

AbbVie A/S
Titangade 11
2200 København N
Danmark

Att: [REDACTED]

Sendt pr. e-mail til: [REDACTED]

København, den 16. marts 2026

AFGØRELSE

Vedr.: Ad-2026-0604, Diagnostic Nerve Block Meeting

Baggrund:

Granskningsmandspanelet udtog sponsorat til Diagnostic Nerve Block Meeting, anmeldt af AbbVie A/S [AbbVie] tirsdag den 17. februar 2026, til kontrol.

Granskningsmandspanelet vurderede på det foreliggende grundlag, at ovennævnte sponsorat 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 2. marts 2026.

AbbVie har den 6. marts 2026 svaret i sagen.

Granskningsmandspanelets vurdering:

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

- Reklamekodeksets § 13, stk. 7, jf. § 13, stk. 10

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

- Repræsentation-overnatningssted, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 7, jf. § 13, stk. 10

Regelgrundlag

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

”Alle former for repræsentation, der ydes til sundhedspersoner, skal holdes på et rimeligt niveau og være nøje begrænset til hovedformålet med den reklamemæssige eller faglige aktivitet.”

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. [Min fremhævning]*

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.”

Af Vejledningen til Reklamekodeksens § 13, stk. 10 fremgår, at:

*”I forhold til ovennævnte forhold vedr. klassificering, kan man bruge bookingsites som **Trivago.com**, **Booking.com** og på VisitDenmark’s hjemmeside som bidrag i den samlede vurdering af, hvorledes mødestedet fremstår i almindeligt omdømme. Det er fortsat den samlede vurdering af mødestedets omdømme, der er afgørende og ikke klassificeringen alene. Det er således også den samlede vurdering af mødestedets omdømme, der er afgørende for hoteller, der har valgt at stå uden for klassificeringen og derved betegner sig som ”non-rated”/”non-classified” hoteller. Det anbefales at foretage en bred søgning på internettet på det påtænkte mødested og således se, hvorledes dette er beskrevet og fremstår i almindeligt omdømme.*

Ankenævnet har i AN-2024-3299 præciseret, at ”Hvis kvalitetssøgningen vedrørende et konkret hotel giver et uklart resultat, f.eks. en vurdering som 5-stjernet efter den traditionelle stjerneklassifikation og en lavere rating ifølge brugervurderinger, fører den restriktive fortolkning af Reklamekodeks § 13, stk. 10 til, at Lægemiddelvirksomheden må afstå fra at benytte hotellet. Det samme gælder enhver anden rimeligt begrundet tvivl, om hvorvidt et hotel i ”almindeligt omdømme” opfattes som luksuriøst eller ekstravagant.”

*” 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.com**. ENLI vurderer, at denne bestemmelse forpligter lægemiddelvirksomheder, også selvom de ikke selv er arrangør eller medarrangør, men blot sponsor af det faglige arrangement, jf. også vejledningen ad stk. 1. Således må en lægemiddelvirksomhed ikke yde støtte til et fagligt arrangement, der anvender et mødested i strid med denne bestemmelse.*

*Ankenævnet har i AN-2012-2202 samt AN-2012-2203 i forbindelse med vurdering af hoteller til brug for **overnatning** udtalt, at 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. ovenfor ad stk. 7. **Samme betragtning finder Granskningsmandspanelet anvendelig for vurderingen efter stk. 10.*** [Mine fremhævninger]

”Ved vurdering af mødesteder i udlandet vil ENLI benytte samme standarder og kriterier som beskrevet ovenfor, men dog tage hensyn til yderligere kriterier såsom sikkerhed og lign.

Ved vurderingen af almindeligt omdømme, jf. ovenfor, er klassificeringen af konferencefaciliteterne for et mødested som udgangspunkt ikke relevant, idet dette går på de mødetekniske forhold for stedet.

*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 – eks 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.”* [Min fremhævning]

AbbVies bemærkninger

AbbVie har i deres høringssvar af 6. marts 2026 fremført følgende:

”Mødestedet for 'Diagnostic Nerve Block Meeting' er Sunnas Hospitalet i Oslo, som angivet i anmeldelsen dateret 17-02-2026.

Grand Hotel Oslo by Scandic blev udelukkende valgt på baggrund af de gode transportmuligheder til Sunnas Hospitalet og anvendes kun til overnatning.

Vi vil understrege, at vi kun er i planlægningsfasen af arrangementet, og der endnu ikke er booket eller besluttet et overnatningssted. Vi vil derfor omgående finde et passende alternativt overnatningssted.”

Granskningsmandspanelet's bemærkninger

Det følger af Reklamekodeksets § 13, stk. 7, at alle former for repræsentation, der ydes til sundhedspersoner, skal have et rimeligt niveau og være nøje begrænset til hovedformålet med mødet.

I relation til bl.a. overnatning og mødested anvendes Ankenævnets generelle bemærkninger fra 21. september 2011 om rimeligt niveau, jf. vejledningen til Reklamekodekset til begge bestemmelser. Ankenævnet udtaler bl.a. 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 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), bådfarter 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]."[understreget her]

Det følger endvidere af Vejledningen til Reklamekodeksets § 13, stk. 10, at der ved vurderingen af, om et konkret mødested opfylder kravene til "rimeligt niveau" og "almindelig standard" må 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

Det følger således af vejledningen til Reklamekodekset § 13, stk. 10, herunder af Ankenævnets udtalelse, at § 13, stk. 10 fortolkes restriktivt, og at der som udgangspunkt ikke kan benyttes 5-stjernede hoteller, medmindre der foreligger omstændigheder, der kan godtgøre brugen i konkrete tilfælde.

