

Sag nr. 407, Markedsføring af receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden

Markedsføringsnævnet:	Strange Beck (formand), Liselotte Jessen, Sigal Kromann og Charlotte Sonne
Afgørelsesdato:	11. april 2025
Klager:	Boehringer Ingelheim Animal Health Nordics A/S, Weidekampsgade 14, 2300 København S, ("BIAH")
Indklagede:	MSD Animal Health Nordics A/S, Havneholmen 25, 1561 København V, ("MSD")
Klageemne:	Markedsføring af receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden

BIAH har den 12. marts 2025 indgivet klage til Markedsføringsnævnet over MSDs markedsføring af det receptpligtige veterinære lægemiddel "Bravecto", formuleret som pulver og solvens. MSD er repræsentant for og markedsfører dette lægemiddel i Danmark og resten af Norden.

BIAHs klage sker i forlængelse af BIAHs klage af 12. november 2024 i sag 405, hvor Markedsføringsnævnet pålagde MSD en bøde på 50.000 kr. for markedsføring af Bravecto i strid med Veterinærforordningens artikel 120, stk. 1.

Klagen af 12. marts 2025 vedrører to indlæg (klagens Bilag 1 og 2), der ifølge BIAH er distribueret via Facebook og Instagram. I Bilag 1 gengives kopi af et indlæg på Facebook fra MyPet.com Nordics med følgende tekst: "*Har du spurgt din dyrlæge for at få mere at vide om, hvordan du bedst kan beskytte dit kæledyr mod flåter og lopper året rundt?*" Herefter følger et billede af et par blå gummihandsker i færd med at fjerne en flåt fra (antageligvis) et kæledyr. Billedet er forsynet med overskriften: "*Jeg er **beskyttet**. Er **dine**?*" Nederst på billedet anføres med mindre typer: "*Flåter og lopper. Året rundt*". Bilaget rummer desuden kopi af en række kommentarer til reklamen fra brugere af Facebook. Bilag 2 indeholder kopi af tre yderligere indlæg fra MyPet.com Nordics med samme tekst, som anvendes i Bilag 1, blot med forskellige hunde som baggrund.

BIAH oplyser, at annoncerne er ”tilgået” den 10. marts 2025, og at annoncerne stadig er aktive. Efter BIAHs opfattelse foretages der med annoncerne en indirekte reklame for det receptpligtige lægemiddel Bravecto over for en målgruppe, der ikke er defineret af EU 2019/6, Art. 120, pkt. 1. Ifølge BIAH kan Bravecto tydeligt identificeres i det fremlagte materiale. BIAH mener derfor, at MSD har udført indirekte reklame for et receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden.

Bravecto er ifølge BIAH det eneste veterinærlægemiddel på det nordiske, såvel som europæiske marked, som kan opfylde de forudsætninger, som fremlægges af Bilag 1 & 2.

BIAH lægger navnlig vægt på følgende gentagne udsagn: Udsagn 1: ”*Har du spurgt din dyrlæge...*” Udsagn 2: ”*Besøg din dyrlæge...*” Udsagn 3: ”*..beskytte dit kæledyr mod lopper og flåter året rundt.*” Udsagn 4: ”*Flåter og lopper. Året rundt.*” Udsagn 5: ”*Beskyttelse mod flåter og lopper året rundt.*” Udsagn 1 fremgår af Bilag 1 – opslag og Bilag, opslag 3. Udsagn 2 fremgår af Bilag 2 opslag og 3. Udsagn 3 fremgår af både Bilag 1 – opslag og Bilag 2, opslag 2. Udsagn 4 fremgår af alle Bilag med undtagelse af Bilag 1, kommentarer. Udsagn 5, og afarter heraf fremgår af Bilag 1 og Bilag 2. Det er BIAHs opfattelse, at de fremlagte udsagn rettet mod offentligheden har til hensigt at få dyreejere til at efterspørge og/eller forespørge deres dyrlæge om et lægemiddel mod lopper og flåter (Udsagn 1 & 2), der beskytter året rundt (Udsagn 3, 4 & 5). Bravecto er det eneste lægemiddel godkendt til vedvarende dræbende effekt på lopper/flåter fra 0/3 dage til 12 måneder efter behandling.

