

ANKENÆVNET

AN-2024-3299, Sponsorat af kongresdeltagelse, kategorisering af hotel

Ankenævnets sagsnr.:	AN-2024-3299
Afgørelsesdato:	29. oktober 2024
Ankenævn:	Strange Beck (formand), Lars Almbloom, og Sisse Rye Ostrowski
Anke af afgørelse:	Granskningsmandspanelet's afgørelse af 21. august 2024 i sag Ad-2024-2760
Klageemne:	Sponsorat af kongresdeltagelse, kategorisering af hotel; Reklamekodeks § 13, stk. 7, jf. § 13, stk. 10.
Anket af:	Takeda Pharma A/S, Delta Park 45, 2665 Vallensbæk Strand ("Takeda")

Denne sag vedrører Takedas anmodning om Ankenævnets stillingtagen til Granskningsmandspanelet's afgørelse i sag Ad-2024-2760 i relation til spørgsmålet om, hvorvidt et hotel valgt til brug for sundhedspersoners ophold i forbindelse med en kongres må kategoriseres som luksuriøst og dermed i strid med reglerne om sponsorat.

Sagens omstændigheder

Den 8. august 2024 anmelder Takeda et sponsorat for sundhedspersoner i forbindelse med deltagelse i "*ISHL 2024, International Symposium on Hodgkin Lymphoma*", der planlægges at finde sted i Köln, 26. - 28. oktober 2024. Det fremgår blandt andet af anmeldelsen, at der tilbydes ophold på hotel "Hilton Cologne".

Det tilbudte hotel betegnes af Booking.com og Trivago.com som 5-stjernet, mens hotellet på egen hjemmeside baseret på brugeranmeldelser rates som 4-stjernet. Også TripAdvisor angiver hotellet som 4-stjernet.

Den 8. august 2024 udtager ENLI sponsoratet til kontrol.

ANKENÆVNET

Det fremgår af Reklamekodeks § 13, stk. 7, at alle former for repræsentation, der ydes til sundhedspersoner, skal holdes på et rimeligt niveau og være nøje begrænset til hovedformålet med den reklamemæssige eller faglige aktivitet. Og ifølge Reklamekodeks § 13, stk. 10 skal lægemiddelvirksomheder undgå at benytte mødesteder, som er kendte for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse.

I forbindelse med høringsproceduren oplyser Takeda blandt andet, at Hilton Cologne er valgt i god tro, da hotellet fremtræder som 4-stjernet ifølge brugervurderingen på hotellets egen hjemmeside.

Den 21. august 2024 træffer Granskningsmandspanelet afgørelse i sagen. Panelet finder ikke, at Takeda har anført specifikke logistiske forhold eller øvrige omstændigheder, der kan begrunde valget af hotellet. Efter en samlet vurdering er det Granskningsmandspanelets opfattelse, at der ikke foreligger konkrete omstændigheder, der kan berettiggelse af en fravigelse af den altovervejende hovedregel om, at 5-stjernede hoteller ikke kan benyttes. Takeda findes derfor at have overtrådt Reklamekodeks § 13, stk. 7, jf. § 13, stk. 10 og pålægges en bøde på 50.000 kr., jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI § 5, litra d.

Den 12. september 2024 anker Takeda Granskningsmandspanelets afgørelse af 21. august 2024.

Ankenævnet har anmodet Granskningsmandspanelet om at fremkomme med eventuelle bemærkninger og supplerende oplysninger i forbindelse med ankesagen. Ved brev af 25. september 2024 har Granskningsmandspanelet fremsendt sine bemærkninger. Takeda har modtaget kopi af Granskningsmandspanelets brev og har fremsendt sine bemærkninger hertil den 4. oktober 2024.

