

Boehringer Ingelheim Danmark A/S
Strødamvej 52
2100 København Ø

Att: ■■■
Sendt pr. e-mail til: ■■■@boehringer-ingelheim.com

København, den 4. november 2022

AFGØRELSE

Vedr.: Ab-2022-3984, sponsorat til Herlev Gentofte Hospital, Kardiologisk Afdeling

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående sponsorat, anmeldt af Boehringer Ingelheim Danmark A/S [Boehringer] den 14. oktober 2022, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, 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 20. oktober 2022.

Boehringer Ingelheim Danmark A/S har den 31. oktober 2022, svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 13, stk. 10

Begrundelse:

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

- Mødested kendt for sine underholdningsfaciliteter (Reklamekodeksets § 13, stk. 10)

Regelgrundlag

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, 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 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].” [Mine fremhævninger]

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

[...]

Mødesteder, der er ”kendt” for deres underholdningsfaciliteter eller er ekstravagant/luksuriøst kan dog anvendes under følgende betingelser:

1) Mødestedet udgør ikke i sig selv en attraktion.

a. Eksempelvis vil Store Scene i Operaen, DR’s Koncertsal, Tivolis Koncertsal eller akvarium udgøre en sådan attraktion, som ikke kan benyttes som mødested.

2) Det er åbenlyst, at deltagelsen i et fagligt arrangement på stedet sker på et tidspunkt, hvor der ikke er åben adgang til underholdningen – eller finder nogen form for underholdning sted.

a. Eksempelvis: Parken i tidsrum, hvor der hverken er sport eller koncert på plænen; museer eller udstillingscentre, hvor mødet finder sted uden for åbningstiden, og der derfor ikke er adgang til udstillingen.

3) Mødestedet er tilsvarende kendt for sine møde-/konferencefaciliteter, og hvor det i forhold til almen optik kan anses som adskilt fra underholdningsfaciliteterne på stedet, uanset punkt 1 eller 2 ovenfor. En adskillelse, der ikke nødvendigvis forudsætter en de-facto fysisk adskillelse – eks. via låst dør – men hvor det fremstår åbenbart, at underholdningsfaciliteterne ikke på dagen vil være relevant for eller blive anvendt af deltagerne. Herunder er det en væsentlig præmis, at det ikke er sandsynligt, at afholdelse af et arrangement på stedet vil betyde, at deltagerne eller omverdenen i øvrigt (langt overvejende hovedpart) vil forbinde det med underholdning.

a. Eksempelvis: DGI Byen Konference, Dansk Design Center, Konference Dahls koncertsal (når der ikke er koncert), Tivoli Congress Center, Den Sorte Diamant.

[...]

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, sikkerhedsmæssige hensyn 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 understregninger]

Det fremgår af Reklamekodeksets § 21, stk. 4, at:

”Virksomhederne er forpligtet til at foretage anmeldelse online på www.enli.dk ved brug af et standardanmeldesskema. Virksomheden har pligt til at sikre, at anmeldelsen er fuldt oplyst, og at alle relevante bilag er fremsendt.”

Det fremgår af Vejledningen til Reklamekodeksets § 21, stk. 4, at:

*”Det følger af ENLI's sagsbehandlingsregler, at det er **den anmeldte dokumentation, der efterprøves**. Alt relevant materiale skal således være vedlagt i anmeldelsen til ENLI. Det vil kunne medføre en administrativ påtale, hvis ENLI skal efterspørge dokumentation for at kunne gennemføre stikprøvekontrollen og dermed overholdelsen af Reklamekodeksets regler. Det vil således være **de faktiske forhold på tidspunktet for anmeldelsen**, der er udgangspunktet for en vurdering af, om regelsættet er overholdt. Virksomheden skal derfor på forespørgsel fra ENLI **kunne dokumentere, at de pågældende forhold ligger forud for anmeldelsen til ENLI**. Det betyder også, at lægemiddelvirksomheden ikke undervejs i sagsbehandlingen kan ændre på et anmeldt materiale og derigennem bringe det i overensstemmelse med regelsættet for derved at undgå en sanktion. Denne forståelse er tiltrådt af Ankenævnet den 23. november 2011 med afgørelserne i AN-2011-1927 samt AN-2011-1480.” [Mine fremhævninger]*

Boehringer Ingelheim Danmark A/S' bemærkninger:

Boehringer har den 31. oktober 2022, fremsendt følgende høringssvar:

”Da vi modtog ansøgning om sponsorering af dette møde, var vi meget opmærksomme på at vurdere netop mødestedet.

