



TJEKLISTE

vedr. anmeldelse af virksomhedens
sponsorat til en arrangør

Tjekliste vedrørende virksomhedens sponsorat til en arrangør

Formålet med nærværende dokument er at hjælpe de brugere, der er i tvivl om, hvilke overvejelser de skal gøre sig samt hvilke dokumenter, der skal sendes i forbindelse med anmeldelse af aktiviteter til ENLI. Dokumentet er opbygget således, at man kan nøjes med at læse denne første side. Ønskes en mere uddybende tjekliste, kan man med fordel kigge i de efterfølgende bilag (bilag A til F).

Det er vigtigt at understrege, at listen nedenfor ikke er udtømmende, men alene er en hjælp, hvor ENLI har medtaget de problemstillinger, vi oftest får henvendelser angående. Man bedes derfor huske, at listen ikke kan stå alene, hvorfor det er vigtigt, at den altid sammenholdes med informationerne i vejledningen til Reklamekodekset.

1. DOKUMENTER DER SKAL UPLOADES TIL ENLI

- Programmet for arrangementet
- Evt. kontrakt, aftale eller lignede dokument, der beskriver sponsoratet (hvilke udgifter dækker sponsoratet) samt sponsoratet størrelse (beløb)
- Dokument, der viser dato for, hvornår I har givet et bindende tilsagn om sponsorat
 - eksempelvis en dateret kontrakt (virksomhedens underskrift) eller mail
- Budget
 - udspecificering af beløb til bespisning (frokost, middag og løbende forplejning)
 - flytransport – hvilken flyklasse, forventet ankomst og afgang
- Hvis I har undersøgt særlige forhold i forbindelse med valg af mødested, overnatning, transport, faglige program, forplejning mv., må I meget gerne medsende disse overvejelser
 - evt. i et vedhæftet Word dokument

Det er vigtigt, at I kontrollerer, at alle relevante oplysninger og dokumenter er medsendt anmeldelsen til ENLI, da I ikke undervejs i ENLI's sagsbehandling af en udtaget stikprøve kan ændre på et anmeldt materiale for at undgå sanktion, jf. Reklamekodeksets § 21, stk. 4.

For information om, hvordan man anmelder aktiviteter til ENLI henvises til ENLI's anmeldelsesguide, der er tilgængelig på www.enli.dk.

I forbindelse med sponsorater, bør man overveje følgende:

- Er programmet overvejende fagligt?
- Ydes et generelt sponsorat til arrangementet eller alene til specifikke poster i budgettet?
- Er der tale om et sponsorat eller en donation?
- Er alle oplysninger modtaget for at kunne vurdere budgettet – eksempel ift. repræsentation: transport forplejning og overnatning?
- Er mødestedet passende, og hvordan fremstår mødestedet i almindeligt omdømme?
- Er mødestedet en attraktion i sig selv?
- Nødvendiggør mødets længde, at der tilbydes forplejning, overnatning mv.?
- Er beløbsgrænserne for forplejning overholdt – i Danmark / udlandet?
- Tilbydes der gourmetforplejning?
- Overholder evt. køb af udstillingsstand kravene herfor?
- Er evt. flytransport (flyklasse) i overensstemmelse med reglerne?
- Er der primær/sekundær underholdning? Hvordan er evt. underholdning finansieret?

Bilag A – Overvejelser vedrørende sponsorat til arrangør

2. PROGRAM

Det skal sikres, at:

- programmet er overvejende fagligt
 - Det vil sige, at over halvdelen af programmet opfylder faglighedskriteriet i Reklamekodekset § 13, stk. 1
 - Ved pauser, hvor der er adgang til udstillingsområdet, regnes halvdelen af pausen for faglig, (er der afsat én time til (kaffe)pause med adgang til udstillingsområdet, tælles 30 minutter som faglige)

For yderligere information henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

Eksempler på vurdering af faglighedskravet henvises til bilag B nedenfor.

