

Merck A/S
Vandtårnsvej 62A, 5. A
2860 Søborg

København, den 11. december 2020

AFGØRELSE

Vedr.: Aa-2020-4182, Webinar om ufrivillig barnløshed

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående arrangement, anmeldt af Merck A/S den 03. december 2020, 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 7. december 2020.

Merck A/S har den 10. december 2020 svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 13, stk. 9.

Begrundelse:

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

Regler

Det følger af § 13, stk. 1 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 af deres deltagelse.

Lægemiddelvirksomheder må aldrig give støtte til arrangementer, dele af arrangementer eller deltagelse i arrangementer, der rummer nogen form for underholdningsaktivitet, jf. stk. 9 eller anden ikke-faglig aktivitet, jf. stk. 1, litra b), in fine.

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

Af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 9 fremgår følgende:

”Ad § 13, stk. 9

*Bestemmelsen svarer til EFPIA’s Code of Practice Sec 10.08, der indeholder et forbud mod, at re-præsentation 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, selvom sundhedspersonerne selv afholder udgifterne hertil. Bestemmelsen følger også reklamebekendtgørelsens § 30, stk. 2, samt EGA’s Code of Conduct on Interactions with the Healthcare Community, pkt. 4.3 og 4.5.*

Udgangspunktet er et totalt forbud mod organisering/sponsering af underholdning for så vidt angår lægemiddelvirksomhedernes egne arrangementer (både i Danmark og i udlandet).

Der kan i forhold til de sponserede tredjepartsarrangementer (hvor virksomheden ikke er arrangør eller medarrangør og derfor ikke har nogen indflydelse på programmet) differentieres mellem forskellige typer af underholdning. Det betyder, at der skal skelnes mellem ”primær” (forbudt) og ”sekundær” (tilladt) underholdning.

*a. Primær underholdning er eksempelvis musik eller anden optræden, som indgår som et særskilt indslag (stand alone) under en middag el.lign. – eller ved, at deltagerne inviteres til/får adgang til særskilt underholdning on-location, hvor det gælder, at det ud fra en samlet vurdering er skadelig for branchens troværdighed og image. Det kan eksempelvis være koncerter, opera, teater, sportsevents, sports- eller underholdningsaktiviteter, stand up comedy, sightseeing, vinsmagning/foredrag el.lign. **Indslag, der omfatter mennesker, som generelt må anses som ”kendte” – artister, bands, skuespillere, sportsfolk el. lign. – udgør en værdi i kraft af deres ”kendthed”, og vil som hovedregel blive anset som primær underholdning – selv om det ikke har form af et særskilt indslag.***

b. Sekundær underholdning er aktiviteter, som ikke fremstår som et særskilt arrangement, og som er begrænset i omfang og/eller ”kendthed”, og som ikke udgør nogen underholdningsværdi af betydning for deltageren. Herunder er der tale om indslag, som deltagerne under normale omstændigheder ikke selv ville betale for – og som ud fra en samlet vurdering ikke er skadelig for branchens troværdighed og image. Eksempler herpå er baggrundsmusik el.lign. ved en velkomstreception eller i en lobby.

Det skal i øvrigt præciseres, at Ankenævnets fortolkning af, at lægemiddelvirksomheder må yde sponsorater til faglige arrangementer, hvis der forekommer eventuel underholdning (jf. ovenstående, anset som ”primær” underholdning) i forbindelse med arrangementet sker under forudsætning af, at underholdningen udtrykkeligt er finansieret på anden vis end ved lægemiddelvirksomhedens sponsorat, f.eks. ved deltagerens egenbetaling eller ved sponsorat fra en ikke-lægemiddelvirksomhed, kan fastholdes.” [Fremhævet her]

På ENLI's hjemmeside under punktet "Tjeklister" er der offentliggjort en række oplysninger, der kan være gode at overveje og kende til, før man som virksomhed inviterer til et arrangement, giver tilsagn til et sponsorat mv. Tjeklisterne er delt op i emner.

