

MSD Danmark ApS  
Havneholmen 25  
1561 København V

Att: ■■■  
Sendt pr. e-mail til: ■■■

København, den 22. november 2023

## AFGØRELSE

**Vedr.: Ab-2023-3813, sponsorat til Dansk Urologisk Selskabs årsmøde 2023**

### **Baggrund:**

Granskningsmandspanelet udtog ovenstående sponsorat, anmeldt af MSD Danmark ApS den 2. oktober 2023, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at virksomhedens sponsorat til Dansk Urologisk Selskabs årsmøde 2023 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 5. oktober 2023.

MSD Danmark ApS [MSD] har den 27. oktober, 8. november og 17. november 2023 svaret i sagen.

### **Granskningsmandspanelets vurdering:**

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

- Reklamekodeksets 21, stk. 4

### **Begrundelse:**

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

1. Forplejning
2. Overnatning
3. Gave
4. Manglende oplysninger

## Regelgrundlag

### Gaveforbud

Af gaveforbuddet i Reklamekodeksets § 12, stk. 1, fremgår følgende:

*”Det er ikke tilladt at udlevere, tilbyde eller love sundhedspersoner gaver eller økonomiske fordele, hverken i form af kontanter, likvider, personlige tjenester eller naturalier, jf. dog §§ 13-15.”*

Af Reklamekodeksets § 13, stk. 1, fremgår bl.a.:

*”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. [...]”*

Det fremgår af vejledningen til Reklamekodekset § 13, stk. 1, at:

*”[...] De indtægter, som arrangøren modtager fra sponsorer, må kun dække de faktisk, dokumenterede og rimelige direkte udgifter, der er en integreret del af det faglige arrangement. Eksempler på sådanne omkostninger kan være honorar til foredragsholdere, lokaleleje, forplejning i relation til det pågældende arrangement mv. Lægemiddelvirksomheder må ikke sponsere aktiviteter, hvor udgifter til måltider udgør den eneste omkostning. **Det bør udspecificeres, hvad man som virksomhed sponsorerer, herunder om dele af ens sponsorat eksempelvis går til køb af udstillingsstand, køb af annonceplads mv.***

***Ved ansøgning om sponsorater, skal arrangøren tilvejebringe et fyldestgørende budget for den aktuelle aktivitet, således at eventuelle sponsorer har mulighed for at vurdere, hvorvidt reglerne i ENLI's Reklamekodeks, er overholdt.** [...] Lægemiddelvirksomheder må ikke give generelle sponsorater (økonomiske fordele) til sundhedspersoner, herunder sammenslutninger af sundhedspersoner som fx medicinske selskaber. Sponsorater til medicinske selskaber må alene gives i forbindelse med sundhedspersoners faglige efteruddannelse [...].” [Granskningsmandspanelet's fremhævninger]*

### Repræsentation:

Af Reklamekodeksets § 13, stk. 5, fremgår:

*”Repræsentation må kun tilbydes i det omfang, det er relevant. 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, fremgår:

*”Alle former for repræsentation, jf. stk. 5, der ydes til sundhedspersoner, skal holdes på et rimeligt niveau og være nøje begrænset til hovedformålet med 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. Der må alene tilbydes måltider, hvis det faglige program, jf. stk. 1, udgør minimum 2 timer.”*

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

*"[...] I sagen vedr. repræsentation vurderer ENLI, at virksomheden kun vil være ansvarlig for, at bespisningen til deltagerne ligger inden for rammerne af denne bestemmelse samt § 13, stk. 8, såfremt virksomhederne betaler for/støtter sådan bespisning. Således er virksomheden ikke ansvarlig for fx en gallamiddag (med luksuriøs forplejning), hvis virksomhedens sponsorat ikke dækker bespisning. **Omvendt kan en virksomhed ikke delvist betale for/støtte luksuriøs bespisning med et beløb svarende til et rimeligt niveau, jf. også § 13, stk. 8, således at der eksempelvis er en delvis egenbetaling. Her finder ENLI, at det fortsat er den samlede repræsentation, som virksomheden yder støtte til, der skal være på et rimeligt niveau og inden for de angivne beløbsgrænser, idet virksomheden i modsat fald er med til at yde luksuriøs repræsentation i strid med denne bestemmelse. Såfremt en sundhedsperson inviteres til et fagligt arrangement, der efter en helhedsbetragtning må karakteriseres som luksuriøst i forhold til Reklamekodekset, vil dette kun være i overensstemmelse med kodekset, såfremt der foreligger en egenbetaling, som afspejler hele den reelle økonomiske værdi af den luksuriøse repræsentation for deltageren.**"*  
[Granskningsmandspanelets fremhævninger]

Af punkt fem i Guide om økonomisk sponsorstøtte fremgår ligeledes, at:

*"Det er ikke tilladt for en virksomhed delvist at betale for forplejning, såfremt den samlede forplejning dermed vil overstige det tilladte beløb, eksempelvis ved, at det resterende beløb betales ved deltagerens egenbetaling. Eksempelvis må en virksomhed ikke betale 500 kr. for en middag, hvis der derudover er en egenbetaling på 400 kr. I så fald, vil den samlede pris for middagen (900 kr.) overstige det tilladte beløbsloft på 850 kr."*

