



enli
GUIDE

**vedr. økonomisk sponsorstøtte
og udstillingsstande**

NB! Du kan søge i vejledningen i pdf-form ved at trykke "Ctrl + F" og indtaste dit søgeord.

Indhold

1. Forord	3		
2. Definition af sponsorstøtte	3		
3. Generelt	4		
4. Faglighed	5		
5. Forplejning	6		
6. Repræsentation	7		
7. Mødesteder	9		
8. Underholdning	9		
9. Udstilling	10		
10. Q & A vedr. sponsorater	11		
		Bilag A	16
		Eksempel på program	
		Bilag B	18
		Eksempel på budget	
		Bilag C	19
		Huskeliste for arrangører	
		Bilag D	20
		Huskeliste for deltagere	
		Bilag E	21
		Huskeliste vedr. udstillingsstande	

1. Forord

Denne guide har til formål at give information til hospitaler, organisationer og medicinske/faglige selskaber samt sundhedspersoner, som påtænker at ansøge om sponsorater fra lægemiddelvirksomheder i forbindelse med afholdelse af faglige arrangementer, der er rettet mod sundhedspersoner eller deltagelse i fx internationale eller nationale faglige arrangementer. Guiden har sigte på at overskueliggøre de regler, der gør sig gældende for lægemiddelvirksomheder, som er tilsluttet ENLI.

Ønsker man at vide mere om de regler, der har dannet grundlag for denne guide, kan man læse mere herom i ENLI's Reklamekodeks og den tilhørende vejledning. Reglerne findes på ENLI's hjemmeside: www.enli.dk under fanen "Regler"/"Reklamekodeks".

Bemærk, at vejledningen i denne guide kun gælder i forhold til de lægemiddelvirksomheder, der har valgt at tilslutte sig ENLI's regler. ENLI's regelsæt er i nogle tilfælde strengere, end de regler, der følger af lovgivningen.

Hvis du vil se, hvilke virksomheder der har tilsluttet sig ENLI, findes der en opdateret liste på forsiden af www.enli.dk.

2. Definition af sponsorstøtte

Sponsorater kan gives som økonomisk støtte eller som naturalier. Sponsoratet kan evt. omfatte en modydelse i form af, at virksomheden får sit navn nævnt eller får mulighed for eksponering af virksomheden.

Sponsorater kan gives til faglige aktiviteter, der er tilrettelagt af en tredjepart. Sponsorater kan have forskellige betegnelser. Det er dog indholdet af sponsoraftalen, der er afgørende og ikke, hvad aftalen bliver kaldt.

Sponsorater kan enten gives til *arrangøren* af den faglige aktivitet, eksempelvis medicinske selskaber og kongresarrangører, eller til *individuelle sundhedspersoners deltagelse* i faglige aktiviteter. Støtte til individuelle sundhedspersoner kan fx være betaling for sundhedspersonens registreringsgebyr samt fly- og hotelophold i forbindelse med en faglig kongres.

Sponsorater adskiller sig fra donationer. En donation vil ofte blive givet til et hospital og kan både gives som økonomisk støtte og i naturalier. En donation til et hospital kan fx være støtte til udvikling af databaser, forskningsprojekter, patientinformationsfoldere, patienttræningsprogrammer, medicinsk udstyr, ph.d.-projekter eller lign., som hospitalet/hospitalsafdelingen har søgt om støtte til finansiering af. Donationer er ikke omfattet af denne guide, men du kan læse mere om donationer i Donationskodeksets på ENLI's hjemmeside. Det bemærkes, at et sponsorat til et hospital/afdeling til afholdelse af efteruddannelse til sundhedspersoner, er omfattet af Reklamekodeksets regler og ikke Donationskodekset, jf. Donationskodeksets § 3, stk. 2, litra c).

Huskelister i forbindelse med ansøgning om sponsorater findes bagest i guiden, side 18 til 20.

3. Generelt

Anmodning om sponsorstøtte skal foretages **skriftligt**, og der bør altid udarbejdes en skriftlig kontrakt med den pågældende virksomhed, når denne giver tilsagn om et sponsorat.

Hvis en faglig aktivitet, fx et årsmøde for et medicinsk selskab, er sponsoreret af en eller flere lægemiddelvirksomheder, skal det altid fremgå af deltager**invitationen** hertil, hvem der er arrangør, hvad formålet er med arrangementet, og om der er ydet sponsorstøtte fra lægemiddelvirksomheder til arrangementet.

De indtægter, som arrangøren modtager fra sponsorer, må kun dække de faktiske, 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.

Ved ansøgning om sponsorater, skal arrangøren tilvejebringe et **fyldestående budget** for den aktuelle aktivitet, således at eventuelle sponsorer har mulighed for at vurdere, hvorvidt reglerne i ENLI's Reklamekodeks er overholdt. Se eksempel på et budget på side 13 i denne guide.

Såfremt indtægterne fra sponsorerne giver overskud til arrangøren og arrangøren er en sammenslutning af sundhedspersoner (fx medicinske selskaber), skal **overskuddet tilbagebetales** til de respektive sponsorer. Dette skyldes, at der ikke må ydes generelle sponsorater til individuelle sundhedspersoner, jf. nedenstående. Heraf følger modsætningsvis, at der ikke er krav om, at et eventuelt overskud tilbagebetales, når sponsoratet gives til aktører, der ikke er sundhedspersoner, fx Dagens Medicin, da forbuddet mod at give økonomiske fordele alene gælder i forhold til sundhedspersoner og herunder medicinske selskaber, som anses som en sammenslutning af individuelle sundhedspersoner.

