

TV 2/DANMARK A/S
Teglholm Allé 16
2450 København SV
Att.: Reklamejura

København den 7. juni 2007

Klage over tv-reklame for hjemmesiden www.stophepatitis.dk indrykket af GlaxoSmithKline sendt på TV 2/DANMARK

Radio- og tv-nævnet har modtaget klage af 7. december 2006 fra Advokat Henrik Poulsen over en tv-reklame for sygdommen hepatitis, som er indrykket af medicinalfirmaet GlaxoSmithKline og sendt på TV 2/DANMARK.

Henrik Poulsen gør følgende anbringender gældende:

"Jeg vil hermed tillade mig at klage over en reklame vist på TV 2 morgen-tv i mandags.

Reklamen gik ud på, at man skulle kontakte egen læge før rejse i udlandet, så man herunder ved rejse i Europa, kunne undgå at få hepatitis. Reklamen gav udtryk for at give at give objektiv information om hepatitis, som kom den fra en offentlig myndighed f.eks. Sundhedsstyrelsen. Samtidig spillede den meget på følelserne, idet den viste en masse glade mennesker på rejse i udlandet, mens en speaker fortalte om alle risiciene. Det fremgik til sidst, at det var medicinalfirmaet GlaxoSmithKline, der stod bag.

Så vidt jeg ved er det ikke muligt at reklamere for lægemidler. Jeg går i den forbindelse ud fra, at det pågældende medicinalfirma markedsfører et produkt mod sygdommen."

I en mail af 8. december 2006 gjorde Radio- og tv-nævnet Henrik Poulsen opmærksom på Nævnets afgørelse af 8. februar 2006 vedr. klage over tv-reklame for www.rejsningsproblemer.dk, "Elevator", indrykket af Pfizer sendt på TV 2/Danmark A/S, som umiddelbart vedrører samme problemstilling. Nævnet anmodede Henrik Poulsen om at vende tilbage, såfremt han fandt, at klagen adskilte sig fra denne sag.

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon 3318 6868
Telefax 3318 6869

radrad@mediesekretariatet.dk
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank
Reg.nr. 8109
Konto nr. 1002 295

Henrik Poulsen anførte hertil følgende i mail af 8. december 2006:

"Indledningsvis kan jeg oplyse, at jeg aldrig har set Pfizer-reklamen. Jeg har derfor ingen mulighed for at vurdere, om den reklame kan sammenlignes med reklamen fra Glaxo.

Jeg tror imidlertid der er en forskel. Glaxo's reklame er ikke oplysende i objektiv forstand, men kører alene på følelser og på at skabe angst hos modtageren.

Oplysningen om, at der er risiko for at få hepatitis ved rejser i Europa, mener jeg også nemt kan opfattes således, at der er en meget stor risiko for at få hepatitis - igen på en måde så det er med til at skabe unødigt angst.

Alle disse glade rejsende mennesker på reklamen og speakerens overdrevne oplysninger om risiciene er også med til at forstærke budskabet og skabe angst, idet denne blanding af noget meget positivt og godt kombineret med nogle (overdrevne) informationer om et alvorligt emne, virker meget stærkt.

Hvis denne reklame kan bringes på danske TV mener jeg reelt, at forbudet mod reklamer for lægemidler er sat helt ud af kraft! Alle producenter kan jo oprette en side på nettet, hvor de foregiver at komme med objektiv information og så lancere emnet ved en storstilet reklamekampagne på TV.

Såfremt Glaxo's reklame skulle have nogen ligheder med Pfizers reklame (hvilket jeg dog umiddelbart nægter at tro) skal jeg opfordre til at Radio- og tv-nævnet straks revurderer sin praksis på området og fastslår at sådanne reklamer reelt er forbudte reklamer for lægemidler. Den nuværende praksis hos nævnet kan meget nemt blive en glidebane, hvor det bliver helt umuligt at dæmme op for reklamer, der reelt reklamerer for lægemidler.

Jeg skal derfor venligst anmode om, at Radio- og tv-nævnet realitetsbehandler min klage hurtigst muligt."

Beskrivelse

TV 2/DANMARK A/S har tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med tv-reklamen for hjemmesiden www.stophepatitis.dk indrykket af GlaxoSmithKline sendt på TV 2/DANMARK.

I reklamen vises en gruppe unge mennesker på rejse i udlandet. Gruppen foretager sig en række sædvanlige ferieaktiviteter - ligger på stranden, shopper, tager på ture, fester mv. alt imens de både spiser og drikker. En ledsagende speak udtaler:

"Når du rejser kan du være uheldig at blive smittet med hepatitis A. Det er en virusinfektion i leveren, der kan gøre dig alvorlig syg i længere tid. Du kan blive smittet med hepatitis A også i dele af Europa. Det sker typisk via mad, drikkevarer og dårlig hygiejne, men du kan beskytte dig selv og din familie. Stop hepatitis allerede mens du er i Danmark. Tal med din læge før du rejser."