3. INVITATION

Det skal sikres, at:

- Der af arrangørens invitation fremgår, at der er ydet (sponsor) støtte til aktiviteten fra en eller flere lægemiddelvirksomheder

Virksomheden har pligt til at sikre sig ovennævnte i kontrakten med arrangøren/3.part.

For yderligere information, se venligst ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 2

4. MØDESTED

Det skal sikres, at mødestedet:

- Er passende, dvs. at mødestedet har faciliteter, der er egnet som ramme om et fagligt møde
- Ikke i almindeligt omdømme er kendt for sine underholdningsfaciliteter
 - Mødestedet må ikke i sig selv udgøre en attraktion – eksempelvis Operahuset i København
 - Mødestedet må ikke i sig selv være et "trækplaster"
 - 3 undtagelser, hvor et mødested alligevel accepteres selvom det i udgangspunktet er "kendt" for underholdning:
 - Mødestedet udgør ikke i sig selv en attraktion - eksempelvis: Operaen
 - Åbenlyst, at arrangementet sker, når der ikke er adgang til underholdning, eller finder form for underholdning sted - eksempelvis: Parken i tidsrum, hvor der hverken er sport eller koncert på plænen
 - Stedet er tilsvarende kendt for sine mødefaciliteter, som i almen optik anses for adskilt fra underholdningsfaciliteter- eksempelvis: DGI Byen Konference
- Ikke i almindeligt omdømme fremstår som luksuriøst/ekstravagant, det vil sige, man må ikke anvende:
 - 5-stjernede hoteller, Michelin restauranter, slotte, herregårde, palæer, godser, golfhoteller, ski- og badehoteller (i sæsonen), bådfarter ol.

For at undersøge, hvorvidt et mødested fremstår luksuriøst/ekstravagant kan man med fordel:

- Foretage en søgning på bookingsites som Trivago.com, Booking.com, hotels.com,
- Udføre en almindelig google-søgning, og se på uvildige kvalitetsbedømmelser og anden lignende offentligt tilgængelige oplysninger, såsom anmeldelser i diverse aviser, tidsskrifter,
- Søge på ENLI's hjemmeside under offentliggjorte sager,
- Kontakte ENLI for vejledning.

For yderligere information henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets §§ 13, stk. 3, og 10.

5. REPRÆSENTATION

Repræsentation må kun gives, i det omfang det er nødvendigt i forhold til det faglige arrangement:

- Kun repræsentation på et "rimeligt" niveau og nøje begrænset til hovedformålet med mødet
- Kun muligt at afholde faktiske udgifter til rejser, måltider, ophold, tilmeldingsgebyrer ol.

Eksempler budget henvises til bilag C og D nedenfor.

5.1 Forplejning:

Tilbydes forplejning, skal man huske at skelne mellem, hvorvidt der er tale om egentlig bespisning eller blot forfriskninger:

- Sponsoratet må alene dække udgifter til bespisning ved arrangementer med en varighed på minimum to timers fagligt indhold
- Ved møder, hvor der er under to timers fagligt indhold, må sponsoratet alene dække udgifter til forfriskninger, der ikke udgør egentlig bespisning, men alene er tiltænkt til at "holde folk vågne" undervejs, som fx vand, kaffe, te, frugt, nødder, kage ol.

5.2 Overnatning:

- Overnatning må kun tilbydes, hvis arrangementets udstrækning nødvendiggør overnatning
 - Som udgangspunkt kan overnatning kun ske, hvis mødet har en varighed på minimum seks timer, og
 - Der er faglige aktiviteter både dagen før og efter overnatningen
- Overnatningssteder skal overholde samme krav som mødesteder, dvs. ingen overnatning på steder, der fremtræder luksuriøst, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 10.