BIAH henviser til Bilag 1 som helhed vedrørende spørgsmål om, hvorvidt opslagene kan opfattes som reklame. Af offentligheden kommenteres der udsagn så som: ”*Vores er beskyttet det næste år*”; ”*Hvad hedder det*”; ”*har aldrig hørt om et år så hvad er det*”; ”*Hvad giver du dem så de holder et år.*” Kommentarer fra offentligheden på disse reklamer demonstrerer en direkte efterspørgsel efter et produkt, der kan beskytte mod lopper og flåter i et år, hvilket ifølge BIAH understreger, at MSDs markedsføring opfattes som reklame i henhold til EU 2019/6, artikel 4, pkt. 40.

I relation til spørgsmålet om, hvorvidt MSD er afsender af reklamerne, henviser BIAH til, at alle opslag fører til MyPet.com Home - MyPet, hvoraf MSD fremgår som domæneindehaver. Til trods for tidligere afgørelser og henvendelser har MSD ikke ændret deres markedsføringsstrategi.

Parternes bemærkninger til klagen

I brev af 27. april 2025 til Markedsføringsnævnet erklærer MSD sig uenig i BIAHs klage. MSD oplyser blandt andet følgende i relation til klagen:

”Ad påstand om indirekte reklame på Facebook og Instagram

Det følger af VEJ nr. 9401 af 20/04/2022 pkt. 2.2 nr. 5, at reglerne om reklame for lægemidler til dyr ikke finder anvendelse på informations-materiale om sundhed og sygdom forudsat, at der hverken direkte eller indirekte omtales konkrete lægemidler.

Ad udsagn 1 og 2 - dyrlægen:

MSD Animal Healths henvisning til at kontakte dyrlægen, følger det af god skik, idet denne opfordring skal tilsikre at dyreejerne får den veterinærfaglige korrekte rådgivning i henhold til den enkelte dyreejer og kæledyrs specifikke situation og behov i forhold til håndtering af lopper og flåter på deres kæledyr.

Ad udsagn 3-5 - lopper og flåter året rundt:

Det indklagede materiale omhandler udelukkende information omkring forekomsten af lopper og flåter på kæledyr. Formålet med informationen er, at det skal bringe oplysning omkring forekomsten af lopper og flåter året rundt (se referencer 1-3).

Lopper og flåter udgør et stigende problem grundet ændringer i klimaet, der bevirker favorable livsbetingelser for netop lopper og flåter, hvor især sidstnævnte ligeledes udgør en potentiel sundhedsrisiko for dyreejere. Derfor er oplysningerne vigtige for dyreejere af hensyn til sundheden.

Ad påstand om indirekte reklame

Materialet er udelukkende udformet med henblik på sundheds- og sygdomsinformation. Lopper og flåter er et stigende problem hele året, hvilket ligeledes er budskabet i materialet udfærdiget af MSD Animal Health. Vi finder derfor ikke referencen til EU 2019/6 artikel 4, pkt. 40 anvendelig.

Til Boehringer Ingelheims indfortolkning af, hvad offentligheden opfatter, så ser vi ikke at Bravecto er nævnt, hvilket er Boehringer Ingelheims klagepunkt i sagen. Ydermere udelader Boehringer Ingelheims i deres snævre indfortolkning af, hvad offentligheden tænker, at der er omtalt månedsbehandling og indløb på apoteket.

Derudover skal MSD Animal Health henlede Markedsføringsnævnets opmærksomhed på, at årlig beskyttelse mod lopper og flåter kan opnås på mange forskellige måder. Eksempelvis ved tildeling af 12 tabletter af NexGard, Credelio eller Simparica, ved 4 tabletter af Bravecto tyggetablet eller ved tildeling af 12 doser af OTC-produkter, så som FrontPro, AdTab, Frontline, Advantage, Bayvantic med flere. MSD Animal Health er af den overbevisning, at dyrlægerne er bekendte med alle produkter mod lopper og flåter, hvilket igen blot understreger vigtigheden af, at dyreejere henvender sig til deres dyrlæge for veterinærfaglig rådgivning omkring deres dyrs sundhed. I så fald at de sundhedsfaglige informationer fra MSD Animal Health tolkes som indirekte reklame overfor offentligheden, da må det i denne sammenhæng tolkes som reklame for samtlige loppe og flåtmidler på markedet.

