



Dato: 14.11.2011
Ref: HP

Spørgsmål og svar på VIF's kursus den 2. november 2011 om sponsorering.

På VIF's kursus om sponsorering den 2. november 2011 gennemgik specialkonsulent Morten Dahl Nielsen fra Lægemiddelstyrelsen eksempler på sponsorering og besvarede spørgsmål indsendt af deltagerne.

Eksempel 1:

Invitation til Jubilæumsweekend fra dyrlæge til dyrlæger. Anmodning om sponsorering af den faglige del af følgende arrangement:

Dag 1: Middag Dag 2: Fagligt møde for dyrlæger/bytur for ægtefæller, frokost, efter frokost socialt/kultur arrangement, festmiddag om aftenen

Hele arrangementet inkl. ophold på hotel 1.250 kr. pr. deltager ekskl. drikkevarer og frokost på dag 2.

Svar: Det er som udgangspunkt ulovligt at sponsorere et sådant arrangement, da man ikke må give dyrlæger økonomiske fordele/gaver; jfr. reklamebekendtgørelsens § 21, stk. 1. Ifølge bekendtgørelsens § 25 er det tilladt at sponsorere de direkte udgifter til f.eks. en foredragsholder som del i det faglige arrangement. Hvis der er en reklameværdi i arrangementet for den sponsorerende virksomhed kan det også være tilladt at yde betaling for dette, men der skal være et "rimeligt forhold" mellem ydelse og modydelse; jfr. reklamebekendtgørelsens § 23. (Jo mindre arrangement, jo lavere reklameværdi).

Eksempel 2:

Brev til lægemiddelvirksomhed fra dyrlæge:

XX-dyrlægeforeningen af XXX har i år valgt at henlægge sit årlige faglige symposium til Golf Hotel XX. Dette symposium vil omhandle aktuelle veterinære emner vedr. kvægsygdomme og –produktion præsenteret af foreningens medlemmer. Indlæg og den efterfølgende debat er sædvanligvis på et højt fagligt niveau, hvorfor de er særdeles velbesøgte og værdsatte af medlemmerne.

Vi håber XX vil lade sig repræsentere og tillige sponsorere arrangementet med et beløb på f.eks. 10.000 kr. Der vil i forbindelse med de faglige indlæg være mulighed for et sponsorindlæg efter eget valg på ca. 15 minutter.

Medsponsoreres forventes at blive XXX

Svar: Det er ulovligt at yde et generelt pengebeløb til et arrangement, som man her beder om = gave. Virksomheden kan som sponsor afholde specifikke/direkte udgifter; jfr. reklamebekendtgørelsens § 25, stk. 1, nr. 2. Det er OK at betale for værdi af sponsorindlæg, men der skal være et "rimeligt forhold" mellem ydelse og modydelse; jfr. reklamebekendtgørelsens § 23. (Jo mindre arrangement, jo lavere reklameværdi).

Eksempel 3:

Brev til lægemiddelvirksomhed fra dyrlæge:

Som tidligere år inviteres I hermed til at deltage i og støtte vores årlige klientmøde, som afvikles den XX i XX kongrescenter. Vi har sat et program sammen, som vi forventer vil tiltrække 150 – 180 ejere og ansatte i svineproduktionen.

Samtlige XXdyrlæger og kontorphonale vil være til stede dagen igennem.

Vi håber, at I vil deltage i mødet, høre indlæggene og benytte lejligheden til at træffe slutbrugerne af Jeres produkter.

Der vil være et antal borde i salen, som kan anvendes til præsentation eller udlevering af materialer.

Svar: Det er ikke tilladt at sponsorere dyrlægers afholdelse af klientmøder (i modsætning til møder, som apoteker holder for offentligheden, såkaldte borgermøder, jfr. reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1). Hvis der er en reklameværdi i arrangementet for den sponsorerende virksomhed, f.eks. adgang til at have en stand på mødet, kan det være tilladt at yde betaling for dette, men der skal være et "rimeligt forhold" mellem ydelse og modydelse; jfr. reklamebekendtgørelsens § 23. (Jo mindre arrangement, jo lavere reklameværdi). I og med at alle lægemidler til svin er receptpligtige, vil det være vanskeligt at argumentere for, at der – lovligt – skulle være en reklameværdi for en virksomhed i at deltage i et møde for svineproducenter.



Eksempel 4:

Brev til lægemiddelvirksomhed fra praktiserende dyrlæge:

Ansøgning om tilskud til dækning af udgifter i forbindelse med udarbejdelse af hovedopgave på fagdyrlægestudiet.

Jeg vil gerne søge om tilskud til dækning af udgifter i forbindelse med min hovedopgave på dyrlægestudiet.

Mit projekt handler om ormebehandling af heste Jeg ser bl.a. på anbefaling af behandling med henholdsvis X og X (lægemidler). Der udarbejdes forslag til en fremtidig model for kontrolstrategier i hestebesætninger med ormemedler som værktøj.

