

IBSA Nordic ApS
Lottenborgvej 24
2800 Lyngby
Danmark

København, den 19. april 2022

AFGØRELSE

Vedr.: Aa-2022-1140, Narture International Summit on Reproductive Medicine

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående arrangement, anmeldt af IBSA Nordic ApS [IBSA] den 18. marts 2022, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at Narture International Summit on Reproductive Medicine 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 23. marts 2022.

IBSA har svaret i sagen den 5. april 2022.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 13, stk. 1 (*fagligt program*)
- Reklamekodeksets § 13, stk. 10 (*mødested kendt for sine underholdningsfaciliteter*)
- Reklamekodeksets § 21, stk. 8 (*anmeldelsespligten ikke overholdt*)

Begrundelse:

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

1. Fagligt program, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 1
2. Mødested i udlandet, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 4
3. Mødested kendt for sine underholdningsfaciliteter, Reklamekodeksets § 13, stk. 10

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

Regelgrundlag

Ad 1 - Fagligt program

Det følger af § 13, stk. 1 i Reklamekodekset, at:

”Lægemiddelvirksomheder kan give eller tilbyde en sundhedsperson faglig information og uddannelse i form af betaling af de direkte udgifter til fagligt relevante kurser, konferencer, efteruddannelse o.l., som sundhedspersoner deltager i eller afholder.”

Af vejledningen til § 13, stk. 1, i Reklamekodekset fremgår det, at:

*”Begrebet ”faglig information og uddannelse om lægemidler” forstås efter fast praksis af ENLI således, at arrangementer skal have et **specifikt sundhedsfagligt indhold og videreuddannelsesmæssigt sigte for sundhedspersoner, herunder ved faglige indlæg om sygdomme, sygdomsområder, produkter og behandlingsmetoder.***

*Faglighedsbegrebet er blevet nuanceret af Ankenævnet og forstås i dag i lyset af ENLI’s forskellige etiske regelsæt i et større perspektiv og inkluderer også mere overordnede, herunder sundhedspolitiske og sundhedsøkonomiske emner og områder, der ikke direkte gør eksempelvis lægen bedre i stand til at behandle en patient, men som omtaler udviklingen inden for et sygdomsområde, eller undersøger kvaliteten af en given behandling, eller på anden vis har et mere langsigtet behandlingsorienteret sigte. Dette anser ENLI for fagligt i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 1, **så længe fokus fortsat er på behandling af et sygdomsområde med det formål at sikre patienterne den bedste medicinske behandling.***

[...]

Omvendt accepterer ENLI som hovedregel ikke tilbud om eller støtte til ikke-sundhedsrelaterede kurser, som f.eks. også udbydes til andre faggrupper, såsom økonomistyring, organisationsudvikling, ledelse, computerkurser, samarbejdskurser, planlægningsmøder, coaching, drift af praksis (f.eks. revisorhjælp), komik/underholdning, politiske indlæg, kommunikation, undervisning i at lære at undervise mv.

[...]

*Kurser om f.eks. sundhedsøkonomi tillades, hvis det vurderes, at **fokus er på konkrete behandlingsorienterede eller præparatororienterede spørgsmål** og ikke alene en mere overordnet politisk drøftelse af emnet.” [Mine fremhævninger]*

Ad 2 – Mødested i udlandet

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 4, at:

”Ingen lægemiddelvirksomhed må organisere eller sponsere en af de i stk. 1 nævnte aktiviteter, som finder sted uden for lægemiddelvirksomhedens hjemland, medmindre:

- a) De fleste af de inviterede kommer fra udlandet, og de fleste inviteredes oprindelses-

landes placering gør det væsentligt mere fordelagtigt at afholde aktiviteten i et andet land af logistiske årsager, eller

b) Det som følge af placeringen af den relevante ressource eller ekspertise, som er genstand eller tema for aktiviteten, gør det væsentligt mere fordelagtigt at afholde aktiviteten i et andet land af logistiske årsager.”

Af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 4, fremgår, at:

”Bestemmelsen svarer til summen af EFPIA’s HCP Code Sec. 10.02 og reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 4, dog kan der som udgangspunkt ikke, som i reklamebekendtgørelsen, skeles til økonomiske hensyn. Kravet om væsentlighed følger derimod ikke af EFPIA’s HCP Code, men af reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 4.