MSD Animal Health påstår frifindelse for den indklagede påstand om indirekte reklame for Bravecto Injectable overfor offentligheden. Idet der udelukkende er tale om informationsmateriale om lopper og flåter, der kan henføres til sundhed og sygdom. Således falder det indklagede materiale udenfor reklamelovgivningen. Derfor finder EU 2019/6 artikel 4, pkt. 40 ikke anvendelse, jævnfør VEJ nr. 9401 af 20/04/2022 pkt. 2.2 nr. 5.”

Ved brev af 4. april 2025 kommenterer **BIAH** MSDs brev af 27. april 2025:

”BIAH fastholder sin position om, at MSD’s markedsføringspraksis for Bravecto Injection på Facebook og Instagram udgør indirekte reklame for et receptpligtigt lægemiddel overfor offentligheden, hvilket ikke er i overensstemmelse med de gældende markedsføringsregler. BIAH har valgt at følge strukturen fremlagt i MSD’s modsvar, og vores kommentarer er fremlagt i den rækkefølge, de er præsenteret i MSD’s brev. Til trods for MSD’s påstand om, at deres indhold på sociale medier er rent informativt, argumenterer BIAH for, at konteksten og præsentationen af materialet er indirekte reklame for Bravecto Injection. De specifikke henvisninger, sammen med timingen og placeringen af budskabet om beskyttelse ”året rundt”, kan påvirke offentlighedens opfattelse og adfærd til fordel for Bravecto Injection. Denne aktivitet mener vi fordrejer konkurrencen, falder under EU 2019/6 Artikel 4, Pkt 40 og udgør reklame for et receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden.

Ad udsagn 1 og 2 - dyrlægen:

Selvom vi er enige i, at det er god praksis at opfordre dyreejere til at søge veterinærnærrådgivning, kan den måde, MSD har indrammet dette forslag i deres markedsføringsmaterialer på, føre til, at forbrugerne forbinder sammenhængen mellem at kontakte dyrlægen for at få rådgivning om et (unavngivet) produkt, som beskytter mod lopper og flåter 'året rundt'.

Ad udsagn 3-5 – lopper og flåter året rundt

Argumentet om, at materialet udelukkende er til sundheds- og sygdomsinformation, fritager det ikke for at være indirekte reklame, hvis det fører til offentlig anerkendelse af Bravecto Injection, selvom det ikke nævnes ved navn. BIAH henviser til Lægemiddelstyrelsens afgørelse om indirekte reklame for Bravecto tyggetabletter fra 2022 (bilag 3), som også var præsenteret i Nævnets sag nr. 405.

”MSDAH oplyste ikke navnet (Bravecto) på hjemmesiden, men lægemidlet blev omtalt på hjemmesiden, og det kunne som nævnt identificeres på grundlag af oplysninger på siden” (Bilag 3)

I denne afgørelse lægges der vægt på, at selvom Bravecto ikke nævnes ved navn, udførte MSD også denne gang indirekte reklame for Bravecto tyggetabletter ved

at beskrive, at man skal benytte et produkt, som virker i tre måneder. I den nuværende klage har MSD ændret tidsintervallet fra tre måneder til et år, hvilket belejligt passer med behandlingsvarigheden for Bravecto Injection. Vi henviser også til Nævnets sag nr. 405, hvor vi fremlagde, at vi har været i gentagende forudgående korrespondencer med MSD. På trods af vores gentagende henvendelser, Lægemiddelstyrelsens afgørelse og Nævnets afgørelse, har MSD ikke ændret deres markedsføringsstrategi.

