

AN-2025-1978, bannerreklame, pligtoplysninger

Ankenævnets sagsnr.:	AN-2025-1978
Afgørelsesdato:	4. juni 2025
Ankenævn:	Strange Beck (formand), Ghita Astrup og Sisse Rye Ostrowski
Anke af afgørelse:	Granskningsmandspanelet's afgørelse af 14. april 2025 i sag R-2025-1007
Klageemne:	Bannerreklame, pligtoplysninger; Reklamekodeks § 5, stk. 1
Anket af:	Takeda Pharma A/S, Delta Park 45, 2665 Vallensbæk Strand ("Takeda")

Denne sag vedrører Takedas anmodning om Ankenævnets stillingtagen til Granskningsmandspanelet's afgørelse af 14. april 2025 i sag R-2025-1007 relation til spørgsmålet om, hvorvidt en bannerreklame er i strid med Reklamekodeks.

Sagens omstændigheder

Den 10. marts 2025 udtager Granskningsmandspanelet en bannerreklame for lægemidlet Fruzaqla (fruquintinib) til kontrol. Bannerreklamen er forinden anmeldt til ENLI af Takeda. På banneret fremhæves følgende: "**Fruzaqla** (fruquintinib) kapsler". Nedenunder gengives Takedas logo, betegnelsen "ONCOLOGY", samt virksomhedens fulde navn, adresse og telefonnummer. Granskningsmandspanelet vurderer umiddelbart, at reklamen er i strid med Reklamekodeks.

Efter høring af Takeda træffer Granskningsmandspanelet afgørelse i sagen den 14. april 2025.

Granskningsmandspanelet finder, at Reklamekodeks er overtrådt: Det fremgår af Vejledningen til Reklamekodeks § 6, at denne såkaldte reminder-regel finder anvendelse, når en reklame alene henvender sig til sundhedspersoner, hvorefter reklamen kan begrænses til kun at indeholde lægemidlets navn og fællesnavn samt firmanavn, firmaets adresse og logo. Hvis der fremgår andre oplysninger, er der krav om henvisning til pligttekst. Reglen skal fortolkes snævert. Idet reklamen henviser til "kapsler", indeholder reklamen information om lægemiddelformer, hvorfor bannerreklamen ikke er omfattet af reminder-reglen. Af Reklamekodeks § 5, stk. 1, fremgår, at en reklame kun er fyldestgørende, hvis den medfølges af en pligttekst. Bannerreklamen indeholder ikke en henvisning til pligtteksten, og indikationen fremgår ikke af den reklamebærende del. På den baggrund finder Granskningsmandspanelet, at bannerreklamen ikke er fyldestgørende og dermed ikke er i overensstemmelse med Reklamekodeks § 5, stk. 1.

Takeda pålægges en bøde på 60.000 kr. for overtrædelse af Reklamekodeks § 5, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 4, stk. 1, litra e.

Den 12. maj 2025 anker Takeda Granskningsmandspanelet's afgørelse af 14. april 2025.

Ankenævnet har anmodet Granskningsmandspanelet om at fremkomme med eventuelle bemærkninger og supplerende oplysninger i forbindelse med ankesagen. Granskningsmandspanelet har fremsendt sine bemærkninger ved brev af 27. maj 2025.

Takedas anbringender

Takeda gør i anken af 12. maj 2025 navnlig følgende gældende:

- Det globale Fruzaqla logo har ordet "Kapsler"(Capsules) som en del af logoet. Ordet kapsler er en integreret del af logoet og banneret indeholder efter Takedas mening derfor ikke nogen anprisning. Dette fremgår yderligere af bilag til Takedas høringssvar om det globale Fruzaqla logo i sin helhed.

- Det fremgår af Vejledningen til Reklamekodeks § 6, at reminder-reglen finder anvendelse, når en reklame alene henvender sig til sundhedspersoner, hvorefter reklamen kan begrænses til kun at indeholde lægemidlets navn og fællesnavn samt firmanavn, firmaets adresse og logo. Hvis der fremgår andre oplysninger end de ovenfor nævnte, er der krav om henvisning til pligttekst. Det bemærkes i øvrigt, at reglen skal fortolkes snævert.