Sidst i reklamen henvises til websiden www.stophepatitis.dk samt afsenderen GlaxoSmithKline, som angives med logo og firmanavn.

Høringssvar

TV 2/DANMARK A/S har i høringssvar af 5. januar 2007 anført følgende kommentarer til Henrik Poulsens klage:

"...

Vi har ved godkendelsen af reklamen lagt vægt på, at den udelukkende omhandler risikoen for at blive smittet med hepatitis, og at der ikke nævnes nogen form for medicinsk behandling.

Det har endvidere været en forudsætning for vores godkendelse, at den pågældende webside kun indeholder generel information om problemet, og at der intetsteds henvises til afsenderens - eller andres - produkter til vaccination mod hepatitis.

Det er på den baggrund vores vurdering, at reklamen ligger inden for Lægemiddel-styrelsens definition på en lovlig "disease awarness" kampagne. Definitionen lyder som følger:

"Såfremt en såkaldt "disease awareness kampagne" udfærdiget af en navngiven lægemiddelproducent, indeholdende opfordring til at søge yderligere information hos egen læge eller på en navngiven hjemmeside, ikke direkte eller indirekte omtaler konkrete lægemidler, og i øvrigt har karakter af information om sundhed og sygdom (eksempelvis oplysning om en given sygdom), vil en sådan kampagne, som udgangspunkt, ikke være omfattet af lægemiddellovgivningens reklameregler."

Vi skal endvidere henvise til nævnets afgørelse i sagen vedrørende en kampagne for www.rejsningsproblemer.dk.

Det fremgår af reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 1, at reklamer ikke på utilbørlig vis må spille på frygt.

Kampagner, der informerer om sygdomme, vil i sagens natur altid kunne virke angstfremkaldende. Det er dog vores opfattelse, at den konkrete kampagne på en objektiv og afbalanceret måde informerer om smitterisiko i forbindelse med rejser i udlandet.

Det er på den baggrund vores vurdering, at reklamen hverken auditivt eller visuelt kan siges at spille på frygt på en overdreven eller utilbørlig måde.

Samlet set er det TV 2's opfattelse, at reklamen for www.stophepatitis.dk ikke strider mod hverken Reklamebekendtgørelsen eller forbudet mod reklamering for receptpligtig medicin.

Der vedlægges en udtalelse fra annoncøren, en CD-rom med en kopi af reklamen samt en tekstudskrift."

GlaxoSmithKline er i brev af 19. januar 2007 fremkommet med følgende bemærkninger:

"...

Vi kan oplyse at vi ved udarbejdelsen af dette indslag har lagt afgørende vægt på, at der netop ikke skulle være tale om reklame for et lægemiddel, i dette tilfælde vores lægemiddel Havrix. Der er således tale om generel information om hepatitis og de smitterisici, der optræder ved rejser i visse lande. Der er ingen referencer til Havrix, og det vil ikke være muligt for den almindelige forbruger at identificere et bestemt lægemiddel, hvilket

klager heller ikke har gjort. Vi kan oplyse, at der på markedet findes produkter, der kan anvendes til vaccination mod hepatitis.

Vi fremsendte en engelsksproget udgave af tv-indslaget til Sundhedsstyrelsen inden offentliggørelsen. Sundhedsstyrelsen meddelte på den baggrund telefonisk en underhåndsgodkendelse af konceptet.

Vi henviser i øvrigt til Radio- og tv-nævnets afgørelse af 8. februar 2006 vedrørende et TV-indslag udarbejdet af Pfizer, der omhandlede rejsningsproblemer. Radio- og TV-nævnet godkendte dette indslag, idet Lægemiddelstyrelsen ikke fandt, at der var tale om reklame for et lægemiddel. Lægemiddelstyrelsen lagde vægt på, at den enkelte forbruger ikke ud fra dette indslag kunne identificere et bestemt lægemiddel.

Til yderligere støtte for det anførte kan vi oplyse, at vi i en årrække har haft Lægemiddelstyrelsens tilladelse til at reklamere for produktet Havrix i forbindelse med vaccinationskampagner. Tilladelsen er senest fornyet med Lægemiddelstyrelsens skrivelse af 31. marts 2005. Kopi vedlægges som bilag 1. Denne tilladelse bygger på særlige undtagelsesregler i lægemiddellovens reklameregler, og gør det muligt at reklamere offentligt for et specifikt vaccinationsprodukt.

Vi har indenfor denne særlige ordning fået Lægemiddelstyrelsens godkendelse af et skriftligt reklamemateriale, hvis indhold på visse punkter er nært beslægtet med TV-indslaget. Kopi af reklamen vedlægges som bilag 2. Reklamens udtryk ligger inden for den samme motivkreds (ferieoplevelser) som TV-indslaget. Det afviger ved at være en reklame for produktet Havrix, hvilket som sagt er lovligt. Det væsentligste i relation til parallelisering til TV-indslaget er, at myndighederne fandt reklamen fagligt i orden.

