

Novartis Healthcare A/S
Edvard Thomsens Vej 14, 3.sal
2300 København S

København, den 20. april 2017

AFGØRELSE

Vedr.: Ad-2017-1230, sponsorat til deltagelse i kongressen: "15th St. Gallen Int. Breast Cancer Conference"

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående sponsorat, anmeldt af Novartis Healthcare A/S den 9. marts 2017, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at sponsorat til deltagelse i kongressen: "15th St. Gallen Int. Breast Cancer Conference" 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 15. marts 2017.

Novartis Healthcare A/S har den 4. april 2017 svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 13 stk. 7 vedrørende overnatning
- Reklamekodeksets § 13 stk. 8 vedrørende forplejning

Begrundelse:

Novartis Healthcare A/S (herefter Novartis) har anmeldt et sponsorat til deltagelse i: "15th St. Gallen Int. Breast Cancer Conference", der blev afholdt i perioden fra den 15. marts 2017 til den 18. marts 2017 i Austria Center Vienna i Wien, Østrig. Af den fremsendte kontrakt dateret den 28. februar 2017 fremgår, at Novartis dækker deltagernes registrering, flytransport og hotelovernatning på Hotel Melia Vienna.

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

1. Fagligt program
2. Repræsentation
3. Forplejning
4. 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 - Repræsentation

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 5, at repræsentation, der ydes i forbindelse med de i stk. 1 nævnte aktiviteter, skal begrænses til rejser, måltider, ophold og nøjagtige tilmeldingsgebyrer. Af Reklamekodeksets § 13, stk. 7, følger, 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.

Transport

Af anmeldelsen fremgår, at prisen for transportudgifter udgør kr. 1.700 pr. person. Det er oplyst, at Novartis rejser billigst muligt.

Granskningsmandspanelet har ikke yderligere bemærkninger til transportudgifter, da de findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 7.

Overnatning

Af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 7 fremgår det, at:

"I relation til valg af overnatningssted finder de generelle bemærkninger i Ankenævnets meddelelse af 21. september 2011 vedrørende valg af mødested for faglige arrangementer (se under stk. 10) tilsvarende anvendelse, jf. AN-2012-2202.

Hvorvidt et hotels standard fremtræder som ekstravagant og/eller luksuriøs vil bero på en samlet vurdering af, hvordan hotellet i alt overvejende grad fremtræder i de offentlige tilgængelige oplysninger, og derved hvorvidt det i almindeligt omdømme må anses for luksuriøst, jf. AN-2012-2202 samt AN-2012-2203.

Ankenævnet har i forbindelse med behandlingen af to principielle sager den 21. september 2011 bl.a. udtalt følgende om den generelle fortolkning af denne bestemmelse:

"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 [fremhævet her], 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), bådarter 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].

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.

Det fremgår af anmeldelsen, at deltagerne skal overnatte på Melia Vienna, Donau-City-Strasse 7, Vienna, Austria, 1220. I anmeldelsen oplyser Novartis, at der er valgt et fire stjernet hotel, men efter en søgning på internettet fremstår Melia Vienna som et fem stjernet hotel, på blandt andet bookingsides som: Booking.com, Hotels.com, Expedia.dk og Trivago.dk.

Det er Granskningsmandspanelets vurdering, at der skal foreligge særlige konkrete omstændigheder, der specifikt kan begrunde valget af overnatning på Melia Vienna, der som udgangspunkt anses for luksuriøst i kraft af sine fem stjerner.

Novartis har i deres høringsvar holdt fast i, at der er tale om et fire stjernet hotel, og har i den forbindelse fremsat nedenstående seks argumenter (A-F);

A) Hotel MELIA VIENNA

I høringsvar af 4. april 2017 oplyser Novartis, at:

"Hotellet er kategoriseret, som et firestjernet hotel. Dette fremgår klart og tydeligt på hotellets hjemmeside, hvor der på hotellets indgangsside (landing page) tydeligt er angivet fire stjerner midt på siden. Hotellet har endvidere bekræftet, at Hotellet officielt er klassificeret med fire stjerner."