Logistiske årsager kan f.eks. være:

- Målgruppens muligheder for at deltage i arrangementet (mange deltagere – få deltagere – **udenlandske deltagere**)
- Oplægsholderes og øvrige mødedeltageres muligheder for at deltage
- Muligheder for at gennemføre arrangementets indhold (egnede lokaler, konferencelokaler, adgang til hovedsæde/forskningscenter).” [Mine fremhævninger]

Ad 3 – Mødested kendt for sine underholdningsfaciliteter

Af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, fremgår, at lægemiddelvirksomhederne skal undgå at benytte mødesteder, som er kendte for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse.

Det følger af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 10, at Ankenævnet den 21. september 2011 har 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 badhoteller (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

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 standardarrangement af tilsvarende karakter, vil mødestedet som udgangspunkt kunne accepteres som overensstemmende med § 13, stk. 9 [i dag: § 13, stk. 10] - 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.

Selv om prisen for brug af mødestedets faciliteter vil kunne bruges som rettesnor for, om et planlagt arrangement er i overensstemmelse med § 13, stk. 9 [i dag: § 13, stk. 10], udelukker det ikke, at øvrige konkrete omstændigheder vil kunne føre til et andet resultat. Eksempelvis vil det ikke være udelukket at godkende et prismæssigt højere rangerende 5-stjernet hotel som mødested for et fagligt arrangement, hvis f.eks. beliggenheden ved et trafikknudepunkt og omfanget af mødefaciliteter i et konkret tilfælde taler med særlig vægt for at vælge netop dette mødested. Lægemiddelvirksomheder kan i tvivlstilfælde anmode om en forhåndsvurdering af et planlagt arrangement, jf. Reklamekodekset § 21, stk. 7.” [Mine fremhævninger]

Endvidere fremgår følgende af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 10:

”Ved vurdering af mødesteder i udlandet vil ENLI benytte samme standarder og kriterier som beskrevet ovenfor, men dog tage hensyn til yderligere kriterier såsom sikkerhed og lign.

Ved vurderingen af almindeligt omdømme, jf. ovenfor, er klassificeringen af konferencefaciliteterne for et mødested som udgangspunkt ikke relevant, idet dette går på de mødetekniske forhold for stedet.

Sammenfattende følger det således, at § 13, stk. 10, fortolkes restriktivt, og at der som udgangspunkt ikke kan benyttes 5-stjernede hoteller mv (jf. Ankenævnets udtalelse ovenfor). **Helt undtagelsesvist** kan mødesteder, der som udgangspunkt er i strid med ENLI’s regler, benyttes, hvis der foreligger konkrete omstændigheder, der kan godtgøre brugen i konkrete tilfælde – eksempelvis logistiske forhold/særlige mødefaciliteter, ingen andre alternative mødesteder, sikkerhedsmæssighensyn o.l. I den forbindelse er **det vigtigt altid, i forbindelse med anmeldelse til ENLI, at indsende dokumentation for, hvorfor virksomheden/arrangøren har valgt det pågældende mødested.**” [Mine fremhævninger]

IBSAs bemærkninger

IBSA har i høringsvar af 4. april 2022 anført følgende:

”1. Fagligt program, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 1

Etisk nævn:

Af det anmeldte program fremgår følgende programpunkt den 9. september 2022:

Det er Granskningsmandspanelets vurdering, at programpunktet ”Warriors, wildlife & women: big cat conservation in Tanzania and beyond” ikke findes at have det fornødne sundhedsfaglige og behandlingsorienterede sigte, som kræves efter Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

På baggrund af de anmeldte oplysninger er det Granskningsmandspanelets umiddelbare vurdering, at det planlagte arrangement ikke har den fornødne faglighed, og at programmet dermed ikke er i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

IBSA Nordic:

Programpunktet ”Warriors, wildlife & woman: big conservation in Tanzania and beyond” af professor [oplægsholder, red.], omhandler overlevelse af vilde dyr i en menneskedrevet verden. Indlægget tager udgangspunkt i at overlevelsen som udgangspunkt starter med reproduktionsbiologi, hvor man opbevarer dyrenes arvemateriale, så man senere kan prøve at redde bestanden, samt indlægget vil give en bredere kontekst til det overordnede emne for symposiet, som er human reproduktion og fertilitet. Ligeledes vil det øge forståelsen for befolkningstilvækst og den implikation det har på globale ressourcer. (bilag 1 & 1a).

[oplægsholder, red.] har tidligere været keynote speaker til det årlige møde i Storbritannien afholdt af det Britiske Fertilitets Selskab i 2020 og det er samme præsentation (bilag 1) som bliver givet til Narture 9. september 2022. (bilag 2).

