

Årsrapport 2025-2026 for ViNordics Markedsføringsnævn (Danmark)

I perioden 1. april 2025 til 31. marts 2026 har Markedsføringsnævnet behandlet 5 klager.

Nedenfor følger et resumé af disse sager.

Sag nr. 407

Markedsføring af receptpligtigt lægemiddel over for offentligheden – Nævnets afgørelse og Lægemiddelstyrelsens vurdering af sagen

Boehringer Ingelheim Animal Health ("BIAH") klagede over MSD Animal Healths ("MSD") markedsføring af det receptpligtige lægemiddel "Bravecto". Klagen vedrørte to indlæg distribueret via Facebook og Instagram 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 fulgte et billede af et par blå gummihandsker i færd med at fjerne en flåt fra (antageligvis) et kæledyr. Billedet var forsynet med overskriften: "*Jeg er beskyttet. Er dine?*". Nederst på billedet anførtes med mindre typer: "*Flåter og lopper. Året rundt*". Efter BIAHs opfattelse foretoges med annoncerne en indirekte reklame for Bravecto.

Markedsføringsnævnet lagde i sin afgørelse vægt på, at der i indlæggene fokuseredes 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 havde en iøjnefaldende placering og fremtrådte som et centralt budskab i annoncerne. Bravecto nævntes ikke direkte, men da lægemidlet er det eneste, der er godkendt til vedvarende beskyttelse mod lopper og flåter i 12 måneder efter behandling, var det nærliggende at forbinde Bravecto med omtalen i annoncerne. Formålet med annoncerne forekom på denne baggrund at være ønsket om at fremme ordinerings, salg og anvendelse af lægemidlet. Markedsføringsnævnet fandt derfor, at der var tale om indirekte reklame for det receptpligtige lægemiddel Bravecto, jf. Veterinærforordningens artikel 4, nr. 40. Reklamer for sådanne lægemidler er kun tilladt, hvis de udelukkende er rettet mod dyrlæger og personer, der har tilladelse til at udbyde veterinærlægemidler, jf. Veterinærforordningens artikel 120, stk. 1. For overtrædelsen af reklamereglerne blev MSD pålagt en bøde på 60.000 kr., jf. Statutter for Markedsføringsnævnet, § 10, litra B.

MSD sendte efterfølgende Markedsføringsnævnets afgørelse til Lægemiddelstyrelsen med anmodning om en second opinion. Lægemiddelstyrelsen vurderede, at annoncerne indeholdt information om sundhed og sygdom, og at der ikke var tale om reklame for Bravecto. På denne baggrund besluttede Markedsføringsnævnet ikke at opkræve bøden på 60.000 kr. pålagt MSD.

Sag nr. 409a

Sammenlignende reklame, brochure

Zoetis Animal Health ("Zoetis") indgav klage vedrørende Elanco Animal Healths ("Elanco") brochure for lægemidlet Zenrelia.

I Elancos brochure for Zenrelia var blandt andet følgende udsagn fremhævet: *"I det sammenlignende studie opnåede 77% af Zenrelia-behandlede hunde remission fra kløe i forhold til 53% af oclactinib-behandlede hunde"*. Udsagnet var baseret på studiet *"Comparative efficacy and safety of ilunocitinib and oclacitinib for the control of pruritus and associated skin lesions in dogs with atopic dermatitis"* by Forster et al. (2025). Der var tale om et non-inferiority studie med primært endepunkt på dag 28, mens ovennævnte udsagn baseredes på PVAS-scoren på dag 112. Zoetis anførte i klagen, at type I-fejlraten kan blive forhøjet, når flere endepunkter testes statistisk mod hinanden. Uanset dyrlæger generelt må forventes at have de uddannelsesmæssige forudsætninger for at kunne vurdere udsagnet i den korrekte sammenhæng, fandt Markedsføringsnævnet, at Elanco klart burde have markeret disse begrænsninger i studiet. Ifølge Veterinærforordningens artikel 119, stk. 5 må reklamer for veterinærlægemidler ikke indeholde nogen form for oplysninger, der kan være vildledende. Brochuren skulle derfor fremover indeholde en relevant advarsel om begrænsningerne i studiet.

Zoetis anførte desuden, at Elancos brochure burde have nævnt problematikken om reduceret effekt ved vaccination, da der var tale om en potentielt dødelig sygdom for hunde og en zoonotisk risiko for mennesker. Markedsføringsnævnet fandt, at brochuren for Zenrelia rummede relevant pligttekst blandt andet med omtale af risici og bivirkninger og henvisning til lægemidlets produktresumé. Den seneste EPAR for Zenrelia fandt det ikke nødvendigt med yderligere advarsel vedrørende *"vaccine-induced disease"* i produktinformationen for lægemidlet. På denne baggrund og under henvisning til det godkendte produktresumé for Zenrelia fandt Markedsføringsnævnet det ikke nødvendigt med yderligere oplysninger i Elancos brochure om reduceret effekt ved vaccination.

For overtrædelsen af reklamereglerne pålagdes Elanco en bøde på 20.000 kr., jf. Statutter for Markedsføringsnævnet, § 10, litra B.

Sag nr. 409b

Sponsorat af kursus om allergi

Zoetis indgav klage til Markedsføringsnævnet vedrørende Elancos sponsorat af et kursus om allergi.