Granskningsmandspanelet finder, at det ikke kan tillægges afgørende vægt, at hotellet selv klassificer sig med et lavere antal stjerner, hvis hotellet i almindeligt omdømme anses for at være luksuriøs/ekstravagant.

B) HOTREC:

I høringsvar af 4. april 2017 oplyser Novartis, at:

"Der findes en Europæisk organisation der officielt foretager hotelklassificeringer. Dette er HOTREC som er en paraplyorganisation for hotel og restaurationsbranchen på tværs af 24 europæiske lande (herunder både Danmark og Østrig). På hjemmesiden hotelstars.eu er anført, hvad der skal til, for at et hotel bliver kategoriseret med 1 til maksimalt 5 stjerner. Disse hotelklassificeringer er således transparente og objektive for offentligheden."

Eftersom Hotellet ikke er klassificeret som femstjernet under HOTREC's officielle Europæiske standardklassificering er det faktisk ikke officielt anerkendt som et femstjernet hotel, og dette må således skulle medtages i den samlede vurdering. Hotellet kan ifølge HOTREC's østrigske afdeling ikke blive klassificeret som et femstjernet hotel, da Hotellet mangler forskellige faciliteter som man må forvente tilbydes af et femstjernet hotel."

Granskningsmandspanelet har forgæves forsøgt at søge Melia Vienna frem på HOTREC's hjemmeside (<http://www.hotrec.eu/> -> "hotel stars in Europe" -> "Austria").

Novartis har den 5. april 2017 telefonisk oplyst, at heller ikke Novartis kan søge hotellet frem på HOTREC's hjemmeside. Novartis's oplysninger i høringsvaret er baseret på telefoniske oplysninger fra Melia Vienna.

Det er Granskningsmandspanelet vurdering, at flertallet af søgninger på hoteller ikke sker via HOTREC's hjemmeside (<http://www.hotrec.eu/>), men at det fortsat sker via søgemaskiner som google.com og derefter videre til bookingside som Booking.com, Hotels.com og Trivago.com, der anvendes af de fleste danskere, når de skal søge efter hotelinformationer. Det er derfor Granskningsmandspanelet vurdering, at søgninger på HOTREC's hjemmeside ikke kan tillægges afgørende betydning, da der ikke er tale om vurderinger i "almindeligt omdømme", da hjemmesiden umiddelbart må anses som ukendt for mange samt at direkte søgning på østrigske hoteller på HOTREC's hjemmeside ikke er muligt.

C) WIKIPEDIA

I høringsvar af 4. april 2017 oplyser Novartis, at:

Det skal påpeges at den generelle offentlighed også indhenter information omkring hoteller via Wikipedia (verdens største online encyklopædi). Det kunne være hotellets alder, historie, stør-

relse, faciliteter, etc. På Wikipedia står Hotellet også anført som et firestjernet hotel.

Den internationale Melia hotelkædes brand er heller ikke på Wikipedia beskrevet som et luksus hotel brand eller efter Novartis' vidende anset af offentligheden som værende et luksuriøst hotel brand, så som eks. Park Hyatt, Ritz-Carlton, Shangri-La, etc.

Granskningsmandspanelet har forsøgt at finde Wikipedia's beskrivelse af Melia Vienna, men kan ikke finde Wikipedias beskrivelse ved en almindelig googlesøgning. Granskningsmandspanelet har søgt på "Melia Vienna", "Wikipedia" og kombinationer af søgeordene uden resultat.

Det er endvidere Granskningsmandspanelet's vurdering, at Wikipedia ikke er brugernes foretrukne søgemulighed, når hoteller skal udvælges og vurderes. Da Wikipedias søgning ikke fremkommer ved en umiddelbar søgning på hotelnavnet, og da Wikipedia ikke umiddelbart anses for den foretrukne søgemulighed når hoteller skal udvælges, finder Granskningsmandspanelet ikke, at Wikipedias eventuelle vurderinger af stjerneklassificeringer, har afgørende betydning for overnatningsstedets anskuelse i "almindeligt omdømme".