Det er efter ENLI's vurdering rimeligt i kontrakter om sponsorater, at sponsorerne anmoder arrangøren om **efterfølgende dokumentation**, fx i form af et regnskab efter arrangementets afholdelse, hvor der redegøres for aktivitetens indtægter og udgifter, ligesom det er ENLI's anbefaling, at det angives i kontrakten, at et eventuel overskud fra sponsoratet skal tilbagebetales til lægemiddelvirksomheden.

Lægemiddelvirksomhederne må først give tilsagn om at sponsere en given aktivitet, når de har tilstrækkelige oplysninger om indholdet af og rammen for det pågældende arrangement. Den lægemiddelvirksomhed, der giver tilsagn om sponsoratet til en sundhedspersons deltagelse i et fagligt arrangement, kan derfor først anmelde det til ENLI, når der foreligger tilstrækkelige oplysninger om den pågældende aktivitet.

Det bemærkes, at de virksomheder, der er underlagt ENLI's regler, skal anmelde samtlige aktiviteter til ENLI. Alle virksomheder er derfor pålagt at indsende program, budget mv. for hvert enkelt arrangement, de selv afholder, eller som de støtter i form af et sponsorat til en tredjepart. Hvis en aktivitet bliver udtaget til stikprøve, og det viser sig, at aktiviteten ikke overholder reglerne, kan virksomheden pålægges at aflyse eller ændre den økonomiske støtte til aktiviteten. Det kan således fremgå af

kontrakter om støtte fra lægemiddelvirksomheder, at disse kan trække støtten tilbage, såfremt aktiviteten, som der ydes støtte til, ikke overholder regelsættet,

4. Faglighed

Lægemiddelindustrien må støtte faglige aktiviteter, der er arrangeret af en tredjepart, hvis hovedparten af programmet for det aktuelle arrangement er fagligt.

Inden, der gives tilsagn, skal lægemiddelvirksomheden sikre sig, at programmet er overvejende fagligt. Det vil sige, at over halvdelen af programmet skal være fagligt i forhold til 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 således som faglige).

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

Lægemiddelvirksomhederne kan ikke give tilsagn om at sponsere et arrangement, før det faglige **program har en tilstrækkelig detaljeringsgrad** til, at virksomhederne kan sikre sig, at kravet om, at programmet er overvejende fagligt, er overholdt.

Det bør således fremgå, hvem der er oplægsholder, og hvilken titel/uddannelsesmæssig baggrund vedkommende har. Derudover bør der være en retvisende titel på hvert programpunkt, eventuelt suppleret med en yderligere beskrivelse af indholdet af programpunktet.

De aktiviteter, der kan støttes, skal have specifik sundhedsfaglig karakter. Det betyder, at indholdet af programmet skal være faglige indlæg om sygdomme, sygdomsområder, lægemidler, behandlingsmetoder, faglige kongresser eller symposier. Som udgangspunkt skal arrangementet have et videreuddannelsesmæssigt sigte i relation til for eksempel behandlingsmetoder, lægemidler og sygdomme/sygdomsområder.

Sponsorater til kurser, som samtidig kan udbydes til andre faggrupper end sundhedspersoner, og hvor indholdet ikke kan betragtes som "fagligt" for sundhedspersoner i overensstemmelse med ENLI's regler, tillades ikke. Som eksempler på sådanne **arrangementer, der ikke kan støttes**, er kurser i økonomistyring, organisationsudvikling, ledelse, drift af praksis samt it-kurser, samarbejdskurser, coaching, ligesom der ikke kan ydes støtte til kurser i komik/underholdning, politiske indlæg eller kurser i kommunikation og undervisning i at lære at undervise.

Lægemiddelvirksomheder kan godt støtte et arrangement, der har elementer, der ikke er "specifikt faglige", hvis det er de rent faglige oplæg, der er det centrale ved arrangementet. Et eksempel kunne være, hvis et årsmøde omhandler en sygdom, hvor dagen afsluttes med afholdelse af en generalforsamling eller anden form for interne drøftelser. Lægemiddelvirksomheden skal ved støtte af et arrangement, der også indeholder elementer, der ikke er "specifikt faglige", sikre sig, at deres støtte ikke går til delen, der ikke er 'specifik faglig'. Dette kan bl.a. sikres ved, at der tages forbehold herfor i kontrakten.

Læremiddelvirksomheder kan som udgangspunkt ikke sponsere medicinske selskabers mv. **administrative og interne aktiviteter**. Som eksempler kan nævnes uddannelse i ikke sundhedsfaglige emner, planlægningsmøder, personalefester mv.

Virtuelle arrangementer

Der gælder det samme krav om faglighed mv. ved virtuelle arrangementer som der er gældende ved fysiske møder. Det vil derudover altid bero på en konkret vurdering, hvorvidt det indhold, der gives adgang til online, vil være reklame. Det vil her være af betydning, om det er lægemiddelvirksomheden, der udvælger specifikke indlæg, eller om det er hele programmet fra tredjepart, der gives adgang til. Er der tale om live transmissioner, vil disse som udgangspunkt blive sidestillet med fysiske møder. Det vil dog altid være lægemiddelvirksomhedens ansvar at sikre, at der ikke er materiale, som kan udgøre ulovlig reklame for virksomhedens lægemidler, herunder prælancering og off-label. For yderligere informationer om onlinemøder og livetransmissioner henvises til vejledningen til ENLI's Reklamekodeks: www.enli.dk/regler.

