

Under tiden har apoteken blivit färre, öppetiderna kortare och den handfull apotek som hade öppet på nätterna har reducerats till ett. Får du akut huvudvärk i Pajala måste du ta dig till Vasagatan i Stockholm för att komma över några Ipren.

DET ÄR INGEN LITEN MARKNAD apoteksmonopolet lagt under sig. Intäkterna förra året uppgick till 26,2 miljarder kronor och vinsten blev 400 miljoner. Marknaden växer dessutom.

Hittills har Apoteket kunnat försvara sin ensamrätt till svenska konsumenter, trots upprepad kritik från bland andra Konkursverket, inte minst genom gullande med socialdepartementets tjänstemän. Nu är nästa rond i gång. Apoteket ska börja sälja på Internet. Först tvålvärd och tandborstar, sedan receptfritt och slutligen även receptbelagda.

En konsumentvänlig reform? En defensiv åtgärd för att till varje pris behålla ett omotiverat monopol?

Det räcker nu. Till och med Norge har beslutat att avveckla sitt apoteksmonopol. Där, liksom i Danmark, är professionella, kundorienterade detaljister av samma slag som brittiska Boots och Superdrugs på väg in. Servicen kommer att öka, priserna kommer att falla och tillgängligheten kommer att bli bättre. Hur länge ska svenska konsumenter behöva vänta på en dos av samma medicin?

Krossa monopolet! Och när ni ändå är i gång, där i riksdagshuset, lägg av och fjanta er om de där utmärkta kombinationspillren också.



TANT SVEAS STUGA, på en bergskalle bredvid Mälaren, doftade såpa och kokkaffe. Hon både skurade och kokade själv, långt förbi

åttioårsstrecket. Alltid huckle och förklåde.

"Usch" – hon inledde de flesta meningar så – "det blir varmt i dag". Eller "Usch, det behöver huggas ved för kvällen". Eller "Usch, nu blommar äppelträdet".

Hon mindes när ångbåten fortfarande lade till varje dag vid bryggan nedanför. Och hon mindes

det mesta som hänt på bygden sedan dess. Ett Skansen i miniatyr, skulle man kunna säga, fast alldeles äkta och levande. Svea rike.

Det ska bli världsutställning i Hannover. Sverige är där under devisen "Kunskapens broar". En tio meter-lång bro ska byggas in den svenska paviljongen, en bro som sammanbinder "Teknik" och "Natur". Vad "Teknik" och "Natur" – med versala T och N – egentligen är kan man undra, men fint låter det.

Och det blir mer: "Den mobila människans möjligheter" ska kunna studeras. Över besökarnas huvuden snurrar en IT-symbol i neon. Den svenska moderna

musikindustrin är på plats, i form av Robyn.

"Kasta knätofsen och dalahästen – nu ska IT och pop visa vägen till Sverige", som Expressen uttrycker det.

Jaha. Utanför Sveas stuga blommar snart äppelträdet igen. Ångbåtsbryggan som band samman "Teknik" och "Natur" på sin tid är borta.

"Usch, nu skulle det smaka med lite kaffe", som tant Svea skulle ha sagt.

JOHAN HAKELIUS

johan.hakelius@fti.se 08-506 245 75

Namnlös och lynchad

Marlboro Man får inte ha en tråd på kroppen

SIGNERAT

Regeringen tycker att tobaksbolagen förtjänar både tjära och fjädrar. I jakten på vapen är den beredd att åsidosätta rättssäkerheten. Snart går inte ens döda rökare säkra.

Allas älsklingar har alltid skydd. I ett civiliserat samhälle omfattar grundlagarna även dem som för tillfället råkar vara i onåd hos de politiskt korrekta. Det är ju de mobbade som löper störst risk att få kompanistryk.

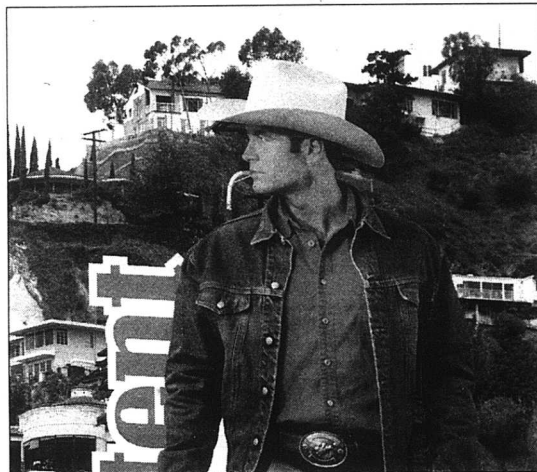
Men för tobaksbolagen är det rött. När de får pisk jublar de flesta och i jakten gör politiken gärna grundlagen till ett rundningsmärke.

Tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen är redan manipulerade för att man ska kunna förhindra tobaksreklam. Nu står regeringen i begrepp att, i enlighet med ett EU-direktiv, klämma ut sig ett förbud även mot "indirekt" tobaksreklam. Indirekt tobaksreklam är sådan som inte alls gör reklam för tobak.