Ankenævnet har i AN-2012-2202 samt AN-2012-2203 i forbindelse med vurdering af hoteller til brug for overnatning udtalt, at 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. ovenfor ad stk. 7. Samme betragtning finder Granskningsmandspanelet anvendelig for vurderingen efter stk. 10.

Af vejledningen til Reklamekodeksens § 13, stk. 10 fremgår, at det anbefales, at man bruger bookingsites som Trivago.com, Booking.com og VisitDenmarks hjemmeside for at efterse hotellets stjerneklassifikation, og som bidrag i den samlede vurdering af, hvorledes mødestedet fremstår i almindeligt omdømme.

Ankenævnet har i AN-2024-3299 præciseret, at *"Hvis kvalitetssøgningen vedrørende et konkret hotel giver et uklart resultat, f.eks. en vurdering som 5-stjernet efter den traditionelle stjerneklassifikation og en lavere rating ifølge brugervurderinger, fører den restriktive fortolkning af Reklamekodeks § 13, stk. 10 til, at Lægemiddelvirksomheden må afstå fra at benytte hotellet. Det samme gælder enhver anden rimeligt begrundet tvivl, om hvorvidt et hotel i "almindeligt omdømme" opfattes som luksuriøst eller ekstravagant."*

Det fremgår af de anmeldte oplysninger, at AbbVie vil indlogere de deltagende sundhedspersoner på Grand Hotel Oslo by Scandic/ Grand Hotel Oslo, beliggende Karl Johans gate 31, 0159 Oslo, Norge.

Af Booking.com samt Trivago.com fremgår, at Grand Hotel Oslo by Scandic er et 5-stjernet hotel.

Det er Granskningsmandspanelets vurdering, at der skal foreligge særlige konkrete omstændigheder, der specifikt kan begrunde valget af Grand Hotel Oslo by Scandic/ Grand Hotel Oslo, der som udgangspunkt anses for luksuriøst i kraft af sine fem stjerner.

AbbVie har i deres høringsvar anført, at valget af overnatningssted udelukkende er truffet på baggrund af de gode transportmuligheder til Sunnas Hospitalet, og at stedet alene skal anvendes til overnatning, ligesom det anføres, at arrangementet fortsat befinder sig i planlægningsfasen, og at der endnu ikke er foretaget nogen booking eller truffet en endelig beslutning om overnatningssted, og at AbbVie vil finde et passende alternativt overnatningssted.

Det følger af ENLI's sagsbehandlingsregler, at det er den anmeldte dokumentation, der efterprøves. Det vil således være de faktiske forhold på tidspunktet for anmeldelsen, der er udgangspunkt for vurderingen af, om regelsættet er overholdt. Ved en anmeldelse har virksomheden selv vurderet, at det foreliggende sponsorat er i overensstemmelse med reglerne på området. En virksomhed kan således ikke forlade sig på, at en anmeldelse udtages til kontrol for derved at have lejlighed til at genoverveje, hvorvidt det anmeldte sponsorat er i overensstemmelse med reglerne på området. Ligeledes kan en lægemiddelvirksomhed ikke undervejs i sagsbehandlingen ændre på et anmeldt materiale og derved bringe det i overensstemmelse med regelsættet for derved at undgå en sanktion. Ankenævnet har

bekræftet denne forståelse med afgørelse i AN-2018-0650 dog med den bemærkning, at *"lægemiddelvirksomheder skal have adgang til at rette tastefejl i anmeldelser til ENLI i løbet af den arbejdsdag, hvor anmeldelsen foretages uden at ifalde sanktioner. Adgangen til at rette tastefejl på anmeldelsesdagen skal gælde uden krav om dokumentation for tastefejlen."*

Det er Granskningsmandspanelet vurdering, at AbbVie ikke med de indsendte oplysninger har anført sådanne specifikke logistiske forhold eller øvrige omstændigheder, der kan begrunde valget af Grand Hotel Oslo by Scandic.

Granskningsmandspanelet finder på denne baggrund, at AbbVies sponsorat ikke er i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 13, stk. 7, jf. § 13, stk. 10, da sponsoratet ikke overholder reglerne om, at der som udgangspunkt ikke kan benyttes 5-stjernede hoteller som overnatningssteder.

Afgørelse:

AbbVie A/S findes således at have overtrådt Reklamekodeksets § 13, stk. 7, jf. § 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:

- Pålæg om at aflyse/ændre arrangementet, så det er i overensstemmelse med reglerne på området, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 1, stk. 1.
- Bøde på 75.000 kr. (+ moms) for overtrædelse af Reklamekodeksets § 13, stk. 10 (mødested/overnatningssted), jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 5, litra c.

Faktura fremsendes.

Ankevejledning:

Afgørelsen kan ankes til Ankenævnet, jf. Sagsbehandlingsregler for ENLI § 11, stk. 1.

Anke skal ske senest 21 arbejdsdage og sker online på anmeldersitet via www.enli.dk. Fristen regnes fra den dag, afgørelse træffes, 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

Nuzaht Yasmin Ahmad

Juridisk granskningsmand