I ENLIs Vejledning står følgende:

Mødesteder, der er "kendt" for deres underholdningsfaciliteter eller er ekstravagant/luksuriøst kan dog anvendes under følgende betingelser:

1) Mødestedet udgør ikke i sig selv en attraktion.

a. Eksempelvis vil Store Scene i Operaen, DR's Koncertsal, Tivolis Koncertsal eller akvarium udgøre en sådan attraktion, som ikke kan benyttes som mødested.

2) Det er åbenlyst, at deltagelsen i et fagligt arrangement på stedet sker på et tidspunkt, hvor der ikke er åben adgang til underholdningen – eller finder nogen form for underholdning sted.

a. Eksempelvis: Parken i tidsrum, hvor der hverken er sport eller koncert på plænen; museer eller udstillingscentre, hvor mødet finder sted uden for åbningstiden, og der derfor ikke er adgang til udstillingen.

Mødet finder sted den 28. oktober i tidsrummet 15.00-17.15. På baggrund af nedenstående oplysninger, mener vi ikke, at mødedeltagerne vil få adgang til underholdning, eller at mødefaciliteterne er luksuriøse:

- Ifølge Galopbanens løbskalender er der ikke løb den 28. oktober.
- Ifølge Galopbanens personale, der står for konferencer, er der helt tomt på galopbanen efter kl. 12:30, hvor træning af heste stopper. Derved må et møde på Galopbanen, i tidsrum hvor der ikke er heste på banen svare til et møde i "Parken i tidsrum, hvor der hverken er sport eller koncert på plænen".
- I Galopbanens beskrivelse af deres mødelokaler, som ENLI refererer til, står der, at "Netop hestene kan være med til at give dine møde- og konferencegæster en unik oplevelse". Der vil som sagt ikke være heste på banen, når mødet afholdes, og derved er risikoen for, at mødedeltagerne får en særlig oplevelse/underholdning ikke til stede.
- I ENLI's Vejledning til Reklamekodekset står der, at "ENLI lægger i sine vurderinger fortsat vægt på uvildige kvalitetsbedømmelser og anden lignende offentligt tilgængelige oplysninger, såsom anmeldelser i diverse aviser, tidsskrifter og andre offentligt tilgængelige kommunikationsfora, og således som udgangspunkt ikke på mødestedernes egen markedsføring. Der lægges ikke afgørende vægt på subjektive vurderinger, selvom disse er offentlige tilgængelige, eksempelvis hjemmesider som TripAdvisor." (vores understregning). Dermed mener vi ikke, at Galopbanens egen beskrivelse bør have betydning i denne sag.
- Granskningsmandspanelet's umiddelbare vurdering er, at Klampenborg Galopbane er kendt for sine underholdningsfaciliteter. Vi mener ikke, at dette er anderledes, end hvis mødet blev holdt i "Parken i tidsrum, hvor der hverken er sport eller koncert på plænen; museer eller udstillingscentre, hvor mødet finder sted uden for åbningstiden, og der derfor ikke er adgang til udstillingen.". Hvis ENLI er af en anden mening, ser vi frem til argumentation af dette.

Vi håber hermed at have argumenteret for, hvorfor vi valgte at sponsere et møde afholdt i et mødelokale på Klampenborg Galopbane, og at ENLI er enige i denne vurdering."

