

Roche A/S
Industriholmen 59
2650 Hvidovre

København, den 23. februar 2017

AFGØRELSE

Vedr.: Aa-2017-0646, Fyraftensmøde

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående arrangement, anmeldt af Roche A/S den 07. februar 2017, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at arrangementet 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 10. februar 2017.

Roche A/S har svaret i sagen den 14. februar 2017.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 13, stk. 9 og stk. 10.

Begrundelse:

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

1. Fagligt program
2. Forplejning
3. Underholdning
3. Mødested

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

Fagligt program

Det følger af § 13, stk. 1, i Lægemiddelindustriens kodeks for reklame mv. for lægemidler rettet mod sundhedspersoner (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 arrangør eller medarrangør.

Det fremgår af vejledningen til § 13, stk. 1, i Reklamekodekset, at kravet om faglighed fortolkes således, at kun specifikke sundhedsfaglige aktiviteter kan godkendes. Dette 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 Granskningsmandspanelet's vurdering, at det indsendte program er i overensstemmelse med Reklamekodekets § 13, stk. 1.

Forplejning

Det følger af Reklamekodekets § 13, stk. 7, at det er tilladt lægemiddelvirksomheder at give en sundhedsperson repræsentation i forbindelse med et fagligt arrangement, forudsat at den valgte repræsentation har et rimeligt niveau og er begrænset til hovedformålet med mødet, herunder er tidsmæssigt underordnet i forhold til den faglige aktivitet. Endvidere fremgår af Reklamekodeket § 13, stk. 8, at lægemiddelvirksomhederne 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.

Roche har i forbindelse med anmeldelsen af det pågældende arrangement oplyst, at forplejningen i forbindelse med arrangementet beløber sig til i alt 475 kr., der dækker aftensmad samt løbende forplejning.

Det er på baggrund af de indsendte oplysninger Granskningsmandspanelet's vurdering, at den valgte repræsentation er i overensstemmelse med Reklamekodeket § 13, stk. 7 og stk. 8.

Underholdning

Det fremgår af Reklamekodeket § 13, stk. 9, at repræsentation ikke må omfatte sponsering eller organisering af underholdningsarrangementer, som f.eks. såsom sports- eller fritidsarrangementer.

Af vejledningen til Reklamekodekets § 13, stk. 9, fremgår endvidere, at bestemmelsen svarer til EFPIA's HCP Code Sec 10.08, der indeholder et forbud mod, at repræsentation indbefatter såvel sponsering som organisering af underholdningsarrangementer, uagtet om arrangementet er af hel eller delvis faglig karakter og uagtet, at underholdningen er underordnet ift. det faglige. Det betyder f.eks., at en lægemiddelvirksomhed heller ikke må arrangere en faglig aktivitet og i den forbindelse facilitere f.eks. en tryllekunstner, et band el.lign. til at underholde efter en middag, uagtet at sundhedspersonerne selv afholder udgifterne hertil.

Det fremgår af Charlottehavens hjemmeside under punktet "Konferencer", "Fordele for konferencedeltageren": *"Gratis træning i vores eksklusive Health Club på mødedagen"*:
<http://www.charlottehaven.com/da/konferencer>

Det fremgår af vejledningen til Reklamekodekets § 13, stk. 10, at et mødesteds udlevering af adgangsbilletter til mødedeltagerne til udstillinger og lign., der f.eks. ligger i forlængelse af mødestedet, men som mødestedet ikke selv anses for at være kendt for, vil være i strid med Reklamekodekets § 13, stk. 9, vedrørende underholdningselementer.

Roches' bemærkninger

Roche har ved høringsvar af 14. februar 2017 oplyst, at de ikke mener, at Reklamekodeksets § 13, stk. 9, er overtrådt. Roche har bl.a. tilkendegivet, at det i deres mailkorrespondance med Charlottehaven fremgik, at deres aftenmødepakke indeholdt følgende:

- Kaffe/te, frisk frugt
- Middag i caféen
- Kaffe/te og isvand samt
- Standard AV-udstyr og gratis WIFI

Således oplyser Roche, at det ikke fremgik af mailkorrespondancen, at mødepakken omfattede *"Gratis træning i vores eksklusive Health Club på mødedagen"*. Endvidere mener Roche, at det er utvetydigt for deltagerne, at de ikke har adgang til fitnessfaciliteterne, samt at det ikke på noget tidspunkt har været en del af tilbuddet fra Charlottehaven, at der er gratis adgang til Charlottehavens spa- og fitnessfaciliteter.