Af Reklamekodeksets § 13, stk. 8, fremgår følgende:

*"Virksomhederne må ikke give eller tilbyde måltider (mad og drikkevarer) til sundhedspersoner, undtagen i de tilfælde, hvor værdien af sådanne måltider ikke overstiger et af følgende beløbslofter: 450 kr. for frokost, 850 kr. for middag eller 1.400 kr. for bespisning ved heldagsmøder/konferencer mv. De nævnte beløbslofter gælder for måltider i Danmark."*

#### Ad 1 - forplejning

Som det fremgår ovenfor, må virksomhedens sponsorat alene dække udgifter til frokost, såfremt udgiften ikke overstiger 450 kr. pr. person, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 8.

Derudover fremgår det af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 7, at virksomheder ikke delvist kan yde støtte til luksuriøs bespisning med et beløb svarende til et rimeligt niveau, da det er den samlede repræsentation, der skal være på et rimeligt niveau og inden for de angivne beløbsgrænser, idet virksomhederne i modsat fald er med til at yde støtte til luksuriøs repræsentation.

Af det anmeldte budget fremgår, at sponsoratet dækker følgende forplejning: *"150 deltagere 2 dage á 1000 kr. per dagsmøde dag, inkl. moms (inkl. morgenmad og drikke) = 250.000 kr."* Af sagen fremgår, at virksomhedens sponsoratet ikke dækker udgifter til middag og reception. På baggrund af de anmeldte oplysninger, herunder det fremsendte budget, var det ikke muligt at vurdere, hvorvidt de danske beløbslofter var overholdt, hvorfor sagen blev sendt i høring vedr. forplejning.

MSD har i høringsvar af 17. november 2023 oplyst, at udgifter til forplejning er sammensat på følgende måde:

Dag 1:

Kr. 342 - frokost

Kr. 174 - løbende forplejning

Kr. 810 - middag

Kr. 1.326 - forplejningsudgifter i alt pr. dag

Dag 2:

Kr. 171 - frokost

Kr. 98 - løbende forplejning

Kr. 269 - forplejningsudgifter i alt pr. dag

På baggrund af ovenstående har Granskningsmandspanelet ikke yderligere bemærkninger, da forplejning findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 8.

#### Ad 2 – Overnatning til oplægsholdere

Af vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 7, fremgår, at udgifter til overnatning alene kan afholdes, hvis arrangementets udstrækning nødvendiggør dette.

Af budgettet fremgår, at sponsoratet dækker: ”Udgifter andre Internationale foredragsholdere (15.000 kr.)” og ”Udgifter andre Nationale foredragsholdere (10.000 kr.)”. Udgiftsposterne er ikke yderligere specificeret i budgettet, men da det af ansøgningen fra DUS til virksomheden fremgår, at selskabet søger sponsorat til dækning af udgifter til ”speaker, transport, evt. overnatning og materialeleje hos hotel mv.”, er det Granskningsmandspanelet antagelse, at udgiftsposten dækker hhv. honorar og evt. overnatning til oplægsholderne.

På trods af at mødet afholdes over to dage, er der mange af oplægsholderne, der alene skal holde oplæg den ene dag, hvorfor det ikke tydeligt fremgår, hvorfor det er nødvendigt, at oplægsholderne skal tilbydes overnatning, hvorfor sagen blev sendt i høring vedrørende overnatning.

MSD har i høringsvar af 27. oktober 2023 oplyst, at alle foredragsholdere er tilbudt overnatning, da foredragsholderne ”også fungerer som almindelige deltagere blot med tale forpligtelse til mødet. Derfor er de med på samme vilkår som alle andre i samme standart værelser.” I høringsvar af 17. november 2023 har MSD oplyst, at alle oplægsholdere er sundhedspersoner.

På baggrund af ovenstående har Granskningsmandspanelet ikke yderligere bemærkninger, da overnatning til oplægsholdere findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 7.

### Ad 3 – Gave

Af vejledningen til Reklamekodekset § 13, stk. 1, fremgår, at et sponsorat alene må kun dække de faktisk, dokumenterede og rimelige direkte udgifter til et fagligt efteruddannelsesarrangement. Såfremt et sponsorat dækker andre udgifter, vil der være tale om en gave i strid med gaveforbuddet i Reklamekodeksets § 12.

Af budgettet fremgår, at sponsoratet dækker udgifter til *“exhibitions management inkl. moms 30.000 kr.”*

MSD har i høringssvar af 8. november 2023 oplyst, at beløbet på 30.000 kr. dækker honorar til ekstern event-planlægger.

På baggrund af ovenstående har Granskningsmandspanelet ikke yderligere bemærkninger, da udgiften findes at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

### Ad 4 – Manglende oplysninger

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.

Som det fremgår af ovenstående, har Janssen i forbindelse med anmeldelsen ikke fremsendt alle oplysninger, herunder specifikation af forplejning.

Det har således været nødvendigt for Granskningsmandspanelets vurdering af sagen, at MSD 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.

### **Afgørelse:**

MSD Danmark ApS 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:**

Anførelsen 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