Takedas anbringender

Takeda gør i anken af 12. september 2024 navnlig følgende gældende:

Når man søger på Google, er der variation i søgeresultatet alt efter, hvem der søger, hvis man gentager søgningen, samt hvilke søgeord man benytter:

- Guest reservations angiver hotellet som 4-stjernet.
- Hiltons website angiver hotellet som 4-stjernet
- Booking.com angiver hotellet som 5-stjernet
- TripAdvisor som angiver hotellet som 4-stjernet.
- Momondo angiver at hotellet som 5-stjernet

ANKENÆVNET

- Trivago som angiver hotellet som 5-stjernet

Det skal derudover bemærkes at hotellet ikke fremstår hverken luksuriøst eller extravagant når man går ind på hotellet hjemmeside og er derfor i vores optik egnet til indkvartering af HCP'er. Der er mange flere reservationssite og som det fremgår er der stor variation i rating af hotellet mellem de forskellige sites, og også i beskrivelserne, når man går ind og læser disse. Som angivet i vores høringsvar, mener vi at vi har været i god tro, da de første sites angiver hotellet som 4-stjernet, herunder Hiltons egen hjemmeside. Vi mener derfor at sanktionen på denne baggrund bør ændres. Vi har allerede besluttet at skifte hotel, grundet behandlingstiden for vores anke, men mener ikke at der skal udstedes en bøde.

Granskningsmandspanelets anbringender

Granskningsmandspanelet gør i høringsvar af 25. september 2024 navnlig følgende gældende:

Takeda fremfører, at virksomheden har handlet i god tro, da de første sites angiver hotellet som 4-stjernet, herunder Hiltons egen hjemmeside, og at de agter at benytte et andet hotel, hvorfor der ikke er grundlag for sanktion i form af en bøde. Granskningsmandspanelet bemærker hertil, at en søgning på Hiltons egen hjemmeside viser, at de fremhæver ratings fra Tripadvisor, herunder en "4.0 ud af 5.0"-rating baseret på 279 anmeldelser. Det er således ikke Hiltons egen klassificering, der fremgår af deres hjemmeside, hvorfor der ikke findes grundlag for at antage, at Hilton er et 4-stjernet hotel.

Det følger af Reklamekodeks § 13, stk. 7, at alle former for repræsentation, der ydes til sundhedspersoner, skal have et rimeligt niveau og være nøje begrænset til hovedformålet med mødet. I relation til bl.a. overnatning og mødested anvendes Ankenævnets generelle bemærkninger fra 21. september 2011 om rimeligt niveau, jf. Vejledningen til Reklamekodeks til begge bestemmelser. Ankenævnet udtaler bl.a. at: *"Mødestedet, herunder bl.a. dets almindelige omdømme, indretning og beliggenhed, må ikke i sig selv være en faktor, der i væsentligt omfang positivt vil kunne påvirke deltagerens beslutning om deltagelse idet faglige arrangement. Der må derfor udvises betydelig forsigtighed ved valg af mødested, så der ikke kan rejses berettiget tvivl om, at mødestedet er underordnet det faglige formål. Som udgangspunkt vil det ikke være i overensstemmelse med Reklamekodeks § 13, stk. 9 [i dag: § 13, stk. 10] at afholde faglige arrangementer på eksempelvis 5-stjernede hoteller, gourmetrestauranter (forstået som restauranter, der er tildelt en eller flere stjerner i Michelin-guiden eller tilsvarende anerkendelse i sammenlignelige uvildige kvalitetsbedømmelser), slotte og herregårde, golfhoteller, ski- og badehoteller (i sæsonen), bådfarter mv. Det er i denne forbindelse ikke afgørende, om deltagerne i det faglige arrangement rent faktisk får adgang til de pågældende fritids- og underholdningsaktiviteter eller i øvrigt får luksuriøs forplejning. Afgørende er, om det planlagte mødested i almindeligt omdømme er "kendt" for sine underholdningsfaciliteter, er ekstravagant og/eller luksuriøs, jf. Reklamekodeks § 13, stk. 9 [i dag: § 13, stk. 10]."*

Det følger endvidere af Vejledningen af Reklamekodeks § 13, stk. 10, at der ved "vurderingen af, om et konkret mødested opfylder kravene til "rimeligt niveau" og "almindelig standard" må foretages en samlet