Endvidere har Roche oplyst følgende i deres høringskrivelse:

Som virksomhed, der ønsker at booke et møde på Charlottehaven bliver man ikke på noget tidspunkt gjort opmærksom på, at der er gratis adgang til fitness- og svømmefaciliteter for konferencedeltagere, hvilket heller ikke er aktuelt for mødedeltagere. På hjemmesiden kan det ses, at Charlottehaven indeholder en Health Club, som kræver medlemskab. Så med mindre man afholder en konference hos Charlottehaven fremgår det ikke på noget tidspunkt i bookingprocessen, at der er adgang til fitness- og svømmefaciliteter, hvilket der heller ikke er jf. bilag 1 og 3.

Hvis Granskningsmandspanelet finder det gavnligt, kan Roche a/s tage følgende tiltag:

- 1. Rundsende e-mail med information til tilmeldte deltagere om, at de i forbindelse med mødet ikke vil have adgang til fitness- eller svømmefaciliteter, da det kun gælder for konferencedeltagere og ikke deltagere i et aftenmøde.*
- 2. Udarbejde en bekræftelsesmail til kommende deltagere, med information om, at de i forbindelse med mødet ikke vil have adgang til fitness- eller svømmefaciliteter, da det kun gælder for konferencedeltagere og ikke deltagere i et aftenmøde.*

Roche har som bilag til sit høringsvar indsendt en mail fra Charlottehaven, der er dateret den 10. februar 2017.

Af mailen fra bookingkoordinatoren fra Charlottenhaven fremgår:

"Det bekræftes herved at deltageren på Roche aftenmøde i Charlottehaven d. 27. marts 2017, ikke har adgang til vores fitness og svømmefaciliteter. Dette fremgår heller ikke af tidligere fremsendte tilbud og bekræftelse, da det ikke er en del af tilbuddet til jeres mødepakke".

Granskningsmandspanelet's bemærkninger

Det er Granskningsmandspanelet's vurdering, at tilbud om gratis træning i Charlottenhavens Health Club, i forbindelse med deltagelse i møder i Charlottenhaven, må anses for organisering af underholdning, der er i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 9. Der er herved lagt vægt på, at mødedeltagerne i forbindelse med efteruddannelsesarrangementet får gratis adgang til sportsaktiviteter, og at deltagerne derved tilbydes underholdning, som øvrige gæster i Charlottenhavens cafe og restaurant ikke har fri adgang til.

Det bemærkes endvidere, at Granskningsmandspanelet tidligere har truffet afgørelse om Charlottenhaven, hhv. sagsnummer Aa-2016-4851 og Aa-2016-5759. Afgørelserne er offentliggjorte på ENLI's hjemmeside, og ligger under "Offentliggjorte sager", "Afgørelser 2016". Sagerne kan endvidere søges frem ved at skrive "Charlottenhaven" i søgefeltet øverst på ENLI's hjemmeside.

Det følger af ENLI's sagsbehandlingsregler, 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 selv vurderet, at det foreliggende 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, litra b), 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.

Det forhold, at Roche først efterfølgende fremlægger oplysninger fra Charlottenhaven, hvoraf det fremgår, at fitness og spafaciliteterne ikke er en del af Roches' mødepakke, ses ikke at kunne tillægges afgørende betydning.

Ved Granskningsmandspanelet's vurdering, er det særligt lagt vægt, at oplysninger er indhentet *efter* anmeldelsen af arrangementet til ENLI og derudover anses oplysningerne ikke at stemme overens med de informationer, der fremgår af Charlottenhavens hjemmeside.

Endvidere skal det bemærkes, at Granskningsmandspanelet ved flere lejligheder har været i telefonisk kontakt med Charlottenhaven, hvor det bl.a. blev oplyst fra Charlottenhavens side, at samtlige mødetyper, uanset om de kaldes frokost-/aftenmøder eller konferencer, vil give deltagerne til de pågældende møder gratis adgang til stedets spa- og fitnessfaciliteter.

Da Roche ikke på tidspunktet for anmeldelsen ses at have foretaget de nødvendige og tilstrækkelige skridt for at sikre overholdelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 9, er det Granskningsmandspanelet's vurdering, at der foreligger en overtrædelse af den pågældende bestemmelse.