På baggrund af ovenstående samt bilag 1 & 2 har IBSA Nordic vurderet programpunktet fagligt relevant og at det overholder Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

2. Mødested i udlandet, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 4

Etisk nævn:

Ad 2 – Mødested i udlandet

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 4, at:

”Ingen lægemiddelvirksomhed må organisere eller sponsere en af de i stk. 1 nævnte” aktiviteter, som finder sted uden for lægemiddelvirksomhedens hjemland, medmindre:

a) De fleste af de inviterede kommer fra udlandet, og de fleste inviteredes oprindelseslandes placering gør det væsentligt mere fordelagtigt at afholde aktiviteten i et andet land af logistiske årsager, eller

b) Det som følge af placeringen af den relevante ressource eller ekspertise, som er genstand eller tema for aktiviteten, gør det væsentligt mere fordelagtigt at afholde aktiviteten i et andet land af logistiske årsager.”

IBSA Nordic:

Narture er et videnskabeligt møde som arrangeres af IBSA Nordics hovedkontor IBSA Group, som er beliggende i Lugano i Schweiz. Mødet er internationalt og der inviteres fagpersoner fra

flere europæiske lande. Derudover er også det faglige panel repræsenteret fra flere forskellige lande (bilag 3).

Kommentar der kommer fra vores hovedkontor (IBSA Group) omkring hvem der er ansvarlige for at arrangere mødet (direkte oversat):

- IBSA's Nature er et højt videnskabeligt symposie arrangeret af IBSA Group, der er beliggende i Lugano, Schweiz og er rettet mod et internationalt publikum af eksperter på området indenfor human reproduktion og fertilitet. Af denne grund, har IBSA Group valgt et sted der repræsenterer og ligger i det område virksomheden er blevet skabt (Lugano).
- Både det faglige panel der har hjulpet os med at sætte programmet sammen og deltagerne er spredt udover mange lande, dog primært i EU hvor IBSA har produkter på markedet. Find venligst den vedhæftede liste af deltagende lande til Narture 2022, samt nationaliteten af formanden og forelæsere som er indikeret i programmet.

3. Reklamekodeksets § 13, stk. 10 (mødested kendt for sine underholdningsfaciliteter)

Etisk nævn:

Ad 3 – Mødested kendt for sine underholdningsfaciliteter

Af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, fremgår, at lægemiddelvirksomhederne skal undgå at benytte mødesteder, som er kendte for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse.

IBSA Nordic:

Vi beklager, at vi ikke har medsendt særlig dokumentation i forhold til kongresstedet ved anmeldelse til ENLI, dette er på baggrund af, at vi har anset stedet som værende et anerkendt konferencested:

- Fra 2021 er LAC blevet fremhævet som et oplagt konferencested i Schweiz: Swiss Location Award | LAC Lugano Arte e Cultura (luganolac.ch).
- Af logistiske årsager, har stedet været førstevalget, da det er i gåafstand fra alle hoteller i Lugano.
- Når konferencen Narture 9-11 september 2022 afholdes så er kongresstedet kun for IBSA og der er ingen parallelle aktiviteter / underholdning efter aftale med IBSA Group.

IBSA har endvidere medsendt følgende bilag i høringsvaret:

1. [Oplægsholder, red.] Fertility 2020 Myths 25 min a.
 - a. Crosier et al. "Cryopreservation of spermatozoa from wild-born Namibian cheetahs (*Acinonyx jubatus*) and influence of glycerol on cryosurvival." *Cryobiology* vol. 52,2 (2006): 169-81.
2. E-mail Professor [personnavn, red.]
3. Narture, Countries

Granskningsmandspanelets bemærkninger

Ad 1 – Fagligt program

Af det anmeldte program fremgår følgende programpunkt den 9. september 2022:

Special lecture

Chairman: [...]

17.30-18.15 Warriors, wildlife & women:
big cat conservation in Tanzania & beyond
[oplægsholder, red.], United Kingdom

Det fremgår af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 1, at ENLI som hovedregel ikke accepterer tilbud om eller støtte til ikke-sundhedsrelaterede kurser, som f.eks. også kan udbydes til andre faggrupper.

Programpunktet "*Warriors, wildlife & women: big cat conservation in Tanzania & beyond*", der i det fremsendte slideshow kaldes "*Money, Myths & Man-Eaters*", jf. bilag 1, slide 2, består af 62 slides, der primært omhandler dels store kattedyr, dels fattigdom og andre socioøkonomiske faktorer og spændingsfeltet herimellem. Først på slide 35 nævnes "*healthcare*", jf. bilag 1, slide 35.