ANKENÆVNET

vurdering af en række relevante forhold i relation det pågældende mødested, herunder navnlig

- pris
- beliggenhed (bl.a. i forhold til parkering og adgangsveje),
- faciliteter,
- klassificering, og
- alternative mødesteder til rådighed i lokalområdet”

Det følger således af Vejledningen til Reklamekodeks § 13, stk. 10, herunder af Ankenævnets udtalelse, at § 13, stk. 10 fortolkes restriktivt, og at der som udgangspunkt ikke kan benyttes 5-stjernede hoteller, medmindre der foreligger omstændigheder, der kan godtgøre brugen i konkrete tilfælde. Ankenævnet har i AN-2012-2202 samt AN-2012-2203 i forbindelse med vurdering af hoteller til brug for overnatning udtalt, at hvorvidt et hotels standard fremtræder som ekstravagant og/eller luksuriøs vil bero på en samlet vurdering af, hvordan hotellet i alt overvejende grad fremtræder i de offentlige tilgængelige oplysninger, og derved hvorvidt det i almindeligt omdømme må anses for luksuriøst, jf. ovenfor ad stk. 7. Samme betragtning finder Granskningsmandspanelet anvendelig for vurderingen efter stk. 10. Det er Granskningsmandspanelet vurdering, at der skal foreligge særlige konkrete omstændigheder, der specifikt kan begrunde valget af Hilton Cologne, der som udgangspunkt anses for luksuriøst i kraft af sine fem stjerner.

Det bemærkes endvidere, at Granskningsmandspanelet ved søgninger på internettet har fundet flere mulige alternative overnatningssteder i samme område, der ikke på samme måde signalerer luksus og derved ikke er i strid med Reklamekodeksets regler.

Takeda har i ankeskrivelsen af 12. september 2024 anmodet om klare retningslinjer for hvilke reservations-sites ENLI accepterer, herunder hvor mange sites de bør checke, før de vælger et hotel. Granskningsmandspanelet bemærker hertil, at det af Vejledningen til Reklamekodeks § 13, stk. 10 fremgår, at vedrørende klassificering kan man bruge bookingsites som Trivago.com, Booking.com samt VisitDenmarks hjemmeside som bidrag i den samlede vurdering af, hvorledes mødestedet fremstår i almindeligt omdømme. Det er på den baggrund Granskningsmandspanelet vurdering, at Vejledningen til Reklamekodekset sammenholdt med ovennævnte udtalelser fra Ankenævnet udstikker klare retningslinjer for valg af mødesteder, herunder overnatningssteder.

Takeda anfører, at det bl.a. af Tripadvisor og Google-anmeldelser fremgår, at Hilton i Köln har en rating på 4. Ikke desto mindre er det Granskningsmandspanelet vurdering, at Hilton i Köln i almindeligt omdømme fremstår som et luksuriøst 5-stjernet hotel ud fra de ovennævnte søgninger på internettet. Som det fremgår af Vejledningen til Reklamekodeks § 13, stk. 10, lægges der i vurderingen hos ENLI vægt på *”uvildige kvalitetsbedømmelser og anden lignende offentligt tilgængelige oplysninger, såsom anmeldelser i diverse aviser, tidsskrifter og andre offentligt tilgængelige kommunikationsfora, og således som udgangspunkt ikke på mødestedernes egen markedsføring. Der lægges ikke afgørende vægt på subjektive vurderinger, selvom disse er offentlige tilgængelige, eksempelvis hjemmesider som TripAdvisor.com.”* Det er på denne baggrund Granskningsmandspanelet vurdering, at Takeda ikke med de indsendte oplysninger har godtgjort, at valget af overnatningssted overholder Reklamekodeks § 13, stk. 7, jf. § 13, stk. 10.

