

### **Årsrapport 2018 fra ViNordics markedsføringsnævn:**

I perioden fra april 2017 til april 2018 har Markedsføringsnævnet behandlet 15 sager. Nævnet har i perioden ikke behandlet forespørgsler fra ViNordic-medlemmer.

De i perioden behandlede sager har omhandlet:

- Pressemeddelelser og artikler (sag nr. 356, 358, 359, 360, 362 og 364)
- Sociale medier/hjemmeside (sag nr. 355 og 366)
- Reklame for receptpligtige lægemidler over for offentligheden (sag nr. 361 og 369)
- Sammenlignende reklame (sag nr. 362)
- Manglende dokumentation eller overensstemmelse med SPC (sag nr. 354, 361 og 367)
- Vildledende/ikke fyldestgørende reklame (sag nr. 368)
- Gaver til dyrlæger (sag nr. 363)

#### **Pressemeddelelser og artikler:**

(356) I den webbaserede landbrugsavis Svin+ var optaget en artikel, som var sponsoreret af Hipra. Uagtet at særnævnet på indklagedes vaccine ikke fremgik af artiklen, lagde nævnet til grund, at den praktiserende dyrlæge ville vide, hvilket lægemiddel der omtales ("Hipra har udviklet en vaccine mod gaspustersyndromet ..."). Nævnet fandt, at der således var tale om en reklame for et lægemiddel, der var omfattet af lægemiddelovens reklameregler. Nævnet lagde derfor til grund, at artiklen måtte betragtes som en reklame for et receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden, hvorfor der foreslå en overtrædelse af lægemiddelovens § 66. Indklagede pålagdes bøde for den konstaterede overtrædelse.

(358) I en artikel benyttedes overskriften "afværge angreb på katten med et enkelt sprøjt", som klager anså for at være en reklame for et af Boehringer Ingelheims lægemidler. Boehringer Ingelheim benægtede at være involveret i artiklens tilblivelse, og da der ikke var ført bevis for det modsatte, fik klager ikke medhold i, at der var tale om reklame for et receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden.

(359) På basis af en pressemeddelelse fra MSD Animal Health om Bravecto Spot On blev der i Ugeavisen for Odsherred indrykket en artikel under overskriften: "Langtidsvirkende middel mod flåter og lopper til katte". I den udsendte pressemeddelelse var Bravecto tyggetablet til hund omtalt, hvilket efter klagers opfattelse var en reklame for et allerede kendt lægemiddel, hvorfor kravene for pressemeddelelsers undtagelse fra lægemiddelovens reklameregler ikke var opfyldt. Nævnet var enig med klager i, at omtalen af et receptpligtigt lægemiddel til hund er fagligt irrelevant/vildledende i en pressemeddelelse, som omhandler et nyt lægemiddel til kat. Der

var derfor tale om reklame for et receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden, hvilket medførte pålæg af bøde.

(360) I en artikel i Dyrslægemedicinen (som baserede sig på MSD Animal Health pressemeddelelse angående et langtidsvirkende middel mod flåter og lopper til katte) forekommer meningsforstyrende udsagn. Da artiklen således ikke var identisk med indholdet i indklagedes pressemeddelelse var det Dyrslægemedicinen, som havde ansvaret med de vildledende/irrelevante/urigtige udsagn – og ikke indklagede. Klageren fik derfor ikke medhold.

(362) Ceva havde udsendt en pressemeddelelse om deres produkt MHyogen. På baggrund af pressemeddelelsen var der i bladet Hyo en artikel med overskriften "Ny vaccine mod mycoplasma kan efterprøves på slagteriet". Ved behandlingen af klagesagen lagde Nævnet indledningsvis til grund, at der ikke var tale om en ny vaccine mod mycoplasma lungesyge. Allerede af den grund kunne den til pressen udsendte meddelelse ikke betragtes som en pressemeddelelse i reklamelovens forstand, hvorfor den måtte vurderes som en reklame for et receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden. Nævnet fandt endvidere, at der i det udsendte materiale var anvendt udtryk af sammenlignende karakter ("Den helt samme stamme af mycoplasma. Det vil sige den, som dækker bredest"). Endvidere anførtes det, at vaccinen "yder en kompromisløs beskyttelse ....", hvilket efter Nævnets opfattelse var en anprisning af lægemidlet, som der ikke var dokumentation for. Endelig bemærkede Nævnet, at anvendelsen af udsagnet "Har der også været PCV2 i blodet i besætningen, vil en supplerende Circovac-vaccination ...." anses for irrelevant i en "pressemeddelelse", der omhandler et andet lægemiddel. Ligesom udsagnet "For at få den nøjagtige pris .... skal man kontakte sin sædvanlige vaccineleverandør" efter Nævnets opfattelse ikke hører hjemme i en pressemeddelelse. For den pålagde overtrædelse af reklamereglerne pålagdes bøde.

