

Teva Danmark A/S  
Østergade 38  
1100 København K

København, den 10. januar 2020

## AFGØRELSE

**Vedr.: Ab-2019-5347, DHOS årsmøde**

### **Baggrund:**

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående sponsorat, anmeldt af Teva Danmark A/S den 19. december 2019, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at sponsorat 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 6. januar 2020.

Teva Danmark A/S har den 9. januar 2020 svaret i sagen.

### **Granskningsmandspanelets vurdering:**

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

- Reklamekodeksets § 13, stk. 10

### **Begrundelse:**

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

1. Program
2. Forplejning
3. Mødested

#### Ad.1. 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.

Det fremgår af vejledningen til § 13, stk. 1 i Reklamekodekset, at begrebet " faglig information og uddannelse om lægemidler" efter fast praksis forstås af nævnet således, at arrangementer skal have et specifikt sundhedsfagligt indhold og videreuddannelsesmæssigt sigte for sundhedspersoner, herunder ved faglige indlæg om sygdomme, sygdomsområder, produkter og behandlingsmetoder.

Granskningsmandspanelet har gennemgået det faglige program, og har vurderet, at det er i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

#### Ad. 2. Forplejning

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 7, 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 følger af vejledningen til bestemmelsen, at der herved skal forstås et almindeligt standardniveau, og altså ikke luksus eller på anden måde ekstravagant.

Af Reklamekodeksets § 13, stk. 8, fremgår det, at virksomhederne 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.

Følgende fremgår af det indsendte budget:

- Morgenmad 120 kr.
- Frokost inkl. drikkevarer 320 kr.
- Middag 350 kr.

Granskningsmandspanelet har på denne baggrund ikke yderligere bemærkninger, idet forplejningen, på baggrund af det fremsendt budget, findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 8.

#### Ad.3. Mødested

Det fremgår af de indsendte oplysninger, at Teva giver et sponsorat på 70.000 kr. til DHOS' årsmøde, der bliver afholdt den 2. oktober 2020 i Moltkes Palæ i København.

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:

*"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, 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), bådferter mv. [min understregning]. 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]. "*

*Ved vurderingen af, om et konkret mødested opfylder kravene til "rimeligt niveau" og "almindelig standard" må der foretages en samlet vurdering af en række relevante forhold i relation det pågældende mødested, herunder navnlig:*

- pris,
- beliggenhed (bl.a. i forhold til parkering og adgangsveje),
- faciliteter,
- klassificering, og
- alternative mødesteder til rådighed i lokalområdet.

*Prisen for brug af mødestedets faciliteter, forplejning mv. vil efter Ankenævnets opfattelse kunne bruges som rettesnor. Hvis prisen er på niveau med den typiske pris for et standard-arrangement af tilsvarende karakter, vil mødestedet som udgangspunkt kunne accepteres som overensstemmende med § 13, stk. 9 [i dag: § 13, stk. 10] - dog forudsat, at mødestedet ikke i øvrigt er i strid med Reklamekodeks, f.eks. fordi det i almindeligt omdømme anses for ekstravagant. Prisen for faciliteter, forplejning mv. skal bedømmes ud fra, hvad deltageren selv skulle have betalt for ydelsen på normale vilkår.*

*Selv om prisen for brug af mødestedets faciliteter vil kunne bruges som rettesnor for, om et planlagt arrangement er i overensstemmelse med § 13, stk. 9 [i dag: § 13, stk. 10], udelukker det ikke, at øvrige konkrete omstændigheder vil kunne føre til et andet resultat. Eksempelvis vil det ikke være udelukket at godkende et prismæssigt højere rangerende 5-stjernet hotel som mødested for et fagligt arrangement, hvis f.eks. beliggenheden ved et trafikknudepunkt og omfanget af mødefaciliteter i et konkret tilfælde taler med særlig vægt for at vælge netop dette mødested.*

*Lægemiddelvirksomheder kan i tvivlstilfælde anmode om en forhåndsvurdering af et planlagt arrangement, jf. reklamekodeks § 21, stk. 7.*

