



# TJEKLISTE

**vedr. anmeldelse af virksomhedens  
eget arrangement**

## **Overvejelser vedrørende virksomhedens egne arrangementer**

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 side. Ønskes en mere uddybende tjekliste, kan man med fordel kigge i de efterfølgende bilag (bilag A til C).

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
- Invitation
- Evt. budget
  - Specificering af beløb til bespisning (frokost, middag og løbende forplejning)
- Hvis der er gjort særlige overvejelser i forbindelse med program, mødested, transport, forplejning, overnatning mv., må man meget gerne medsende disse overvejelser, evt. i et vedhæftet word-dokument
- Anmeldelse til ENLI skal ske senest 10 arbejdsdage forud for et arrangements åbningsdag
  - For yderligere information vedrørende udregning af fristen - se venligst bilag B

Det er vigtigt, at man sikrer, at alle relevante oplysninger og dokumenter er medsendt anmeldelsen til ENLI, da man 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](http://www.enli.dk).

Der er ikke anmeldelsespligt for slides udarbejdet af en tredjemand, medmindre virksomheden har haft indflydelse på udarbejdelsen af disse.

I forbindelse med udarbejdelse af eget arrangement kan nedenstående spørgsmål være nyttige til at vurdere i forbindelse med planlægningen:

- Er programmet fagligt?
- Er der patientcases? Og i så fald: Hvem har udvalgt disse?
- Indeholder invitationen alle relevante oplysninger?
- Afholdes mødet i udlandet? Hvis ja, hvorfor?
- Er mødestedet passende og hvordan fremstår mødestedet i almindeligt omdømme?
- Er mødestedet en attraktion i sig selv?
- Er beløbsgrænserne overholdt – i Danmark / udlandet?
- Tilbydes der gourmetforplejning?
- Hvordan fremstår spisestedet i almindeligt omdømme?
- Er evt. flytransport i overensstemmelse med reglerne?
- Nødvendiggør mødets længde, at der tilbydes forplejning?
- Er evt. overnatning nødvendigt og hvordan fremstår hotellet i almindeligt omdømme?
- Er der underholdning / underholdningselementer undervejs i arrangementet?

## **Bilag A – Uddybende overvejelser vedrørende virksomhedens egne arrangementer**

### **2. PROGRAM**

Det skal sikres, at:

- Programmet er fagligt relevant, dvs. har et specifikt sundhedsfagligt indhold og videreuddannelsesmæssigt sigte for sundhedspersoner (eksempelvis indlæg om sygdomme, sygdomsområder, produkter og behandlingsmetoder)
- Der ikke gives støtte til ikke-sundhedsrelaterede arrangementer/programoplæg, som også udbydes til andre faggrupper - eksempelvis økonomistyring, organisationsudvikling, ledelse, computerkurser, samarbejdskurser, planlægningsmøder, coaching, drift af praksis (fx revisorhjælp), komik/underholdning, politiske indlæg, kommunikation, undervisning i at lære at undervise mv.
- Alle programindlæg er af ren faglig karakter (modsat sponsorater, hvor programmet alene skal være overvejende fagligt)
- Oplægsholdere, der ikke er sundhedspersoner, har den fornødne faglighed til at undervise den aktuelle målgruppe (eksempelvis læger eller sygeplejersker)
- Brug af patientcases opfylder kravene, det vil sige:
  - Lægemiddelvirksomheden må ikke have indflydelse på udvælgelse eller udarbejdelse af patientcases
  - Patientcases, udvalgt af oplægsholder, skal være tæt knyttet til de øvrige faglige oplæg i programmet, eksempelvis til illustration af allerede gennemgået faglig viden på mødet
- Praktisk mødeudstyr (papir, skriveredskaber, nøglesnor ol.) er tilladt at udlevere til faglige arrangementer
  - Branding ifm. praktisk mødeudstyr:
    - Eget arrangement: tilladt at brande med virksomhedsnavn og logo samt fagområde
    - Sponsorerede arrangementer: tilladt at brande med hotel- og kongresnavn
    - Sær- og fællesnavn er aldrig tilladt

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

### **3. INVITATION**

Det skal sikres, at der af invitationen fremgår:

- Hvem, der er arrangør og formålet med arrangementet
- Teksten fra Reklamekodeksets § 21, stk. 8

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

Hvis man ønsker at invitere hospitalsansatte sundhedspersoner, skal invitationen først sendes til godkendelse hos hospitalsledelsen/direktionen:

- Der udvælger, hvor mange, der må deltage i arrangementet
- Der udvælger hvilke sundhedspersoner, der må deltage i arrangementet

For yderligere information henvises til samarbejdsaftalerne mellem Lif og de fem regioner på ENLI's hjemmeside.

Hvis sær- eller fællesnavne fremgår af invitationen, skal pligttekst (oplysningerne i Reklamekodeksets § 5, stk. 1) være en integreret del af invitationen.

For yderligere information henvises til vejledningen til Reklamekodeksets § 3, stk. 1.

#### **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
  - Mødestedet må ikke i sig selv være et "trækplaster"
  - Tre undtagelser, hvor et mødested alligevel accepteres selvom det i udgangspunktet er "kendt" for underholdning:
    - Mødestedet udgør ikke i sig selv en attraktion
    - 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 sæson), 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. MØDER I UDLANDET**

Lægemiddelvirksomheder må ikke afholde møder i udlandet, medmindre:

- De fleste af de inviterede kommer fra udlandet, og placeringen af de fleste inviteredes oprindelseslande gør det væsentligt mere fordelagtigt at afholde aktiviteten i et andet land, af logistiske årsager, eller
- 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.