5.3 Transport:

Sponsoratet kan dække følgende udgifter til transport:

- Togrejser –uanset valg af ”klasse”
- Flyrejser til faglige arrangementer, hvor deltagende sundhedspersoner er inviteret til:
 - Europa: økonomiklasse må tilbydes
 - Uden for Europa: økonomiklasse eller ”udvidet” økonomiklasse må tilbydes
- Flyrejser til konsulenter, der leverer faglige ydelser (oplægsholder):
 - Europa: økonomiklasse eller ”udvidet” økonomiklasse må tilbydes
 - Uden for Europa: økonomiklasse, ”udvidet” økonomiklasse må tilbydes
- ”Business Class” er tilladt på alle rejser, hvis den rejsende er kørestolsbruger el.lign.
- Hvis særlige logistiske forhold begrundet det, på baggrund af en konkret vurdering af logistik, pris, klasse og eventuelle alternative løsninger kan ovennævnte udgangspunkt fraviges og flyrejser på højere klasse end angivet ovenfor kan tilbydes.
- Flyrejser på ”First Class” er aldrig tilladt.

I de tilfælde, hvor det af budgettet ikke fremgår, hvilken flyklasse deltagerne/speakers tilbydes, bør virksomheden kontakte arrangøren for oplysning herom således, at virksomheden sikrer, at reglerne for transport overholdes.

For yderligere information om repræsentation henvises til ENLI’s vejledning til Reklamekodeksets §§ 13, stk. 5 - stk. 7.

6. FORPLEJNINGSBELØB

Det skal sikres, at den tilbudte forplejning ikke overstiger de fastsatte beløbslofter (maksimal pris), der er for bispisning til sundhedspersoner:

- Bispisning i Danmark:
 - Frokost: 450 kr., middag: 850 kr., heldagsmøde: 1.400 kr.
- Bispisning uden for Danmark:
 - EFPIA-lande - disse landes nationale beløbsgrænser kan findes i ENLI’s EFPIA kort på www.enli.dk
 - Ikke EFPIA-lande - danske beløbslofter finder anvendelse, men skal tilpasses levestandarden i det pågældende land
- Alle beløbende er inkl. drikkevarer, moms og evt. drikkepenge
- Mødepakker skal udspecificeres, så det er muligt for ENLI at se, hvad prisen er for morgenmad, frokost og middag, samt for øvrig forplejning i løbet af dagen

For yderligere information om repræsentation henvises til ENLI’s vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 8.

7. UNDERHOLDNING

Hvis arrangementet indeholder underholdning, skal det undersøges, hvorvidt der er tale om "primær" underholdning eller "sekundær" underholdning:

- **"Primær" underholdning er IKKE tilladt** (medmindre deltagerne selv betaler)
 - Særskilte indslag (stand alone)
 - Musik eller anden optræden, der indgår som særskilt indslag under en middag el.lign.
 - Indslag, der er skadelige for branchens troværdighed og image
 - Koncerter, opera, teater, sportsbegivenheder, sports- eller underholdningsaktiviteter, stand up, tryllekunstner, sightseeing, foredrag, vinsmagning el.lign.
 - Indslag, der omfatter personer, der generelt må anses som "kendte". Her ikke krav om, at det er et særskilt indslag
 - Artister, bands, skuespillere, sportsfolk el.lign.
 - Primær underholdning er kun tilladt, hvis underholdningen er betalt af:
 - Deltagerne selv eller
 - En ikke-lægemiddelvirksomhed

Hvis der er primær underholdning, kan man ikke betinge, at sponsoratet blot skal gå til anden tilladt faglig aktivitet eller tilladt repræsentation (medmindre underholdningen udtrykkeligt er betalt af deltageren selv eller udtrykkeligt finansieret af sponsorat fra en ikke-lægemiddelvirksomhed)

- **"Sekundær" underholdning - ER tilladt**
 - Indslag, som deltagerne ikke kan forventes selv at ville betale for, og som på baggrund af en samlet vurdering ikke er skadelig for branchens troværdighed

Hvis arrangementet indeholder en åbning- og/eller afslutningsceremoni, gallaarrangement el.lign. vil ENLI anbefale, at man kontakter arrangøren for at få oplyst indholdet heraf således, at det sikres, at disse ikke indeholder elementer af underholdning.

