



København, den 05. marts 2015

AFGØRELSE

Vedr.: Aa-2015-0795, [REDACTED] lanceringssymposium

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående arrangement, anmeldt af [REDACTED] den 16. februar 2015, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at [REDACTED] lanceringssymposium umiddelbart stred mod ENLI's regelgrundlag, jf. Lægemiddelindustriens kodeks vedrørende reklame mv. for lægemidler rettet mod sundhedspersoner (Reklamekodekset). Sagen blev derfor sendt i høring den 25. februar 2015.

[REDACTED] har den 24. februar 2015 svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 21, stk. 4 (tidligere § 23, stk. 4)

Begrundelse:

Mødested § 13, stk. 10

[REDACTED] har i forbindelse med anmeldelsen oplyst, at [REDACTED] lanceringssymposiet afholdes på Hilton München Park Hotel, Tucherpark 7 i München den 26. og den 27. marts 2015.

Af reklamekodeksets § 13, stk. 10 fremgår, at lægemiddelvirksomheder skal undgå at benytte mødesteder, som er "kendt" for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse. Ankenævnet har den 21. september 2011 udtalt, at: *"Som udgangspunkt vil det ikke være i overensstemmelse med Reklamekodeks § 13, stk. 9 at afholde faglige arrangementer på eksempelvis 5-stjernede hoteller (fremhævet her), gourmetrestauranter (forstået som restauranter, der er tildelt en eller flere stjerner i Michelin-guiden eller tilsvarende anerkendelse i sammenlignelige uvildige kvalitetsbedømmelser), slotte og herregårde, golfhoteller, ski- og badhoteller (i sæsonen), bådarter mv. Det er i denne forbindelse ikke afgørende, om deltagerne i det faglige arrangement rent faktisk får adgang til de pågældende fritids- og underholdningsaktiviteter eller i øvrigt får luksuriøs forplejning. Afgørende er, om det planlagte mødested i almindeligt omdømme er "kendt" for sine underholdningsfaciliteter, er ekstravagant og/eller luksuriøs, jf. Reklamekodeks § 13, stk. 9 [i dag § 13, stk. 10]."*, jf. vejledningen til kodeksets § 13, stk. 10.

Det fremgår endvidere af vejledningen til reklamekodekset § 13, stk. 10, at mødestedet skal være på et rimeligt niveau og af almindelig standard.

Ved vurderingen af, om et konkret mødested opfylder kravene til rimeligt niveau og almindelig standard, foretages der en samlet vurdering af en række relevante forhold i relation til det pågældende mødested, herunder navnlig pris, beliggenhed, faciliteter, klassificering og alternative mødesteder til rådighed i lokalområdet.

Granskningsmandspanelet har ved søgninger på internettet fundet flere hoteludbudssider, hvor Hilton München Park Hotel er kategoriseret som et femstjernet hotel, heriblandt siderne www.hotels.com, www.agoda.com og www.booking.com.

Det er granskningsmandspanelets vurdering, at der skal foreligge særlige konkrete omstændigheder, f.eks. logistiske forhold, der specifikt kan begrunde valget af et mødested som Hilton München Park Hotel, der som udgangspunkt anses som luksuriøst, idet hotellet fremstår som et femstjernet hotel, og derved i strid med reklamekodeksets § 13, stk. 10.

Det bemærkes, at [REDACTED] i forbindelse med anmeldelsen af symposiet ikke har fremsendt begrundelse for, hvorfor man i det pågældende tilfælde har valgt at benytte et femstjernet mødested.

[REDACTED] har den 2. marts 2015 i forbindelse med høringsvaret oplyst, at de ikke har medvirket i planlægningen af [REDACTED] lanceringssymposium, da arrangementet er planlagt og arrangeret af [REDACTED].

[REDACTED] har i forbindelse med indsendelse af høringsvaret vedlagt et dokument fra Hilton München Park, hvoraf fremgår, at hotellet ikke er klassificeret. Granskningsmandspanelet har imidlertid fundet flere hoteludbudssider, hvor hotellet er kategoriseret som femstjernet jf. afsnittet ovenfor. Booking.com har ved en tidligere lejlighed tilkendegivet over for ENLI, at det er hotellerne selv, der er ansvarlige for de oplysninger, der er lagt bookingsitets system. Angivelsen af de fem stjerner for Hilton München Park på hjemmesiden Booking.com antages således at være oplyst af Hilton München Park. Det er på denne baggrund granskningsmandspanelet opfattelse, at selvom hotellet ikke er klassificeret som femstjernet af en hotelorganisation i Tyskland, må omdømmet af hotellet antages at være som var hotellet officielt klassificeret som et femstjernet hotel.