- På baggrund af ovenstående vejledning har vi henvist direkte til pligtteksten på banneret, således at pligtteksten er et klik væk. Linket påføres banneret af Dagens Medicin og fremgår derfor ikke af det fremsendte materiale. Pligtteksten var vedlagt den oprindelige anmeldelse. Dette er en standard procedure hos Dagens Medicin for henvisning til pligttekst. Det fremgår yderligere i bilag

til høringsvaret vedrørende annoncering i mailkorrespondancen mellem Takeda og Dagens Medicin, hvori de nævner de specifikke forhold for, hvordan linket til pligttekst bliver påført korrekt, samt håndteres direkte af Dagens Medicin. Banneret skulle anvendes på dagensmedicin.dk og henvender sig derfor alene til sundhedspersoner, banneret indeholder lægemidlets navn og fællesnavn, firmanavn, adresse og logo, samt et link til pligttekst, da kapsler indgår i logoet. Takeda mener dermed, at kravet for reminder-reglen er overholdt. Det skal yderligere nævnes, at da der er henvist til pligtteksten er det ikke i modstrid med Reklamekodeksets § 5, stk. 1.

Granskningsmandspanelets anbringender

Granskningsmandspanelet gør i høringsvar af 27. maj 2025 navnlig følgende gældende:

- Indikation: Af Vejledningen til Reklamekodeksets § 5, stk. 1, nr. 3, der vedrører krav om angivelse af indikation i reklamematerialer, fremgår følgende: "[...] I AN-2017-2394 bemærkede Ankenævnet, at bestemmelsen i § 5, stk. 1, nr. 3, understreger, at angivelse af indikationsområdet for et lægemiddel er centralt i reklamer for lægemidler. Lægemidlets produktresumé skal være en integreret og iøjnefaldende del af reklamen, som den typiske læser (sundhedsperson) ikke kan undgå at tage stilling til som en del af reklamens samlede budskab. Derfor kravet om, at den fulde indikation (produktresuméet) skal fremgå tydeligt, hvor sygdomsområdet nævnes først." "Dog bemærker Ankenævnet, at såfremt reklamematerialet alene udgør ét ark (evt. med skrift både på for- og bagside), stilles der ikke krav til, hvor på arket den fulde indikation fremgår, jf. AN-2017-2394. Det bemærkes, at **i øvrigt reklamemateriale bør den fulde indikation fremgå af den reklamebærende del**, hvis der ellers er risiko for, at reklamen kan opfattes som vildledende eller ikke fyldestgørende i forhold til de øvrige udsagn i reklamen og reklamens opsætning. Væsentlige og nødvendige oplysninger af betydning for fyldestgørende og retvisende reklame kan derfor som udgangspunkt ikke adskilles fra den reklamebærende del. Såfremt det ikke er muligt, af pladmæssige hensyn, at hele lægemidlets indikation fremgår af reklamematerialet, vil man derfor ikke kunne benytte det pågældende reklameformat, fx en bannerreklame, hvor pladsen er begrænset. [...]" [Granskningsmandspanelets fremhævninger].

På baggrund af ovenstående er det Granskningsmandspanelets vurdering, at banner-reklamerne ikke anses som værende fyldestgørende, da indikationen ikke er angivet på den reklamebærende del, og reklamerne findes dermed ikke at være i overensstemmelse med Reklamekodeksets § 5, stk. 1, desuagtet, om banner-reklamerne de facto indeholdt korrekt henvisning til pligttekst.

- Pligttekst: Reklamemateriale skal indeholde en pligttekst for at være fyldestgørende. Ved elektroniske reklamer, herunder banner-reklamer, accepteres undtagelsesvist et direkte link til pligtteksten på den reklamebærende del, hvor der skal stå "Læs pligtteksten her" eller lign., så det klart fremgår, hvor pligtteksten kan findes. Af de anmeldte banner-reklamer fremgår denne information ikke. Takeda har i høringsvar af 26. marts 2025 oplyst følgende: "[...] På denne baggrund valgte vi at der skulle linkes fra banneret til pligtteksten. Pligtteksten var vedlagt anmeldelsen. Vi anerkender at dette ikke blev uddybet i kommentarfeltet af vores anmeldelse til

