

Pfizer ApS
Lautrupvang 8
2750 Ballerup

København, den 7. november 2014

Vedr.: R-2014-4490, R-2014-4493 samt R-2014-4494 - Champix roll-ups - Afgørelse

Baggrund:

ENLI's granskningsmandspanel udtog til kontrol ovenstående reklame, anmeldt af Pfizer ApS den 14. oktober 2014.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at reklamen stred mod ENLI's regelgrundlag, jf. Lægemiddelindustriens kodeks vedrørende reklame mv. for lægemidler rettet mod sundhedspersoner (reklamekodekset). Sagen blev derfor sendt i høring.

Pfizer ApS har svaret i sagen den 31. oktober 2014.

Granskningsmandspanelets vurdering:

Efter gennemført høring, har granskningsmandspanelet genvurderet sagen og fundet, at følgende regler er overtrådt:

- Reklamekodeksets § 4, stk. 2

Begrundelse:

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende, at reklamen var i strid med reklamekodeksets § 7, stk. 3. På baggrund af høringssvaret fra Pfizer ApS, har granskningspanelet revurderet sagen, og har ikke yderligere kommentarer. Granskningsmandspanelet frafalder derfor overtrædelsen af reklamekodekset § 7, stk. 3.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende, at reklamen indeholdte et grafisk element, som var i strid med reklamekodeksets § 4, stk. 2. Den grafiske illustration viser en kvinde, der er delt i midtlinjen. På venstre side af midtlinjen fremstår kvinden i gråtonede 'kedelige' farver, med synlige rynker, ikke-glansfuldt hår samt med en cigaret i venstre mundvig. På højre side fremstår kvinden umiddelbart mere sund og velplejet. Dette er bl.a. understøttet ved brugen af markant livligere farver, udglattede rynker, glansfuldt hår og tydeliggjort make-up.

Pfizer ApS har i deres høringssvar af den 31. oktober 2014 anført, at dette grafiske element var indeholdt i en forhåndsvurdering i en tidligere afgørelse dateret den 5. oktober 2011, jf. j.nr. FO-2011-0886. Det grafiske element indgik dog i en anden kontekst end for indeværende reklamemateriale. Det skal bemærkes, at en forhåndsgodkendelse vil være knyttet til de konkrete forelagte oplysninger og forhold. Ændres disse, kan forudsætningerne for godkendelsen bortfalde. Det skal endvidere bemærkes, at der i løbet af tre år sker en betydelig praksisudvikling, hvorfor en lægemiddelvirksomhed løbende er forpligtet til at påse, at betingelserne i reklamekodekset er opfyldt.

Pfizer ApS angiver endvidere, at *"Pfizers vurdering af billedet har været, at det ikke er en direkte virkning af lægemidlet som illustreres, men derimod en effekt af rygningen i sig selv"*. Det er granskningsmandspanelets vurdering, at illustrationen anvendes i en lægemiddelreklame. Således vurderes billedet at være en integreret del af reklamen og en afledt effekt selve lægemidlet.

Granskningsmandspanelet vurderer fortsat, at den grafiske illustration er i strid med reklamekodeksets § 4, stk. 2. Dette med afsæt i en direkte produkt-individ relation af anprisende karakter.

Brug af patient cases (sygehistorier) anses af nævnet for ikke at være i overensstemmelse med kodeksets krav om, at reklamer skal fremtræde sobert, nøgternt og i saglig form. Dette er uanset om historien er fiktiv eller sand.

Ved en patient case forstås en direkte eller indirekte produkt-individrelation af anprisende karakter, typisk med afsæt i et billede eller en serie af billeder. Således vurderes en fotografisk fremstilling af objektive symptomer ved en given sygdom ikke som en potentiel patient case, med mindre denne sættes i relation til et lægemiddel, eksempelvis ved sammenhængende tekst eller ved implicit at antyde effekt af lægemidlet på symptomer eller sygdommen som helhed.

Afgørelse:

Pfizer ApS findes således at have overtrådt reklamekodeksets § 4, stk. 2 og pålægges som følge heraf sanktioner.

Sanktion:

- Pålæg om ikke at benytte reklamen i dens foreliggende form, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 1, stk. 1.
- Bøde på kr. 10.000,- for overtrædelse af reklamekodeksets § 4, stk. 2, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 4, stk. 1, litra e. Det skal bemærkes, at den tidligere vurdering, jf. FO-2011-0886 anses som en formildende omstændighed, hvorfor sanktionsniveauet nedjusteres. Det skal dog understreges, at en lægemiddelvirksomhed løbende er forpligtet til at påse, at betingelserne i reklamekodekset er opfyldt.

Faktura fremsendes.

Ankevejledning:

Afgørelsen kan ankes til Ankenævnet, jf. Sagsbehandlingsregler for ENLI § 9 stk. 1.

Anke skal ske inden 21 arbejdsdage og sker online via www.enli.dk. Fristen regnes fra den dag, afgørelse afsiges, og den pågældende dag tæller som 1. dag. Weekend- og helligdage medregnes ikke. Anken skal indeholde en redegørelse for de synspunkter og oplysninger, som anken støttes på.

Bemærk, at såfremt der gives medhold, er anken gebyrfri. Hvis ankesagen tabes, og der maksimalt gives sanktion i form af påtale, pålægges et gebyr på 5.000 kr. plus moms, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 7, stk. 3. Ved sanktion i form af bøde pålægges et gebyr på 50 % af bødens størrelse idømt af Ankenævnet, hvis ankesagen tabes, og hvis bøden nedsættes, pålægges et gebyr på 50 % af det nedsatte beløb, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 7, stk. 2. En anke har som udgangspunkt ikke opsættende virkning.

Kopi af den endelige afgørelse vil blive fremsendt til Sundhedsstyrelsen til orientering.

Med venlig hilsen

Kasper Hasseriis Andersen
Lægefaglig granskningsmand