Under emnet "Eget arrangement" fremgår bl.a. følgende:

"8. UNDERHOLDNING

Det skal sikres, at arrangementet ikke indeholder underholdning, såsom:

- *Musik eller anden optræden*
 - o *En tryllekunstner, et band, koncerter, opera, teater, sportsevents, sports- eller underholdningsaktiviteter, standup comedy, sightseeing, vinsmagning/foredrag el.lign.*
- **Indslag, der omfatter mennesker, som generelt må anses som "kendte"**
 - o *Artister, bands, skuespillere, sportsfolk el.lign. Det er uden betydning, om sundhedspersonerne selv afholder udgifterne til underholdningen, da der er et totalt forbud mod organisering af underholdningsarrangementer.*

*For yderligere information henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 9"
[Fremhævet her]*

Mercks bemærkninger

"Med modtaget høring fra ENLI d. 7. december har Merck A/S prompte og samme dag d. 7. december udsendt information til de inviterede sundhedspersoner om, at webinarret er aflyst grundet den verserende sag.

*Merck A/S ønsker samtidig med dette brev at fremsende yderligere og vigtige oplysninger til sagen samt beskrive Merck's overvejelser og beslutningsgrundlag for det anmeldte webinar.
Baggrund for webinar:*

Merck A/S har gennem længere tid afholdt en lang række fertilitetsmøder på et meget højt fagligt niveau og været både godt rundt om såvel sygdomsområdet samt den medicinske behandling inklusiv Merck's lægemidler.

I 2020 har Merck besluttet at sætte endnu mere fokus på konsekvenserne af ufrivillig barnløshed internt i vores egen organisation. Dels for at give vore medarbejdere en indsigt i, hvordan vi arbejder med at italesætte dagsordenen omkring ufrivillig barnløshed overfor de politiske beslutningstagere, dels for at give vore medarbejdere en indsigt i, hvad det vil sige at lide af ufrivillig barnløshed. Dette har vi gjort under en intern kampagne, der hedder "As One for Patients".

Den 17. december havde Merck A/S valgt at lave et arrangement, hvor vi netop ville italesætte de alvorlige konsekvenser ved ufrivillig barnløshed. På dette arrangement ville vi både invitere medarbejdere og relevante sundhedspersoner. Ved forskellig interaktion med sundhedspersoner på fertilitetsklinikkerne har Merck løbende fået information om, at patientperspektivet i behandlingen også kunne være en interessant synsvinkel at inddrage ved møder. Da Merck løbende og på forskellig vis arbejder på, at skabe de bedste og optimale rammer for at få de børn, man ønsker sig, herunder at drøfte de store udfordringer, der kan være forbundet med at være i fertilitetsbehandling, valgte Merck at arrangementet den 17. december, dels skulle fokusere på at fortælle om, hvordan Merck arbejder på at italesætte ufrivillig barnløshed på den politiske dagsorden, dels også at invitere en tidligere patient med til webinar. Merck blev anbefalet at invitere en tidligere patient, Pelle Hvenegaard, da han selv har gennemgået et mangeårigt forløb i fertilitetsbehandling og gerne ville fortælle om det at være patient i et fertilitetsforløb. Det har naturligvis været afklaret og aftalt med Pelle Hvenegaard, at han på ingen måde måtte fortælle om konkrete behandlinger for at undgå mulig ulovlig reklame for lægemidler. Det skal samtidig også nævnes, at det aldrig lykkedes Pelle og sin hustru at blive biologiske forældre, hvorfor der heller ikke var nogen risiko for en positiv "patient case".

Overvejelser og beslutningsgrundlag for webinar:

Det er Merck's klare vurdering, at der ikke er tale om et underholdningsarrangement, da Pelle var bedt om og ville tilrettelægge foredraget med Merck's medarbejdere og sundhedspersoner som målgruppe (primært sygeplejersker, bioanalytikere og få læger) og derved give vigtige specifikke sundhedsfaglige informationer om at være patient i et fertilitetsforløb samt dele sine tanker omkring, hvilke initiativer en fremtidig politisk handlingsplan på fertilitetsområdet burde indeholde. I denne sammenhæng var Merck's vurdering, at Pelle som tidligere mangeårig patient ville kunne give et detaljeret indblik i sin og sin hustrus forløb i fertilitetsbehandling.

