



København, den 1. december 2016

AFGØRELSE

Vedr.: Ad-2016-4984, sponsorat til deltagelse i GA2LEN Global Urticaria Forum/Urticaria

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående sponsorat, anmeldt af [REDACTED] den 31. oktober 2016, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at sponsoratet: "GA2LEN Global Urticaria Forum/Urticaria" 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 11. november 2016.

[REDACTED] har ved mail af 23. november 2016 svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 21, stk. 4

Begrundelse:

Granskningsmandspanelet skal bemærke, at der med denne afgørelse er foretaget en vurdering af:

1. Fagligt program
2. Repræsentation
3. Forplejning
4. Mødested
5. Anmeldelse

Ad 1 Fagligt program

Det følger af § 13, stk. 1, i Reklamekodekset, at lægemiddelvirksomheder kan give eller tilbyde en sundhedsperson faglig information og uddannelse om lægemidler i form af betaling af de direkte udgifter til kurser samt andre faglige og videnskabelige aktiviteter, som sundhedspersoner deltager i eller afholder, herunder som sponsor.

Det fremgår af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 1, at lægemiddelvirksomheder kan give eller tilbyde en sundhedsperson faglig information og uddannelse i form af betaling af de direkte udgifter til fagligt relevante kurser, konferencer, efteruddannelse og lign., som sundhedspersoner deltager i eller afholder. I disse aktiviteter skal der indgå lægemiddelinformation eller anden faglig information, som er faglig relevant for deltagerne.

Granskningsmandspanelet har gennemgået det faglige program og har ingen bemærkninger hertil.

Ad 2 Repræsentation

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 5, at repræsentation, der ydes i forbindelse med de i stk. 1 nævnte aktiviteter, skal begrænses til rejser, måltider, ophold og nøjagtige tilmeldingsgebyrer. Af Reklamekodeksets § 13, stk. 7, følger, at alle former for repræsentation, der ydes til sundhedspersoner, skal have et rimeligt niveau og være nøje begrænset til hovedformålet med mødet, herunder tidsmæssigt underordnet i forhold til den reklamemæssige eller faglige aktivitet.

Det fremgår af den indsendte invitation, at deltagerne skal overnatte på Hotel Amano Grand Central. Hotellet fremstår som trestjernet hotel på henholdsvis Booking.com og Hotels.com. Derudover har [REDACTED] oplyst, at den angivne pris for transport er estimeret, idet prisen for indenrigstransport endnu ikke er kendt, men at man er opmærksom på ENLI's regler herom.

Granskningsmandspanelet har på denne baggrund ikke yderligere bemærkninger til overnatning eller til de foreløbige transportudgifter.

Ad 3 Forplejning

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 7, at alle former for repræsentation, der ydes til sundhedspersoner, skal holdes på et rimeligt niveau og være nøje begrænset til hovedformålet med den reklamemæssige eller faglige aktivitet. Af vejledningen til bestemmelsen ses, at ved "rimeligt niveau" forstås almindeligt standardniveau – altså ikke luksus eller på anden måde ekstravagant.

Af Reklamekodeksets § 13, stk. 8 følger, at virksomheder ikke må give eller tilbyde måltider (mad og drikkevarer) til sundhedspersoner, undtagen i de tilfælde, hvor værdien af sådanne måltider ikke overstiger et af følgende beløbslofter: 400 kr. for frokost, 700 kr. for middag eller 1.200 kr. for bespisning ved heldagsmøder/konferencer mv. De nævnte beløbslofter gælder for måltider i Danmark.

Ved måltider i andre europæiske lande gælder de beløbslofter, der er fastsat herfor af lægemiddelbrancheargumentationerne i disse lande. Der henvises til liste over beløbsgrænser (EFPIA bespisningskort) på www.enli.dk (under Regelgrundlag, Reklamekodeks, Dokumenter). Heraf fremgår, at Tyskland har et maksimum beløbsloft på 60 euro pr. måltid - svarende til 446,51 DKK.

Granskningsmandspanelet har på baggrund af den anmeldte dokumentation samt [REDACTED] høringsvar af 23. november 2016 ikke yderligere bemærkninger til forplejning, som findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 7 og 8.

Ad 4 Mødested

Det fremgår af Reklamekodeksens § 13, stk. 10, at lægemiddelvirksomhederne skal undgå at benytte mødesteder, der er "kendt" for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse. Af vejledningen til Reklamekodekset fremgår det, at Ankenævnet i forbindelse med behandlingen af to principielle sager den 21. september 2011 blandt andet har udtalt følgende om den generelle fortolkning af denne bestemmelse:

"Mødestedet, herunder bl.a. dets almindelige omdømme, indretning og beliggenhed, må ikke i sig selv være en faktor, der i væsentligt omfang positivt vil kunne påvirke deltagerens beslutning om deltagelse i det faglige arrangement. Der må derfor udvises betydelig forsigtighed ved valg af mødested, så der ikke kan rejses berettiget tvivl om, at mødestedet er underordnet det faglige formål. Som udgangspunkt vil det ikke være i overensstemmelse med Reklamekodeks § 13, stk. 9 [i dag: § 13, stk. 10] 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 badehoteller (i sæsonen), bådfarter 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]."