Mødeudstyr

Det er som udgangspunkt tilladt at have relevant **praktisk mødeudstyr**, såsom kuglepenne, papirblokke el.lign. ved faglige symposier, konferencer, kongresser el.lign. (både egne og 3. parts arrangementer).

- For 3. parts arrangementer (sponsorater) gælder, at mødeudstyret skal være helt uden **branding** for lægemiddelvirksomheden (hverken virksomheds- eller produktbrand, hverken med navn eller logo). Anvendelse af fællesnavn er også omfattet af forbuddet mod produktbranding. Det præciseres, at hotel- eller kongresnavne ikke opfattes som branding i denne forbindelse.
- For de arrangementer, som virksomhederne selv har organiseret gælder, at mødeudstyret gerne må have virksomhedsbrand (virksomhedsnavn og/eller logo) – men fortsat uden produktbrands (hverken sær- eller fællesnavn). Det er endvidere tilladt at påføre navnet på et sygdomsomsråde (fx onkologi, diabetes, kardiologi el. lign).
- Kuglepenne og papirblokke, der udleveres i konferenceposer/-tasker må ikke være branded med virksomheds- eller produktnavn, ligesom forbuddet mod udlevering af mødeudstyr ved udstillingsstande er absolut.

Under forudsætning af, at ovenstående kriterier er overholdt, er følgende eksempler på tilladt relevant praktisk mødeudstyr: Kuglepenne, skriveblokke, kongresmapper eller -poser, nøglesnor til adgangskort el.lign.

5. Forplejning

Niveauet for en rimelig repræsentation (herunder forplejning) vurderes altid i forhold til det konkrete arrangement. Det følger af reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 2, at repræsentation [herunder forplejning, red.] "skal holdes på et rimeligt niveau og være nøje begrænset til hovedformålet med den reklamemæssige eller faglige aktivitet. Den, der afholder udgifterne, skal efter påbud fra

Lægemiddelstyrelsen stille oplysninger om grundlaget for udgifternes afholdelse til rådighed for styrelsen. Repræsentationen må kun omfatte sundhedspersoner.”

Hvis et sponsorat helt eller delvist kan dække udgifter til forplejning, skal disse **beløb udspecificeres** i et vedlagt budget. Se eksempel på side 13. Det skyldes, at lægemiddelvirksomhederne alene må støtte bespisning, hvis løbende forplejning op til to timers arrangement ikke overstiger 100 kr., samt for møder af minimum to timers varighed, at frokosten ikke overstiger 450 kr., og middagen ikke overstiger 850 kr. for arrangementer i Danmark. Derudover gælder der et generelt beløbsloft for samlet forplejning ved heldagsmøder på 1.400 kr. i Danmark. Priserne er inkl. moms og drikkevarer. For de virksomheder, der er tilsluttet ENLI, er det et krav, at såfremt de betaler for eller sponsorerer **mødepakker, skal disse altid udspecificeres**, så det er muligt for ENLI at se, hvad prisen for morgenmad, frokost og middag er, samt øvrig forplejning i løbet af dagen.

De nævnte beløbslofter gælder som nævnt for forplejning i Danmark. Ved måltider i andre europæiske lande gælder de beløbslofter, der er fastsat herfor af lægemiddelbrancheorganisationerne i disse lande. Se mere herom på ENLI's hjemmeside.

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.

For øvrige lande uden for Europa kan disse landes beløbslofter anvendes, hvis de i øvrigt lever op til kravene fastlagt i § 13, stk. 7. Såfremt der ikke er fastsat beløbslofter i de pågældende lande, finder de danske beløbslofter anvendelse, men her skal beløbene dog tilpasses levetilstandene i det pågældende land.

6. Repræsentation

Lægemiddelvirksomhederne må i tilknytning til sponsorstøtte til en faglig aktivitet tilbyde sundhedspersoner **repræsentation** i form af rejser, måltider, ophold og tilmeldingsgebyrer. Alle former for repræsentation, der ydes til sundhedspersoner, skal være på et **rimeligt niveau**, og må ikke være ekstravagant eller luksuriøst. Samtidig skal repræsentationen være begrænset til hovedformålet med arrangementet og bør være **tidsmæssigt underordnet** i forhold til den faglige aktivitet. Det afgørende er her, hvad der er trækplasteret for arrangementet; er det forplejningen eller det faglige indhold. Det vil fx ikke være acceptabelt at servere en sandwich til et møde, der blot har en varighed på 15 min.

Lægemiddelvirksomheder må ikke yde støtte til, at en sundhedsperson, i forbindelse med eksempelvis en kongresdeltagelse, får **forlænget sit ophold** på kongresstedet for at holde ferie. En anmodning fra en sundhedsperson til en lægemiddelvirksomhed om at ændre ud- eller hjemrejsen på denne baggrund, skal derfor afvises af lægemiddelvirksomheden. Såfremt en sundhedsperson, på grund af private forhold, ikke ønsker at rejse enten ud eller hjem i tilknytning til det faglige arrangement, vil en lægemiddelvirksomhed ikke kunne betale for transportudgifter hverken til eller fra den faglige aktivitet. Hvis 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.