ENLI, men det er normal praksis, at linket påføres af mediet, og derfor ikke fremgår af det fremsendte materiale. Der er vedlagt mailkorrespondance med Dagens Medicin. [...]". Granskningsmandspanelet finder ikke, at Takeda i tilstrækkelig grad har dokumenteret, at der på selve banner-reklamerne er/var en tydelig henvisning til pligtteksten, fx med teksten "Læs pligttekst her". Det er Granskningsmandspanelet opfattelse, at den fremsendte mailkorrespondance mellem Dagens Medicin og Takeda (5. og 7. marts 2025) alene viser, at Dagens Medicin står for den tekniske løsning til et link til pligtteksten. Af mailkorrespondancen ses hverken teksten, der skal stå på banner-reklamerne - fx "Læs pligttekst her" eller drøftelse af placering af teksten. Der er tidligere anmeldt reklamematerialer, herunder banner-reklamer, som er blevet vist af Dagens Medicin. I disse reklamer har lægemiddelvirksomhederne selv sørget for, at der var tydelig henvisning til pligtteksten på den reklamebærende del. Det antages, at Dagens Medicin i disse reklamer ligeledes har håndteret den tekniske løsning med at linke til pligtteksten.

- På baggrund af ovenstående er det Granskningsmandspanelet vurdering, at banner-reklamerne ikke er fyldestgørende og dermed ikke er i overensstemmelse med Reklamekodeksens § 5, stk. 1, da reklamerne hverken indeholder angivelse af indikation eller henvisning til pligttekst, hvorfor afgørelse af 14. april 2025 fastholdes.

Ankenævnets bemærkninger og konklusion

Reklamer, der udelukkende henvender sig til sundhedspersoner, kan begrænses til lægemidlets navn og fællesnavn, jf. Reklamebekendtgørelsen § 12 og Reklamekodeks § 6. Hvis der medtages andre oplysninger, falder reklamen uden for bestemmelsen. Der kan dog anføres firmanavn, firmaets adresse og logo, der identificerer afsenderen af reklamen, jf. Vejledningen til Reklamebekendtgørelsen, pkt. 5.2. Hvis der, som i Takedas bannerreklame, anføres logo i reklamen og logoet indikerer lægemidlets anvendelse ("kapsler") og sygdomsområde ("oncology"), finder de almindelige reklameregler anvendelse, således at indikation for lægemidlet og samtlige pligtoplysninger skal medtages, jf. Vejledningen til Reklamekodeks § 5, stk. 1 nr. 3 og § 6.

Reklamer for lægemidler over for sundhedspersoner skal indeholde en række pligtoplysninger som nærmere angivet i Reklamekodeks § 5. Ifølge bestemmelsens stk. 2 skal disse oplysninger fremtræde så tydeligt, at den naturlige målgruppe for reklamen ubesværet kan læse dem. Ved elektroniske reklamer som bannerreklamer er det accepteret, at teksten med pligtoplysninger kan findes via et direkte link fra reklamen med angivelse af, at pligtoplysningerne kan findes her, jf. Vejledningen til Reklamekodeks § 5, stk. 2. Takeda har fremlagt en mailkorrespondance med Dagens Medicin, der dokumenterer, at Takeda har haft en klar intention om, at der via Dagens Medicin skulle etableres et link til pligtoplysningerne for lægemidlet. Det fremgår af mailkorrespondancen, at Dagens Medicin skal stå for den tekniske løsning i denne forbindelse. Takeda har derimod ikke dokumenteret, at der på banner-reklamerne vil være en tydelig henvisning til pligtoplysningerne.

Da Takedas reklame hverken indeholder den påkrævede indikation for lægemidlet eller relevant henvisning til pligtoplysninger, er reklamen i strid med Reklamekodeks § 5.

Granskningsmandspanelets afgørelse af 14. april 2025 stadfæstes.

Under de foreliggende omstændigheder kan bøden for overtrædelsen af reklamereglerne forekomme ganske høj. Bøden må imidlertid ses i lyset af, at lægemiddelindustrien for kort tid siden har forhøjet bødesatserne betragteligt, hvorefter minimumsbøden for denne overtrædelse af reklamereglerne nu udgør 60.000 kr.

Ankenævnets afgørelse

Granskningsmandspanelets afgørelse af 14. april 2025 stadfæstes.

Takeda pålægges en bøde på 60.000 kr. for overtrædelse af Reklamekodeks § 5, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 4, stk. 1, litra e.

Takeda pålægges desuden et gebyr på 6.000 kr. + moms for anke af Granskningsmandspanelets afgørelse, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI, § 7, stk. 8.