Lif har ved brev af 15. januar 2013 indsendt et fortolkningsbidrag til reglens forståelse, hvor følgende fremgår:

"Det præciseres, at et mødested gerne må anvendes i de tilfælde, hvor:

1) Mødestedet ikke i sig selv udgør en attraktion.

α. Eksempelvis vil Store Scene i Operaen, DR's Koncertsal, Tivolis Koncertsal eller akvarium udgøre en sådan attraktion, som ikke kan benyttes som mødested.

2) Det er åbenlyst, at deltagelsen i et fagligt arrangement på stedet sker på et tidspunkt, hvor der ikke er åben adgang til underholdningen – eller finder nogen form for underholdning sted.

α. Eksempelvis: Parken i tidsrum, hvor der hverken er sport eller koncert på plænen; Tivoli uden for sæsonen, hvor forlystelsesparken i øvrigt er lukket; museer eller udstillingscentre, hvor mødet finder sted uden for åbningstiden, og der derfor ikke er adgang til udstillingen [fremhævet her].

3) Mødestedet er tilsvarende kendt for sine møde-/konferencefaciliteter, og hvor det i forhold til almen optik kan anses som adskilt fra underholdningsfaciliteterne på stedet, uanset punkt 1 eller 2 ovenfor. En adskillelse, der ikke nødvendigvis forudsætter en de-facto fysisk adskillelse – eks. via låst dør – men hvor det fremstår åbenbart, at underholdningsfaciliteterne ikke på dagen vil være relevant for eller blive anvendt af deltagerne. Herunder er det en væsentlig præmis, at det ikke er sandsynligt, at afholdelse af et arrangement på stedet vil betyde, at deltagere eller omverdenen i øvrigt (langt overvejende hovedpart) vil forbinde det med underholdning.

α. Eksempelvis: DGI Byen Konference, Dansk Design Center, Konference Dahls koncertsal (når der ikke er koncert), Tivoli Congress Center, Den Sorte Diamant".

■■■■ har i den indsendte invitation henvist til hjemmesiden for det faglige program: www.globalurticariaforum.org. Det fremgår af hjemmesiden, at det faglige program tirsdag den 29. november 2016 vil blive afsluttet med en velkomstreception på Naturkundemuseum Berlin. ■■■■ har i forbindelse med anmeldelsen ikke oplyst yderligere vedrørende dette programpunkt herunder, hvorvidt deltagerne på mødet har adgang til museets udstilling, jf. afsnit 2 ovenfor.

■■■■ har med deres hørings svar oplyst følgende:

”På det pågældende tidspunkt hvor vi sammenfattede vores materiale til anmeldelse var den daværende agenda ikke med angivelse af naturhistorisk museum som sted for afholdelse af receptionen, det har vi erfaret at det er, og vi har derfor valgt at informere vores gæster som ankommer tirsdag, at vi umiddelbart efter mødets afslutning går ud og spiser separat og derfor ikke deltager i den receptionen, da mødestedet er i strid med ENLIs regler for afholdelse af arrangementer. Ved registreringen skal man tilmelde sig separat til receptionen – hvilket vi ikke har gjort.”

Af hørings svaret fra ■■■■ fremgår, at deltagene ikke var tilmeldt den separate reception den 29. november 2016.

Granskningsmandspanelet har på baggrund af den anmeldte dokumentation samt ■■■■ hørings svar af 23. november 2016 foretaget en fornyet vurdering af mødestedet.

Granskningsmandspanelet har fundet, at det anmeldte sponsorat er i overensstemmelse med regelsættet i sin nuværende form i relation til det vurderede forhold.

Ad 5 Anmeldelse

Det følger af Reklamekodeksets § 21, stk. 4, at virksomhederne har pligt til at sikre, at anmeldelsen er fuldt oplyst, og at alle relevante bilag er fremsendt.

Som det fremgår af ovenstående punkt 4 har ■■■■ ikke fremsendt oplysninger om, at deltagerne skulle deltage i et parallelt arrangement samt at deltagerne ikke var tilmeldt den planlagte reception på Naturkundemuseum Berlin den 29. november 2016.

Det har således været nødvendigt for Granskningsmandspanelets vurdering af sagen, at ■■■■ har fremsendt yderligere oplysninger undervejs i sagen, idet det anmeldte forhold ikke alene har kunnet belyse en overtrædelse af reglerne i Reklamekodekset. Det er derfor Granskningsmandspanelet vurdering, at Reklamekodeksets § 21, stk. 4 ikke er overholdt.

Det følger af Sagsbehandlingsreglerne for ENLI § 9, stk. 9, at såfremt Granskningsmandspanelet vurderer, at en sag er af en sådan karakter, at en hørings skrivelse vil være uden indflydelse på afgørelsens udfald og overtrædelsen alene vil medføre en påtale, kan Granskningsmandspanelet træffe en straks afgørelse, hvor høringsfasen udelades.

■■■■ høres på denne baggrund ikke om overtrædelsen af Reklamekodeksets § 21, stk. 4.

Afgørelse:

██████ findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 21, stk. 4, og pålægges som følge heraf sanktioner.

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

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 nærværende skrivelse vil blive fremsendt til Lægemiddelstyrelsen til orientering.

Med venlig hilsen

Pia Phillipsen
Juridisk granskningsmand