Merck blev orienteret om Pelle Hvenegaard's tidligere karriere, men vurderede, at dette ikke burde ekskludere ham for at fortælle om sit og sin hustrus lange forløb i fertilitetsbehandling.

Forholdet at Pelle Hvenegaard er nævnt i Wikipedia for hans tidligere karriere som skuespiller og TV-vært, mener vi ikke er ensbetydende med, at han har en kendis-effekt for den inviterede målgruppe. Tværtimod. Det er over 8 år siden, Pelle Hvenegaard sidst har haft noget med TV eller radio at gøre og direkte adspurgt, har Pelle Hvenegaard selv tilkendegivet, at han ikke har eller agter at foretage TV- eller radioudsendelser nu eller i fremtiden. I invitationen valgte Merck også helt bevidst at undgå at fortælle om Pelle Hvenegaard's tidligere karriere, for netop at undgå at dette, enten direkte eller indirekte, kunne blive et muligt trækplaster ved webinar, jf. invitationen.

I den anledning er det også Merck's vurdering, at faktummet at mødet skulle foregå som webinar, har minimeret den mulige, hvis overhovedet nogen kendis-effekt, og at sundhedspersonerne ville tilmelde sig udelukkende på grund af emnet. Det skal bemærkes, at henvisning til Pelle Hvenegaard i invitationen på ingen måde bruges som et trækplaster, hverken i titel, overskrift eller de indledende passager.

Endelig kan Merck oplyse, at der på aflysningstidspunktet d. 7. december, kun var kommet én tilmelding, hvilket understøtter Merck's vurdering, at Pelle Hvenegaard's mulige kendis-effekt har været ikke-eksisterende og ikke et trækplaster for det faglige arrangement.

Sammenfatning:

Da Merck prompte har aflyst webinar på baggrund af Granskningsmandspanelet's umiddel-

bare vurdering samt uddybet vigtige oplysninger til sagen inklusiv beskrivelsen af Merck's overvejelser og beslutningsgrundlag for det anmeldte webinar, henstiller Merck til at Granskningsmandspanelet vil inddrage overstående positivt i den endelige afgørelse af nærværende sag."

Granskningsmandspanelets bemærkninger

Det fremgår af de anmeldte oplysninger, at Merck har inviteret sundhedspersoner til et webinar den 17. december 2020 kl. 13-14 på Teams. I forbindelse med anmeldelsen fremgår bl.a. følgende:

"Vi ønsker derfor at invitere sundhedspersoner i fertilitetsklinikkerne til et sundhedsfagligt webinar med deltagelse af Mercks medarbejdere og Pelle Hvenegaard.

Pelle Hvenegaard har igennem en årrække været ærlig og åben om sit og sin hustrus ønske om at blive forældre. Pelle vil fortælle om den lange vej til at blive far, som har været forbundet med stor sorg og mange fertilitetsbehandlinger. Det vil være muligt at stille spørgsmål til Pelle."

Det følger af Reklamekodekets § 13, stk. 9, at der i forbindelse med lægemiddelvirksomheders egne aktiviteter over for sundhedspersoner ikke må afvikles nogen former for underholdning.

Af vejledningen til Reklamekodekets § 13, stk. 9 samt af ENLI's Tjeklister for egne arrangementer, for sponsorat til deltagelse samt for sponsorat til arrangør fremgår, at det bl.a. vil blive anset som (ulovlig) underholdning, såfremt der i forbindelse med virksomheders egne arrangementer eller sponserede arrangementer vil være indslag med personer, der må anses som kendte. Der nævnes i den forbindelse skuespillere eller andre, der må anses for at udgøre en værdi i kraft af, at de er kendte personer.

Følgende fremgår bl.a. om Pelle Hvenegaard på Wikipedia:

"Pelle Hvenegaard (født 29. august 1975 i København) er en dansk skuespiller og tv-vært.

Som 12-årig optrådte han i titelrollen som Pelle i den danske Oscar-vindende film Pelle Erobreren. I 2002 var han medvært på radioprogrammet "Fizkarlene" på Odense Studenterradio og i 2006 blev han vært på talkshowet KebabTv på TV 2 Zulu. Han var ligeledes vært i programmet Comedy Fight Club i 2007 på TV 2 Zulu.

