

Amgen, filial af Amgen Aktiebolag, Sverige
Strandvejen 70 2.
2900 Hellerup

København, den 22. december 2016

AFGØRELSE

Vedr.: Aa-2016-5460, Post-congress meeting ASN 2016

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående arrangement anmeldt af Amgen, filial af Amgen Aktiebolag, Sverige den 28. november 2016, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at det anmeldte arrangement: " Post-congress meeting ASN 2016", der blev afholdt den 14. december 2016, 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 7. december 2016 samt sendt i supplerende høring den 13. december 2016.

Amgen, filial af Amgen Aktiebolag, Sverige har ved henholdsvis mail af 12. og 14. december 2016 svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

Efter gennemførte høringer, har Granskningsmandspanelet genvurderet sagen og fundet, at følgende regel er overtrådt:

- Reklamekodeksets § 13, stk. 10

Begrundelse:

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

1. Fagligt program
2. Forplejning
3. Mødested

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 - 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.

Amgen har i anmeldelsen indsendt følgende oplysninger:

- Aftensmad kr. 430,00
- Løbende forplejning kr. 70,00

Granskningsmandspanelet har gennemgået forplejningen og har ingen bemærkninger hertil.

Ad 3 - Mødested

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 deltageres 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 Reklamekodekset § 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 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]. "[understreget her]

En søgning på internettet viser, at Hotel Hilton Copenhagen Airport er et 5-stjernet hotel ifølge

Booking.com, Hotels.com, Trivago.com og VisitDenmark. Det er derfor Granskningsmandspanelet's opfattelse, at hotellet er af ekstravagant og/eller luksuriøs karakter, og benyttelsen heraf til mødet er derfor som udgangspunkt i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 10.

Det følger endvidere af vejledningen af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, at der ved vurderingen af, om et konkret mødested opfylder kravene til "rimeligt niveau" og "almindelig standard" må 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

Det følger således af vejledningen til Reklamekodekset § 13, stk. 10, herunder af Ankenævnets udtalelse, at fortolkningen af § 13, stk. 10 fortolkes restriktivt, og at der som udgangspunkt ikke kan benyttes 5-stjernede hoteller, medmindre der foreligger konkrete omstændigheder, der kan godtgøre brugen i konkrete tilfælde.

Amgen har i forbindelse med anmeldelsen oplyst, at de tilbyder at betale for transport for deltagerne til og fra mødet. Amgen oplyser, at de på anmeldelsestidspunktet ikke ved, hvor mange deltagere, der vil benytte sig af tilbuddet, men at deltagerne tilbydes økonomi klasse (den billigste billet) ved både tog og fly.

Amgen, filial af Amgen Aktiebolag, Sverige har i deres høringssvar af 12. december 2016 oplyst, at de har valgt at benytte Hotel Hilton Copenhagen Airport, da der er tale om et fyraftensmøde fra kl. 17.00 til kl. 20.00, hvor læger fra hele Danmark er inviteret. Derudover ankommer deltagerne med både fly og tog.

Endvidere har Amgen, filial af Amgen Aktiebolag, Sverige i deres supplerende høringssvar af 14. december 2016 oplyst, at der den 14. december 2016 er tilmeldt 20 deltagere og fem speakers, hvoraf nedenstående fem personer anvender fly som transportmiddel.

Deltagere der på nuværende tidspunkt er tilmeldt (status af 14. december 2016):

BY	ANTAL	FLY
Aalborg	1 person	Fly – tur/retur fra Aalborg
Roskilde	4 personer	
Holstebro	1 person	Fly – tur/retur fra Karup
Kolding	3 personer	
Herlev	2 personer	
Holbæk	5 personer	
Hillerød	1 person	
Sønderborg	1 person	Fly – retur fra Kastrup
Odense	2 personer	
Deltagere i alt	20 personer	

Speakers

BY	ANTAL	FLY
Aarhus	2 personer	Fly – tur/retur fra Aarhus
Hillerød	2 personer	
Herlev	1 person	
Speakers i alt	5 personer	

Som nævnt ovenfor følger det af vejledningen til Reklamekodekset § 13, stk. 10, herunder af Ankenævnets udtalelse, at fortolkningen af § 13, stk. 10 fortolkes restriktivt, og at der som udgangspunkt ikke kan benyttes 5-stjernede hoteller, medmindre der foreligger konkrete omstændigheder, der kan godtgøre brugen i konkrete tilfælde.

Granskningsmandspanelet har ved vurdering af sagen lagt vægt på, at alle deltagere kommer fra Danmark, hvoraf alene fem personer ud af 25 personer benytter fly som transportmiddel (20 % anvender fly).

Det forhold, at der er tale om et arrangement af kortere varighed, uden overnatning, ses efter Granskningsmandspanelet opfattelse heller ikke alene at kunne berettige brugen af det aktuelle hotel.

På baggrund af en samlet vurdering er det Granskningsmandspanelet opfattelse, at der i denne sag ikke foreligger sådanne konkrete omstændigheder, der kan berettige en fravigelse af den altovervejende hovedregel om, at 5-stjernede hoteller ikke kan benyttes.

Afgørelse:

Amgen, filial af Amgen Aktiebolag, Sverige findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 13, stk. 7, jf. stk. 10 og pålægges som følge heraf sanktioner.

Granskningsmandspanelet skal bemærke, at indestående vurdering ikke er ensbetydende med en vurde-

ring af alle individuelle forhold i den fremsendte aktivitet.

Sanktion:

- Bøde 30.000 kr. + moms for overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 7, jf. stk. 10, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 5 stk. og 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. 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 Lægemiddelstyrelsen til orientering.

Med venlig hilsen

Pia Phillipsen
Juridisk granskningsmand