

Nyhedsbrev 7. marts 2018

Oversættelse af vejledninger

ENLI har offentliggjort en engelsk oversættelse af hhv. vejledning til Patientforeningskodekset og vejledning til Donationskodekset. Begge vejledninger på engelsk kan findes på www.enli.dk

Brugen af godser og palæer som mødesteder

På baggrund af flere henvendelser fra virksomheder om, hvorvidt et gods eller et palæ skal forstås som omfattet af Ankenævnets meddelelse fra 2011, har Granskningsmandspanelet anmodet Ankenævnet om at udtale sig om dette.

Ankenævnet udtalte i 2011, 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 deltagernes 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 [...] 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..."

Ankenævnet har i forbindelse med Granskningsmandspanelets anmodning oplyst, at godser og palæer skal behandles på samme måde som slotte og her-

regårde, hvormed brugen af disse mødesteder som udgangspunkt vil være i strid med Reklamekodekssets § 13, stk. 10, medmindre særlige konkrete omstændigheder gør sig gældende.

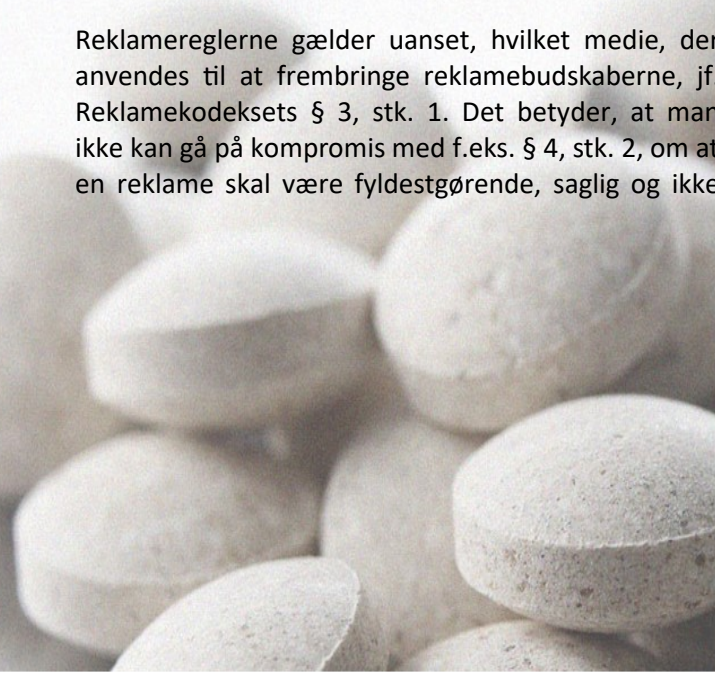
Michelin restauranter

Michelin har for nyligt tildelt danske restauranter Michelin-stjerner. Lægemiddelvirksomheder bør i den forbindelse være opmærksom på dette ved booking af mødelokaler hos restauranter og hoteller, idet anvendelsen af "...gourmetrestauranter (forstået som restauranter, der er tildelt en eller flere stjerner i Michelin-guiden eller tilsvarende anerkendelse i sammenlignelige uvildige kvalitetsbedømmelser)", jf. Ankenævnets meddelelse fra 2011, som udgangspunkt ikke vil være i overensstemmelse med Reklamekodekssets bestemmelse om mødesteder.

Ankesag vedr. roll-up

Ankenævnet har afgjort en sag, hvor en virksomhed havde anket Granskningsmandspanelets afgørelse vedr. oplysninger på en roll-up, som blev anset for at være for kortfattede og dermed ikke fyldestgørende.

Reklamereglerne gælder uanset, hvilket medie, der anvendes til at frembringe reklamebudskaberne, jf. Reklamekodekssets § 3, stk. 1. Det betyder, at man ikke kan gå på kompromis med f.eks. § 4, stk. 2, om at en reklame skal være fyldestgørende, saglig og ikke



vildledende, blot fordi reklamen har et andet format end den gængse annonce eller lign.

Ankenævnet udtaler således: *"Ankenævnet kan tilslutte sig, at formuleringen "4 års effekt" på roll-up'en uden angivelse af effektparametre og kvalificering af størrelsen af effekten er vildledende og ikke fyldestgørende. Uanset roll-up'ens særlige karakter som reklamemedium må informationerne ikke være så kortfattede, at de kan virke vildledende."*

Ankenævnets afgørelse er offentliggjort på www.enli.dk.

—ooo—