



København, den 21. november 2019

AFGØRELSE

Vedr.: Ab-2019-4764, Sponsorat til DNPS Efteruddannelsesmøde - årsmøde

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående sponsorat, anmeldt af [REDACTED] den 11. november 2019, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at sponsoratet 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. november 2019.

[REDACTED] har den 21. november 2019 svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 21, stk. 4

Begrundelse:

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

1. Program
2. Mødested

Ad. 1. 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 § 13, stk. 1 i Reklamekodekset, at begrebet "faglig information og uddannelse om lægemidler", efter fast praksis, forstås af nævnet således, at arrangementer skal have et specifikt sundhedsfagligt indhold og videreuddannelsesmæssigt sigte for sundhedspersoner, herunder ved faglige indlæg om sygdomme, sygdomsområder, produkter og behandlingsmetoder.

På baggrund af de fremlagte oplysninger, findes programmet at være overvejende fagligt, hvilket er i over-

ensstemmelse med Reklamekodeksens faglighedsbegreb i forbindelse med sponsorater. Granskningsmandspanelet har dermed ikke yderligere bemærkninger til programmet.

Ad. 2. Mødested

■■■■ har i forbindelse med anmeldelsen af mødet angivet, at det sponserede arrangement skal finde sted på Hindsgavl Slot.

Det følger af Reklamekodeksens § 13, stk. 10, at lægemiddelvirksomheder skal undgå at benytte mødesteder, som er "kendt" for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse.

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, 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), 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 [i dag: § 13, stk. 10]. [fremhævet her]

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 - 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 er Granskningsmandspanelet's opfattelse, at Ankenævnet med sin meddelelse den 21. september 2011 har fastslået, at udgangspunktet er, at slotte og herregårde som mødested ikke er i overensstemmelse med § 13, stk. 10. Efter Granskningsmandspanelet's opfattelse signalerer et slot i sig selv ekstravagance/luksus, idet et slot tilføjer opholdet noget ekstra, der er unikt og kulturhistorisk, og som på alle måder går væsentligt ud over, hvad der kan antages at være nødvendigt for et fagligt arrangement. Det er netop med fremhævelse af det unikke og kulturhistoriske, at slotte og herregårde markedsfører sig i Danmark, jf. foreningen for Danske Slotte og Herregårde (<http://www.slotte-herregaarde.dk>), hvorunder også Hindsgavl Slot hører. Således står der bl.a. om Hindsgavl Slot (<https://www.slotte-herregaarde.dk/hindsgavl>):

”Hindsgavl Slot er kontrasternes slot, hvor du vil opleve en enestående kombination af klassisk slot, moderne hotel og nuanceret dansk slotskøkken. De unikke rammer for ophold, ferie og fest skabes af vores personale, der er drevet af en fælles ambition om at gøre dit ophold til en ganske særlig oplevelse.”

Det vil derfor, efter Granskningsmandspanelet's opfattelse, være vanskeligt at benytte et slot i forbindelse med et eget arrangement eller et sponsorat, med mindre det pågældende sted udelukkende er kendt for sine conferencefaciliteter. Hindsgavl Slot markedsføres ikke udelukkende målrettet konferencer, men også andre former for ophold og ferier samt til diverse underholdningsaktiviteter, bryllupper og fester. Det kan på den baggrund ikke lægges til grund, at Hindsgavl Slot alene er kendt for professionelle conferencefaciliteter.

På baggrund af en samlet vurdering af Hindsgavl Slot, dets omdømme og faciliteter er det Granskningsmandspanelet's opfattelse, at Hindsgavl Slot må anses for at være ekstravagant og/eller luksuriøst og dermed i strid med reklamekodeksets § 13, stk. 10.

Granskningsmandspanelet har tidligere truffet afgørelser om anvendelsen af slotte til brug for faglige arrangementer, eksempelvis Broholm Slot i Ab-2013-4281, Sohngaardsholm Slot i Aa-2012-4281 og Hindsgavl Slot i Aa-2011-0486. Afgørelserne kan findes på ENLI's hjemmeside www.enli.dk.

