

Pfizer ApS
Lautrupvang 8
2750 Ballerup

København, den 8. oktober 2020

AFGØRELSE

Vedr.: Ab-2020-2846, sponsorat til SKA – mødested: Ballebro Færgetro

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående sponsorat, anmeldt af Pfizer ApS den 3. september 2020, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at ovennævnte sponsorat til SKA 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 14. september 2020.

Pfizer ApS har den 25. september 2020 svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 13, stk. 10 (mødested)

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 fremgår af Reklamekodeks § 13, stk. 1, 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.

Det følger af vejledningen til bestemmelsen, at begrebet "faglig information og uddannelse om lægemidler" forstås efter fast praksis 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.

Granskningsmandspanelet har gennemgået det faglige program, og har vurderet, at det er i overensstemmelse med faglighedsbegrebet i Reklamekodekset § 13, stk. 1.

Ad. 2 - Forplejning

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 7, 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. Det følger af vejledningen til bestemmelsen, at der herved skal forstås et almindeligt standardniveau, og 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.

Af det indsendte budget fremgår, at forplejning udgør i alt 285 kr. pr. person.

Granskningsmandspanelet har på denne baggrund ingen yderligere bemærkninger, idet forplejningen, på baggrund af det fremsendt budget, findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 8.

Ad. 3 - Mødested

Det fremgår af de indsendte oplysninger, at Pfizer har givet et sponsorat til SKA i forbindelse med sammenslutningens arrangement, der blev afholdt den 10. september 2020 på Ballebro Færgetro, Færgevej 5, Blans, 6400 Sønderborg.

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 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. [min understregning]. 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 luksus-

riøs 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].

[...]

Lægemiddelvirksomheder kan i tvivlstilfælde anmode om en forhåndsvurdering af et planlagt arrangement, jf. reklamekodeks § 21, stk. 7."

Granskningsmandspanelet bemærker, at Ballebro Færgetro på sin egen hjemmeside (<https://ballebro.dk/>) oplyser, at de er: "Et af Danmarks dejligste badehoteller". Derudover er Ballebro Færgetro kendt fra TV2-serien: "Danmarks dejligste badehoteller".

Da benyttelse af badehoteller i sæson vurderes at være i strid med Reklamekodekset § 13, stk. 10, jf. Anknævnets bemærkninger ovenfor, blev sagen sendt i høring.

Pfizer har i høringssvar af 25. september 2020 fremsendt følgende bemærkninger:

"Det fremgår af vejledningen til reklamebekendtgørelsen, at det som udgangspunkt ikke vil være i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 13, stk. 10, at afholde møder på ski-og badehoteller i sæsonen. Det fremgår ligeledes, at det afgørende er, om det planlagte mødested i almindeligt omdømme er kendt for sine underholdningsfaciliteter, er ekstravagant og/eller luksuriøs.

Pfizer har i forbindelse med godkendelsen af sponsoratet foretaget en helhedsvurdering af Ballebro Færgetro som mødested, og det er Pfizers vurdering, at Ballebro Færgetro, der er en 3-stjernet kro, ikke er et ekstravagant eller luksuriøst mødested, der i sig selv udgør en faktor, der i væsentligt omfang positivt vil kunne påvirke deltagernes beslutning om deltagelse i det faglige arrangement.

Granskningsmandspanelet bemærker i høringsskrivelsen af 14. september 2020, at Ballebro Færgetro er kendt fra TV2-serien "Danmarks dejligste badehoteller". Eftersom TV2 er en betalingskanal, og dets programmer ikke er alment tilgængeligt, mener Pfizer ikke at deltagelse i ovennævnte program kan forventes at være medtaget i vurderingen af mødestedets stand. I den forbindelse mener Pfizer heller ikke, at det er alment kendt, at der er en udsendelse der omhandler badehoteller. Det vil derfor stille ekstra store krav til Pfizers vurdering af mødesteder, hvis det forventes at Pfizer skal holde sig opdaterede på udbuddet af tv-programmer.