Mødested

Valget af mødested reguleres af Reklamekodeksets § 13, stk. 3 samt stk. 10. Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 3, at alle møder, som organiseres eller sponseres af eller på vegne af en lægemiddelvirksomhed skal finde sted på et mødested, som er ”passende” i forhold til aktivitetens hovedformål.

Desuden skal mødestedet også være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 10, hvoraf fremgår, at lægemiddelvirksomheder skal undgå at benytte mødesteder, som er ”kendt” for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse. Forståelsen af denne bestemmelse er blevet præciseret med Ankenævnets meddelelse af den 21. september 2011, som fremgår af vejledningen ad §13, stk. 10:

”Som udgangspunkt vil det ikke være i overensstemmelse med Reklamekodeks § 13, stk. 9 (nu 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. 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 [stk. 10].”

Lif har den 15. januar 2013 indsendt et fortolkningsbidrag til reglens forståelse og har derved suppleret ENLI’s vejledning om mødesteder, der er ”kendte” for deres underholdningsfaciliteter eller er ekstravagante/luksuriøse.

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

1) Mødestedet ikke i sig selv udgør en attraktion.

a. 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.

a. 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.

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.

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

Granskningsmandspanelet kan ved søgninger på Charlottenhavens hjemmeside se, at stedet både markedsfører sig med hotellejligheder, konferencer, Health Club, cafe og selskaber. På baggrund af de fremlagte oplysninger, findes Charlottenhaven således at være kendt for både sine conferencefaciliteter og for sine hotel- og fitnessfaciliteter.

Det fremstår imidlertid ikke klart af de indsendte oplysninger, at fitnessaktiviteterne i Charlottenhavens Health Club ikke vil blive anvendt af mødedeltagerne den 27. marts 2017.

Granskningsmandspanelet finder dog ikke umiddelbart, at afholdelse af et arrangement i Charlottenhaven generelt vil betyde, at deltagerne, eller omverdenen i øvrigt, i særlig grad vil forbinde mødestedet med underholdning.

På denne baggrund finder Granskningsmandspanelet således, at Charlottenhaven udelukkende kan benyttes som mødested, såfremt det i forbindelse med invitationen og afviklingen af arrangementet fremstår utvetydigt for mødedeltagerne, at fitnessfaciliteterne ikke er en del af arrangementet den 27. marts 2017.

Som nævnt ovenfor har Roche ved høringsvar af 14. februar 2017 oplyst, at de ikke var bekendt med, hvorvidt deres mødedeltagere kunne få adgang til Charlottenhavens Health Club. Såfremt Roche orienterer sine mødedeltagere om, at spa- og fitnessaktiviteterne ikke kan benyttes vederlagsfrit ved mødet den 27. marts, og det således fremstår utvetydigt for mødedeltagerne, at fitnessfaciliteterne ikke er en del af arrangementet, er det Granskningsmandspanelets opfattelse, at Reklamekodeksets § 13, stk. 10, vil blive anset for overholdt.

Det følger af ENLIs sagsbehandlingsregler, 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 selv vurderet, at det foreliggende 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, litra b 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.

Det bemærkes endvidere, at Granskningsmandspanelet tidligere har truffet afgørelse om Charlottenhaven, hhv. sagsnummer Aa-2016-4851 og Aa-2016-5759. Afgørelserne er offentliggjorte på ENLI's hjemmeside, og ligger under "Offentliggjorte sager", "Afgørelser 2016". Sagerne kan endvidere søges frem ved at skrive "Charlottenhaven" i søgefeltet øverst på ENLI's hjemmeside.

Da Roche ikke på tidspunktet for anmeldelsen havde foretaget de nødvendige og tilstrækkelige skridt for at sikre overholdelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, er det Granskningsmandspanelets opfattelse, at

der foreligger en materiel overtrædelse af denne bestemmelse i nærværende sag.

Roche's efterfølgende handlinger ændrer efter Granskningsmandspanelets opfattelse ikke vurderingen af anmeldelsen, men det vil efter omstændighederne blive tillagt betydning ved beslutning om sanktionen i overensstemmelse med § 1, stk. 3 i Sanktions- og gebyrregulativet for ENLI.

Afgørelse:

Roche A/S findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 13, stk. 9 og stk. 10 og pålægges som følge heraf sanktioner.

Sanktion:

- Bøde på 30.000 kr. (+ moms) for overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 9 og 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. 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 Sundhedsstyrelsen til orientering.

Med venlig hilsen

Julie Holtum Qvist
Juridisk granskningsmand