Hoteludgifter kan alene sponseres, hvis arrangementets udstrækning nødvendiggør overnatning på et hotel. Hvis et arrangement er under seks timers varighed, bør det kunne planlægges uden, at hotelophold er nødvendigt. Hvis en overnatning er nødvendig, bør der være faglige aktiviteter både dagen før og dagen efter overnatningen.

En lægemiddelvirksomhed må ikke yde nogen form for **repræsentation til deltagerens ledsager**. Hvis en lægemiddelvirksomhed har støttet en sundhedspersons deltagelse i et arrangement, må invitationen ikke inkludere ledsagere, heller ikke selvom sundhedspersonen/ledsageren betaler sine egne udgifter forbundet med arrangementet. Således må lægemiddelvirksomheden heller ikke agere "rejsebureau" for medfølgende ægtefæller/partnere. Det betyder, at en lægemiddelvirksomhed ikke må booke flybilletter mv. til medfølgende ægtefæller/partnere, uagtet at lægemiddelvirksomheden ikke afholder omkostningen til selve billetten.

Betaler en lægemiddelvirksomhed for **transport**, enten direkte, eller via et sponsorat, skal det altid ske på et rimeligt niveau, der skal tage hensyn til, i hvilken sammenhæng sundhedspersonen rejser. Rimelighedsbetragtningen skal 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.

Som udgangspunkt vil alle rejser med tog anses for at være på rimeligt niveau, uanset valg af "klasse". Flyrejser til faglige arrangementer (hvor sundhedspersonen er inviteret til) i Europa skal som hovedregel ske på økonomiklasse, mens flyrejser til faglige arrangementer til oversøiske destinationer som hovedregel skal ske enten på økonomiklasse eller på "udvidet" økonomiklasse. Såfremt der betales for flyrejser til konsulenter, der leverer faglige ydelser, fx som oplægsholder, skal disse som hovedregel ske enten på økonomiklasse eller på "udvidet" økonomiklasse. Hvis særlige logistiske forhold begrundet det, kan ovennævnte udgangspunkt dog på baggrund af en konkret vurdering af logistik, pris, klasse og eventuelle alternative løsninger fraviges og flyrejser på højere klasse end angivet ovenfor kan accepteres.

Ved kørsel i egen bil kan alene faktisk afholdte udgifter dækkes (efter regning), herunder udgifter til færge og bro. Da det alene er direkte udgifter der dækkes, kan der ikke dækkes kørte kilometer i egen bil efter statens takster. Lægemiddelvirksomheden kan alene dække de direkte udgifter for sundhedspersonen. Der skal således ved kørsel i egen bil redegøres for, hvor mange kilometer, der er kørt og hvad det koster i brændstof alt efter hvor langt den pågældende bil kører på literen. ENLI har fastsat nogle takster for kørsel i egen bil som en administrativ hjælp. Disse kan anvendes i stedet for at udregne, hvor meget den enkelte bil kører på en liter brændstof/opladning. Se nærmere om dette i vejledningen til Reklamekodekssets § 13, stk. 7.

7. Mødesteder

Det faglige arrangement skal finde sted på et mødested, der er passende i forhold til aktivitetens hovedformål. Dette betyder, at mødestedet skal udgøre en passende ramme for det konkrete møde. **Fagfremmede steder**, såsom bådfarter, museer mv., kan derfor ikke benyttes, medmindre disse steder har separate, velegnede mødefaciliteter. Ligeledes kan private boliger (herunder sommerhuse) ej heller benyttes.

Derudover må mødestedet ikke være kendt for sine **underholdningsfaciliteter** eller være **ekstravagant eller luksuriøst**. Udgangspunktet i ENLI's regler er, at der er forbud mod at anvende 5-stjernede hoteller, gourmetrestauranter, slotte, herregårde, palæer, godser, golfhoteller, bådfarter m.v. Der er ligeledes et forbud mod at benytte ski- og badehoteller i sæson, dvs. i perioden fra 1. maj til 30. september.

Det er i den 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. Det afgørende er, om det planlagte mødested i almindeligt omdømme er "kendt" for sine underholdningsfaciliteter, er ekstravagant og/eller luksuriøst.

Der vil altid være tale om en konkret vurdering af mødestedets legitimitet i forhold til det enkelte møde, hvor der blandt andet ses på mødets logistik og krav til faciliteter. Hvis en søgning på nettet viser, at et hotel på forskellige bookingsider fremstår som hhv. 4- og 5-stjernet, vil det føre til, at hotellet anses som 5-stjernet, og dermed ikke i overensstemmelse med regelsættet, som lægemiddelvirksomhederne skal følge.

Det er muligt at **søge i fritekstfeltet** på ENLI's hjemmeside, såfremt man ønsker at se, om der tidligere er truffet afgørelse om brug af specifikke mødesteder.

8. Underholdning

Lægemiddelvirksomheder må ikke give støtte til arrangementer, dele af arrangementer eller deltagelse i arrangementer, der rummer nogen form for **underholdningsaktivitet** eller anden ikke-faglig aktivitet. Lægemiddelvirksomheder må derfor ikke via et sponsorat dække udgifter til musik, underholdning el.lign. i forbindelse med for eksempel en middag. Lægemiddelvirksomheder må desuden ikke selv arrangere eller sponsere sundhedspersoners deltagelse i underholdningsaktiviteter.