ANKENÆVNET

Takedas supplerende bemærkninger

Ved brev af 4. oktober 2024 fremsender Takeda virksomhedens supplerende bemærkninger i tilknytning til Granskningsmandspanelet's brev af 25. september 2024:

- Søgesultater fra de forskellige tjenester (Booking.com, Tripadvisor mm) **giver ikke et entydigt billede** af stjerneklassificeringen af Hilton Cologne som fremstår som både et 4-stjernet og et 5-stjernet hotel. Søgesultaterne viser at ca. 50% af tjenesterne viser 4-stjernet og ca. 50% 5-stjernet. Vi medgiver at Hilton Cologne ikke har fået lavet en objektiv og uvildig vurdering - så alle ratings er baseret på folks subjektive vurderinger. Dette er dog ikke unormalt men gør selvfølgelig vurderingen vanskeligere.

- Vi er ikke enige i Granskningsmandspanelet's bemærkning om at Hilton Cologne i "*almindeligt omdømme fremstår som et luksuriøst 5-stjernet hotel*". "*Takeda Pharma anfører, at det bl.a. af Tripadvisor og Google-anmeldelser fremgår, at Hilton i Köln har en rating på 4. Ikke desto mindre er det Granskningsmandspanelet's vurdering, at Hilton i Köln i almindeligt omdømme fremstår som et luksuriøst 5-stjernet hotel ud fra de ovennævnte søgninger på internettet.*" Ved gennemgang af deres hjemmeside **fremstår hotellet som et helt almindeligt business hotel uden luksuriøse faciliteter eller anprisninger:** <https://www.hilton.com/en/hotels/cgnhihi-hilton-cologne/>. Derudover skal det bemærkes at Takeda Danmark har en tysk direktør som kender hotellet og han har angivet at hotellet ikke er luksuriøst i sin fremtoning, eller har et omdømme som værende et luksuriøst hotel i Tyskland.

- Jf. ENLIs vejledning må et mødested vælges ud fra flere kriterier, så som beliggenhed, pris, faciliteter, klassificering og alternative mødesteder i lokalområdet. Mht. beliggenhed så blev Hilton Cologne valgt, da det ligger tæt på Kölns togstation, hvor de danske læger ankommer i tog fra Frankfurt lufthavn og fordi hotellet ligger i 10 minutters gåafstand til ISHL-kongressen. Prisen for en overnatning på hotellet ligger på under 2.000 kr./nat, hvilket efter vores mening er et acceptabelt niveau. Faciliteter - der forefindes blot helt standard faciliteter på hotellet. Alternative mødesteder – der findes andre hoteller i området.

- Granskningsmandspanelet skriver i høringsvar: "*Takeda Pharma fremfører herudover, at de har handlet i god tro, da de første sites angiver hotellet som 4-stjernet, herunder Hiltons egen hjemmeside, og at de agter at benytte et andet hotel, hvorfor der ikke er grundlag for sanktion i form af en bøde.*" Vi vil også gerne knytte en kommentar til denne bemærkning. Vi valgte udelukkende at ændre vores hotelbooking, fordi vi ikke kunne være sikre på at have fået en afgang fra Ankenævnet før ISHL-kongressen i Köln som finder sted 22. - 24. oktober 2024). Vi ændrede det ikke for at undgå en bøde, da vi selvfølgelig er klar over at Granskningsmandspanelet træffer en afgørelse baseret på de informationer, som oprindeligt blev sendt ind med vores anmeldelse af sponsoratet.

- Vi efterlyser forsat mere klare retningslinjer for hvilke reservationssites ENLI accepterer, og er der nogle sites som har mere vægt end andre? Skal man sikre sig at ikke en eneste af de mest gængse tjeneste har givet en 5-stjernet rating, selvom hotellet fremstår som et ikke luksuriøst eller ekstravagant hotel på deres hjemmeside. Dernæst hvad eller hvem bestemmer eller dikterer almindeligt omdømme for et givet hotel? Uden mere klare retningslinjer frygter vi at vi utilsigtet kan komme i den samme situation igen

ANKENÆVNET

Ankenævnets bemærkninger og konklusion

I Reklamekodeks § 12 fastslås forbuddet mod økonomiske fordele og gaver til sundhedspersoner: *"Det er ikke tilladt at udlevere, tilbyde eller love sundhedspersoner gaver eller økonomiske fordele,..."* Dette er hovedreglen. Undtagelser kræver særlig hjemmel og fortolkes restriktivt i overensstemmelse med det overordnede princip om, at lægemiddelvirksomheder til enhver tid skal opretholde høje etiske standarder, ligesom salgsfremmende foranstaltninger aldrig må være af en sådan art, at de bringer lægemiddelindustrien i miskredit eller mindsker tilliden til den, jf. Reklamekodeks § 1, stk. 2.