Ad påstand om indirekte reklame:

Med henvisning til bilag 3 er det ikke en forudsætning, at et produkt nævnes ved navn. Idet der gentagne gange med fed skrift henvises til "året rundt", er det vores overbevisning, at dette er en gentagelse af MSD's overtrædelse af reglerne, i overensstemmelse med Lægemiddelstyrelsens afgørelse (bilag 3) samt Nævnets afgørelse for sag nr. 405.

Om offentlighedens fortolkning:

BIAH mener, at offentligheden er i stand til at udlede forbindelser mellem de af MSD såkaldte sundhedsinformationer og produktfremme, især når informationen leveres af et kendt medicinalfirma. Fraværet af direkte produktnævnelser udelukker ikke materialet fra at være promoverende i sin natur. Dette er understøttet af offentlighedens kommentarer i bilag 1."

MSD kommenterer efterfølgende BIAHs bemærkninger ved brev af 9. april 2025:

MSD Animal Health erklærer sig forsat uenig i Boehringer Ingelheims klage indeholdende påstand om at MSD Animal Health markedsfører det receptpligtige lægemiddel Bravecto overfor offentligheden på Facebook og Instagram.

Ad påstand om indirekte reklame på Facebook og Instagram

Det følger af VEJ nr. 9401 af 20/04/2022 pkt. 2.2 nr. 5, at reglerne om reklame for lægemidler til dyr ikke finder anvendelse på informationsmateriale om sundhed og sygdom forudsat, at der hverken direkte eller indirekte omtales konkrete lægemidler. MSD Animal Health's intention med det omtalte materiale er på saglig vis, at omtale beskyttelse uden henvisning til hverken det ene eller andet lægemiddel, men derimod med et fokus på oplysning om sundhed og sygdom. Opfordringen til beskyttelse mod lopper og flåter året rundt er dokumenteret i referencerne og anerkendt af både veterinærer og andre medicinalvirksomheder, og kan som tidligere nævnt opnås på mange forskellige måder (Eksempelvis ved tildeling af 12 tabletter af NexGard, Credelio eller Simparica, ved 4 tabletter af Bravecto tyggetablet eller ved tildeling af 12 doser af OTC-produkter, så som FrontPro, AdTab, Frontline, Advantage, Bayvantic med flere).

Ad udsagn 1 og 2 - dyrlægen:

MSD Animal Healths henvisning til at kontakte dyrlægen, følger det af god skik, idet denne opfordring skal tilsikre at dyreejerne får den veterinærfaglige korrekte rådgivning i henhold til den enkelte dyreejer og kæledyrs specifikke situation og behov i forhold til håndtering af lopper og flåter på deres kæledyr. Vi mener forsat og uanset Boehringer Ingelheims forsøg på at dreje denne anbefaling hen på indirekte reklame, at det er en god ide at konsultere en dyrlæge for vejledning om sundhed og sygdomsforebyggelse.

Ad udsagn 3-5 – lopper og flåter året rundt:

Det indklagede materiale omhandler udelukkende information omkring forekomsten af lopper og flåter på kæledyr. Formålet med informationen er, at det skal bringe oplysning omkring forekomsten af lopper og flåter året rundt (se referencer 1-3). Det er MSD Animal Health opfattelse, at Boehringer Ingelheim ikke er objektiv i deres vurdering af materialet. I så fald at de sundhedsfaglige informationer fra MSD Animal Health tolkes som indirekte reklame overfor offentligheden, da må det i denne sammenhæng tolkes som reklame for samtlige loppe og flåtmidler på markedet. Ydermere refererer Boehringer Ingelheim til Nævnets sag nr. 405, der ikke er sammenlignelig med den nuværende sags materiale. MSD Animal Health taler om beskyttelse året rundt og ikke om behandling i en specifik periode, hvilket var tilfældet i den tidligere sag. Vi henviser igen til at beskyttelse året rundt anbefales bredt og kan opnås på mange forskellige måder. Ved en hurtig søgning på internettet efter "året rundt" og "lopper og flåter" blev vi ledt til altomfrontline.dk, hvor Boehringer Ingelheim selv skriver "Året rundt er lopper en plage" og "Derfor er det vigtigt, at blive ved med at beskytte dit kæledyr året rundt" med henvisning til både flåter og lopper.