(364) Ceva havde i en pressemeddelelse for lægemidler "Zeleris" anvendt udsagnene "oplagte" "yderst" og "indlysende". Bortset fra de nævnte udsagn anså Nævnet pressemeddelelsen for at være sober og seriøs, hvorimod anvendelsen af de førnævnte udsagn tenderede imod en anprisning af produktet, som ikke hører hjemme i en pressemeddelelse. På denne baggrund meddeltes indklagede en advarsel med bemærkning om, at gentagelse eller ligeartet brug af unødvendige anprisninger vil medføre pålæg af bøde.

#### Sociale medier/hjemmesider.

(355) Nævnet modtog en klage over Bayer, som via en medarbejder anbefalede off-label brug af deres produkt Advocate på en lukket Facebookside kaldet Vettalk. Nævnet fandt, at en lægemiddelvirksomheds omtale af egne lægemidler på den lukkede Facebookgruppe er at betragte som en reklame over for sundhedspersoner – også selv

om omtalen sker via en af lægemiddelvirksomhedens ansatte. I omtalen på Facebook nævntes ikke særnævnet Advocate, men behandling med moxidectin/imidacloprid var for sundhedspersoner en entydig henvisning til Bayers produkt Advocate, der er det eneste lægemiddel med den anførte sammensætning af aktivstoffer. Da Advocate ikke er godkendt til indikationen næsemider, var der derfor en reklame for et lægemiddel for en ikke godkendt indikation/off-label anvendelse. For den konstaterede overtrædelse af reklamereglerne pålagdes bøde.

(366) Markedsføringsnævnet havde behandlet en klage over Hipras internationale hjemmeside. Nævnet konstaterede, at man ved indtastning af adressen [www.Hipra.dk](http://www.Hipra.dk) kom direkte ind på en dansksproget version af [www.hipra.com](http://www.hipra.com) med omtale af Hipras internationale produktsortiment. Nævnet fandt, at de danske regler for reklame på internettet ikke var overholdt, allerede af den grund at der omtaltes lægemidler, som ikke lovligt kan forhandles her i landet, jfr. lægemiddelovens § 64, nr. 1. Som følge heraf pålagdes indklagede en bøde. Hipra indbragte sagen for Lægemiddelstyrelsen, som vurderede, at Hipra ikke havde overtrådt lægemiddeloven i den konkrete sag, da det fremgår af e-handelsloven at en udbyder, der er etableret i et andet land inden for EU, er undtaget fra overholdelse af de danske regler, selv om det udbudte retter sig mod Danmark. Det gælder bl.a. i forhold til reklame for lægemidler på en hjemmeside. Lægemiddelstyrelsen anførte endvidere, at danske myndigheder generelt skal respektere, at kommercielle udbydere, som er etableret i andre EU-lande, alene er undergivet lovgivningen i den pågældende udbyders etableringsland. Det gælder, selv om udbyderen f.eks. gør reklame for lægemidler på internettet mod én eller flere bestemte medlemsstater i EU (!).

#### Reklame for receptpligtige lægemidler over for offentligheden:

(361) Elanco havde over for sundhedspersoner reklameret for sin nye vaccine ColiProtec i DVT. I fagbladet Svin havde Elanco indrykket en annonce, hvori der ikke var anført noget produktnavn, men samme slogan: "Simply protect them. Da også fotografiet af en svineavler, som har en pattegris i favnen, anvendtes i begge reklamer (en såkaldt lead-visual), var det Nævnets opfattelse, at angivelsen af colidiarré i forbindelse med opfordringen til at tale med dyrlægen gjorde det indlysende for svineproducenten, at der var tale om en vaccine. Den omstændighed at lægemidlets produktnavn ikke var nævnt, medførte ikke, at den pågældende reklame dermed faldt uden for reklamebegrebet, hvorfor Nævnet lagde til grund, at den i fagbladet Svin indrykkede reklame måtte anses for at være en reklame for et receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden. For de konstaterede overtrædelser af reklamelovgivningen pålagdes bøde.