Økonomisk støtte til et arrangement, der indeholder underholdning må således alene finde sted, hvis underholdningsaktiviteten udtrykkeligt er finansieret på anden vis end af lægemiddelvirksomhedens sponsorat, eksempelvis ved **deltagernes egenbetaling**. Det skal udtrykkeligt fremgå, for eksempel ved, at registreringsgebyret differentierer mellem sociale aktiviteter (åbningsceremoni, gallamiddag etc.) og det faglige program.

For yderligere information om underholdning, herunder sondringen mellem primær og sekundær underholdning, henvises til vejledningen til Reklamekodekset. Vejledningen kan findes på www.enli.dk/Regler/Reklamekodeks.

9. Udstilling

Det er tilladt for lægemiddelvirksomheder at reklamere i forbindelse med afholdelse af faglige arrangementer – typisk i form af annoncering, udstilling, opslag og plakater, filmforevisning, produktinformation mv. Dog skal det være klart for deltageren i det faglige arrangement, hvornår der er tale om reklame, og hvornår der er tale om faglig læring. Derfor skal reklame foregå adskilt fra arrangementets faglige indhold. Er der tale om en lægefaglig kongres, må der eksempelvis ikke forekomme udstillingsvirksomhed i undervisningslokalerne. Reklametiltaget skal foregå adskilt fra kongressens faglige del, fx i en foyer uden for undervisningslokalet.

Ønsker man, at der i forbindelse med et møde skal være et standområde, og at lægemiddelvirksomheder skal kunne købe udstillingsstande her, er det vigtigt at se på kvadratmeterprisen.

ENLI ser en udstillingsstand som køb af en reklameplads. Betales der derimod mere end markedspris for en reklameplads, vil ENLI se på købet som om, at lægemiddelvirksomheden også har givet et sponsorat til mødet. I sådanne tilfælde skal alle forholdene som listet ovenfor under "sponsorater" overholdes.

Det er derfor vigtigt, at man er opmærksom på, hvilken pris man fastsætter pr. kvadratmeter for udstillingsstande.

Hvorvidt der er tale om **køb af en udstillingsstand eller køb af et reelt sponsorat** afhænger af, om prisen kan anses for at afspejle det reelle køb af standpladsen, eller om det må anses for at være et beløb, der overstiger dette og derved bliver et sponsorat. Betales et større beløb, som må anses for at gå ud over omkostningerne og reklameværdien, vil betalingen blive vurderet som et sponsorat; se reglerne herom ovenfor. Prisen skal afspejle markedsprisen for en udstillingsstand, hvilket bl.a. afhænger af, hvor mange dage, man benytter standpladsen, hvor mange sundhedspersoner, der deltager i arrangementet, og hvor store og dyre lokaler, der benyttes.

Når prisen for en udstillingsstand pr. kvm skal vurderes, inkluderer det også moms og administrationsgebyr. Eksternes administrationsgebyr, hvor gebyret ikke går til arrangøren selv, skal dog ikke medregnes i kvadratmeterprisen. Eventuelt deltagergebyr til arrangementet for virksomhedens ansatte på standen samt forplejning hertil, skal heller ikke medregnes i kvadratmeterprisen.

Kvadratmeterprisen udgør således den reelle standpris inkl. moms og evt. administrationsgebyr til arrangøren. Som tommelfingerregel kan man regne med, at en kvadratmeterpris på 2.000 kr. inkl. moms og administrationsgebyr for et fuldt dagsarrangement, der foregår på et lejet, eksternt sted med ca. 50-80 deltagere, er acceptabelt. Der accepteres dog en højere kvadratmeterpris, hvis markedsprisen pga. eksponeringsmulighed, herunder deltagerantal eller lign. tilsiger det, ligesom en højere kvadratmeterpris accepteres, hvis lægemiddelvirksomheden har standen over flere dage. Beregning af

kvadratmeterpris kan dog ikke ske på baggrund af en dagspris. Dvs. standprisen kan ikke fordobles til 4.000 kr. pr. kvadratmeter, blot fordi lægemiddelvirksomheden har standen i to dage. Prissætningen af en stand som lægemiddelvirksomheden har over flere dage, må bero på en konkret vurdering, hvor deltagerantal og antal dage må indgå i vurderingen heraf. For vejledning til en konkret udregning af kvadratmeterpris se tjekliste vedr. anmeldelse af virksomhedens køb af udstillingsstand på www.enli.dk/Regler/Reklamekodeks.

Det bemærkes i øvrigt, at det af Lægemiddelstyrelsens vejledning fremgår, at ”*Direkte udgifter, der kan afholdes af en lægemiddelvirksomhed i henhold til reklamebekendtgørelsens § 26, kan ikke indgå i beregning af kvadratmeterprisen for en standplads. Det faglige selskab kan fx ikke medregne udgifter til honorar til en foredragsholder eller udgifter til sundhedspersoners bespisning i kvadratmeterprisen for en standplads.*”

Der må således ikke ligge et skjult sponsorat i kvadratmeterprisen.

Hvis prisen alene afspejler køb af en standplads, er kravene efter ENLI's regler alene, at programmet skal være overvejende fagligt (som det også skal være ved et sponsorat), og at standområdet skal være separat fra området, hvor de faglige oplæg foregår.

Hvis der alene er købt en udstillingsstand til markedspris, vil ENLI ikke se på de øvrige forhold, som mødested, forplejning og underholdning, som der gøres ved et sponsorat.