For yderligere information henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 9.

8. GENERELT

ENLI anbefaler, at man:

- Anmoder arrangøren om efterfølgende dokumentation, eksempelvis i form af et regnskab efter arrangementets afholdelse, hvor der redegøres for aktivitetens indtægter og udgifter.
- I kontrakten sikrer, at et evt. overskuddet skal tilbagebetales til de respektive sponsorer, i de tilfælde, hvor arrangøren er en sammenslutning af sundhedspersoner (eksempelvis videnskabelige selskaber)

Bilag B - Program

Nedenfor vises to forskellige programmer, hvoraf det ene ikke er overvejende fagligt (eksempel 1), mens det andet program er overvejende fagligt (eksempel 2). Af eksemplerne fremgår, hvordan det vurderes, hvorvidt et program er overvejende fagligt.

Arrangement: Et medicinsk selskabs årsmøde

Dato for arrangement: Den 17. april til 19. april

Antal deltagere: 120 læger

Sted: Bella Center

Eksempel 1

Program

08.00 - 09.00	Ankomst, registrering og morgenmad	(ikke-fagligt, 60 min.)
09.00 - 10.00	Oplæg om sygdom v/sundhedsperson	(fagligt, 60 min.)
10.00 - 11.00	Oplæg om sygdom v/sundhedsperson	(fagligt, 60 min.)
11.00 - 11.30	Pause / udstilling	(fagligt, 15 min. og ikke-fagligt, 15. min.)
11.30 - 12.30	Oplæg om sygdom v/sundhedsperson	(fagligt, 60 min.)
12.30 - 13.30	Frokost	(ikke-fagligt, 60 min.)
13.30 - 14.00	Pause / udstilling	(fagligt, 15. min. og ikke-fagligt, 15. min.)
14.00 - 15.00	Planlægning af årsmøde 2021 v/formand	(ikke-fagligt, 60 min.)
15.00 - 16.00	Kaffepause / udstilling	(fagligt, 30 min. og ikke-fagligt, 30. min.)
16.00 - 17.45	Generalforsamling i medicinsk selskab	(ikke-fagligt, 105 min.)
17.45 - 18.00	Afrunding v/sundhedsperson	(fagligt, 15 min.)

Arrangementets varighed i alt = 10 timer:

Faglig aktivitet = 4 timer og 15 minutter

Ikke-faglig aktivitet = 5 timer og 45 minutter

Programmet opfylder ikke faglighedskravet, da programmet ikke er overvejende fagligt, idet ikke-faglige aktiviteter (5 timer og 45 minutter) tidsmæssigt overstiger de faglige aktiviteter (4 timer og 15 minutter). Virksomheden kan derfor ikke give et sponsorat til arrangøren, da programmet er i strid med Reklamekodeksens § 13, stk. 1.

Eksempel 2

Program

08.00 - 09.00 Ankomst, registrering og morgenmad	(ikke-fagligt, 60 min.)
09.00 - 10.00 Oplæg om sygdom v/ sundhedsperson	(fagligt, 60 min.)
10.00 - 11.00 Oplæg om sygdom v/ sundhedsperson	(fagligt, 60 min.)
11.00 - 11.30 Pause / udstilling	(fagligt, 15 min. og ikke-fagligt, 15. min.)
11.30 - 12.30 Oplæg om sygdom v/ sundhedsperson	(fagligt, 60 min.)
12.30 - 13.30 Frokost	(ikke-fagligt, 60 min.)
13.30 - 14.00 Pause / udstilling	(fagligt, 15. min. og ikke-fagligt, 15. min.)
14.00 - 15.00 Oplæg om sygdom v/ sundhedsperson	(fagligt, 60 min.)
15.00 - 16.00 Kaffepause / udstilling	(fagligt, 30 min. og ikke-fagligt, 30. min.)
16.00 - 17.45 Generalforsamling i medicinsk selskab	(ikke-fagligt, 105 min.)
17.45 - 18.00 Afrunding v/ sundhedsperson	(fagligt, 15 min.)