I en afgørelse af 18. december 2006 blev betingelsen for forhåndsgodkendelse indskærpet, men Lægemiddelstyrelsens skrivelse af 18. december vedlægges som bilag 3. Endvidere vedlægges som bilag 4 udskrift af reklamens speak og tekst.

På denne baggrund er det vores opfattelse, at der ikke er grundlag for at kritisere det pågældende TV-indslag.

...".

Ifølge § 34, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn skal Radio- og tv-nævnet i sager om overholdelse af lov om lægemidler indhente en udtalelse hos Lægemiddelstyrelsen forinden afgørelse træffes.

Lægemiddelstyrelsen har i brev af 12. februar 2007 anført følgende bemærkninger:

"...

GlaxoSmithKline forhandler et receptpligtigt lægemiddel mod hepatitis A. Dette lægemiddel bliver imidlertid ikke omtalt i reklamen og heller ikke på den hjemmeside, som der henvises til i reklamen. Vi finder endvidere ikke, at den almindelige forbruger ud fra TV-reklamen kan identificere et bestemt lægemiddel.

På denne baggrund finder vi, at der ikke er tale om reklame for et receptpligtigt lægemiddel.

Det kan i øvrigt oplyses, at informationsmateriale om sundhed og sygdom falder uden for lægemiddellovgivningens reklamebegreb, forudsat der hverken direkte eller indirekte omtales konkrete lægemidler¹"

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 på sit møde den 4. juni 2007 behandlet sagen og skal udtale:

Radio- og tv-nævnet har modtaget klage af 7. december 2006 fra Advokat Henrik Poulsen over en tv-reklame for sygdommen hepatitis, som er indrykket af medicinalfirmaet GlaxoSmithKline og sendt på TV 2/DANMARK. Det er Henrik Poulsens opfattelse, at der er tale om en ulovlig reklame for et lægemiddel, og at reklamen spiller på følelser og på at skabe angst hos modtageren.

¹ Jf. Lægemiddelstyrelsens vejledning nr. 166 af 5/10 1998 om reklame for lægemidler, punkt. 2.2., og direktiv 2001/83/EF om oprettelse af en fællesskabskodeks for humanmedicinske lægemidler artikel 86.

TV 2/DANMARK A/S har tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med tv-reklamen.

I reklamen ses en gruppe unge mennesker, der er på rejse i udlandet. De foretager sig en række sædvanlige ferieaktiviteter. En ledsagende speak informerer om følgende:

“Når du rejser kan du være uheldig at blive smittet med hepatitis A. Det er en virusinfektion i leveren, der kan gøre dig alvorlig syg i længere tid. Du kan blive smittet med hepatitis A også i dele af Europa. Det sker typisk via mad, drikkevarer og dårlig hygiejne, men du kan beskytte dig selv og din familie. Stop hepatitis allerede mens du er i Danmark. Tal med din læge før du rejser.”

Sidst i reklamen henvises til websiden www.stophepatitis.dk samt afsenderen GlaxoSmithKline, som angives med logo og firmanavn.

I henhold til § 14 i reklamebekendtgørelsen kan reklamer for lægemidler udsendes i henhold til regler fastsat herom i lov om lægemidler eller regler fastsat i medfør heraf.

Lægemiddelstyrelsen har i sin vurdering af reklamen lagt vægt på, at hverken lægemidlet Havrix, som er produceret af GlaxoSmithKline, eller andre lægemidler omtales i reklamen eller på hjemmesiden. Lægemiddelstyrelsen finder på denne baggrund ikke, at der er tale om en reklame for et receptpligtigt lægemiddel. Reklamen findes således i overensstemmelse med lov om lægemidler mv.

Lægemiddelstyrelsens vurdering er endvidere i overensstemmelse med Radio- og tv-nævnets afgørelse af 8. februar 2006 vedr. klage over tv-reklame for www.rejsningsproblemer.dk, "Elevator", indrykket af Pfizer sendt på TV 2/Danmark A/S, hvor Nævnet netop lagde vægt på samme momenter.

Da tv-reklamen efter Lægemiddelstyrelsens opfattelse ikke er i strid med lov om lægemidler, er reklamen heller ikke i strid med reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, hvorefter reklame i fjernsyn, som al anden reklame, skal være lovlig.

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 1, må reklamer bl.a. ikke på utilbørlig vis spille på frygt.

Det er Nævnets opfattelse, at reklamen for hepatitis fremstår saglig, objektiv og informerende og dermed ikke på utilbørlig vis spiller på frygt. Det kan dog næppe undgås, at en "disease awareness kampagne" skaber en vis opmærksomhed og måske endda frygt omkring sygdommen, men det er Nævnets opfattelse, at der kræves mere end generel oplysning om sygdommen for at gøre en oplysningskampagne utilbørlig og i strid med § 10, stk. 1. Nævnet finder derfor ikke, at reklamen er i strid med reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 1.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

Tv-reklamen for hjemmesiden www.stophepatitis.dk indrykket af GlaxoSmithKline sendt på TV 2/DANMARK er i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens bestemmelser.

Christian Scherfig
formand

/Christina Sigvardt
nævnsekretær