D) HOTEL-KLASSIFICERINGS-HJEMMESIDER

I høringsvar af 4. april 2017 oplyser Novartis, at:

"ENLI har tidligere i vejledningen til Reklamekodekset beskrevet, at man på bookingsites som Trivago.com, Booking.com mv. kan se, hvorledes et hotel officielt er klassificeret, hvilket kan bruges som bidrag i den samlede vurdering af, hvorledes mødestedet fremstår i almindeligt omdømme.

Det er vigtigt at holde sig for øje at disse bookingsites er private/kommercielle virksomheder som har egne klassificeringer og dermed ikke kan anses for værende officielle klassificeringer. Kun i HOTREC's regi udarbejdes der officielle klassificeringer.

Flere af de nævnte bookingsites, har udover deres eget klassificeringssystem, et andet system der beror sig på brugernes klassificeringer. Det gør det uklart for brugerne af hjemmesiden, hvad klassificeringen egentlig betyder, og hvilke kriterier den beror på.

Novartis har forsøgt at kontakte de i Granskningspanelets vurdering nævnte booking sites, for at klarlægge hvordan de tildeler stjerner. Det er dog endnu ikke lykkedes at få helt konkrete svar herpå. Det er Novartis' klare vurdering at disse klassificeringer er en væsentlig konkurrenceparameter for hotel-klassificerings-hjemmesiderne, hvorfor disse reelt ikke ønsker at dele de konkrete kriterier. Disse anvendes således kommercielt til at målrette deres forretning til både hoteller og hotelgæster. Hos eksempelvis Booking.com kan hotellerne også købe sig til en bedre stjeranerangering ved fx. at give en større provision til Booking.com. Det betyder at disse klassificeringer udarbejdes på et subjektivt grundlag, der således ikke er transparent for offentligheden.

Det er uklart for brugerne, hvad de nævnte hotel-klassificerings-sider baserer deres klassificeringer på, og derfor er det Novartis påstand, at mange brugere af disse hjemmesider fuldt ud er

bevidste om, at hotel-klassificerings-sidernes vurderinger ikke giver et retvisende billede af hotellets standard, og dermed kan hotel-klassificerings-siderne ikke anvendes som det eneste eller mest tungtvejende kriterie for at et hotel for offentligheden fremstår som luksuriøst.”

Granskningsmandspanelet henviser til formålsbestemmelsen i Reklamekodeksets § 1, hvor det fremgår, at formålet med reglerne blandt andet er at sikre at reklameaktiviteter ikke bringer lægemiddelindustrien i miskredit eller mindsker tilliden til den. 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.

Granskningsmandspanelet finder derfor, at det er afgørende, at det planlagte overnatningssted i almindeligt omdømme ikke er ”kendt” for at være luksuriøs. Det er Granskningsmandspanelets opfattelse, at det forsat er den almindelige brugers opfattelse at fem stjerner er den ypperste vurdering, som kun få hoteller har – derfor noget i særklasse.

Dertil kommer, at for eksempel Booking.com overfor ENLI har oplyst, at de validerer oplysningerne som hotellerne kommer med, før det bliver lagt på deres bookingside. Det fremgår endvidere også af www.booking.com.

E) PRIS FOR EN OVERNATNING

I høringsvar af 4. april 2017 oplyser Novartis, at:

”Den officielle pris på en overnatning på et standardværelse på Hotellet i den relevante periode er 285 EUR. Eftersom hotelpriiserne stiger kraftigt når der er konferencer og kongresser i byen er det efter Novartis opfattelse et ”rimeligt niveau”, der indikerer ”almindelig standard”. En overnatning på Hotellet den 31 marts 2017 kostede 1.440,00 DKK. Til sammenligning var prisen for femstjernede hotelkæder i samme periode i Wien meget højere (Park Hyatt Vienna - 3.720,00 DKK. The Ritz-Carlton, Vienna - 3.496,00 DKK.) Efter Novartis opfattelse, indikerer en lav pris netop ikke luksus eller ekstravagance.”

Som det fremgår af vejledningen til Reklamekodekset skal prisniveauet alene bruges som rettesnor og har ikke i sig selv afgørende betydning, da hotellet, uanset pris og faciliteter, ikke i øvrigt må være i strid med Reklamekodekset, eksempelvis fordi det i almindeligt omdømme anses for ekstravagant.