Ad påstand om indirekte reklame

Materialet er udelukkende udformet med henblik på sundheds- og sygdomsinformation. Lopper og flåter er et stigende problem hele året, hvilket ligeledes er budskabet i materialet udfærdiget af MSD Animal Health. Vi finder derfor ikke referencen til EU 2019/6 artikel 4, pkt. 40 anvendelig. MSD Animal Health henstiller til, at vi som industri sammen bør understøtte udbredelse af viden om sundhed og sygdom. Vi mener, at Boehringer Ingelheim er gået langt over strengen i henvisningen til indirekte reklame i denne sag.

MSD Animal Health påstår forsat frifindelse for den indklagede påstand om indirekte reklame for Bravecto Injectable overfor offentligheden. Idet der udelukkende er tale om informationsmateriale om lopper og flåter, der kan henføres til sundhed og sygdom. Således falder det indklagede materiale udenfor reklamelovgivningen. Derfor finder EU 2019/6 artikel 4, pkt. 40 ikke anvendelse, jævnfør VEJ nr. 9401 af 20/04/2022 pkt. 2.2 nr. 5.

Markedsføringsnævnets afgørelse

Markedsføringsnævnet har på sit møde den 11. april 2025 behandlet BIAHs klage over MSDs markedsføring af Bravecto.

Forordning 2019/9 af 11. december 2018 om veterinærlægemidler ("Veterinærforskriften"), artikel 4, nr. 40 definerer reklamer meget bredt, så det omfatter enhver måde et lægemiddel bliver præsenteret på med henblik på at fremme levering, distribution, salg, receptudskrivning til eller anvendelse af lægemidlet. Om der er tale om reklame i det enkelte tilfælde beror på en konkret vurdering af de foreliggende omstændigheder.

I de to annoncer distribueret via Facebook og Instagram beskrives vigtigheden af at beskytte kæledyr mod lopper og flåter, da der ellers vil kunne opstå helbreds-mæssige problemer for såvel kæledyrene som deres ejere. Der fokuseres på opnåelse af beskyttelse hele året med brug af udtryk som "*beskytte dit kæledyr mod lopper og flåter året rundt*" og "*Flåter og lopper. Året rundt.*" Disse udsagn har en iøjnefaldende placering og fremtræder som et centralt budskab i annoncerne. Bravecto nævnes ikke direkte, men da lægemidlet er det eneste, der er godkendt til vedvarende beskyttelse mod lopper og flåter i 12 måneder efter behandling, er det nærliggende at forbinde Bravecto med omtalen i annoncerne. Formålet med annoncerne forekommer på denne baggrund at være ønsket om at fremme ordning, salg og anvendelse af lægemidlet. Der er dermed tale om indirekte reklame for Bravecto, jf. definitionen på reklame i Veterinærforskriftens artikel 4, nr. 40. Det ændrer ikke på Markedsføringsnævnets vurdering, at gentagne, successive behandlinger med konkurrerende lægemidler også vil kunne give beskyttelse "året rundt". De pågældende lægemidler giver netop ikke i sig selv beskyttelse året rundt.

Bravecto er et receptpligtigt lægemiddel. Reklamer for sådanne lægemidler er kun tilladt, hvis de udelukkende er rettet mod dyrlæger og personer, der har tilladelse til at udbyde veterinærlægemidler, jf. Veterinærforskriftens artikel 120, stk. 1. Reklameres der for receptpligtige lægemidler via internettet skal adgangen på effektiv måde være begrænset til den nævnte personkreds gennem krav om personlig adgangskode e.l., jf. Vejledning nr. 9401 af 2. april 2022 om reklame m.v. for lægemidler til dyr, pkt. 8, 3. afsnit. Da andet ikke er oplyst, lægger Markedsføringsnævnet til grund, at adgangen til MSDs reklamer ikke gennem en adgangsbarriere var begrænset til den i Veterinærforskriftens artikel 120, stk. 1 nævnte personkreds. Markedsføringsnævnet finder på denne baggrund, at MSDs reklamer for Bravecto er i strid med Veterinærforskriftens artikel 120, stk. 1.