Det bemærkes endvidere, at lægemiddelvirksomheder ikke må medvirke til at afholde konkurrencer på standområder. Således må virksomheder ikke bidrage med spørgsmål/svar til en eventuel konkurrence, og standende må i øvrigt ikke blive inddraget i eventuelle konkurrencer, der afvikles af arrangøren.

Se huskeliste i forbindelse med salg af udstillingsstand på side 20.

10. Q & A vedr. sponsorater

For huskelister til ansøgning om sponsorater og udstillingsstande henvises til guidens bilag C-E.

1. Skal der være en skriftlig aftale om sponsorat af et arrangement?

SVAR: Ja, der skal foreligge et skriftligt dokument, hvor det fremgår, under hvilke betingelser, aftalen er indgået mellem lægemiddelvirksomheden og arrangøren. Lægemiddelvirksomheden skal indsende aftalen/kontrakten samt det tilhørende budget, når der foretages anmeldelse af sponsoratet til ENLI.

2. Skal der være en skriftlig aftale om sponsorat til deltagelse i sundhedspersoners deltagelse i et arrangement?

SVAR: Ja, se svaret ovenfor under sponsorat til arrangement.

3. Hvad kan man søge sponsorater til?

SVAR: Lægemiddelvirksomhederne må støtte efteruddannelse for sundhedspersoner. Det kan være i form af eksempelvis foredrag, kurser, gå-hjem-møder, årsmøder, kongresser o. lign. Se eksempel på tilladte/ikke tilladte udgifter i budgettet på side 13.

Sponsorater fra lægemiddelvirksomheder må alene gå til de omkostninger, som I rent faktisk har til efteruddannelsesaktiviteten, dvs. de faktiske, dokumenterbare omkostninger. Husk stadig, at disse skal være på et rimeligt niveau; så ingen luksuriøse forhold. Omkostninger, der kan støttes, kan eksempelvis være:

- Lokaleleje i forbindelse med arrangementet
- Leje af teknik/AV-udstyr i lokalerne
- Konferencemateriale til distribution til deltagerne
- Omkostninger til oplægsholdere (honorar, rejser, indkvartering, forplejning)
- Måltider i forbindelse med faglige møder, når arrangementet også støttes på anden vis
- Annoncering mv. af arrangementet

4. Er der noget, som lægemiddelvirksomhederne ikke kan sponsere i henhold til ENLI's regler?

SVAR: Ja, det er der. Lægemiddelvirksomhederne må kun yde økonomisk støtte til specifikke faglige møder eller andre faglige aktiviteter. Planlægningsmøder og kurser, der også kan være relevante for andre faggrupper end sundhedspersoner, kan derfor som udgangspunkt ikke sponseres af lægemiddelvirksomheder.

Lægemiddelvirksomheder må endvidere ikke sponsere faglige arrangementer, hvor forplejning (mad og drikke) er den eneste reelle udgift, der søges om støtte til, da virksomhederne kun må betale for forplejning, såfremt de også støtter andre faglige elementer i arrangementerne, eksempelvis foredragsholderens honorarer, lokaleleje mv.

Det er ikke tilladt for lægemiddelvirksomhederne at sponsere arrangementer eller programpunkter, som er af social karakter eller som har sociale indslag/underholdning på programmet.

5. Kan man søge om sponsorater til afholdelse af eller deltagelse i møder, der foregår i udlandet?

SVAR: Ja, lægemiddelvirksomheder må gerne støtte faglige aktiviteter uden for Danmark, hvis:

- De fleste af de inviterede kommer fra udlandet, og de fleste inviteredes oprindelseslandes placering 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.*

6. Kan man ansøge om et sponsorat til et fagligt arrangement, der afholdes på et ekstravagant hotel?

SVAR: *Hvis I ønsker økonomisk støtte fra lægemiddelvirksomheder til jeres faglige møder, bør I undgå at benytte mødesteder, der er kendt for deres ekstravagance, da virksomhederne ikke må støtte arrangementer, der kan sende et signal om luksus.*

Der er som udgangspunkt et forbud mod at anvende 5-stjernede hoteller, gourmetrestauranter, slotte, herregårde, godser, palæer, golfhoteller, ski- og badehoteller (i sæsonen), bådfarter m.v.

Det skal dog pointeres, at der skal ses på det enkelte arrangements forhold, og at logistikken i nogle tilfælde godt kan begrunde brug af eksempelvis 5-stjernet hoteller, hvis der ikke er mulighed for at afholde arrangementet på andre mødesteder.

7. Må man medbringe sin ægtefælle til sponserede arrangementer?

SVAR: *Lægemiddelindustrien må ikke give sponsorater, betale for middage, flybilletter el.lign. til deltagerens ægtefæller. Sponsorater må alene gives til sundhedspersoner, som det faglige møde er relevant for. Lægemiddelvirksomheder må heller ikke agere rejsebureau eller booke billetter for ægtefæller mv.*

8. Kan man ansøge om sponsorstøtte til underholdning?

SVAR: *Nej, lægemiddelindustrien må ikke sponsere programpunkter, som er af social karakter eller som har sociale indslag/underholdning på programmet. Forbuddet gælder både underholdning i forbindelse med det faglige program og i forbindelse med efterfølgende middage.*

9. Hvorfor skal der fremlægges et budget i forbindelse med ansøgning om et sponsorat?

SVAR: *Et budget er nødvendigt for, at lægemiddelvirksomhederne kan se og dokumentere over for ENLI, at de udelukkende sponsorerer rent faglige aktiviteter, samt at eventuel forplejning og øvrig repræsentation er i overensstemmelse med ENLI's regler.*

10. Er man nødt til at udspecificere beløbene til forplejning, hvis der er angivet en samlet mødepakkepris i budgettet?

SVAR: *Ja. Der er indført beløbslofter for den forplejning, som lægemiddelvirksomheder må betale for i forbindelse med faglige møder, så det er vigtigt, at virksomhederne kan se, at disse beløbslofter*

er overholdt. Det er således ikke tilstrækkeligt i budgettet at skrive forplejning til 25 personer á 770 kr. Lægemiddelvirksomheden skal kunne se, hvad beløbet præcist dækker over. Det er ligeledes ikke tilstrækkeligt at angive prisen for måltider/forplejning sammen med lokaleleje mv. i budgettet.