Arrangementets varighed i alt = 10 timer:

Faglig aktivitet = 5 timer og 15 minutter

Ikke-faglig aktivitet = 4 timer og 45 minutter

Programmet opfylder faglighedskravet, da programmet er overvejende fagligt, da faglige aktiviteter (5 timer og 15 minutter) tidsmæssigt overstiger ikke-faglige aktiviteter (4 timer og 45 minutter).

Bilag C - Eksempel på budget

Indtægter	Antal	à	Beløb
Arrangørens egen finansiering	1	30.000	30.000
Deltagerbetaling	100	800	110.000
Sponsorer/udstillere	15	10.000	150.000
Evt. øvrig finansiering	1	10.000	10.000
I alt			300.000

Udgifter	Antal	à	Beløb
Lokaleleje	2	40.000	80.000
Teknisk udstyr	1	15.500	15.500
Tryk og layout - invitation og program	1	10.000	10.000
Annoncering af arrangementet	2	5.000	10.000
Udsendelse af invitation	100	40	4.000
Moderator	1	5.000	5.000
Honorar til oplægsholder (kun penge, ikke blomster, vin el.lign.)	3	5.000	15.000
Oplægsholderes transportudgifter	5	3000	15.000
Pris til bedste abstract/poster ¹	1	13.000	13.000
Frokost	100	250	25.000
Eftermiddagskaffe og frugt	100	75	7.500
Middag (uden underholdning)	100	600	60.000
I alt			260.000

Udgifter - der <i>ikke</i> må sponseres af lægemiddelvirksomheder	Antal	à	Beløb
Underholdning fx dj, live musik	1	15.000	15.000
Gave til oplægsholder fx vin, blomster, chokolade	5	1.000	5.000
Udgifter til ikke faglige oplæg	2	10.000	20.000
I alt			40.000

1. Hvis der uddeles priser/legater til bedste abstract/poster, må denne pris alene gå til faglige formål, hvis prisen er finansieret af lægemiddelvirksomheder. Dette betyder, at prisen/pengene kun må bruges til faglig efteruddannelse af sundhedspersoner. Hvis prisen skal bruges til fx en kongresrejse eller deltagelse i faglig efteruddannelse i Danmark skal udgifter til hotel, transport og forplejning være på et rimeligt niveau, og forplejning må ikke overstige beløbslofterne. Se afsnittet ovenfor om forplejning.

Bilag D: Eksempel på mangelfuldt budget

Arrangement: International kongres

Arrangør: Et medicinsk selskab

Dato for arrangement: Den 17. april

Antal deltagere: 100 læger

Sted: Bella Center

Program: Overvejende fagligt og ingen underholdning

Indtægter	Antal	à	Beløb
Deltagerbetaling	100	800	110.000
Sponsorer/udstillere	15	10.000	150.000
I alt			300.000

Udgifter	Antal	à	Beløb
Lokaleleje	2	40.000	80.000
Teknisk udstyr	1	15.500	15.500
Tryk og layout - invitation og program	1	10.000	10.000
Annoncering af arrangementet	2	5.000	10.000
Udsendelse af invitation	100	40	4.000
Moderator	1	5.000	5.000
Honorar til oplægsholder (kun penge, ikke blomster, vin el. lign.)	3	5.000	15.000
Transport – kun til oplægsholdere			25.000
Overnatning – kun til oplægsholdere			10.000
Forplejning	100		92.500
I alt			257.000

Før bindende tilsagn om sponsorat kan gives, skal virksomheden kontakte arrangøren for følgende:

- **Transport** til oplægsholdere:
 - Hvor mange oplægsholdere tilbydes transport?
 - Hvis der tilbydes flytransport - destination skal oplyses (hvor rejses der til og fra?)
 - Hvilken flyklasse tilbydes?
- **Overnatning** til oplægsholdere:
 - Hvor mange oplægsholdere tilbydes overnatning?
 - Begrundelse for overnatning
 - Hvor skal oplægsholderne overnatte? (hotellets navn)
- **Forplejning:**
 - Et udspecificeret budget skal fremsendes til virksomheden således, at man kan sikre, at beløbsgrænserne (i dette tilfælde til frokost og middag) i Danmark er overholdt.