Husk at:

- Medsende en begrundelse for, at mødestedet er placeret i udlandet, når arrangementet anmeldes til ENLI,
- Lægemiddelvirksomheder har en underretningsforpligtelse over for sundhedspersonen om tilknytningsindberetning til Lægemiddelstyrelsen ved dennes deltagelse i faglige aktiviteter i udlandet støttet af virksomheden, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 13.

For yderligere information om møder placeret i udlandet, henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 3.

## **6. 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.
- Det er ikke tilladt at give repræsentation til deltagerens ledsager - heller ikke selvom deltageren/ ledsageren betaler sine egne udgifter forbundet med arrangementet (dvs. virksomheden må ikke agere "rejsebureau" for medfølgende ægtefæller/partnere).

### ***6.1 Forplejning:***

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

- Man må alene tilbyde bespisning ved arrangementer med en varighed på minimum to timers fagligt indhold
- Ved møder, hvor der er under to timers fagligt indhold, må man alene tilbyde 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.

## 6.2 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
- Lægemiddelvirksomheder må ikke yde støtte til, at sundhedspersoner i forbindelse med arrangementet får forlænget sit ophold med henblik på at holde ferie.
  - Såfremt en ændring af ud-/hjemrejse ønskes på grund af et andet fagligt arrangement, kan dette alene accepteres, såfremt det andet arrangement er tilstrækkeligt fagligt i sig selv til, at lægemiddelvirksomheden også ville kunne støtte dette arrangement.
- Der må ikke tilbydes repræsentation til deltagerens ledsager - heller ikke selvom deltageren/ledsageren betaler sine egne udgifter forbundet med arrangementet
- Overnatningssteder skal overholde samme krav som mødesteder, dvs. ingen overnatning på steder, der fremstår luksuriøst, jf. Reklamekodeksens § 13, stk. 10.

## 6.3 Transport:

Lægemiddelvirksomheder kan tilbyde følgende 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.

ENLI anbefaler, at virksomheder kontakter ENLI for vejledning inden man fraviger ovennævnte udgangspunkter og accepterer flyrejser på højere klasse end angivet ovenfor.

Man må ikke tilbyde repræsentation til en deltagers ledsager - heller ikke selvom deltageren/ledsageren betaler sine egne udgifter forbundet med arrangementet. Man må således ikke agere ”rejsebureau” for medfølgende ægtefæller/partnere.

I anmeldelsen til ENLI bedes det oplyses, hvilken flyklasse der tilbydes, hvis flytransport dækkes (ex. økonomiklasse).

Hvis transport ikke er booket på anmeldelsestidspunktet, bedes det i anmeldelsen til ENLI i feltet "Øvrige bemærkninger" oplyses, hvilken transportform, evt. flyklasse og afrejsetidspunkt der planlægges.

- Der kan evt. anføres: "flytransport er endnu ikke bestilt, men deltagerne flyver på økonomiklasse, og afrejser i umiddelbar nærhed af arrangementets åbning- og afslutningstidspunkt".

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

## **7. FORPLEJNINGSBELØB**

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

- Bespisning i Danmark:
  - Frokost: 450 kr., middag: 850 kr., heldagsmøde: 1.400 kr.
- Bespisning uden for Danmark:
  - EFPIA-lande - disse landes nationale beløbsgrænser kan findes i ENLI's EFPIA kort på [www.enli.dk](http://www.enli.dk)
  - Ikke EFPIA-lande - danske beløbslofter finder anvendelse, men skal tilpasses levedeforholdende 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
- Når sagen anmeldes til ENLI, skal det specificerede forplejningsbeløb altid oplyses, også selvom forplejningen endnu ikke er bestilt.

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

## **8. UNDERHOLDNING**

Det skal sikres, at arrangementet ikke indeholder underholdning, såsom:

- Musik eller anden optræden
  - En tryllekunstner, et band, koncerter, opera, teater, sportsevents, sports- eller underholdningsaktiviteter, standup comedy, sightseeing, vinsmagning/foredrag el.lign.
- Indslag, der omfatter mennesker, som generelt må anses som "kendte"
  - Artister, bands, skuespillere, sportsfolk el.lign.

Det er uden betydning, om sundhedspersonerne selv afholder udgifterne til underholdningen, da der er et totalt forbud mod organisering af underholdningsarrangementer.

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

## Bilag B – Anmeldelsesfrist til ENLI

Egne arrangementer skal anmeldes til ENLI senest 10 arbejdsdage forud for et arrangements åbningsdag.

Det betyder, at såfremt virksomhedens arrangement afholdes fra mandag den 17. april til onsdag den 19. april, skal arrangementet senest onsdag den 29. marts anmeldes til ENLI på [www.enli.dk](http://www.enli.dk).

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

Onsdag den 29. marts	Sidste frist for at anmelde arrangementet til ENLI 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
Lørdag den 15. april	Weekend
Søndag den 16. april	Weekend
Mandag den 17. april	Arrangement afholdes – første dag
Tirsdag den 18. april	Arrangement afholdes – anden dag
Onsdag den 19. april	Arrangement afholdes – tredje dag

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



## Bilag C - Definitioner

### DEFINITIONER

#### **Arrangør/medarrangør**

Man er, som lægevirksomhed, at anse som *arrangør* af et arrangement, hvis man

- Vælger, hvem der skal inviteres som deltagere
- Udarbejder programmet og vælger oplægsholderne
- Vælger, hvor mødet skal afholdes
- Vælger, hvad der skal være af forplejning ved mødet
- Udsender invitationen til mødet og/eller står som afsender

Hvis man er med til at beslutte blot ét af ovenstående forhold, vil man som udgangspunkt blive anset som *medarrangør* af et arrangement. Der gælder de samme regler, uanset om man er arrangør eller medarrangør.

**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