11. Skal et eventuelt overskud fra et arrangement tilbagebetales til sponsorerne?

SVAR: Ja, hvis arrangøren af mødet er sundhedspersoner fx et medicinsk selskab. Det skyldes, at der er regler for, hvad lægemiddelvirksomheder må betale til sundhedspersoner. Hvis det, efter mødet er afviklet, viser sig, at der var lavere udgifter end forventet, skal overskuddet tilbagebetales til sponsorerne, da der ikke må ydes generel økonomiske støtte til individuelle sundhedspersoner fra lægemiddelvirksomheder.

Er arrangøren derimod en kommerciel virksomhed (et kommunikationsbureau, en avis el.lign.), vil et eventuelt overskud alene ses som profit for denne virksomhed, hvilket ikke reguleres af ENLI's regler.

12. Kan lægemiddelvirksomheder dække udgifter for sundhedspersoners kørsel i egen bil efter statens takster?

SVAR: Nej, Ved kørsel i egen bil kan alene faktisk afholdte udgifter dækkes (efter regning), herunder udgifter til færge og bro. Da det alene er direkte udgifter der dækkes, kan der ikke dækkes kørte kilometer i egen bil efter statens takster. Lægemiddelvirksomheden kan alene dække de direkte udgifter for sundhedspersonen. Der skal således ved kørsel i egen bil redegøres for, hvor mange kilometer, der er kørt og hvad det koster i brændstof alt efter hvor langt den pågældende bil kører på literen. ENLI har fastsat nogle takster for kørsel i egen bil som en administrativ hjælp. Disse kan anvendes i stedet for at udregne, hvor meget den enkelte bil kører på en liter brændstof/opladning. Se nærmere om dette i vejledningen til Reklamekodekssets § 13, stk. 7.

Lægemiddelvirksomheder skal sikre sig, at det alene er de faktiske udgifter, der dækkes. Dette kan bl.a. gøres ved, at lægemiddelvirksomheden sikrer sig, at det fremgår af kontrakten, at det alene er de faktiske udgifter, der dækkes ved kørsel i egen bil.

13. Kan man sælge en udstillingsstand til en lægemiddelvirksomhed, når arrangementet afholdes på et slot eller en herregård, og mødestedet derfor anses for ekstravagant eller luksuriøst?

SVAR: Ja, hvis arrangementets indhold har et sådant fagligt indhold, at det er i overensstemmelse med faglighedskriteriet og prisen på udstillingsstanden afspejler markedsprisen (og der dermed ikke indgår et skjult sponsorat i standprisen). I dette tilfælde vil man se på udstillingsstanden som et køb af annonceplads.

Der er således intet til hinder for, at en lægemiddelvirksomhed betaler for reklameplads, så længe købet står i rimeligt forhold til modydelsen, herunder afspejler markedsprisen ift.

eksponeringsmuligheden. Virksomhederne må således gerne reklamere over for sundhedspersoner, og der er ikke umiddelbart begrænsninger i forhold til, hvor der kan købes reklameplads. Der vil i disse tilfælde således ikke være tale om et sponsorat, men om køb af annonceplads.

Det bemærkes, at der i den forbindelse ikke differentieres mellem køb af annonceplads i lægefaglige magasiner, nyhedsbreve eller hjemmesider mv.

Afpkt. 5.5.3. i Lægemiddelstyrelsens vejledning til reklamebekendtgørelsen fremgår yderligere: "En lægemiddelvirksomhed kan ligeledes indgå en aftale med et fagligt selskab/en forening, der består af sundhedspersoner, om at få stillet reklameplads til rådighed på selskabets hjemmeside mod betaling, hvis betalingen står i rimeligt forhold til den leverede ydelse (reklamepladsen). Dette beror på en konkret vurdering af aftalens indhold og varighed, antallet af brugere af hjemmesiden og pris (markedsprisen) for tilsvarende reklameplads. Betalingen må ikke overstige markedsprisen for tilsvarende reklameplads."

Bilag A: Eksempel på 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 ENLI vurderer, hvorvidt et program er overvejende fagligt.