Granskningsmandspanelet tillægger dermed ikke prisen på 285 € (kr. 2.118,86) eller den reelle pris Novartis har betalt på kr. 1.440 (€ 193,69) afgørende vægt, da det er Granskningsmandspanelets vurdering, at Hotel Melia Vienna forsat i almindeligt omdømme anses for at være luksuriøst, da hotellet på de kendte bookingsites er klassificeret som et fem stjernet hotel.

F) SÆRLIGE OMSTÆNDIGHEDER

I høringsvar af 4. april 2017 oplyser Novartis, at:

”Novartis sponsorerede overnatning på Hotellet, da det officielt er et firestjernet hotel, og da det er et hotel af almindelig standard (et klassisk business hotel). Endvidere blev hotellet valgt på grund af placeringen, der er i kort gåafstand til Austria Center Vienna, hvor den pågældende

kongres blev afholdt. Fra hotellet kan man således krydse hen over Donau City Strasse, gå via Isidro-Fabela-Promenade, og dermed nå til kongressen på ca. otte-ti minutter. Hotellet var på listen over foreslåede hoteller i det officielle program fra konferencen.”

Det skal bemærkes, at Granskningsmandspanelet ved søgninger på internettet har fundet flere mulige alternative hoteller i Wien, der ikke på samme måde signalerer luksus og derved er i overensstemmelse med Reklamekodeksets regler; eksempelvis Park Inn by Radisson Uno City Vienna Hotel, der er et fire-stjernet hotel, der ligger ca. én km. fra konferencen (Melia Vienna ligger ca. 700 meter fra konferencen).

Ved en googlesøgning på Austria Center Vienna og dernæst på maps og hoteller i nærheden, fremstår Hotel Melia Vienna endvidere også som et fem stjernet hotel.

Ud fra en samlet betragtning er det Granskningsmandspanelet vurdering, at Novartis ikke med de indsendte oplysninger har anført sådanne specifikke logistiske forhold eller øvrige omstændigheder, der kan begrunde valget af Melia Vienna til overnatning.

Granskningsmandspanelet har derudover lagt vægt på formålsbestemmelsen i Reklamekodeksets § 1, hvor det fremgår, at formålet med reglerne blandt andet er at sikre, at reklameaktiviteter ikke bringer lægemiddelindustrien i miskredit eller mindsker tilliden til den. Der må derfor udvises betydelig forsigtighed ved valg af sted for overnatning, så der ikke kan rejses berettiget tvivl om, at overnatningsstedet er underordnet det faglige formål.

Da sites som eksempelvis google.com fortsat er én af de foretrukne søgemuligheder når blandt andet hoteller skal udvælges, og da de links der fremkommer på google.com fører til blandt andet bookingsites som Booking.com og Hotels.com, finder Granskningsmandspanelet at en sådan søgning er retvisende målestok for overnatningsstedets almindelige omdømme.

Det er Granskningsmandspanelet vurdering, at de fleste brugere vil anse Melia Vienna som et fem stjernet hotel, jf. søgning på Booking.com, Hotels.com, Expedia.dk, Trivago.dk samt almindelig googlesøgning.

På baggrund af en samlet vurdering er det derfor Granskningsmandspanelet opfattelse, at der i denne sag ikke foreligger sådanne konkrete omstændigheder, der kan berettige en fravigelse af den altovervejende hovedregel om, at fem stjernede hoteller, anses for luksuriøse/ekstravagante, og derfor ikke kan benyttes i overensstemmelse med Reklamekodeksets regler.

Ad 3 - 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, 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. **De nævnte beløbslofter gælder for måltider i Danmark. Ved måltider i andre europæiske lande gælder de beløbslofter, der er fastsat herfor af lægemiddelbrancheorganisationerne i disse lande** [min fremhævnings].

Af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 8, fremgår det, at det med vedtagelsen af EFPIA's Disclosure Code den 24. juni 2013 om lægemiddelindustriens offentliggørelse af betalinger til sundhedspersoner er besluttet, at hvert land i egne nationale kodeks skal **fastlægge et beløbsloft (maksimal pris)** [min fremhævnings] for bespisning, inkl. drikkevarer til sundhedspersoner.