*I forhold til ovennævnte forhold vedrørende slotte og herregårde, vurderer ENLI, at anvendelsen af et palæ eller et gods som mødested signalerer luksus og ekstravagance på lige fod med slotte og herregårde. Derved tilføjer betegnelsen "palæ" og "gods" mødestedet noget ekstra, der signalerer noget unikt, luksuriøst og kulturhistorisk, og som går væsentligt ud over, hvad der kan antages at være nødvendigt for et fagligt arrangement. Lægemiddelvirksomheder bør derfor undgå at benytte palæer og godser som mødested, medmindre der er logistiske omstændigheder eller manglende alternative mødesteder, der taler med særlig vægt for at vælge netop dette mødested.* [fremhævet her]

Teva har ved høringsvar af 9. januar 2020 bl.a. tilkendegivet følgende:

*”Desværre har vi begået en fejl i forhold til - Reklamekodeksets § 13, stk. 10 (valg af mødested) og det beklager vi meget. I Teva er vi altid meget omhyggelige med at sikre at alle reklamekodeksets paragraffer bliver overholdt til punkt og prikke. Denne anmeldelse er ingen undtagelse, men alligevel er det fløjet under radaren hos os, at der var tale om afholdelse af arrangementet på et ikke-egnet kursussted.*

*Vi har derfor kontaktet formanden for DHOS og fremlagt problematikken. DHOS har som følge deraf besluttet at ændre sted for afholdelse til et andet og egnet kursussted.”*

Det er Granskningsmandspanelets vurdering, at anvendelsen af Moltkes Palæ som mødested signalerer luksus, og derfor bør lægemiddelvirksomheder ikke benytte stedet, medmindre der er logistiske omstændigheder eller manglende alternative mødesteder, der taler med særlig vægt for at vælge netop dette mødested. Der er efter Granskningsmandspanelets opfattelse ikke anført sådanne omstændigheder, såsom særlige krav til logistik eller mødestedet, der kan begrunde valget af Moltkes Palæ frem for et tilsvarende alternativt mødested i Københavnsområdet, der vil kunne tilbyde en professionel ramme om et fagligt arrangement, og som ikke signalerer samme ekstravagance som Moltkes Palæ.

På baggrund af en samlet vurdering er det derfor fortsat Granskningsmandspanelets opfattelse, at Moltkes Palæ må anses for at være et mødested, der i almindeligt omdømme fremstår som luksuriøst og/eller ekstravagant, og benyttelsen af mødestedet i forbindelse med DHOS' årsmøde er derfor i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 10.

#### Afsluttende kommentarer

Teva har ved høringskrivelse af 9. januar 2020 oplyst, at mødet vil blive flyttet til et andet mødested.

Det følger af ENLI's Sagsbehandlingsregler, herunder § 7, at det er den anmeldte dokumentation, der efterprøves. Det vil således være de faktiske forhold på tidspunktet for anmeldelsen, der er udgangspunkt for vurderingen af, om regelsættet er overholdt. Ved en anmeldelse har virksomheden således selv vurderet, at det planlagte arrangement er i overensstemmelse med reglerne på området, hvilket virksomheden også har pligt til at oplyse i de invitationer, som de sender til sundhedspersoner vedrørende arrangementer, jf. § 21, stk. 8, i Reklamekodekset. En virksomhed kan således ikke forlade sig på, at en anmeldelse udtages til kontrol for derved at have lejlighed til at genoverveje, hvorvidt det anmeldte arrangement er i overensstemmelse med reglerne på området. Ligeledes kan en lægemiddelvirksomhed ikke undervejs i sagsbehandlingen ændre på et anmeldt materiale og derved bringe det i overensstemmelse med regelsættet for derved at undgå en sanktion.

Aflysning eller ændring af mødet vil derfor ikke ændre Granskningsmandspanelets vurdering af anmeldelsen.

#### **Afgørelse:**

Teva Danmark A/S findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 13, stk. 10 og pålægges som følge

heraf sanktioner.

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

**Sanktion:**

- Bøde (+ moms) på 30.000 kr. for overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 5, litra c).

Faktura fremsendes.

**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](http://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

Julie Holtum Qvist  
Juridisk granskningsmand