

Halvårsrapport 2019 för ViNordics marknadsföringsnämnd (Sverige)

Under perioden 1 april 2019 - 31 oktober 2019 har ViNordics marknadsföringsnämnd (Sverige), härafter hänvisat till som 'marknadsföringsnämnden', behandlat sex stycken klagomål vilka samtliga inkommit från medlemsföretag i ViNordic.

De behandlade målen kan sammanfattas enligt följande:

Mål 1. Bristande överensstämmelse med produktresumé, vilseledande reklam, bristande dokumentation för reklamuttalanden

Målet gällde klagomål gällande Elancos marknadsföring av receptbelagt veterinärmedicinskt läkemedel i broschyr. Marknadsföringsnämnden fann att marknadsföringen ifråga baserades på påståenden av vilseledande karaktär, bland annat att marknadsföringen innehöll påståenden som gick utanför godkänd indikation för läkemedlet. Vidare fann nämnden att dokumentationen för ett reklamuttalande i broschyren (en artikel i en vetenskaplig tidskrift) inte uppfyllde kraven i Vet & Etikett, eftersom författarna hade reserverat sig för att det rörde sig om deras personliga åsikter och uppfattningar. Vidare konstaterade nämnden att samtliga medförfattare var Elancos avlönade konsulter. Slutligen påpekade marknadsföringsnämnden att broschyren hade utformats för veterinärmedicinsk personal, men att den via en publik webbsida hade blivit offentliggjord och sålunda även tillgänglig för allmänheten – inklusive djurägare, vilket dessutom riskerade att snedvrida konsumenters köpbeteenden. För överträdelse av artikel 1, 4, 5 och 6 i Vet & Etikett ålades Elanco en bot.

Mål 2. Reklam för receptbelagt läkemedel till allmänheten via sociala medier

Klagomålet gällde huruvida Boehringer Ingelheim hade marknadsfört ett receptbelagt veterinärmedicinskt läkemedel mot allmänheten, via en sida på Facebook, som administrerades av Boehringer Ingelheim. På Facebooksidan, vilken riktade sig till djurägare, förekom hänvisningar till en internetsida ägd av Boehringer Ingelheim, där det bland annat fanns information om läkemedlet ifråga. När besökaren klickade på fliken benämnd med namnet på läkemedlet, visades ett popupfönster som informerade om att innehållet var förbehållet veterinärer och veterinärmedicinsk personal. Besökaren kunde då välja att gå till en ny hemsida anpassad för djurägare/konsumenter, eller att ändå ta del av informationen om det receptbelagda läkemedlet. Boehringer Ingelheim ansåg att popupfönstret innebar att läkemedelsinformationen fanns på ett "låst" område för veterinärer och veterinärmedicinsk personal, och att man därför inte marknadsfört det receptbelagda läkemedlet mot allmänheten. Marknadsföringsnämnden kom i sitt beslut fram till att hänvisningarna genom länkar på Facebooksidan till internetsidan måste anses ha skett i syfte att

marknadsföra det receptbelagda läkemedlet mot allmänheten och utgjorde således marknadsföring av receptbelagt veterinärmedicinskt läkemedel mot allmänheten i strid med artikel 9 i Vet & Etikett. För överträdelsen ålades Boehringer Ingelheim en bot.

Mål 3. Reklam för receptbelagt läkemedel till allmänheten via sociala medier

I klagomålet har klaganden gjort gällande att en anställd vid Elanco, ett veterinärmedicinskt läkemedelsbolag, på sin privata men öppna profilsida på Facebook hade marknadsfört ett receptbelagt läkemedel mot allmänheten. Svarandebolaget medgav att det aktuella inlägget offentliggjorts i strid med reglerna om marknadsföring av receptbelagda veterinärmedicinska läkemedel, men bestred ansvar för åtgärden, baserat på att den anställda agerat på eget initiativ vid publicerandet av inlägget. Marknadsföringsnämnden konstaterade vissa skillnader mellan detta fall och tidigare avgöranden, bland annat baserat på att Facebook är en plattform för huvudsakligen redaktionellt innehåll med användarnas privata åsikter. Användare på Facebook kan således inte förväntas ha samma grad av uppmärksamhet som användare på LinkedIn när det kommer till att identifiera marknadsföring respektive redaktionellt innehåll. Vid en samlad bedömning fann marknadsföringsnämnden att Elanco var ansvarig för den kritiserade marknadsföringen och att inlägget utgjorde marknadsföring av receptbelagt läkemedel mot allmänheten i strid med artikel 9 i Vet & Etikett.

Mål 4. Reklambegreppet, besvarande av direkta frågor i en stängd grupp i sociala medier

Ärendet gällde en utredning av en potentiell marknadsföringsåtgärd i form av ett inlägg på Facebook. Den påstådda marknadsföringen avsåg information om ett receptbelagt veterinärmedicinskt läkemedel som en veterinärmedicinsk chef i MSD hade publicerat på Facebook. Marknadsföringsnämnden konstaterade att inlägget var publicerat för en sluten grupp veterinärer och utgjorde svar på en direkt fråga. Inlägget ansågs av marknadsföringsnämnden vara såväl sakligt som balanserat, och ansågs inte heller vara ett uttalande om vad som var lämpligt i det enskilda fallet. Marknadsföringsnämnden ansåg därför att det saknades grund för påståendet att inlägget utgjorde en marknadsföringsåtgärd, och konstaterade att inlägget därför inte stred mot Vet & Etikett.

Mål 5. Bristande överensstämmelse med produktresumé, bristande dokumentation

I en broschyr för Bravecto, som bestod av en serie frågor och svar, upplyste MSD bland annat att det inte finns några kända interaktioner mellan Bravectos

verksamma substans fluralaner och "andra rutinmässigt använda veterinärläkemedel som till exempel antibiotika, NSAID, kortikosteroider, hormoner, anestesimedel och hjärtmaskprofylax". Marknadsföringsnämnden fann vid en sammantagen bedömning att uttalandet inte var att anse som vederhäftigt, balanserat, rättvist och objektivt i enlighet med Vet & Etikett. Detta eftersom uttalandet inte överensstämde med produktresumén och dokumentationen inte uppfyllde kraven i Vet & Etikett. Vidare fann nämnden att reklamen var vilseledande, eftersom broschyrens påstående om att inget samband hade kunnat konstateras mellan behandling med Bravecto och kramper, inte överensstämde med produktresumén. För överträdelse av artikel 4 och 5 i Vet & Etikett ålades MSD en bot.

Mål 6. Reklam för ett receptbelagt läkemedel till allmänheten

Klagomål om huruvida Boehringer Ingelheims broschyr med läkemedelsinformation, riktad mot djurägare som får recept utskrivet av veterinär, blivit felaktigt tillgängliggjord för allmänheten genom sin placering i receptionen på en veterinärklinik. Marknadsföringsnämnden ansåg inte att det förelåg någon omständighet som stred mot Vet & Etikett, eftersom det inte lagts fram tillräcklig dokumentation i klagomålet.

Viveka Bonde