Ifølge klagen fremgik det af et opslag på Facebook fra Nextmunes, at virksomheden i samarbejde med Elanco afholdt ”*Allergidag på Den Blå Planet – med Thierry Olivry*” den 9. november 2025 i tidsrummet 9.00 – 14:30. Opslaget havde karakter af invitation til deltagelse i kurset. Om indholdet af kurset hed det blandt andet i opslaget: ”*Ud over fagligt indhold i verdensklasse byder dagen også på netværk, morgenmad, frokost og en guidet rundvisning i akvariet.*” I klagen henviste Zoetis til, at ”*Repræsentation skal være strengt begrænset til hovedformålet med det faglige arrangement, jf. veterinærforordningens artikel 121, stk. 3. En rundvisning på Den Blå Planet forbryder denne artikel i forordningen.*”

Markedsføringsnævnet afviste Zoetis’ klage. I afgørelsen lagde Markedsføringsnævnet til grund, at ”*Allergidag på den Blå Planet*” var rettet mod den i Veterinærforordningens artikel 121, stk. 3 nævnte personkreds, og at der ikke i forbindelse med kurset blev foretaget nogen form for reklame for veterinærlægemidler. Programindholdet opfyldte klart kravet til faglighed i artikel 121, stk. 3. Det tillagdes ikke afgørende betydning, at der efter afslutningen af kursets faglige del blev inviteret til rundvisning på Den Blå Planet. Markedsføringsnævnet bemærkede i øvrigt, at Nextmune efter det oplyste var eneansvarlig for tilrettelæggelse og gennemførelse af kurset, herunder også den efterfølgende rundvisning på Den Blå Planet, mens Elancos sponsorat alene var knyttet til den faglige del af programmet.

Sag nr. 410a

Invitation til symposium for VSP’er, målgruppe, indhold

Zoetis klagede til Markedsføringsnævnet vedrørende Elancos invitation til et symposium om VSP’ens rolle i dermapraksis. Det fremgik af invitationen, at målgruppen for symposiet var veterinærsygeplejersker, jf. indledningen: ”*Kære veterinærsygeplejerske*”. Symposiet planlagdes at finde sted den 8. oktober 2025 på Birkerød Dyrehospital, hvor der ville blive givet ”*...en dynamisk præsentation om seneste viden om tilgangen*”

den allergiske hund.” Det oplystes endvidere i invitationen, at deltagerne efter foredraget ville *”...have en bedre forståelse for atopisk dermatitis hos hund; være opdateret i udredning og diagnosticering af atopisk dermatitis; have fået en række tips til valg af behandling af den enkelte patient.”* Da invitationen ikke udelukkende rettede sig mod dyrlæger, undrede Zoetis sig over, hvordan der kunne diskuteres behandling med målgruppen for symposiet uden at omtale receptpligtige lægemidler.

Markedsføringsnævnet afviste klagen fra Zoetis. En gennemgang af Elancos invitation og de slides, der havde været anvendt af underviseren, gav ikke grundlag for at antage, at der havde været omtale af receptpligtige lægemidler under symposiet. Da andet ikke var dokumenteret, lagde Markedsføringsnævnet til grund, at symposiet var afholdt i overensstemmelse med gældende regler på området.

Sag nr. 410b

Brochure om sundhed og sygdom, reklame

Zoetis klagede til Markedsføringsnævnet vedrørende en brochure fra Elanco rettet mod ejere af hunde med allergiske symptomer. Forsiden af brochuren var domineret af billedet af en hund med hvid pels i et idyllisk solbeskinnet landskab. Øverst på forsiden var gengivet følgende tekst: *”Behandling af din hunds allergiske symptomer med...”*, og herefter fremhævet med fed skrift navnet på Elancos lægemiddel *”Zenrelia”*. I en boks nederst på forsiden anførtes: *”Zenrelia kan lindre din hunds allergiske kløe”*. Brochuren fyldte 6 sider og indeholdt rådgivning af hundeejere vedrørende forskellige aspekter af hundes allergi, herunder delafsnit med følgende overskrifter: *”Hvad kan jeg gøre derhjemme for at håndtere min hunds allergi?”*; *”Bivirkninger og risici”*; *”Hvorfor klør min hund så meget?”*; *”Hvad er atopisk dermatitis hos hunde?”*; *”Registrer forandringer i din hunds kløe”*; *”Hvilken behandling skal min hund have?”* Zoetis gjorde bl.a. gældende, at *”..der i denne brochure (var) tale om en uautoriseret målgruppe, da der ikke må reklameres til hundeejere, når et lægemiddel nævnes, jf. Veterinærforordningens artikel 120, stk. 1...”*

Markedsføringsnævnet vurderede, at Elancos brochure var i strid med Veterinærforordningen. Nævnet lagde vægt på, at forsiden af brochuren med fremhævelse af navnet på det receptpligtige lægemiddel samt teksten *”Behandling af din hunds allergiske symptomer med...”*, og *”Zenrelia kan lindre din hunds allergiske kløe”* potentielt kunne bidrage til at fastholde brugen og det fremtidige salg af lægemidlet til hundeejere. Uanset brochuren ifølge Elanco alene var tænkt til anvendelse over for hundeejere, der allerede havde modtaget recept på Zenrelia, opfyldte den

måde, Zenrelia præsenteredes på i brochuren, definitionen på reklamer i Veterinærforordningens artikel 4, nr. 40. Reklamer for receptpligtige veterinærlægemidler er kun tilladt, hvis de udelukkende er rettet mod dyrlæger og personer, der har tilladelse til at udbyde veterinærlægemidler, jf. Veterinærforordningens artikel 120, stk. 1. For overtrædelse af reklamereglerne pålagdes Elanco en bøde på 25.000 kr., jf. Statutter for Markedsføringsnævnet § 10, litra B.

København, den 7. april 2026

ViNordics Markedsføringsnævn

Strange Beck