[REDACTED] har kontaktet deres internationale Compliance Manager, som har oplyst følgende om valget af Hilton München Park Hotel som mødested:

- Munich has been chosen for the meeting venue due to convenient logistical location There are daily flights from the participating countries to München which minimize unnecessary time on transport and connection flights.
- The Hilton München Park Hotel is available during the required dates 26 – 27 th March, suitable for scientific event and offers the required capacities of conference rooms.
- Due diligence against the regulations and pharma code has been conducted by the [REDACTED] Event Planning Team (organizer country) and [REDACTED] to make sure that the selected location/venue is appropriate and according to the rules. [REDACTED] has received confirmation from Hil-

ton's management that selected Hilton Park München hotel is not rated by the DEHOGA (Deutscher Hotel – und Gast stättenverband), which is the authority for the star rating in Germany (the German Hotel and restaurant Association).

- German team has completed review process og this venue that the Hilton München Park Hotel fulfils the criteria of a business conference hotel with respect to its infrastructure, technical equipment and facilities. Hotel does not have any extraordinary wellness areas of features and it is not known as an attraction or a recreational destination.
- Also comparison between respective hotel prices have been taken into account and the prices of the selected hotel are within the standard limits' range of the Munich City area.

Derudover har [REDACTED] i sit høringssvar oplyst, at symposiet oprindeligt skulle have fundet sted i Frankfurt. I slutningen af december 2014 blev det imidlertid klart, at deltagerantallet ville overstige kapaciteten på det valgte mødested, og [REDACTED] måtte derfor med kort varsel flytte symposiet til et andet sted. Valget faldt derfor på Hilton München Park Hotel. Endvidere har [REDACTED] tilkendegivet, at deltagerantallet er ca. 300 personer fra 22 lande, hvilket har nødvendiggjort at mødefaciliteterne har en vis størrelse, dels et plenumlokale samt tre store break-out rooms.

Granskningsmandspanelet finder på baggrund af en samlet konkret vurdering af de fremlagte oplysninger i [REDACTED]'s høringssvar af 2. marts 2015, at der er angivet tilstrækkelig begrundelse for, at Hilton München Park Hotel kan benyttes som mødested. Der er i den forbindelse særligt lagt vægt på, at [REDACTED] med kort varsel har været nødsaget til at ændre mødestedets placering, at afviklingen af mødet har nødvendiggjort specifikke mødefaciliteter, at antallet af mødedeltagere er blevet større end forventet, og at det således har været vanskeligere for mødearrangøren at finde passende lokaler med den fornødne kapacitet, der var tilgængelige de pågældende datoer.

Granskningsmandspanelet skal bemærke, at vurderingen af ovenstående forhold ikke er ensbetydende med en vurdering af alle individuelle forhold i den fremsendte aktivitet.

Anmeldelse

Det følger af reklamekodekset § 21, stk. 4 (tidligere § 23, stk. 4), at virksomheden har pligt til at sikre, at anmeldelsen er fuld oplyst, og at alle relevante bilag er fremsendt.

Det har i nærværende sag være nødvendigt for granskningsmandspanelet vurdering af sagen, at [REDACTED] har fremsendt yderligere oplysninger undervejs i sagen, idet de anmeldte forhold ikke alene har kunnet belyse en overholdelse af reglerne i reklamekodekset. Det er således granskningsmandspanelet vurdering, at reklamekodekset § 21, stk. 4, ikke er overholdt.

Afgørelse:

[REDACTED] findes således at have overtrådt Reklamekodekets § 21, stk. 4 og pålægges som følge heraf sanktioner.

Der skal gøres opmærksom på, at Granskningsmandspanelet kun vurderer anmeldelsen ud fra de regelsæt, som falder under ENLIs kompetence.

Sanktion:

- Påtale for overtrædelse af reklamekodeksets § 21, stk. 4, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 2, stk. 1.

Ankevejledning:

Afgørelsen kan ankes til Ankenævnet, jf. Sagsbehandlingsregler for ENLI § 11, stk. 1.

Anke skal ske inden 21 arbejdsdage og sker online på anmeldersitet 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 virksomheden ikke gives medhold i ankesagen, og der maksimalt idømmes en sanktion i form af påtale, pålægges et gebyr på 5.000 kr. plus moms, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 7, stk. 10. Ved sanktion i form af bøde pålægges et gebyr på 50 % af bødens størrelse idømt af Ankenævnet, hvis virksomheden ikke gives medhold i anken, og hvis bøden nedsættes, pålægges et gebyr på 50 % af det nedsatte beløb, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 7, stk. 9.

En anke har som udgangspunkt ikke opsættende virkning.

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

Med venlig hilsen

Julie Holtum Qvist
Juridisk granskningsmand