Princippet om restriktiv fortolkning gælder således også og i høj grad bestemmelsen i Reklamekodeks § 13 om lægemiddelvirksomheders mulighed for betaling af udgifterne i forbindelse med sundhedspersoners deltagelse i fagligt relevante kurser, konferencer mv. I § 13, stk. 7 præciseres det således, at alle former for repræsentation, der ydes til sundhedspersoner *"skal holdes på et rimeligt niveau og være nøje begrænset til hovedformålet med den reklamemæssige eller faglige aktivitet. Som generel regel må den repræsentation, der ydes, ikke overstige det beløb, som modtagere ansat i sundhedssektoren, normalt vil være parate til at betale selv."* Særligt for så vidt angår mødesteder fastslås det i § 13, stk. 10, at lægemiddelvirksomhederne *"skal undgå at benytte mødesteder, som er kendte for deres underholdningsfaciliteter, er ekstravagante og/eller luksuriøse."* Af Vejledningen til § 13, stk. 10 fremgår, at der som udgangspunkt ikke kan benyttes 5-stjernede hoteller, medmindre der foreligger andre særlige omstændigheder (f.eks. beliggenhed, faciliteter, eller manglende alternative mødesteder), der kan begrunde brugen i konkrete tilfælde. I Vejledningen til § 13, stk. 10 anbefales, at man bruger *"...bookingsites som Trivago.com, Booking.com og på VisitDenmarks hjemmeside som bidrag i den samlede vurdering af, hvorledes mødestedet fremstår i almindeligt omdømme."* Kvalitetsvurderingerne på disse hjemmesider henviser typisk til den traditionelle stjerneklassifikation fra 1 til 5 stjerner baseret på hotellernes egen tilbagemelding og objektive kriterier fastsat af selvstændige organisationer for hotelklassifikation. Brugerbaserede vurderinger som f.eks. TripAdvisor.com tillægges derimod ikke afgørende vægt, da de afspejler kundernes ofte ganske forskellige subjektive vurderinger af det pågældende hotel, uden at der nødvendigvis er taget højde for alle relevante parametre.

Hvis kvalitetsøgningen vedrørende et konkret hotel giver et uklart resultat, f.eks. en vurdering som 5-stjernet efter den traditionelle stjerneklassifikation og en lavere rating ifølge brugervurderinger, fører den restriktive fortolkning af Reklamekodeks § 13, stk. 10 til, at Lægemiddelvirksomheden må afstå fra at benytte hotellet. Det samme gælder enhver anden rimeligt begrundet tvivl, om hvorvidt et hotel i *"almindeligt omdømme"* opfattes som luksuriøst eller ekstravagant.

På denne baggrund, og da Takeda ikke i forbindelse med anmeldelsen af sponsoratet har oplyst andre særlige omstændigheder, f.eks. i relation til beliggenhed, faciliteter, eller manglende alternativer i lokalområdet, der sagligt kunne begrunde valget af Hilton Cologne, kan Ankenævnet tilslutte sig, at Takeda har overtrådt Reklamekodeks § 13, stk. 7, jf. § 13, stk. 10.

ANKENÆVNET

Ankenævnets afgørelse

Granskningsmandspanelets afgørelse af 21. august 2024 stadfæstes.

Takeda pålægges et gebyr på 6.000 kr. + moms for anke af Granskningsmandspanelets afgørelse, jf. Sanktions- og gebyrregulativ for ENLI, § 7, stk. 8.