Det fremgår endvidere, at tilbud om bespisning uden for Danmark for så vidt angår andre europæiske lande skal følge de beløbslofter, der gælder i disse lande – se listen over beløbsgrænser/EFPIA bespisningskort på www.enli.dk (under Regelgrundlag, Reklamekodeks, Dokumenter). For bespisning i lande, der ikke er med i EFPIA, vurderer ENLI, at prisniveauet skal tage udgangspunkt i det danske beløbsloft, og kun hvor der kan dokumenteres væsentlig prisforskel i forhold til det danske prisniveau, vil beløbsloftet skulle justeres op eller ned i overensstemmelse hermed.

På www.enli.dk fremgår beløbslofterne for EFPIA-landene. For så vidt angår Italien fremgår det, at Østrig har lagt sig fast på et beløbsloft på max € 75 pr. måltid, inkl. skatter og afgifter.

Af www.nationalbanken.dk fremgår det, at valutakursen for euro pr. 20. marts 2017 er 743,46 kr., hvorved € 75 svarer til 557,60 danske kroner. Det fremgår af anmeldelsen, at der tilbydes aftensmad på dag 1-3 til 658 danske kroner. 658 danske kroner svarer til € 88,51.

Novartis Healthcare A/S har i deres høringssvar oplyst, at der er tale om en fejl, og at Novartis den 15. marts 2017 omgående fik rettet fejlen, så beløbsloftet for Østrig på € 75 pr. måltid, inkl. skatter og afgifter blev overholdt inden bespisning fandt sted. Novartis har anført, at:

"Grundet en fejl, blev det desværre anmeldt, at Novartis ville bespise de medrejsende sundhedspersoner med et aftensmåltid på 90 euro pr. aftensmåltid svarende til ca. 658,00 DKK imod de tilladte 75 euro pr. aftensmåltid svarende til ca. 557,57 DKK. Fejlen blev imidlertid rettet inden vi bespiste de medrejsende sundhedspersoner, se venligst vedlagte email information fra American Express, hvor i det fremgår, at alle restauranter blev informeret om, at der kun må bespises for det godkendte beløb på 75 euro inden bespisningen fandt sted. Beløbsgrænsen blev således overholdt".

Det er Granskningsmandspanelet vurdering, at Novartis's tilbud om repræsentation på 658 kr. for et aftensmåltid (dag 1-3) er i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 8.

Granskningsmandspanelet bemærker, at Novartis fik ændret fejlen inden bespisning fandt sted, men gør samtidig opmærksom på følgende fra vejledningen til Reklamekodeksets § 21, stk. 4:

"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 udgangspunktet for en vurdering af, om regelsættet er overholdt. Virksomheden skal derfor på fo-

respørgsel fra ENLI kunne dokumentere, at de pågældende forhold ligger forud for anmeldelsen til ENLI. Det betyder også, at lægemiddelvirksomheden ikke undervejs i sagsbehandlingen kan ændre på et anmeldt materiale og derigennem bringe det i overensstemmelse med regelsættet for derved at undgå en sanktion. Denne forståelse er tiltrådt af Ankenævnet den 23. november 2011 med afgørelserne i AN-2011-1927 samt AN-2011-1480.”

Ad 4 -Mødested

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, at lægemiddelvirksomhederne skal undgå at benytte mødesteder, der er ”kendt” for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse.

Af anmeldelsen fremgår at St. Gallen konferencen blev afholdt i Austria Center Vienna i Østrig.

Granskningsmandspanelet har ikke yderligere bemærkninger til det valgte mødested, idet mødestedet findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 10.

Afgørelse:

Novartis Healthcare A/S findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 13, stk. 7 (overnatning) og stk. 8 (forplejning).

Da Novartis tidligere ved sag Ad-2016-5345 (afgørelse af 9. december 2016) har modtaget en bøde på kr. 50.000,00 for overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 7 (overnatning), indtræder der således gentagelsesvirkning ifølge Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 3, stk. 3.

Sanktion:

- Bøde på 100.000 kr. (+ moms) for overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 7 (overnatning) og stk. 8 (forplejning), jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 5, litra d.

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