

Att: [REDACTED]

Sendt pr. e-mail til: [REDACTED]

København, den 28. februar 2022

## AFGØRELSE

**Vedr.: Ab-2022-0460, sponsoreret til årsmøde for Dansk Endokrinologisk Selskab**

### Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående sponsoreret, anmeldt af [REDACTED] den 7. februar 2022, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at sponsoreret til årsmøde for Dansk Endokrinologisk Selskab 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 17. februar 2022.

[REDACTED] har den 22. februar 2022 svaret i sagen.

### Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 21, stk. 4 (*anmeldt materiale*)

### Begrundelse:

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

1. Transport, jf. Reklamekodeksets § 15, stk. 5, jf. § 13, stk. 7
2. Overnatning, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 7, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 10

### Regelgrundlag

#### Ad 1 – Transport

Af Reklamekodeksets § 15, stk. 5, fremgår, at:

*"Hvis en sundhedsperson deltager i et arrangement (et internationalt eller et andet arrangement) som konsulent eller rådgiver, gælder de relevante bestemmelser i § 13."*

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 7, at:

*"Alle former for repræsentation, der ydes til sundhedspersoner, skal holdes på et rimeligt ni-*

veau og være nøje begrænset til hovedformålet med den reklamemæssige eller faglige aktivitet.”

Af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 7, ses, at:

”Transport skal ske på et rimeligt niveau, som skal tage hensyn til i hvilken sammenhæng sundhedspersonen rejser. Rimelighedsbetragtningen skal derfor vurderes ud fra, om sundhedspersonen er inviteret af en lægemiddelvirksomhed til at deltage i et fagligt arrangement, eller om sundhedspersonen rejser i forbindelse med, at han/hun er hyret som konsulent til at levere en faglig ydelse til virksomheden:

[...]

4. Flyrejser til de konsulenter, der leverer faglige ydelser til virksomheden, skal som hovedregel ske enten på økonomiklasse eller på ”udvidet” økonomiklasse som eksempelvis ”Economy Flex” eller ”Premium Economy”. Der henvises i øvrigt til kravene i § 15 og vejledningen hertil.

5. Hvis særlige logistiske forhold begrundet det, kan ENLI på baggrund af en konkret vurdering af logistik, pris, klasse og eventuelle alternative løsninger fravige ovennævnte udgangspunkt og acceptere flyrejser på højere klasse end angivet ovenfor.

6. Endvidere kan anvendelse af ”Business Class” accepteres på alle rejser, hvis den rejsende er kørestolsbruger el.lign.”

#### Ad 2 – Overnatning

Det fremgår af Reklamekodeksets § 13, stk. 5, at:

”Repræsentation, der ydes i forbindelse med de i stk. 1 nævnte aktiviteter, skal begrænses til rejser, måltider, ophold og nøjagtige tilmeldingsgebyrer”.

Af Reklamekodeksets § 13, stk. 7, følger, 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. Som generel regel må den repræsentation, der ydes, ikke overstige det beløb, som modtagere ansat i sundhedssektoren, normalt ville være parate til at betale selv.”

Af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 7 fremgår, at:

”I relation til valg af overnatningssted finder de generelle bemærkninger i Ankenævnets meddelelse af 21. september 2011 vedrørende valg af mødested for faglige arrangementer (se under stk. 10) tilsvarende anvendelse, jf. AN-2012-2202.

Hvorvidt et hotels standard fremtræder som ekstravagant og/eller luksuriøs vil bero på en samlet vurdering af, hvordan hotellet i alt overvejende grad fremtræder i de offentlige tilgængelige oplysninger, og derved hvorvidt det i almindeligt omdømme må anses for luksuriøst, jf. AN-2012-2202 samt AN-2012-2203.”

Ankenævnet har i forbindelse med behandlingen af to principielle sager den 21. september 2011 bl.a. udtalt følgende om den generelle fortolkning af denne bestemmelse:

*"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

*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."*

██████ bemærkninger

Af ██████ høringsvar af 22. februar 2022 fremgår følgende:

**"Summary:**

██████ is thus found to have immediately violated the Advertising Code's §, 15, para. 5, cf. § 13, para. 7 (transport to the presenter) and the Advertising Code, section 13, subsection 7, cf. the Advertising Code § 13, para. 10 (Sleepover).

*The Auditors 'Panel can state that if the company by the Investigators' Panel's decision is found to have violated the above rules, the company will be subject to sanctions in accor-*

dance with the Sanctions and Fees Regulations for ENLI.

██████ is asked to state.

1. Which hotel to use for accommodation
2. Why it is necessary to offer accommodation for DKK 16,665.

**Response from** ██████.

The Meeting Planners ApS (██████) has updated and clarified the budget for Årsmøde Dansk Endokrinologisk Selskab (DES) 17-18 juni 2022, Comwell Kolding, Skovbrynet 1, 6000 Kolding. Please find attached updated budget.

1. The hotel used for accommodation during the meeting is at Comwell Kolding, Skovbrynet 1, 6000 Kolding <https://comwell.com/hoteller/comwell-hotel-kolding>, an ordinary conference hotel located in the middle of Denmark.
2. The accommodation expenses for presenters and guests are specified below. The number of presenters and guests was by mistake only shown as an expense for only one person, the correct number is for 19 persons. All invited guests are traveling economy class and stay at the venue hotel DKK 945 pr. room-night.”

Og medsendte i samme dokument følgende opdaterede budget:

Udgifter til oplægsholdere og inviterede	Antal	DKK inkl. moms
Transport	13	6500,00
Hotel	19	17.955,00

*Granskningsmandspanelets bemærkninger*

Ad 1 – Transport

Det fremgår af det fremsendte budget, at udgifterne til transport for oplægsholder udgør 6.500 DKK for 13 personer.

Følgelig udgør udgifterne til transport for oplægsholder 500 DKK pr. person (6.500 dkk/13 personer).

Endvidere fremgår det af ██████ høringsvar, at transporten tilbydes på økonomiklasse.

Granskningsmandspanelet vurderer på denne baggrund at transporten er overensstemmelse med Reklamekodekset § 15, stk. 5, jf. § 13, stk. 7.

Dog bedes ██████ fremover specificere budgettet således, at udgifter fremgår pr. person.

#### Ad 2 – Overnatning

Det fremgår af det fremsendte budget, at der tilbydes overnatning til oplægsholder til 945 DKK pr. person pr. overnatning, og endvidere fremgår det af høringssvaret, at overnatning tilbydes på Comwell Kolding, Skovbrynet 1, 6000 Kolding.

Granskningsmandspanelet vurderer på denne baggrund, at overnatning er i overensstemmelse med Reklamekodekset § 13, stk. 7, jf. stk. 10.

#### Ad Reklamekodeksets § 21, stk. 4

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.

Det fremgår af det anmeldte budget, at udgifterne til transport for oplægsholder udgør 9.100 DKK pr. person, uden angivelse af hvilket land oplægsholder kommer fra eller, hvilken flyklasse der tilbydes. Derudover fremgår det af anmeldelsen, at der tilbydes overnatning til oplægsholder for 16.665 DKK pr. person, hvilket efter Granskningsmandspanelets umiddelbare vurdering overstiger, hvad der kan betragtes et rimeligt niveau.

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

Det har således været nødvendigt for Granskningsmandspanelets vurdering af sagen, at [REDACTED] 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.

#### **Afgørelse:**

[REDACTED] findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 21, stk. 4, 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 § 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](http://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