

VIF - Markedsføringsnævnet
Att.: Torben Svejstrup
Strødamsvej 50 A
2100 København Ø

VIF NR. 181

Udtalelse vedrørende fortolkning af reklamebekendtgørelsen.

Nævnet har i brev af 9. januar 2007 anmodet Lægemiddelstyrelsen om at en udtalelse vedrørende fortolkningen af reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, nr. 2.

30. januar 2007

T (dir.) +45 44 88 95 20

Baggrunden er en verserende sag i Nævnet, som vedrører reklamereglernes anvendelse i relation til annoncering/reklamering i forbindelse med afholdelse af kursus for sundhedspersoner.

Journal nr:

5402-160

Vor ref:

Morten Dahl Nielsen

I den konkrete sag blev der afholdt et kursus med den indklagede lægemiddelvirksomhed, som den ene kursusarrangør. I forbindelse med annonceringen for det pågældende kursus blev der gjort opmærksom på, at deltagerne ved personligt fremmøde havde mulighed for at vinde en håndholdt computer (PDA). Computeren var ikke sponsoreret af den indklagede lægemiddelvirksomhed, men derimod af de i kurset medvirkende IT-firmaer. Nævnet anfører selv, at der ikke i det annoncerede kursusprogram var emner, som var relateret til behandlingsformer generelt eller til anvendelsen af specifikke lægemidler.

Da det af Lægemiddelstyrelsens vejledning om reklame for lægemidler fremgår, at "Forbuddet mod at afholde konkurrencer for og udlodde præmier til medicinalpersoner er absolut", rejser Nævnet følgende spørgsmål:

- 1) Skal den citerede del af reklamevejledningen forstås således, at der under ingen omstændigheder må udloddes præmier til medicinalpersoner?
eller
- 2) Skal den anførte præcisering forstås således, at det er tilladt at udlodde præmier til medicinalpersoner, når dette sker i forbindelse med en reklame for eller som led i markedsføring af en lægemiddelvirksomhed som sådan, og når der i reklamen/annonceringen ikke nævnes noget om lægemidler, fordi en sådan reklame/annoncering falder udenfor lægemiddellovgivningens reklamebegreb?



Lægemiddelstyrelsen har i den anledning følgende bemærkninger:

Ifølge reklamebekendtgørelsens¹ § 8, stk. 1, nr. 2, må der ikke i reklameøjemed eller i øvrigt for at fremme salget af et lægemiddel afholdes konkurrencer for og udloddes præmier til medicinalpersoner (sundhedspersoner).

Formålet med bestemmelsen er at sikre, at irrelevante faktorer ikke indvirker på sundhedspersoners valg af lægemidler og leverandører.

Formuleringen ”i reklameøjemed eller i øvrigt for at fremme salget af et lægemiddel” sigter på situationer, hvor formålet med en aktivitet er at fremme salget af lægemidler.

Det fremgår af Lægemiddelstyrelsens vejledning om reklame for lægemidler, at forbudet mod at afholde konkurrencer for og udlodde præmier til sundhedspersoner er ”absolut”, og at det indebærer, at såvel konkurrencens karakter som præmiens værdi er uden betydning². Det er således uden betydning, om der f.eks. er tale om store eller små præmier, eller der evt. indgår faglige elementer i konkurrencematerialet.

Lægemiddellovgivningens reklamebegreb skal fortolkes bredt som ”enhver form for opsøgende informationsvirksomhed, kundesøgning eller holdningspåvirkning, der tager sigte på at fremme ordinerings, udlevering, salg eller forbrug af lægemidler”³.

Det vil efter Lægemiddelstyrelsens opfattelse være en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, nr. 2, hvis en lægemiddelvirksomhed afholder en konkurrence for og udlodder præmier til sundhedspersoner. Styrelsen er således af den opfattelse, at sådanne aktiviteter har til formål at fremme ordinerings og salg af lægemidler – uanset om der er nævnt konkrete lægemidler i annoncer om konkurrencen.

Med venlig hilsen



Morten Dahl Nielsen

¹ Bekendtgørelse nr. 793 af 10/9 2001 om reklame for lægemidler

² Jf. Vejledning nr. 166 af 5/10 1998 om reklame for lægemidler, punkt 5.6.

³ Jf. Vejledningen om reklame for lægemidler, punkt 2.1, og direktiv 2001/83 om oprettelse af en fællesskabskodeks for humanmedicinske lægemidler, artikel 86