Sagen blev den 31. oktober 2022 sendt i supplerende høring, idet Boehringers hørings svar ikke indeholdt dokumentation for, at oplysningerne fra Galopbanen om, at der den 28. oktober 2022 i tidsrummet fra kl. 14.30 var helt tomt på galopbanen, var indhentet inden anmeldelse til ENLI.

Boehringer har den 31. oktober 2022, fremsendt følgende supplerende høringssvar:

"Vi har desværre ikke skriftlig dokumentation på dette, da vi fik oplysningen per telefon. Dette vil jeg huske fremover.

Der er i forbindelse med det supplerende høringssvar medsendt to billeder, som Boehringer oplyser, viser udsigten fra mødelokalet under mødet. På billederne ses ingen aktiviteter.

Granskningsmandspanelets bemærkninger

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 endvidere af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 10, herunder af Ankenævnets udtalelse, at § 13, stk. 10, fortolkes restriktivt.

Af anmeldelsen fremgår, at arrangementet blev afholdt på Klampenborg Galopbane.

Af mødestedets hjemmeside (<https://galopbane.dk/moede-konference/>) under "møde og konference" fremgår følgende:

"Klampenborg Galopbane er et inspirerende og kreativt miljø at afholde møder og konferencer i. En konference på Klampenborg Galopbane betyder nemlig, at man er omgivet af Dyrehavens flotte og inspirerende rammer. Man har ligeledes udsigt til banen, hvor der dagligt træner 150 heste. Netop hestene kan være med til at give dine møde- og konferencegæster en unik oplevelse; på Klampenborg Galopbane tilbyder vi nemlig at afholde et showløb, hvor man kan få oplevelse af fuldblodshestenes kamp om at nå først over målstregen."

Det er Granskningsmandspanelets vurdering, at Klampenborg Galopbane er kendt for sine underholdningsfaciliteter. Der skal derfor foreligge særlige konkrete omstændigheder, der specifikt kan begrunde valget af et mødested som Klampenborg Galopbane, jf. vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 10.

Granskningsmandspanelet anerkender Boehringers argument for at anvende Klampenborg Galopbane som mødested, kan sammenlignes med at anvende Parken som mødested, hvilket forudsætter, at mødedeltagerne ikke eksponeres for underholdning. I de tilfælde hvor der vælges et mødested, som kun under særlig konkrete omstændigheder kan bruges, påhviler der virksomhederne en skærpet undersøgelsespligt af mødestedet inden arrangementet anmeldes til ENLI.

Boehringer har i deres høringssvar oplyst, at der ifølge Klampenborg Galopbanes løbskalender ingen løb var den 28. oktober samt at det af galopbanens personale blev oplyst, at der var tomt på galopbanen efter kl. 12:30 den 28. oktober.

Granskningsmandspanelet bemærker, at det af Boehringers høringssvar ikke fremgår, hvornår oplysning om evt. underholdning blev indhentet, og der er ligeledes ikke fremsendt dokumentation for, at oplysningen (fx et telefonnotat, intern mailkorrespondance, kontrakt el.lign.) blev indhentet inden anmeldelse til

ENLI.

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. Af vejledningen til Reklamekodeksets § 21, stk. 4, fremgår, at det er de faktiske forhold på tidspunktet for anmeldelsen, der er udgangspunktet for ENLI's vurdering, og virksomheden skal derfor på anmodning fra ENLI kunne dokumentere, at det pågældende forhold ligger forud for anmeldelsen til ENLI.

Granskningsmandspanelet finder derfor ikke, at der er fremsendt tilstrækkelig dokumentation for, at Boehringer rettidigt, dvs. inden anmeldelse til ENLI, har sikret sig, at der ingen aktivitet var på galopbanen i det tidsrum, hvor arrangementet blev afholdt.

På baggrund af sagens oplysninger er det Granskningsmandspanelet vurdering, at anvendelse af Klampenborg Galopbane som mødested ikke er i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 10.

Afgørelse:

Boehringer Ingelheim Danmark A/S 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:

- Bøde på 30.000 kr. (+ moms) for overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 10, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 5, litra c) vedr. mødested.

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