Jeg håber i finder interesse i at støtte mit projekt.

Svar: Det er ulovligt at yde et generelt tilskud til en dyrlæge = gave. Det er ifølge reklamebekendtgørelsens § 25, stk. 1, nr. 2 lovligt at yde sponsorering af faglige aktiviteter, som sundhedspersoner deltager i, men kun til direkte udgifter – ikke i form af et generelt tilskud. Der er ikke i reglerne nogen begrænsning med hensyn til sponsorerede aktiviteter varighed.

Eksempel 5:

Brev til lægemiddelvirksomhed fra praktiserende dyrlæge:

Dyrehospitalet XX producerer nyt flot magasin.

Dyrehospitalet XX tilbyder alle almindelige former for smådyrsbehandling. Vi ønsker at give dig og dit kæledyr en professionel ydelse af høj faglig standard. Vi kan tilbyde en lang række specialundersøgelser og behandling. Vi har også stor ekspertise i Dette og meget mere ønsker vi at fortælle om i vores nye magasin.

Magasinet produceres i 4-farvetryk, i 3.000 eksemplarer. Magasinet skal bruges til at skærpe XX dyrehospitals profil internet og eksternt. Magasinerne vil hovedsageligt blive brugt over for nuværende og potentielle klienter samt samarbejdspartnere i vores bestræbelser på vækst.

Vi henvender os netop til jer, fordi vi håber I har lyst til at være med til at fortælle historien om dyrehospitalet XX. I vil få mulighed for at købe annonce- eller artikelpads i magasinet og vil om få dage blive kontaktet af en medarbejder fra XX som står for produktionen af magasinet.

Svar: Det er lovligt at yde betaling for annonceplads i et magasin, men der skal være et rimeligt forhold mellem reklameværdi og betaling. Det skal fremgå tydeligt, at det er en reklame, og hvem der er afsender. Reklamen skal overholde lægemiddelovens reklameregler (hvoraf det bl.a. fremgår, at man ikke må reklamere for receptpligtige lægemidler over for offentligheden).

Eksempel 6:

En dyrlæge har et regelmæssig indlæg på lokalradioen og vil gerne mod betaling informere om brug af vort produkt i et sådant indlæg.

Svar: Hvis en virksomhed betaler en dyrlæge for at omtale et lægemiddel i radioen eller andetsteds, er der tale om reklame for et lægemiddel. En sådan omtale skal overholde lægemiddelovens reklameregler – det vil bl.a. sige, at det tydeligt skal fremgå, at der er tale om en reklame, og at man ikke må omtale receptpligtige lægemidler.

Eksempel 7:

En dyrlæge anmoder om sponsorering af en annonce for dyreklinikken i den lokale avis. Firmaet kan få nævnt et produktnavn i annoncen.

Svar: Det er ulovligt, hvis dyrlægen kobler reklame for et lægemiddel sammen med reklame for sin klinik.

Betaling for lovlige bannerreklamer på dyrlægers hjemmesider accepteres, hvis der er et rimeligt forhold mellem reklamens værdi og betaling for at have reklamen på hjemmesiden.



Sponsorering af en dyrlæges reklame for sin praksis er ulovlig driftsstøtte = gave.

Eksempel 8:

En dyrlæge anmoder om sponsorering af udvikling af en hjemmeside for klinikken. Firmaet kan få nævnt et produktnavn på hjemmesiden.

Svar: Det er ulovligt at yde driftsstøtte til en dyrlæge = gave. Det er derimod lovligt, at betale for annonceplads på hjemmeside, men der skal være et rimeligt forhold mellem reklameværdi og betaling, og lægemiddellovens krav til lægemiddelannoncer skal overholdes.

Eksempel 9:

En gruppe dyrlæger ønsker støtte til afholdelse af en faglig aften med diskussion omkring behandling af en bestemt sygdom. Firma inviteres mod betaling til at komme med produkt-indlæg og en lille udstilling (receptpligtigt produkt til behandling af den diskuterede sygdom). Man ønsker også deltagelse af en landmand, der kan dele sine praktiske erfaringer med behandling af dyr med den givne sygdom.

Svar: Man må ifølge reklamebekendtgørelsens § 25, stk. 1, nr. 2 sponsorere direkte udgifter (f.eks. honorar til ekstern foredragsholder og til kursusmateriale) til dyrlægers interne kurser og andre faglige aktiviteter. Det er også tilladt for virksomheden at yde betaling for adgang til produktindlæg og stand, hvis der er rimeligt forhold mellem reklameværdi og betaling. Hvis der er en eller flere personer fra offentligheden (f.eks. en landmand) til stede, er det ikke tilladt at omtale receptpligtige lægemidler.

Eksempel 10:

En veterinærpsygeplejerske, der fungerer som hundetræner ved siden af sit arbejde på dyreklinikken, anmoder om sponsorering af overtøj/jakke (gerne med produktnavn(e) på) til brug ved hundetræning.

