

København, den 1. marts 2012

**Vedr.: Ac-2012-0550, udstillingsstand ved DSKOs Årsmøde - Afgørelse**

ENLI's granskningsmandspanel udtog til kontrol ovenstående anmeldelse af køb af en udstillingsstand ved DSKOs Årsmøde den 19-21. april 2012, anmeldt af [REDACTED] den 26. januar 2012.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at købet af udstillingsstanden kunne stride imod ENLI's regelgrundlag, jf. Lægemiddelindustriens kodeks vedrørende reklame mv. for lægemidler rettet mod sundhedspersoner (reklamekodekset). Sagen blev derfor sendt i høring den 7. februar 2012 [REDACTED] har den 20. februar 2012 svaret i sagen.

**Granskningsmandspanelets vurdering:**

Efter gennemført høring er det granskningsmandspanelets vurdering, at følgende regler er overtrådt:

- Reklamekodekets § 21, stk. 4.

**Begrundelse:**

Anmeldelsen er indtastet som et køb af en udstillingsstand i forbindelse med DSKOs Årsmøde den 19-21. april 2012. I anmeldelsen er oplyst en kvm. pris på 500 kr., og med anmeldelsen er indsendt det foreløbige program for Årsmødet.

[REDACTED] har i deres høringssvar fremsendt en oversigt over standpladser samt [REDACTED] standardbestemmelser for leje af stand. Det fremgår klart af disse dokumenter, at den købte udstillingsstand er placeret adskilt fra arrangementets øvrige faglige program. Det er granskningsmandspanelets vurdering, at den købte udstillingsstand er i overensstemmelse med reklamekodekets § 17, stk. 1 og 3.

Det fremgår af reklamekodekets § 17, stk. 2, at reklame og markedsføringen i forbindelse med eksempelvis køb af en stand kun må ske i forbindelse med arrangementer, der opfylder betingelserne for faglighed i kodekets § 13.

Det fremgår af vejledningen til § 13, stk. 1 i reklamekodeket, at kravet om faglighed af Nævnet for Selvjustits på Lægemiddelområdet (NSL) har været fortolket således, at kun specifikke sundhedsfaglige aktiviteter har kunnet godkendes. Det indebærer, at arrangementer skal have et videreuddannelsesmæssigt sigte for sundhedspersoner, f.eks. faglige indlæg om sygdomme, sygdomsområder, produkter, behandlingsmetoder, faglige kongresser og symposier. Det er granskningsmandspanelets opfattelse, at denne praksis er i overensstemmelse med såvel formål som ordlyd af § 13, stk. 1 i reklamekodeket.

[REDACTED] har oplyst, at de planlagte 7 workshops på årsmødets første dag er en gennemgang af konkrete cases, således at deltagerne kan lære optimal behandling af komplicerede sygdomstilfælde, udført af førende eksperter indenfor onkologiske subspecialer. Endvidere har [REDACTED] oplyst, at der, hvad angår de frie foredrag og postersessions på årsmødets anden dag, er tale om postersessions og foredragssessions, hvor de seneste resultater indenfor de pågældende videnskabelige områder præsenteres. Der henvises med en analogi til "late-breaking-sessions".

For så vidt angår programtemaet "samarbejde mellem læger i onkologien og medicinalindustrien" på årsmødets tredje dag, har [REDACTED] anført, at sådanne programpunkter ikke har interesse for andre end målgruppen læger, og at det udviklingsarbejde, som sker mellem læger og lægemiddelvirksomheder, er konkret målrettet behandling af patienter med lægemidler. Granskningsmandspanelet anerkender vigtig-

heden i, at læger er bekendt med reglerne for samarbejde med industrien, og indlæg af sådanne karakter anses derfor for specifikke sundhedsfaglige, jf. reklamekodeksets § 13, stk. 1.

■■■■ har indsendt et brev af den 16. februar 2012 fra DSKO, hvori de angiver, at årsmødet er inddelt i tre overtemaer: 1) en gennemgang af dilemmaer indenfor stråleterapi, 2) diagnostik og behandling af oligometastaser, samt 3) præsentationer af igangværende national klinisk, grundvidenskabelig og epidemiologisk cancerforskning med foredrag og posterpræsentationer.

Det er på baggrund af ovenstående granskningsmandspanelets vurdering, at programmet for DSKOs Årsmøde er overvejende sundhedsfagligt, jf. reklamekodeksets § 17, stk. 2, jf. § 13, stk. 1.

■■■■ har oplyst, at grundet en intern misforståelse var anmeldelsen mangelfuldt dokumenteret. Som granskningsmandspanelet skrev i høringsbrevet af den 7. februar 2012, er det virksomhedens pligt at sikre, at anmeldelsen er fuldt oplyst, og at alle relevante bilag er fremsendt, jf. reklamekodeksets § 21, stk. 4.

#### **Afgørelse:**

■■■■ findes således at have overtrådt reklamekodeksets § 21, stk. 4 og pålægges som følge heraf sanktioner:

#### **Sanktion:**

- Påtale for overtrædelse af kodeksets § 21, stk. 4 fsva. mangelfuld anmeldelse, jf. Sanktions- og gebyrregulativet for ENLI § 2, stk. 1.

#### **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](http://www.enli.dk) <<http://www.enli.dk>>. Fristen regnes fra den dag, hvor afgørelsen er afsagt, 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 derimod tabes, pålægges et gebyr på 5.000kr. plus moms, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 7.

En anke har som udgangspunkt ikke opsættende virkning. I øvrigt henvises til uddybende ankevejledning på: [www.enli.dk](http://www.enli.dk) (Under menupunktet "Vejledninger").

Kopi af nærværende skrivelse vil blive fremsendt til Lægemiddelstyrelsen til orientering.

Med venlig hilsen

Christina Jensen  
Juridisk granskningsmand