Yderligere bemærker Pfizer, at der om brugen af ski-og badehoteller, er lagt vægt på tidspunktet for mødeafholdelsen, da brugen af ski-og badehoteller ikke vil

Det er i den forbindelse Pfizers vurdering, at "i sæson" for et badehotel, henviser til sommermånederne. Eftersom mødet er afholdt 10. september, der kategoriseres som en efterårsdag, har Pfizer derfor vurderet at mødet er afholdt udenfor sæson. Derudover er tidspunktet for mødet, der fandt sted fra kl. 15.30 til 19.20, også en faktor der bør medtages i den samlede vurdering af mødestedet. Det har ikke været muligt at finde yderligere information om afgrænsningen/definitionen af de respektive sæsoner for ski- og badehoteller, udover at Granskningsmandspanelet i Aa 2012 2782 har vurderet, at 20. juni 2012 efter granskningsmandspanelets opfattelse er i badesæsonen.

På den baggrund mener Pfizer, at valget af Ballebro Færgetro som mødested i det konkrete tilfælde, ikke udgør en overtrædelse af Reklamekodekset § 13, stk. 10, og vi henstiller derfor til, at sagen frafaldes. Vi bemærker i den forbindelse, at såfremt det er ENLIs endelige vurdering, at mødestedet er i strid med det foreliggende regelgrundlag, bør der ske en præcisering af kravene til vurderingen af mødesteder, særligt ift. definitionen af sæsoner og relevante kilder at medtage i vurderingen.”

Det er Granskningsmandspanelet's vurdering, at Ballebro Færgetro er at anse som et badehotel, da Ballebro Færgetro ud fra deres hjemmeside selv angiver sig som et badehotel. I den forbindelse bemærkes det, at benyttelse af badehoteller i sæson er i strid med Reklamekodekset § 13, stk. 10, jf. Ankenævnets bemærkninger ovenfor.

Pfizer ApS har i høringsvar af 25. september 2020 anført, at: *”i sæson” for et badehotel, henviser til sommermånederne.* Granskningsmandspanelet antager, at der med sommermåned henvises til følgende tre måneder: juni, juli og august.

Af <https://www.mitrejsevej.dk> fremgår gennemsnitsvejr- og badetemperaturer for bl.a. Sønderborg (Ballebro Færgetro er beliggende i Blans, der er en del af Sønderborg Kommune). Det fremgår således her, at den gennemsnitlige maksimumtemperatur fra juni til og med september ligger på 17-20 grader, og den gennemsnitlige minimumstemperatur i samme periode ligger på 10-12 grader. Den gennemsnitlige vandtemperatur for Sønderborg ligger på 14 grader i juni og 17 grader i juli. Vandtemperaturen toppe i august med 18 grader og falder alene med to grader i september til 16 grader, hvilket er to grader højere end gennemsnitsvandtemperaturen i juni måned.

Ud fra vejr- og badevandstemperaturer er det Granskningsmandspanelet's vurdering, at september er at anse som *”i sæson”*, hvorfor det vurderes, at være i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 10, at anvende badehoteller i september måned. Det er i vurderingen tillagt særlig vægt, at vandtemperaturen i september er to grader varmere end i juni, der er en sommermåned. Derudover bemærker Granskningsmandspanelet, at Ankenævnet i sin afgørelse fra 2012 har brugt ordet *”i sæson”* og ikke *”sommermåned”* som afgrænsning til, hvornår et badehotel kan anvendes. Det er derfor Granskningsmandspanelet's forståelse, at definitionen af *”i sæson”* er bredere end *”sommermåned”*, hvorfor det er relevant at sammenligne vejr- og badevandstemperaturer for måneder, der ligger ud over sommermånederne.

På baggrund af ovennævnte finder Granskningsmandspanelet, at anvendelse af badehotellet Ballebro Færgetro som mødested for arrangementer i september måned, er i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 10, da september måned vurderes at være *”i sæson”*.

Afgørelse:

Pfizer ApS findes således at have overtrådt Reklamekodeksets §, 13, stk. 10, 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 § 13, stk. 10, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 5, litra a).

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

Pia Phillipsen
Juridisk granskningsmand