



Op 15 april 2010 is het volgende advies (A10.025) gegeven.

1. Het verzoek:

X is voornemens een reclame-uiting te doen met betrekking tot haar product Y, een geneesmiddel geregistreerd voor de symptomatische behandeling van ziekte Z bij volwassenen en kinderen van 8 jaar en ouder. De reclame-uiting bestaat hierin, dat aan huisartsen een gevouwen kaart op A-4 formaat zal worden uitgereikt met behulp waarvan deze de patiënt een keuze kan laten maken tussen verschillende geneesmiddelen op basis van de samenstelling cq. smaak van deze producten.

Deze producten zijn geneesmiddel Y 10 g (actieve stof A) met P-smaak en 3 presentatievormen van het product geneesmiddel B (in andere smaken). Geneesmiddel Y is een UAD-geneesmiddel. Geneesmiddel B (actieve stof eveneens A) heeft als therapeutische indicaties de behandeling van chronische of habituele ziekte Z bij volwassenen en behandeling van hardnekkige ziekte Z. Geneesmiddel B wordt in de handel gebracht door P en is een UR-geneesmiddel, zo begrijpt de Codecommissie uit de beschikbare stukken waaronder een eerder adviesoordeel (A09.013 d.d. 16-02-2009) en een uitspraak inzake een klacht.

De kaart in kwestie heeft twee zijden, waarvan slechts één aan de patiënt moet worden getoond om een productkeuze te maken op basis van smaakvoorkeur, ervan uitgaande dat de arts de op de kaart vermelde producten therapeutisch gelijkwaardig acht. Aan de patiëntzijde worden de smaken weergegeven zonder merkaanduiding en zonder waardeoordeel.

X wil de smaak op de kaart aanduiden op een wijze ontleend aan de samenstelling van de geneesmiddelen, waarbij bijvoorbeeld een P- aroma wordt vertaald in de eigenschap van een 'P-smaak'. Bij geneesmiddel Y is voor deze vertaling steun te vinden in de SmPC tekst, maar voor geneesmiddel B niet; tevens speelt een rol de omstandigheid dat geneesmiddel B stof Q bevat (ca. 350 mg op een totaalgewicht van bijna 14 gram). De aanwezigheid van deze stof Q wil X vertalen naar het bezit van een Q-smaak.

X verzoekt om advies over de volgende vragen:

1. het, bij door de arts therapeutisch gelijkwaardig geacht worden van verschillende geneesmiddelen, de patiënt laten kiezen op basis van de eigenschap smaak;
2. de vertaling van het bezit van aroma naar smaak;
3. de vertaling van het bezit van stof Q naar Q-smaak.

2. Het oordeel van de Codecommissie:

De Gedragscode Geneesmiddelenreclame bepaalt dat de reclame op zodanige wijze dient te geschieden dat het rationele gebruik van geneesmiddelen in farmacotherapeutisch opzicht wordt bevorderd en dat degene tot wie de aanprijzing is gericht op generlei wijze wordt misleid. Indien sprake is van vergelijking met een ander geneesmiddel, dat uitdrukkelijk of impliciet wordt genoemd, moet bovendien de inhoud van artikel 5.8 van de Gedragscode in acht worden genomen.



In dit geval moet er met X van uitgegaan worden dat de voorgestelde uiting inderdaad een reclame-uiting is, gelet op de presentatie met impliciet aanprijzende strekking voor zover die is gericht op de arts / voorschrijver, met name het aan deze ter beschikking stellen van veelkleurig materiaal dat bestemd is om door de arts aan de patiënt te worden getoond. Zoals uit het voorgaande blijkt, gaat het hier om producten die kennelijk concurrerend ten opzichte van elkaar zijn en op het onderdeel smaak met elkaar worden vergeleken. De smaak moet in dit verband worden beschouwd als een relevant en representatief kenmerk van deze producten als bedoeld in artikel 5.8 sub a van de Gedragscode.

De voor de patiënt bestemde zijde van de kaart laat de volgende vier teksten cq. afbeeldingen zien:

- 'R + Q-smaak', met afbeelding van R en Q;
- 'Q-smaak', met afbeelding van Q;
- 'P-smaak', met afbeelding van P;
- 'S + Q-smaak', met afbeelding van S en Q.

Deze omschrijvingen corresponderen met de vier producten, respectievelijk – in dezelfde volgorde - geneesmiddel B 13,8 g, geneesmiddel B Naturel 13,7 g, geneesmiddel Y 10 g en geneesmiddel B-S 13,9 g. Boven de laatstgenoemde afbeeldingen aan de patiëntzijde is vermeld: *'Smaken van A preparaten bij chronische ziekte Z: Welke heeft uw voorkeur?'*

De Codecommissie constateert dat de tot de patiënt gerichte uiting, zoals deze hierboven volledig en woordelijk is geciteerd, geen enkel aanprijzend element bevat. Er wordt niet op voor de patiënt herkenbare wijze verwezen naar een bepaald product of fabrikant en een vermelding van een merknaam blijft achterwege; de voornoemde verwijzingen zijn alleen voor de arts herleidbaar naar geneesmiddel Y of een van de geneesmiddel B presentaties. Er wordt derhalve niet gehandeld in strijd met het verbod op publieksreclame.