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 Reklamekodeksets § 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 B: Eksempel på budget

Indtægter	Antal	à	Beløb
Arrangørens egen finansiering, fx fra kontingenter	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
Navneskilte og kopiering af undervisningsmateriale	100	50	5000
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.)	2	5.000	10.000
Oplægsholderes transportudgifter på økonomiklasse	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 ikke må sponseres	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
Udgifter til afholdelse af bestyrelsesmøder (anses for driftstilskud og kan derfor ikke sponseres)			
I alt			40.000

HUSK: Evt. overskud skal til tilbagebetales til sponsorerne

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 C: Huskeliste i forbindelse med ansøgning om sponsorater hos lægemiddelvirksomheder til afholdelse af et fagligt arrangement

Når man skal ansøge om et sponsorat hos lægemiddelvirksomheder til afholdelse af et fagligt arrangement, skal man huske at oplyse følgende til den virksomhed, man ansøger om et sponsorat hos:

- Hvem er målgruppen for arrangementet – kun sundhedspersoner eller kommer der også andre faggrupper?
- Er programmet overvejende fagligt? – lægemiddelvirksomheden skal ud fra titlerne i programmet kunne se, om det pågældende programpunkt er sundhedsfagligt
- Hvor mange deltagere forventes der til arrangementet?
- I hvilket tidsrum varer arrangementet?
- Hvor skal arrangementet afholdes? (husk reglerne for valg af mødesteder, ingen 5* hoteller eller slotte/herregårde mv.)
- Hvor meget udgør lokaleleje, honorar til oplægsholdere mv.?
- Hvis sponsoratet dækker transportudgifter til oplægsholder, skal det fremgå hvilken klasse, der rejses på i forbindelse med flyrejser
- Bliver der serveret mad/drikke undervejs? Husk at udspecificere de enkelte udgiftsposter i budgettet, således at det er klart for virksomhederne, hvad prisen for morgenmad, frokost og middag er, samt øvrig forplejning i løbet af dagen.
- Hvis der betales for overnatning – hvor skal gæsterne overnatte, og hvad er prisen pr. overnatning pr. person?
- Kommer der nogen former for underholdning eller sociale aktiviteter? Underholdning skal altid være finansieret ved deltagernes egenbetaling. Dette skal i givet fald fremgå tydeligt af invitationen
- Husk at vedlægge et udspecificeret budget (se eksempel på budget på side 13)
- Husk, at et eventuelt overskud skal tilbagebetales til sponsorerne, hvis arrangørerne er sundhedspersoner. Dette bør fremgå af kontrakten.

Bilag D: Huskeliste i forbindelse med ansøgning om sponsorat hos lægemiddelvirksomheder til deltagelse i et fagligt arrangement

Når man skal ansøge om et sponsorat hos lægemiddelvirksomheder til deltagelse i et fagligt arrangement, skal man huske at oplyse følgende til den virksomhed, man ansøger om et sponsorat hos:

- Hvem er målgruppen for arrangementet? – er det kun sundhedspersoner, eller kommer der også andre faggrupper.
- I hvilket tidsrum varer arrangementet?
- Hvor mange deltagere forventes der til arrangementet?
- Er programmet overvejende fagligt? – lægemiddelvirksomheden skal ud fra titlerne i programmet kunne se, om det pågældende programpunkt er sundhedsfagligt.
- Mødestedet, hvor skal arrangementet afholdes? (husk reglerne for valg af mødesteder, ingen 5* hoteller eller slotte/herregårde mv.)
- Ansøges der om sponsorat for transportudgifter, skal det angives, hvilken klasse der rejses på, hvis der rejses med fly.
- Hvornår er der ud- og hjemrejse?
- Dækker sponsoratet også mad/drikke, skal prisen for de enkelte måltider samt den samlede forplejning pr. dag oplyses. Vær opmærksom på, at der er forskellige beløbsgrænser afhængigt af hvilket land, det pågældende arrangement afholdes i. Se de europæiske beløbsgrænser på ENLI.dk.
- Søges der om sponsorat til overnatning, skal det angives, hvor denne afholdes, og hvad prisen er pr. overnatning. (Husk reglerne for valg af mødested, ingen 5* hoteller, slotte/herregårde mv.)
- Kommer der nogen former for underholdning eller sociale aktiviteter? Underholdning skal altid være finansieret ved deltagernes egenbetaling.
- Betales der for et registreringsgebyr? Undersøg, om der fx er inkluderet abonnementer til tidsskrifter, adgang til sociale events, forplejning el.lign.

Bilag E: Huskeliste i forbindelse med salg af udstillingsstande til lægemiddelvirksomheder i forbindelse med et fagligt arrangement

Når man skal sælge en udstillingsstand til en lægemiddelvirksomhed i forbindelse med et fagligt arrangement, skal man huske at oplyse følgende til den virksomhed, man kontakter:

- Er programmet overvejende fagligt? – lægemiddelvirksomheden skal bl.a. ud fra titlerne i programmet kunne se, om det pågældende programpunkt er sundhedsfagligt.
- Hvor mange deltagere forventes der til det pågældende arrangement?
- Hvilket tidsrum varer arrangementet, og hvor mange dage er der udstillingsstande?
- Hvor skal arrangementet afholdes? (Reglerne for valg af mødesteder gælder ikke, såfremt der alene købes en udstillingsstand til markedspris).
- Hvad er kvadratmeterprisen inkl. moms? (der skal ikke indgå eventuelt deltagergebyr for virksomhedens medarbejdere, forplejning mv. i denne pris).
- Hvis kvadratmeterprisen er over 2.000 kr. inkl. moms, kan der være tale om et sponsorat og man skal derfor benytte bilag B. Vær derfor opmærksom på, om der alene er tale om salg af en udstillingsstand, eller om der også er tale om ansøgning af et egentligt sponsorat.
- Er udstillingsstandene holdt adskilt fra det område, hvor det faglige program afholdes?
- Er det kun sundhedspersoner, der har adgang til udstillingsstandene?