Intentionen är att tobaksföretagens namn, eller åtminstone deras logotyper, inte ska få sitta på kläder, skor, parfym, resebyråer, klockor och så vidare. Och för att lagen ska kunna införas ska tryckfrihetsförordningen få en ny "översyn". Regeringen tycker inte att det föreligger någon konflikt. Men det gör flera remissinstanser. Och lagrådet.

DEN NYA LAGEN uppnår inte ens något syfte. Den är väl antagligen till för att förhindra "smygreklam", som det kallas när någon miss-tänks för att försöka kringgå principvidriga inskränkningar i yttrande- och tryckfriheten.

Men det finns inga belegg för att existensen av Camel Boots eller Marlboro Classics kläder säljer mer cigaretter. Vad det handlar om är i stället ta ett starkt varumärke från en hotad marknad och associera det med andra varor i stället. Camel Boots är inte enda



Fredlös.

exemplet på ett gammalt varumärke i en ny bransch. Caterpillar och John Deere är kända för stora maskiner och traktorer. Men båda namnen pryder, liksom Camels, grova skodon.

Hur gynnar det antirökpropagandan om just tobaksbolag inte får överföra sina starka varumärken och logotyper till alternativa marknader? Borde det inte finnas ett intresse av att de kan göra andra affärer? I vissa fall är det visserligen inte ens samma företag som gör och säljer ciggen som de andra varorna. En juridisk person bestraffas för att en annan juridisk person tillverkar en helt legal men av politiken illa omtyckt produkt.

OM DEN POLITISKA MAKTEN är beredd att åsidosätta principerna för en rättssäker och demokratisk maktutövning för att bekämpa tobak, vad är i så fall nästa steg? Alla rökare, eller före detta rökare, vet hur det känns att sitta i en rökfri biograf när det dras bross på duken. Och vem vet hur många ickerökare som på detta sätt konverteras när de får reda på att det är tufft att bolma. Filmcensur? Retuschering av alla gamla kopior på Casablanca med flera? Bogart utnämns till ickerökare. Postumt.

Produktplacering blir en allt vanligare reklamform i filmer. Märkesvaror exponeras i handlingen mot betalning. Om skådespelarna över huvud taget får röka, ska de i så fall dra taggarna ur anonyma askar utan text? För hur ska

man kunna dra en gräns mellan om man fått betalt eller inte för att huvudpersonen ska suga på rätt cigg? Kanske dags för en annan form av filmcensur.

Utredare har redan varit inne på det spåret. Just utredningen om indirekt tobaksreklam övervägde, men vågade sig inte på, ett förslag som kommer åt produktplacering. Den menade dock att marknadsföringslagen kanske skulle kunna användas. I förlängningen går ingen säker.

I LUC BESSONS RYMDOPERA Det femte elementet får huvudpersonen (Bruce Willis) sina cigaretter styckvis och namnlöst och utan förlödande förpackning, och proportionerna mellan filter och tobak är de omvända mot dagens cigaretter. I sin vision av ett totalitært samhälle kan Besson åtminstone ha gissat rätt om framtiden i sin egen genre.



MATS LINDER

mats.linder@fti.se 08-506 245 19

FINANSTIDNINGEN

INGÅR I MODERN TIMES GROUP

LÄSARSERVICE DYGNET RUNT
Beställning 08-506 245 60
Utebliven tidning 08-506 245 60
Fax 08-506 245 62
E-post: pren@fti.se

VÄXEL
08-506 245 00

FAX
08-14 99 30

POSTADRESS
Box 70347, 107 23 Stockholm

BESÖKSADRESS
Kungsgatan 18, 4 tr

REDAKTIONEN
E-post: redaktion@fti.se
Fax: 08-14 99 30

ANNONSER
Telefon: 08-506 245 80
Fax: 08-506 245 81

**CHEFREDAKTÖR/
ANSVARIG UTGIVARE**
Per Lundsgö 08-506 245 00

**CHEFREDAKTÖR/
OPINION OCH KULTUR**
Johan Hakelius 08-506 245 00

VERKSÄLLANDE DIREKTÖR
Peder Ramel 08-506 245 00

UTGIVARE
Sveriges Finansnyheter AB

PRENUMERATIONSPRISER

Heltår 2 443 kr (inkl moms 2 560 kr)

Halvår 1 268 kr (inkl moms 1 450 kr)

Kvartal 745 kr (inkl moms 790 kr)

Månad 250 kr (inkl moms 265 kr)

Postgiron: 92 03 03-5
Bankgiron: 5470-1016

WEBSIDA OCH TEXTARTIV
Finanstidningen finns tillgänglig på internetadressen www.fti.se.

Förbehåll mot elektronisk lagring och publicering måste göras av skribenten.

Detta medges normalt inte. För obestämda material ansvarar ej.

Finanstidningens räckvidd
173 000 LÄSARE

FINANSTIDNINGEN
ISSN-1100-882X
VLT PRESS AB
VÄSTERÅS 2000