Uiteraard impliceert de voorgestelde gang van zaken dat een vergelijking tussen geneesmiddel Y en een concurrerend product wordt gemaakt. Naar het oordeel van de Codecommissie is daartegen geen bezwaar nu kennelijk uitgangspunt is dat beide geneesmiddelen kunnen dienen ter bestrijding van ziekte Z en in dat opzicht met elkaar vergelijkbaar zijn. Ook wordt door die vergelijking, op zichzelf beschouwd, geen afbreuk gedaan aan geneesmiddel B. Hierbij is van belang dat de smaak geen objectief vaststelbaar gegeven is maar afhangt van persoonlijke voorkeur en keuze.

X geeft zelf al aan dat, alvorens aan de patiënt een smaakvoorkeur kan worden gevraagd, vast moet staan dat de arts de vier genoemde producten cq. presentaties gelijkwaardig acht en dus geen voorkeur voor het ene of het andere product heeft op grond van medisch-therapeutische overwegingen. De Codecommissie kan dit slechts beamen en de noodzaak van strikte naleving van dit uitgangspunt in de praktijk, door X en door beroepsbeoefenaren, met nadruk vooropstellen. Er moet dan ook van worden uitgegaan dat X dit uitgangspunt met niet minder nadruk aan de beroepsbeoefenaren zal doorgeven. Ook merkt de Codecommissie ten overvloede op dat het gebruik van de voorgestelde uitingen strikt beperkt dient te blijven tot de kring van beroepsbeoefenaren, in het algemeen de huisarts; gebruik door drogisten moet worden uitgesloten nu UR-geneesmiddelen in de productvergelijking worden betrokken.



X heeft enkele monsters van de vier betreffende producten aan de Codecommissie toegezonden, met behulp waarvan door de commissie enkele smaakproeven zijn gedaan. Op grond hiervan constateert de commissie dat geneesmiddel B 13,8 g inderdaad een duidelijk herkenbare smaak van R heeft en geneesmiddel B -S een eveneens duidelijk herkenbare smaak van S. De omschrijving van de smaak van geneesmiddel Y, P-smaak, is correct weergegeven. Voor geneesmiddel Y geldt bovendien dat in de SmPC bij het onderdeel 'farmaceutische vorm' is vermeld dat het de geur en smaak heeft van P. Met andere woorden, in deze tekst wordt uit de aanwezigheid van het aroma de smaak afgeleid. De Codecommissie heeft er geen bezwaar tegen dat een dergelijke afleiding wordt gebruikt voor de voorgestelde presentatie van keuzes ten behoeve van patiënten. Dit moet naar analogie hiervan evenzeer gelden voor geneesmiddel B met R-smaak en S-smaak.

Daarentegen overweegt de Codecommissie dat de vermelding 'Q-smaak' – en uiteraard ook van de afbeelding Q - bij de drie geneesmiddelen B presentaties naar haar oordeel te ver gaat, en wel in meerdere opzichten. Allereerst wordt overwogen dat de in geneesmiddel B voorkomende stof Q een wezenlijk therapeutisch actief bestanddeel van het geneesmiddel vormen; dit in tegenstelling tot de andere aroma's die kennelijk uitsluitend ter wille van de smaak zijn toegevoegd. Het door X gekozen uitgangspunt om deze actieve bestanddelen op gelijke voet met de aroma's in de smaakvergelijking te betrekken is reeds daarom principieel onjuist.

In de tweede plaats is van belang dat de toevoeging 'Q-smaak' de smaak van het concurrerende product geneesmiddel B als onderdeel van de vergelijking onaantrekkelijker voorstelt dan gerechtvaardigd en/of noodzakelijk is. Dit geldt temeer nu van de 4 genoemde producten geneesmiddel Y het enige is waarbij geen Q-smaak is vermeld, weliswaar terecht op grond van de samenstelling maar niettemin suggestief want al te zeer leidend naar een voorkeur voor dit product, geneesmiddel Y. Daarbij moet ook in aanmerking worden genomen dat aan de patiënt in de meeste gevallen een keuze zal worden gevraagd voordat deze de smaak daadwerkelijk heeft geproefd, dus deze zal zijn keuze uitsluitend baseren op de hem voorgehouden smaakomschrijving. Aan een adequate en objectieve vergelijking van smaken wordt geen afbreuk gedaan indien de toevoeging Q-smaak – alsmede de afbeelding van Q - worden weggelaten; integendeel, zoals uit het voorgaande blijkt. De voorgestelde uiting voldoet dan ook niet aan het vereiste van objectiviteit zoals verwoord in artikel 5.8 sub a van de Gedragscode.

Bij dit alles komt nog dat de smaak van R resp. S dermate overheersend is, dat een Q smaak veelal niet aanstonds als zodanig door de patiënt zal worden geduid. Het (voor het publiek) onderscheidend karakter van de beide producten is, naar mag worden aangenomen, vrijwel uitsluitend gelegen in de aanduidingen van genoemde P, R en S smaken.

CONCLUSIE:

Uit het bovenstaande volgt dat het, in de aan de Codecommissie voorgelegde situatie, op grond van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame toelaatbaar is de patiënt een product te laten kiezen op basis van de eigenschap smaak en dat het bevatten van aroma mag worden 'vertaald' naar de dienovereenkomstige smaak. Het voorkomen van stof Q in geneesmiddel B mag echter om bovenstaande redenen niet worden 'vertaald' naar Q-smaak. Derhalve wordt de toevoeging 'Q-smaak' met de afbeelding van Q, ontraden.



3. De kosten:

De Codecommissie bepaalt dat de aan deze adviesaanvraag verbonden kosten separaat aan verzoekster in rekening zullen worden gebracht.

Aldus gedaan te Gouda op 15 april 2010 door mr. M. de Boer, voorzitter.