Emnet for slide 35 er "*Providing community benefits – healthcare*", og for slide 36 er emnet "*Providing community benefits – vet medicines*". Herefter følger en række slides, der beskriver et incitamentsprogram, der angiveligt genererer "*health, education and vet benefits*", jf. bilag 1, slide 35-46. I forlængelse af dette påpeges, at alene 11 ud af 62 slides indeholder lignende indhold.

Endvidere bemærker Granskningsmandspanelet, at oplægsholders hovedfokus er, at angreb fra kødædende dyr samt angreb på disse dyr reduceres, jf. bilag 1, slide 53 f.

Granskningsmandspanelet vurderer på denne baggrund, at fokus ikke er på konkrete behandlingsorienterede eller præparatororienterede spørgsmål, jf. vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

Granskningsmandspanelet finder endvidere, at programpunktet kan være relevant for andre faggrupper end sundhedspersoner fx biologer, antropologer og NGO'er.

Det er på denne baggrund Granskningsmandspanelets vurdering, at programpunktet "*Warriors, wildlife & women: big cat conservation in Tanzania and beyond*" ikke findes at have det fornødne sundhedsfaglige og behandlingsorienterede sigte, der kræves efter Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

Hermed er det Granskningsmandspanelets vurdering, at det planlagte arrangement ikke har den fornødne faglighed, og at programmet dermed ikke er i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

Ad 2 – Mødested i udlandet

Som det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 4, er den alt overvejende hovedregel, at der ikke må arrangeres et fagligt arrangement i udlandet, medmindre én af undtagelserne i bestemmelsens litra a), eller

b), er opfyldt.

IBSA har i forbindelse med anmeldelsen ikke fremlagt oplysninger om, hvorfor arrangementet er placeret i Schweiz, men oplyser i ovenstående høringssvar, at mødet er: *"[...] arrangeret af IBSA Group, der er beliggende i Lugano, Schweiz og er rettet mod et internationalt publikum af eksperter på området indenfor human reproduktion og fertilitet. Af denne grund, har IBSA Group valgt et sted der repræsenterer og ligger i det område virksomheden er blevet skabt (Lugano)."* Endvidere oplyser IBSA, at arrangementet er internationalt, da der kommer deltagere og oplægsholdere fra flere europæiske lande.

Af ovennævnte fremgår, at arrangøren har valgt mødestedet på grund af mødestedets tilknytning til moderselskabet samt deltagere og oplægsholderes nationaliteter.

Det fremgår af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 4, at et arrangement undtagelsesvist kan afholdes i udlandet af logistiske årsager, herunder grundet målgruppens muligheder for at deltage i arrangementet (mange deltagere – få deltagere – udenlandske deltagere).

På baggrund af sagens oplysninger, herunder høringssvar fra IBSA, er det Granskningsmandspanelets vurdering, at afholdelse af det anmeldte efteruddannelsesarrangement i Schweiz er i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 4, litra a), da der i mødet deltager sundhedspersoner og oplægsholdere fra flere europæiske lande.

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.

På baggrund af ovenstående, har IBSA i forbindelse med anmeldelsen ikke fremsendt fyldestgørende oplysninger for afholdelse af arrangementet.

Det har således været nødvendigt for Granskningsmandspanelets vurdering af sagen, at IBSA 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 høringsskrivelse vil være uden indflydelse på afgørelsens udfald og overtrædelsen alene vil medføre en påtale, kan Granskningsmandspanelet træffe en straksafgørelse, hvor høringsfasen udelades.

Ad 3 – Mødested kendt for sine underholdningsfaciliteter

Af anmeldelsen fremgår, at arrangementet afholdes på Lac Lugano Arte e Cultura.

Det er Granskningsmandspanelets vurdering, at der skal foreligge særlige konkrete omstændigheder, der specifikt kan begrunde valget af et mødested som Lac Lugano Arte e Cultura, der er kendt for sine underholdningsfaciliteter.

IBSA har i forbindelse med anmeldelsen ikke fremlagt oplysninger om, hvorfor Lac Lugano Arte e Cultura er valgt som mødested, dog anfører IBSA i ovennævnte hørings svar, at der ikke er "[...] *medsendt særlig dokumentation i forhold til kongresstedet ved anmeldelse til ENLI, dette er på baggrund af, at vi har anset stedet som værende et anerkendt konferencested [...]*", hvortil IBSA fremhæver, at mødestedet er fremhævet som et oplagt konferencested i Schweiz ved Swiss Location Award 2021. Endvidere fremhæver IBSA i hørings svaret, at kongresstedet kun er åbent for IBSA under arrangementet og at der ikke er parallelle aktiviteter eller underholdning.