For overtrædelsen af reklamereglerne pålægges MSD en bøde på 60.000 kr., jf. Statutter for Markedsføringsnævnet, § 10, litra B. Ved fastlæggelsen af bødens størrelse har Markedsføringsnævnet lagt vægt på, at der er tale om en væsentlig overtrædelse af reklamereglerne, at MSD den 12. december 2024 i Markedsføringsnævnets sag nr. 405 blev pålagt en bøde på 50.000 kr. for at have reklameret

for Bravecto i strid med Veterinær-forordningens artikel 120, stk. 1, at Lægemiddelstyrelsen den 24. november 2022 traf afgørelse i en lignende sag (sagsnr. 2022111366), hvor MSD havde overtrådt Veterinær-forordningens artikel 120, stk. 1 i en reklame for Bravecto, og at BIAH – ubestridt af MSD – i sag nr. 405 oplyste, at MSD tre gange på mindre end et år havde reklameret for Bravecto i strid med Veterinærforordningens artikel 120, stk. 1.

Bøden på 60.000 kr. og et klagegebyr på 16.000 kr., jf. Statutter for Markedsføringsnævnet § 6, stk. 1 og bilag til Statutterne, bedes indbetalt til Markedsføringsnævnet senest 30 dage fra dato.

Lægemiddelstyrelsens udtalelse

Ved e-mail af 30. april 2025 meddeler MSD, at virksomheden ikke er enig i Markedsføringsnævnets afgørelse af 11. april 2025 i sag nr. 407. MSD vil derfor sende afgørelsen til Lægemiddelstyrelsen med anmodning om en second opinion.

Markedsføringsnævnet har modtaget kopi af Lægemiddelstyrelsens udtalelse af 7. juli 2025. Styrelsen bemærker navnlig følgende:

”Lægemiddelstyrelsen har gennemgået de indsendte annoncer (bilag 2) og den hjemmeside (Mypet.com), der er henvist til i annoncerne, for at undersøge, om materialet indeholder omtale af og reklame for Bravecto (150 mg/ml til injektion).

Annoncerne og hjemmesiden handler om vigtigheden af at beskytte kæledyr (hunde) mod lopper og flåter, der kan føre til helbredsmæssige problemer. Der er fokus på beskyttelse hele året (”året rundt”) og at søge dyrlæge med henblik på at få mere at vide om, hvordan man bedst beskytter sit kæledyr mod flåter og lopper.

Annoncerne ses ikke at indeholde konkret omtale af Bravecto (150 mg/ml), og der ”er ikke omtale af veterinærlægemidlet på hjemmesiden (MyPet.com).

Det er Lægemiddelstyrelsens opfattelse, at udsagnet ”året rundt” henviser til behov for beskyttelse mod lopper og flåter. Det fremgår af hjemmesiden, der er henvist til i annoncerne, at lopper og flåter er aktive gennem længere tid (end du tror), og at beskyttelse mod flåter ikke er begrænset til forår og sommer. Dyreejere opfordres til at tale med deres dyrlæge med henblik på at få mere viden om beskyttelse mod lopper og flåter året rundt. Der bliver ikke præsenteret en løsning i form af Bravecto (150 mg/ml) i annoncerne eller på hjemmesiden, og der er ikke omtale af veterinærlægemidlet. Det er i øvrigt Lægemiddelstyrelsens opfattelse, at man ikke kan identificere Bravecto (150 mg/ml) på baggrund af oplysninger i annoncerne og på hjemmesiden.

På det foreliggende grundlag er det Lægemiddelstyrelsens vurdering, at annoncerne (og hjemmesiden) indeholder information om sundhed og sygdom, og at der ikke er tale om reklame for Bravecto (150 mg/ml. til injektion). ”

På møde den 19. august 2025 har Markedsføringsnævnet drøftet udtalelsen af 7. juli 2025 fra Lægemiddelstyrelsen. Nævnet noterer sig, at Styrelsen vurderer det forelagte materiale anderledes end Markedsføringsnævnet. På denne baggrund vil bøden på 60.000 kr. pålagt MSD ikke blive opkrævet.