I 2008 deltog Pelle Hvenegaard i Zulu Djævleræs 3, hvor han i finalen tog førstepladsen sammen med Signe Lindkvist. Han blev også vært på TV 2-programmet Dagens Mand i 2008.

Han har haft enkelte filmroller, blandt andet hovedrollen i På fremmed mark. Han har også haft en stor rolle i TV3's danske dramaserie 2900 Happiness, hvor han havde rollen som Jens Erik Von Beck.

Det seneste program, han har medvirket i, er Vild med comedy, som er et program, hvor en gruppe kendte danskere har fem dage til at finde materiale til et comedy-show.

Pelle Hvenegaard er vært på det nye Kanal 5 sportsprogram Spartan Danmark med start optagelser den 28. oktober 2016 i Frederiksværk.”

Udover ovenstående oplysninger om Pelle Hvenegaards karriere som skuespiller og tv-vært fremgår det ligeledes ved søgninger på internettet, at Pelle Hvenegaard er forfatter til tre bøger, og at han har ca. 93.000 følgere på sin Instagramprofil.

Merck har i sit hørings svar af 10. december 2020 oplyst, at det forhold, at Pelle Hvenegaard er nævnt i Wikipedia for sin tidligere karriere som skuespiller og TV-vært, ikke er ensbetydende med, at han har en kendis-effekt for den inviterede målgruppe. Endvidere påpeger Merck, at det er over 8 år siden, Pelle Hvenegaard sidst har haft noget med TV eller radio at gøre og direkte adspurgt, har Pelle Hvenegaard selv tilkendegivet, at han ikke har eller agter at foretage TV- eller radioudsendelser nu eller i fremtiden.

Hertil bemærker Granskningsmandspanelet, at Pelle Hvenegaard senest deltog i DR's tv-program Kender Du Typen, der blev vist den 27. oktober 2020. Programmet omhandler to livsstilsekspertter, der i hvert program skal besøge en kendt dansker og gennem programmet skal de se, om de kan gætte, hvilken kendt person, der bor i den pågældende bolig.

Den 11. august 2012 deltog Pelle Hvenegaard i et radioprogram på P3, hvor der bl.a. er oplyst følgende:

”P3, 11 AUG. 2018, 117 MIN.

Pelle Hvenegaard er aktuell med sin første bog, bestselleren ”Kære Zoe Ukhona”, der handler om han og hans kones kamp for at få et barn. Dét taler vi om i Den Sorte Boks og vi hører også om hvordan Pelle har besluttet at tage sin datter af de sociale medier, på trods af stor popularitet på Instagram. Derudover hører vi om hvordan Pelle skal give den gas som 80-årig og hvordan man kan undgå at få tæsk af en bande.”

Endvidere fremgår det af Pelle Hvenegaards Facebookprofil, at han den 3. april 2018 skal deltage i et to timers radioprogram på P4, og at han i april 2018 skal deltage i henholdsvis Go'Aften Danmark og i Aftenshowet.

Uagtet, at det er anerkendelsesværdigt, at Pelle Hvenegaards ærinde i forbindelse med det pågældende webinar er at dele sin egen historie vedrørende barnløshed, ændrer det ikke på det faktum, at han må anses som en kendt person.

Da barnløshed er udbredt i Danmark, er det Granskningsmandspanelsets vurdering, at der må være mulighed for at få andre, ikke kendte personer, til at dele deres historie og erfaringer inden for samme emne.

I det lægemiddelvirksomheder aldrig må afholde arrangementer, der rummer nogen former for underholdningsaktiviteter, herunder kendte personer, er det Granskningsmandspanelet vurdering, at det omhandlede webinar anses for at være i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 9.

Afgørelse:

Merck A/S findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 13, stk. 9 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.

Der skal gøres opmærksom på, at Granskningsmandspanelet kun vurderer anmeldelsen ud fra de regelsæt, som falder under ENLIs kompetence.

Sanktion:

- Pålæg om at aflyse/ændre arrangementet, så det er i overensstemmelse med reglerne på området, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 1, stk. 1.
- Bøde på 30.000 kr. (+moms) for overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 9, 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.

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