Hjemmesiden Lugano Region beskriver mødestedet på følgende måde:

"LAC Lugano Arte e Cultura is an elegant building and the heart of cultural activity in the city. Open to citizens and tourists alike, it offers a variety of activities in the field of the arts, theatre, music and dance, as well as conferences, conventions, events and parties."

Endvidere fremhæver Switzerland Travel Information Lac Lugano Arte e Cultura som en del af byens highlights og beskriver stedet på følgende måde:

"Since September 2015, LAC (Lugano Arte e Cultura) has been an impressive platform for contemporary creativity from southern Switzerland. The building by Ticino architect Ivano Gianola offers visitors art across 2500 square metres and a modern theatre and concert hall with space for 1000 guests."

På baggrund af søgninger i de offentligt tilgængelige oplysninger, er det Granskningsmandspanelet vurdering, at Lac Lugano Arte e Cultura i almindeligt omdømme fremstår som et sted kendt for sine underholdningsfaciliteter, jf. vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 10, herunder i form af koncerter og kunst.

IBSA fremhæver som ovennævnt, at mødestedet er fremhævet som et oplagt konferencested i Schweiz ved Swiss Location Award 2021. Granskningsmandspanelet anerkender, at LAC Lugano Arte e Cultura har mødefaciliteter. Imidlertid fremgår det ikke af hørings svaret, hvorvidt der vil være adgang til fx kunstudstilling, og internetsøgninger kan heller ikke belyse dette aspekt.

Eftersom der ikke foreligger oplysninger om, hvorvidt arrangementet er afskåret fra det kulturelle element, som stedet må anses at have, især grundet sin egenskab som kunstmuseum, og uanset at der ikke er parallelle aktiviteter eller underholdning, kan mødestedet ikke godkendes på denne baggrund.

Uanset, at deltagerne på mødet ikke får adgang til Lac Lugano Arte e Culturars begivenheder og mødestedet er lukket for offentligheden, finder Granskningsmandspanelet, at anvendelse af mødestedet må anses som værende i strid med Reklamekodekset § 13, stk. 10, idet IBSA ikke har fremlagt dokumentation for forholdene på mødestedet.

Endvidere fremhæver IBSA i hørings svaret, at mødestedet er valgt af logistiske årsager, da det er i gåafstand fra alle hoteller i Lugano.

Logistiske årsager er efter Ankenævnets afgørelse, der er fremhævet i vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 10, fx hvor beliggenheden er tæt på et trafikknudepunkt og omfanget af mødefaciliteter i et konkret tilfælde taler med særlig vægt for at vælge netop dette mødested.

På det foreliggende grundlag kan Granskningsmandspanelet ikke vurdere, hvorvidt omfanget af mødefaciliteter taler med særlig vægt for at vælge netop dette mødested.

Det er på denne baggrund Granskningsmandspanelet vurdering, at IBSA ikke med de indsendte oplysninger har anført sådanne specifikke omstændigheder, der kan begrunde valget af Lac Lugano Arte e Cultura som mødested, hvorfor mødestedet umiddelbart ikke findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 10.

Afgørelse:

IBSA Nordic ApS findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 13, stk. 1 og 10, (*fagligt program og mødested kendt for sine underholdningsfaciliteter*) samt § 21, stk. 4 (*anmeldelsespligten ikke overholdt*).

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

Sanktion:

- Pålæg om at ændre arrangementet, så det er i overensstemmelse med reglerne på området, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 1, stk. 1.
- Påtale for overtrædelse af Reklamekodeksets § 21, stk. 4, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 2, stk. 1 (*anmeldelsespligten ikke overholdt*).
- Bøde på 100.000 kr. (+ moms) for overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 1 og 10, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 5, litra d) (*fagligt program og mødested kendt for sine underholdningsfaciliteter*).

Det bemærkes, at sagen har været behandlet af tre granskningsmænd, jf. Samarbejdsaftalens § 7, stk. 3.

Faktura fremsendes.

Ankevejledning:

Afgørelsen kan ankes til Ankenævnet, jf. Sagsbehandlingsregler for ENLI § 11, stk. 1.

Anke skal ske inden den 19. maj 2022 og sker online på anmeldersitet via www.enli.dk.

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