



### Ein Arbeitsinstrument für Fachpersonen

*Zusammenstellung der Co-Marketing-Arzneimittel*

Swissmedic, das Schweizerische Heilmittelinstitut, veröffentlicht eine Liste aller in der Schweiz erhältlichen Co-Marketing-Arzneimittel. Die Zusammenstellung der «Arzneimittelkopien» einschliesslich der entsprechenden Basispräparate steht ab sofort den Fachpersonen im Heilmittelbereich zur Verfügung.

Swissmedic unterstützt die Forderung nach Transparenz bei den Co-Marketing-Arzneimitteln. Um die rasche Übersicht zu erleichtern, hat das Institut eine Liste sämtlicher in der Schweiz verfügbaren Co-Marketing-Arzneimittel inklusive den entsprechenden Basispräparaten zusammengestellt. Diese Liste soll in erster Linie dem Fachpersonal in Apotheken, Drogerien sowie der Ärzteschaft als Arbeitsinstrument dienen. Die auf der Website der Swissmedic ([www.swissmedic.ch](http://www.swissmedic.ch)), Rubrik: Heilmitteldaten) ab sofort öffentlich zugängliche Aufstellung wird regelmässig aktualisiert.

Kopien von Arzneimitteln sind in der Schweiz bereits seit Jahren erhältlich. Co-Marketing-Arzneimittel – so lautet heute die korrekte Bezeichnung – sind auch unter dem neuen, seit Anfang 2002 geltenden Heilmittelrecht vorgesehen. Die Verordnung über die vereinfachte Zulassung und die Meldepflicht von Arzneimitteln (SR 812.212.23) liefert die Rechtsgrundlage für das Inverkehrbringen von solchen Präparaten. Es handelt sich dabei um Arzneimittel, die mit eigener Bezeichnung (Marke) und eigener äusserer Verpackung vertrieben werden. Sie unterscheiden sich aber sonst vom entsprechenden Basispräparat nicht. Ein Basispräparat kann mehrere Co-Marketing-Arzneimittel aufweisen. Der Herstellungsort ist stets der gleiche. Die Zulassungsinhaberin des Basispräparates kann jedoch ein anderes Unternehmen ermächtigen, das Co-Marketing-Arzneimittel zu vertreiben.

*Was ist der Unterschied zwischen einem Co-Marketing-Arzneimittel und einem Generikum?*  
Generika sind Präparate, welche sich auch an ein beim Institut zugelassenes Originalpräparat anlehnen. Sie zeichnen sich durch gleichen Wirkstoff, gleiche Darreichungsform, gleiche Dosierung und gleiches Anwendungsgebiet aus. Im Gegensatz zu Co-Marketing-Arzneimitteln sind sie jedoch, was die übrige Zusammensetzung (Hilfsstoffe) und den Hersteller betrifft, in der Regel nicht identisch mit dem Originalpräparat.

Swissmedic



### Inventaire des «copies de médicaments»

*Listes des médicaments en co-marketing*

Swissmedic, Institut suisse des produits thérapeutiques, publie les listes de tous les médicaments en co-marketing disponibles en Suisse. Le répertoire des dites copies de médicaments, y compris celui des préparations de base correspondantes, est communiqué désormais aux spécialistes du domaine des produits thérapeutiques.

Par souci de transparence et de clarification, Swissmedic a établi les listes de tous les médicaments en co-marketing distribués sur le marché suisse, énumérant les préparations de base correspondantes. Cet inventaire s'adresse en premier lieu au personnel des pharmacies et drogueries ainsi qu'au corps médical. Instrument de travail des plus utiles, les listes figurent sur le site Internet de l'institut, [www.swissmedic.ch](http://www.swissmedic.ch) sous la rubrique Données sur les produits thérapeutiques, et seront actualisées régulièrement.

Les copies de médicaments sont distribuées depuis des années en Suisse. Appelées aujourd'hui médicaments en co-marketing, les copies ont été reprises dans la nouvelle loi sur les produits thérapeutiques, applicable depuis le début de 2002. L'ordonnance sur l'autorisation simplifiée et l'annonce obligatoire des médicaments (OASMéd; RS 812.212.23) en règle la mise sur le marché. Rappelons qu'il s'agit de médicaments prêts à l'emploi mis sur le marché sous licence, mais sous une dénomination propre (marque) et avec un emballage extérieur distincts de la préparation de base. Il n'y a pas d'autre différence entre le médicament en co-marketing et la préparation de base. De plus, il peut exister plusieurs médicaments en co-marketing pour la même préparation de base, pour autant que le lieu de fabrication reste le même. Toutefois, le titulaire de l'autorisation de mise sur le marché relative à la préparation de base peut autoriser une autre entreprise à distribuer le médicament en co-marketing.

*En quoi un médicament en co-marketing et un générique se distinguent-ils?*

Pour ce qui est des génériques, ceux-ci doivent être équivalents sur le plan thérapeutique à la préparation originale autorisée par l'institut. Par conséquent, ils doivent contenir le même principe actif dans le même dosage, se présenter sous la même forme galénique et couvrir le même champ d'application que la préparation originale mais la composition (excipients) et le fabricant peuvent être différents, ce qui n'est pas le cas pour les médicaments en co-marketing.

Swissmedic



### Nachbarschaft rettet Leben

Die gemütliche Fahrradtour an einem sonnigen Nachmittag nimmt beinahe ein tragisches Ende: Der 63jährige Karl Lamprecht will sich gerade zu seiner Frau an den Küchentisch setzen, als er einen Herzstillstand erleidet und zusammenbricht. Dank sofortiger Wiederbelebungsmaßnahmen durch seine Nachbarn Max Kupferschmid und Georges Spieler überlebt er. Für ihre erfolgreiche Hilfe erhielten die beiden Lebensretter am 23. Mai 2002 anlässlich des Anlasses für die Freunde der Herzstiftung an der Expo.02 den Reavita-Reanimationspreis 2002. Die Schweizerische Herzstiftung und der Interverband für Rettungswesen IVR verleihen diesen Preis seit 1998 an medizinische Laien, die durch Reanimation nach Herz-Kreislauf-Stillstand erfolgreich Leben gerettet haben.

*Schweizerische Herzstiftung, Bern*



### Die Thurgauer Apotheke «Zur Rose» will ihre Marktführerschaft ausbauen

Die in Steckborn und Frauenfeld (TG) ansässige Apotheke «Zur Rose» AG verzeichnete im Geschäftsjahr 2001 aufgrund von Firmenkäufen sowie der Erschliessung neuer Märkte ein ausserordentliches Wachstum. Mit über 7 Mio. kommissionierten Artikeln sowie einem konsolidierten Gruppenumsatz von 232 Mio. Franken ist sie mittlerweile die Nummer eins im Bereich der schweizerischen Ärztegrossisten. Der Unternehmensgewinn konnte im gleichen Zeitraum um 36% auf 4,5 Mio. Franken gesteigert werden. Die gesamte Firmengruppe beschäftigt derzeit über 160 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Weitere 42 Personen arbeiten als Fahrerinnen und Fahrer in der Tochterunternehmung PolyRose AG.

*Walter Oberhänsli,  
Präsident des Verwaltungsrates  
Kurt Eberle, CEO*