

MSD Danmark ApS
Havneholmen 25
1561 København V

København, den 18. december 2018

AFGØRELSE

Vedr.: R-2018-4678, Simponi Roll-up

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående reklame, anmeldt af MSD Danmark ApS den 8. november 2018, til kontrol.

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 den 25. november 2018.

MSD Danmark ApS har svaret i sagen

MSD er uforstående overfor, at ENLI vurderer billedet til ikke at opfylde § 4 stk. 2, da MSD har svært ved at se, hvordan billedet skulle bidrage til at give en fejlagtig opfattelse af lægemidlet. MSD anser ikke billedet for "vildledende eller at overdrive lægemidlets egenskaber". MSD har, i sit valg af billedet af en fiktiv skovtur med mange madkurve, vurderet at samspillet mellem billede og tekst var passende, da teksten handler om "vedvarende klinisk respons gennem 4 år". Madkurvene skal illustrere PURSUIT-Maintenance Extension studiedesignet, hvor sygdomsaktiviteten blev målt med faste intervaller igennem hele studieperioden.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 4, stk. 2

Begrundelse:

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

1. Billedet af et ungt par på skovtur

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

Ifølge Reklamekodeksens § 4, stk. 2, skal reklamer i sin helhed være fyldestgørende og saglige, og de må ikke være vildledende eller overdrive lægemidlets egenskaber. Oplysninger i reklamen skal være i overensstemmelse med lægemidlets godkendte produktresumé. Billedmateriale i reklamen indgår i denne vurdering. Det er både i form af billeder af mulige patienter, hvor billedet viser en forventet reaktion efter behandling med lægemidlet, men også stemningsbilleder, idet lægemidler ikke må markedsføres lige så pågående og forbrugsstimulerende som almindelige forbrugsvarer. Billeder er generelt meget udtryksfulde og kan i nogle tilfælde udtrykke mere, end man umiddelbart kan skrive i ord. Billeder kan være værdiladede og gøre stort indtryk på modtageren.

Billedet giver efter Granskningsmandspanelet vurdering en upassende stemningsbetonet sammensætning af et lægemiddel og et ferie/fritidsbillede (ungt par nyder en skovtursfrokost med madkurv under åben himmel i sol og varme siddende på et tæppe, der sammen med madkurven strækker sig i det uendelige ud over grønne bakker). Granskningsmandspanelet fastholder, at billedet ikke er i overensstemmelse med Reklamekodeksens regler uanset, at MSD opfatter madkurvene som illustration af PURSUIT-Maintenance Extension studiedesignet, hvor sygdomsaktiviteten blev målt med faste intervaller igennem hele studieperioden.

ENLI har altid haft fokus på anvendelse af billeder i reklamer, hvor billedet kan være udtryk for en patientcase – altså hvor billedet udtrykker en forbedring hos en patient, og dermed giver et indtryk af, at man kan opnå samme virkning ved at tage lægemidlet.

Efter drøftelser med Lægemiddelstyrelsen og undervisning i 2018 for Lifs Etik og Complianceudvalg, har Granskningsmandspanelet dog fået mere fokus på, at også stemningsbetonede billeder – både med og uden personer på – kan være i strid med reglerne, da lægemidler ikke må markedsføres lige så pågående og forbrugsstimulerende som almindelige forbrugsvarer, jf. saglighedskravet.

Det vil indgå i afvejningen af sanktionen, at ENLI ikke tidligere har haft lige så stort fokus på stemningsbetonede billeder.

Afgørelse:

MSD Danmark ApS findes således at have overtrådt Reklamekodeksens § 4, stk. 2, og pålægges som følge heraf sanktioner. Granskningsmandspanelet skal bemærke, at nærværende vurdering ikke er ensbetydende med en vurdering alle individuelle forhold i det fremsendte materiale.

Sanktion:

- Pålæg om ikke at benytte reklamen i dens foreliggende form, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 1, stk. 1.

Ankevejledning:

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

Anke skal ske inden 21 arbejdsdage og sker online via anmeldersitet på 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.

Der pålægges et gebyr på 6.000 kr., for at anke en afgørelse truffet af Granskningsmandspanelet, jf. Sanktions- og gebyrregulativets § 7, stk. 8.

En anke har som udgangspunkt ikke opsættende virkning.

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

Med venlig hilsen

Kim Dalhoff
Lægefaglig granskningsmand