(369) I en annonce under overskriften "find 5 forskelle" i Hyologisk Tidsskrift reklamerede MSD for deres injektionssprøjte IDAL og henviste samtidigt til hjemmesiden [www.idal.info](http://www.idal.info). Efter en gennemgang af sagen konkluderede Nævnet, at reklamen for IDAL

ikke er omfattet af reglerne om reklame for lægemidler, da den pågældende reklame alene fokuserede på applikationsmetoden. Med hensyn til netsiden [www.idal.info](http://www.idal.info), der under punktet "presse" gav links til diverse artikler fra landbrugspressen, anså Nævnet dette for en overtrædelse af reklamevejledningens punkt 4.1., idet Nævnet samtidigt bemærkede, at indklagede forud for sagens afgørelse havde fjernet linket med mærket "presse". For den erkendte overtrædelse af lægemiddellovgivning pålagdes indklagede en bøde.

#### Manglende dokumentation eller overensstemmelse med SPC:

(354) Boehringer Ingelheim havde i en reklame for Nexgard anført at produktet er "skånsomt for miljøet" og har en "god sikkerhedsprofil". Nævnet havde ingen bemærkninger til anvendelse af udtrykket "god sikkerhedsprofil", da Nævnet fandt udsagnet underbygget i SPC'et. Nævnet havde endvidere ingen bemærkning til anvendelse af udtrykket "effektivt" idet produktets effekt er en forudsætning for meddelelse af markedsføringstilladelse. Nævnet fandt, at anvendelse af udtrykket "skånsom for miljøet" er i strid med reklamereglerne, idet CVMP ikke havde foretaget en egentlig miljøvurdering af produktet. Der pålagdes indklagede en bøde.

(361) I sagen vedrørende Elancos reklame for ColiProtec, som omtalt ovenfor, bemærkede Nævnet, at annoncens anvendelse af udsagnet "bæredygtig" tillagde produktet en egenskab, som ikke genfandtes i produktets SPC, og således måtte betragtes som udokumenteret, hvilket Nævnet tog hensyn til ved fastsættelsen af bøden.

(367) Ceva viste en role-up reklame ved DVHS i Kolding. Såvel i teksten som i det visuelle udtryk i reklamen kunne man få det indtryk, at de to uafhængigt registrerede produkter Circovac og MHyogen kunne anvendes samtidigt. Nævnet lagde til grund, at der i SPC'erne for de to lægemidler ikke er anført noget om samtidig anvendelse af Circovac og MHyogen. Uagtet der ikke forelå en godkendelse til sammenblanding, anførtes det i reklamen "En harmonisk tango" og i brochuren "To til tango..." at de to lægemidler "sagtens" kunne bruges på samme tidspunkt hos pattegrise. Da dette var i strid med lægemidlernes SPC'er, pålagdes indklagede en bøde.

#### Gaver til dyrlæger:

(363) I sommeren 2017 udsendte MSD en "sommerhilsen" til svinedyrlæger med fokus på Porcilis PCV Mhyo. i forbindelse med hvilken dyrlægerne modtog et pink badehåndklæde med produktnavnet Porcilis® PCV M Hyo. I forbindelse med klagesagens behandling bemærkede Nævnet, at det ikke kunne afvises, at en svinepraktiserende dyrlæge kunne have brug for et håndklæde i sin praksis. Derimod anså Nævnet anvendelsen af et fotografi af en pige i sommerkjole på en badestrand som en indikation af, at udsendelsen af badehåndklædet ikke nødvendigvis havde noget med svinedyrlægens praksis at gøre. Nævnet påtalte dette over for indklagede med bemærkning om, at gentagelse ville medføre pålæg af bøde.

Vildledende/ikke fyldestgørende reklame

(368) På Boehringer Ingelheims facebook side Frontline - Kat fandtes svar på katteejeres spørgsmål. Ved en gennemgang af ordvalg i de svar, som er afgivet på virksomhedens Frontline- Kat hjemmeside, var det Nævnets opfattelse, at anvendelsen af udtrykkene "en række undersøgelser" og "der er .... blevet forsket i resistens mod fipronil" ikke – i den sammenhæng udtrykkene er anvendt i de påklagede svar - er fyldestgørende, men derimod vildledende, idet der i 2014 er offentliggjort et review som specifikt omtaler resistens mod fipronil. For de konstaterede overtrædelser af lægemiddellovens § 63, og idet Nævnet anså omtalen af Frontline som "et af de mildeste produkter på markedet" som sammenlignende reklame og dermed en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 16, pålagdes indklagede en bøde.

Markedsføringsnævnet den 1. april 2018.