Svar: Dette vil blive betragtet som ulovlig økonomisk støtte = gave til fritidsbrug.

Spørgsmål:

1. Kan industrien sponsorere faglige møder der afholdes lige syd for den dansk-tyske grænse, over broen til Malmø eller færgen til Helsingborg? Der kan være gode faciliteter til en billigere pris disse steder end på den danske side af grænsen, hvilket kunne retfærdiggøre afholdelse der for persongrupper, der kommer fra nærområdet.

Svar: Det er lovligt at sponsorere, hvis afholdelse i udlandet er begrundet i væsentlige indholdsmæssige, praktiske eller økonomiske omstændigheder; jfr. reklamebekendtgørelsens § 25, stk. 3. For så vidt angår reklameaktiviteter i udlandet, er det det pågældende lands reklameregler, der gælder, selv om det er danske dyrlæger eller landmænd der deltager.

2. Må en lægemiddelvirksomhed betale for dyrlægens tid ved konsulentbesøg?

Svar: Nej. En sådan betaling vil blive betragtet som driftsstøtte.

3. Gaver til sundhedspersoner skal være af begrænset værdi og anvendes i forbindelse med dyrlægens hverv. Må man købe dyrere teknisk klinik udstyr og låne det ud til klinikker/dyrlæger ?

Svar: Som udgangspunkt nej. Der lægges vægt på gavens brugsværdi for dyrlægen. Gaver må bl.a. kun være af ubetydelig værdi og samlede værdi af gaver ydet af en virksomhed til en dyrlæge må ikke overstige 300 kr. i et kalenderår.

4. Rejser for dyrlæger i forbindelse med udenlandske kongresser? Hvad er lovligt?



Svar: Se reklamebekendtgørelsens § 25, hvoraf det bl.a. fremgår, at man kun må sponsorere dyrlægers direkte udgifter til faglige eller videnskabelige aktiviteter.

5. Rejser for dyrlæger i øvrigt – egen planlægning, uden kongresser?

Svar: Sponsorerede aktivitet skal være fagligt relevante. Der skal være væsentlige indholdsmæssige, praktiske eller økonomiske omstændigheder der gør, at arrangementet afholdes i udlandet. Må kun sponsorere direkte udgifter.

6. Sportsarrangementer for dyrlæger m.m. vedrørende lægemidler – er det OK?

Svar: Det er ulovligt at sponsorere sociale arrangementer.

7. Middagsinvitationer – er der et princip eller et prisloft?

Svar: Det er ulovligt at sponsorere rent sociale arrangementer. Hvis der er tale om en middag i tilknytning til et fagligt arrangement, kan det være i orden at sponsorere, hvis reklamebekendtgørelsens § 25 overholdes.

8. Dyreklinikker og sammenslutninger, der beder om sponsorkroner til egen promovring – er det OK?

Svar: Det er ulovligt at give driftsstøtte til klinikken = ulovlig gave.

9. Regionalforeninger, der ansøger om tilskud til at afholde arrangementer.

Svar: Det er tilladt at yde sponsorering i form af betaling af direkte udgifter til faglige og videnskabelige aktiviteter, som sundhedspersoner deltager i eller afholder; jfr. reklamebekendtgørelsens § 25, stk. 1, nr. 2.

10. Må virksomheden omtale sygdomme på en hjemmeside, som er tilgængelig for offentligheden?

Svar: En virksomhed må gerne sætte fokus på en bestemt sygdom på sin hjemmeside, men siden skal være blottet for produktomtale. Man må ikke – direkte eller indirekte – være i stand til at identificere et receptpligtigt lægemiddel via omtalen af sygdommen. Grænsen for, hvad man må, er flydende. Man må f.eks. ikke skrive: "Der findes et lægemiddel til behandling af". Reklame med det formål at eksponere en virksomhed uden lægemiddelomtale er lovlig og falder uden for reklamereglerne.

11. Må lægemiddelvirksomheder godt være til stede under arrangementer for offentligheden?

Svar: Personer fra lægemiddelvirksomheder må godt være til stede under arrangementer for offentligheden, men man må ikke reklamere for receptpligtige lægemidler. Hvis man bliver spurgt direkte, skal man passe på, hvad man siger.

12. Gør det nogen forskel, om det er dyrlægen eller virksomheden, der udleverer materiale til offentligheden?

Svar: Det kommer an på indholdet af materialet. Hvis der er tale om materiale, der har til formål at fremme salg af et lægemiddel er det reklame uanset, om det er dyrlægen eller virksomheden, der udleverer; jfr. reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 1.

13. I invitation til reception hos dyrlæge bedes om i stedet for gave at indsætte beløb ind på konto.

Svar: Dette er ulovligt. Der må kun ydes gaver i form af naturalier (af ubetydelig værdi ...)