Da arrangøren er et medicinsk selskab (dvs. en sammenslutning af sundhedspersoner), skal man i kontrakten med arrangøren betinge, at et eventuelt overskud skal tilbagebetales til virksomheden.

Bilag E: Anmeldelsesfrist til ENLI

Et sponsorat til en arrangør/3.part skal anmeldes til ENLI senest 10 arbejdsdage efter, at et bindende løfte om at yde økonomisk støtte er afgivet.

Det betyder, at såfremt virksomheden tirsdag den 28. marts meddeler en arrangør/3.part, at virksomheden vil give et sponsorat, der dækker udgifter i forbindelse med en kongres, skal virksomheden senest anmelde sponsoratet til ENLI fredag den 14. april på www.ENLI.dk.

Følgende udregning er foretaget for at beregne anmeldelsesfristen i forhold til ovenstående eksempel:

Tirsdag den 28. marts	Virksomhed har givet bindende tilsagn om sponsorat
Onsdag den 29. marts	1
Torsdag den 30. marts	2
Fredag den 31. marts	3
Lørdag den 1. april	Weekend
Søndag den 2. april	Weekend
Mandag den 3. april	4
Tirsdag den 4. april	5
Onsdag den 5. april	6
Torsdag den 6. april	Skærtorsdag
Fredag den 7. april	Langfredag
Lørdag den 8. april	Weekend
Søndag den 9. april	Weekend
Mandag den 10. april	2. påskedag
Tirsdag den 11. april	7
Onsdag den 12. april	8
Torsdag den 13. april	9
Fredag den 14. april	10 Sidste frist for at anmelde sponsoratet til ENLI

For yderligere information om anmeldelsesfrister henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 21, stk. 5.

Bilag F - Definitioner

DEFINITIONER

Sundhedsperson: Læger, tandlæger, farmaceuter, sygeplejersker, farmakonomer, jordemødre, bioanalytikere, kliniske diætister, radiografer, social- og sundhedsassistenter og studerende inden for disse fag.

Offentligheden: Alle, der ikke defineres som sundhedspersoner

Sponsorat: Der er følgende to former for sponsorater:

- **Sponsorat til en ekstern arrangør**

Virksomheden giver økonomisk støtte (penge) til en ekstern part – fx et medicinsk selskab eller en kongresarrangør.

Virksomheden har ikke indflydelse på:

- Program, oplægsholder, mødested, forplejning el.lign. og
- Virksomheden ikke udsender eller står som afsender af invitation

Eksempel: Virksomheden giver et sponsorat på 50.000 kr. til et medicinsk selskab til afholdelse af selskabets årsmøde

- **Sponsorat til deltagelse**

- En sundhedsperson anmoder virksomheden, om økonomisk støtte til at betale udgifter i forbindelse med en faglig aktivitet eller
- Virksomheden tager kontakt til en sundhedsperson for at invitere denne til et eksternt fagligt arrangement, fx til en kongres

Virksomheden har ikke indflydelse på:

- Program, oplægsholder, mødested el.lign. og

Eksempel: Virksomheden betaler for en sundhedspersons udgifter til registreringsgebyr, fly, hotelophold og forplejning i forbindelse med en kongres el.lign.

Hvis virksomheden har indflydelse på blot ét af ovenstående forhold (desuagtet hvilken af de to sponsoratyper der gives), vil virksomheden som udgangspunkt blive anset som *medarrangør* af et arrangement. Se overvejelserne for eget arrangement.