██████ har den 21. november 2019 fremsendt sit høringssvar, hvoraf bl.a. fremgår følgende:

”Tak for behagelig samtale over telefonen, og tak for Jeres forståelse for vores administrative fejl vedrørende kontrakten til DNPS. [...] Det er helt klart en fejl, fra vores side, at der på den først indsendte kontrakt kun stod sponsorat. Det er en terminologi vores legal afdeling anvender til alle ting og nedenfor udspecificeres hvad aftalen er indgået på, (udstilling), og her fik vores nye medarbejder ikke tilrettet kontrakten, så der var tekst fra en anden kontrakt. Vi beklager meget.

Kontrakten er nu tilrette så det viser vores aftale med DNPS, og at beløbet dækker udstilling samt deltagelse for nogle af medarbejderne fra ██████.”

I forbindelse med høringsvaret har [REDACTED] indsendt den oprindelige kontrakt mellem [REDACTED] og DNPS, hvoraf bl.a. fremgår, at [REDACTED] har forpligtet sig til at købe en udstillingsstand på 4 m² i to dage.

Følgende fremgår af vejledningen til Reklamekodeksets § 18, stk.1:

"Hvorvidt der er tale om køb af en udstillingsstand eller ydelse af et reelt sponsorat kommer an på, om prisen kan anses for at afspejle det reelle køb af standpladsen eller om det må anses for at være et beløb, der overstiger dette og derved bliver et sponsorat. Se også nærmere under vejledningen til stk. 3.

En udstillingsstand er et køb af et reklameområde, og skal anmeldes, jf. § 21, stk. 1, litra c). Såfremt der betales et beløb, der overstiger udstillingsstandens reelle værdi, vil der være tale om et sponsorat til arrangementet, hvorefter det skal anmeldes som et sponsorat, jf. § 21, stk. 1, litra b). Det bemærkes i den sammenhæng, at der ved køb af udstillingsstand alene foretages en vurdering af fagligheden, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 1, hvor der ved sponsorater foretages en vurdering af hele § 13."

På baggrund af [REDACTED] høringsvar og medfølgende bilag vurderer Granskningsmandspanelet, at der er tale om en fejl i forbindelse med anmeldelsen, og at der således ikke bliver givet et sponsorat, men at der alene er tale om køb af en udstillingsstand. Da mødestedet ikke indgår i vurderingen i forbindelse med køb af udstillingsstand, er der således ikke tale om en overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, i nærværende sag.

Det følger af Reklamekodeksets § 21, stk. 4, at virksomheden har pligt til at sikre, at anmeldelsen er fuldt oplyst, og at alle relevante bilag er fremsendt.

Det har været nødvendigt for Granskningsmandspanelets vurdering af sagen, at [REDACTED] har fremsendt yderligere oplysninger undervejs i sagen, idet de anmeldte forhold ikke alene har kunnet belyse en overholdelse af reglerne i Reklamekodekset. Det er derfor Granskningsmandspanelets vurdering, at Reklamekodeksets § 21, stk. 4, ikke er overholdt.

Afgørelse:

[REDACTED] findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 21, stk. 4 og pålægges som følge heraf sanktioner.

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

Sanktion:

- Påtale for overtrædelse af Reklamekodeksets § 21, stk. 4, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for EN-

LI § 2, stk. 1.

Det bemærkes, at gentagelse af administrative forseelser (for sen anmeldelse, manglende dokumentation mv.) inden for en 2-årig periode kan medføre en bøde på 15.000-30.000 kr.

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.

Der pålægges et gebyr på 6.000 kr., for at anke en afgørelse truffet af Granskningsmandspanelet, jf. Sanktions- og gebyrregulativets § 7, stk. 8.

En anke har som udgangspunkt ikke opsættende virkning.

Kopi af den endelige afgørelse vil blive fremsendt til Lægemiddelstyrelsen til orientering.

Med venlig hilsen

Julie Holtum Qvist
Juridisk granskningsmand