



København, den 21. april 2022

AFGØRELSE

Vedr.: Ab-2022-1519, sponsorat til Regionsseminar Astma og Allergi

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående sponsorat, anmeldt  den 8. april 2022, 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 13. april 2022.

 har den 19. april 2022, svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 21, stk. 4

Begrundelse:

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

- Underholdning/mødested

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

Regelgrundlag

Det følger af Reklamekodeksets § 13, stk. 9, at:

"Repræsentation må ikke omfatte sponsering eller organisering af underholdningsarrangementer, som f.eks. sports- eller fritidsarrangementer."

Det følger af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, at:

"lægemiddelvirksomheder skal undgå at benytte mødesteder, som er "kendt" for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse."

Følgende fremgår af vejledningen til Reklamekodeksens § 13, stk. 10:

”Ankenævnet har i forbindelse med behandlingen af to principielle sager den 21. september 2011 – og med seneste stadfæstelse heraf i AN-2014-5624 (Afgørelsen er ikke offentliggjort, da der er tale om en anke af en forhåndsvurdering) – udtalt følgende om den generelle fortolkning af denne bestemmelse:

”Der må ikke i reklameøjemed eller i øvrigt for at fremme salget af et lægemiddel gives eller tilbydes sundhedspersoner økonomiske fordele, jf. reklamekodeks § 12. [I dag en skærpet formulering: Det er ikke tilladt at udlevere, tilbyde eller love sundhedspersoner gaver eller økonomiske fordele hverken i form af kontanter eller naturalier, jf. dog §§ 13-15.] Når der som i reklamekodeks § 13, stk. 9 [i dag: § 13, stk. 10] om valg af mødested gøres undtagelser fra forbuddet mod økonomiske fordele, må det fortolkes i lyset af reklamekodeks § 1, stk. 2, litra a). Ifølge denne bestemmelse skal lægemiddelvirksomhederne til enhver tid opretholde høje etiske standarder, ligesom salgsfremmende foranstaltninger aldrig må være af en sådan art, at de bringer lægemiddelindustrien i miskredit eller mindsker tilliden til den. Dette indebærer, at undtagelserne fra forbuddet mod økonomiske fordele må fortolkes restriktivt.

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 § 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), 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.

[...]

I forhold til ovennævnte forhold vedr. klassificering, er ENLI bekendt med, at man på bookingsites som Trivago.com, Booking.com og på VisitDenmark's hjemmeside kan se, hvorledes hotellet officielt er klassificeret, hvilket kan bruges som bidrag i den samlede vurdering af, hvorledes mødestedet fremstår i almindeligt omdømme. **Det er fortsat den samlede vurdering af mødestedets omdømme, der er afgørende og ikke klassificeringen alene.**

[...]

Således vil eksempelvis et mødesteds **udlevering af adgangsbilletter til mødedeltagerne til udstillinger og lign.**, der f.eks. ligger i forlængelse af mødestedet, men som mødestedet ikke selv anses for at være kendt for, være i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 9. [min fremhævning]

bemærkninger

"Mødet afholdes på Helnan Marselis Hotel i Aarhus og er et dagsmøde fra kl. 08.30-16.00. Det fremgår af hotellets hjemmeside, at der kun er adgang til fitnessfaciliteterne, svømmeområde og sauna for deltagere, når der er tale om konferencedøgn. Jeg har derfor ikke haft nogle betænkeligheder ift. at deltagerne skulle kunne få adgang til disse faciliteter i forbindelse med dette møde."

Endvidere har [redacted] forelagt følgende korrespondance med hotellet:

"Regarding "Region seminar Astma &Allergi" at Helnan Marselis on the 25 of April 2022 for pediatricians and nurses in pediatric asthma and allergy, where [redacted] is founding with a sponsor fee and having at representant on the location.

The seminar is a day meeting from 8.30-16 on the 25 of April 2022 and therefor the venues like fitness/and sauna/swimming area are NOT FOR USE for participants in this kind of meetings."

Granskningsmandspanelet's bemærkninger

Granskningsmandspanelet har i denne sag vurderet det angivne hotel, Hotel Marselis, i forhold til Reklamekodeksets § 13, stk. 9, og 10.

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

Det er Granskningsmandspanelet's vurdering, at adgang til fitnessfaciliteter, svømmeområde og sauna, i forbindelse med deltagelse i møder på Hotel Marselis, må anses for organisering af underholdning, der er i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 9.

[redacted] har i ovennævnte høringssvar fremsendt oplysning om, at de var bekendt med, at de ovennævnte faciliteter ikke vil være inkluderet i mødepakken. Det fremgår endvidere af korrespondancen mellem [redacted] og hotellet, at faciliteterne ikke er tilgængelige for deltagerne ved mødet.

På den baggrund er det Granskningsmandspanelets vurdering, at deltagerne ikke vil have gratis adgang til faciliteterne, hvorfor sponsoratet findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 9, vedrørende underholdning.

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

■■■■ har i forbindelse med anmeldelsen ikke fremlagt oplysninger, der tydeligt viser, at mødedeltagerne ikke gratis har adgang til fitnessfaciliteterne og svømmeområde på Hotel Marselis i forbindelse med arrangementet den 25. april 2022.

Det har således været nødvendigt for Granskningsmandspanelets vurdering af sagen, at ■■■■ har fremsendt yderligere oplysninger undervejs i sagen, idet de anmeldte forhold ikke alene har kunnet belyse, hvorvidt reglerne i Reklamekodekset var overholdt. Det er derfor Granskningsmandspanelets vurdering, at Reklamekodeksets § 21, stk. 4 ikke er overholdt.

Det følger af Sagsbehandlingsreglerne for ENLI § 9, stk. 9, at såfremt Granskningsmandspanelet vurderer, at en sag er af en sådan karakter, at en høringskrivelse vil være uden indflydelse på afgørelsens udfald og overtrædelsen alene vil medføre en påtale, kan Granskningsmandspanelet træffe en straksafgørelse, hvor høringsfasen udelades.

Afgørelse:

■■■■ findes således at have overtrådt Reklamekodeksets indsæt § 21, stk. 4, og pålægges som følge heraf en påtale.

Sanktion:

- Påtale for overtrædelse af Reklamekodeksets § 21, stk. 4, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 2, stk. 1.

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