



Op 13 september 2010 is het volgende advies (A10.090) gegeven.

1. Het verzoek:

Verzoekster, hierna ook te noemen X, deelt – kort weergegeven - het volgende mede. Zij is een bedrijf zonder winsttoegmerk met als kernactiviteit het vervaardigen van informatie voor mensen met een chronische aandoening. Deze informatie is onafhankelijk en komt tot stand in samenwerking met, en met goedkeuring van, alle belangrijke organisaties in het veld. Daartoe behoren onder meer talrijke verenigingen van beroepsbeoefenaren maar ook andere organisaties, in een bijlage bij het verzoek afzonderlijk gespecificeerd.

Het door X ontwikkelde materiaal wordt uitgegeven in boekvorm, op Cd-roms en via websites. Bij het verzoek is meegestuurd een uitgave van het Zorgboek over de ziekte Y (uitgave 2010, 2^e druk, 224 pag., consumentenadviesprijs € 18,50).

Sinds een aantal jaren werkt X samen met farmaceutische bedrijven, die bereid zijn een financiële bijdrage te leveren ten behoeve van soortgelijke uitgaven en die het materiaal van X via hun artsenbezoekers weggeven aan de artsen met het doel dat dezen het aan hun patiënten doorgeven. De betreffende farmaceutische bedrijven verkrijgen een aantal Zorgboeken om niet (waarde € 12,50 per Zorgboek). Het bedrijf gebruikt de Zorgboeken ter ondersteuning van zijn buitendienst, wat erop neerkomt dat het bedrijf, vaak door middel van een mailing, artsen verzoekt de Zorgboeken aan te vragen. Het bedrijf brengt vervolgens via een artsenbezoeker de Zorgboeken langs bij de arts met het verzoek of deze de boeken aan de patiënten wil uitreiken, eveneens gratis. De arts ontvangt op deze wijze tussen de 2 en 10 Zorgboeken. Het farmaceutisch bedrijf heeft geen enkele invloed op de inhoud, aldus X. In het Zorgboek wordt de naam van het bedrijf (zonder logo) vermeld in het colofon en in de verantwoording.

X vraagt of deze werkwijze in strijd zou kunnen zijn met de Gedragscode Geneesmiddelenreclame en de daarvan afgeleide regelgeving.

2. Het oordeel van de Codecommissie:

De Codecommissie heeft voor de beantwoording van de gestelde vraag uiteraard alleen kennis kunnen nemen van het Zorgboek Ziekte Y, niet van de talrijke andere Zorgboeken die X blijkens haar opsomming heeft uitgegeven of nog zal uitgeven. De Codecommissie begrijpt wel dat het toegezonden Zorgboek een voorbeeld – waarschijnlijk een representatief voorbeeld – is van de diverse Zorgboeken, maar tekent hierbij uitdrukkelijk aan dat onderstaand advies alleen is gebaseerd op het ene ontvangen Zorgboek. Indien en voor zover andere Zorgboeken op wezenlijke punten van het Zorgboek ziekte Y mochten verschillen, kan dit advies daarop geen betrekking hebben. X zal ongetwijfeld zelf kunnen beoordelen of in voorkomende gevallen van wezenlijke verschillen sprake is en een afzonderlijke adviesaanvraag wenselijk is.



Zowel de uiterlijke vormgeving als de inhoud van het Zorgboek maken duidelijk dat beoogd wordt informatie ten behoeve van patiënten te verstrekken. De Codecommissie heeft geen elementen aangetroffen die erop zouden kunnen wijzen dat geneesmiddelen worden aangeprezen en/of het gebruik van zekere geneesmiddelen op andere dan rationele wijze wordt bevorderd. Het boek bevat medische informatie en informatie over beschikbare medicijnen, maar ook adviezen om de gevolgen van de ziekte te beperken en met de ziekte om te gaan, voorts over de invloed op het dagelijks leven en vormen van hulp en steun, om enkele belangrijke onderdelen uit het boek te noemen.

De CGR kent een richtlijn houdende nadere invulling van het onderscheid tussen reclame en informatie. Deze houdt onder meer in dat onder informatie in elk geval wordt verstaan: “informatie betreffende de volksgezondheid, therapeutische klasse, indicatiegebied of menselijke ziekten, voor zover die geen verwijzing, zelfs niet indirect, naar een geneesmiddel bevat”. Aan de eis voldoet het Zorgboek. Er worden weliswaar geneesmiddelen in vermeld, zowel met merknaam als met generieke naam, maar steeds als onderdeel van totaaloverzichten resp. met objectieve beschrijvingen per categorie van de werkzaamheid cq. bijwerkingen en op zodanige wijze dat nergens met ongerechtvaardigde nadruk wordt verwezen naar een bepaald geneesmiddel. Er is dus ook geen sprake van (verboden) reclame gericht op het publiek van niet-beroepsbeoefenaren. Op twee plaatsen, in het colofon en in de verantwoording, wordt verwezen naar een farmaceutisch bedrijf; aldaar komt – als niet opvallend onderdeel van een langere tekst - de volgende zinsnede voor: “Het Zorgboek Ziekte Y is mede mogelijk gemaakt door een financiële bijdrage van Z.” Deze zinsnede doet niet af aan het informatieve karakter van de uitgave.

De inhoud van eventuele mailings waarmee de beroepsbeoefenaren met het bestaan van de Zorgboeken bekend worden gemaakt moet op zijn eigen merites worden beoordeeld en blijft in dit advies buiten beschouwing.

Van een geschenk van farmaceutische bedrijven (vergunninghouders) aan beroepsbeoefenaren kan niet gesproken worden, reeds omdat de Zorgboeken uitsluitend zijn bedoeld om te worden doorgegeven aan de patiënten en aangenomen mag worden dat ze daarvoor ook gebruikt worden. Voor zover een arts een exemplaar van de Zorgboeken voor zichzelf zou willen behouden, is het boek aan te merken aan een geschenk van geringe waarde, dat van belang is voor diens beroepsuitoefening.

Tenslotte zijn er de Gedragsregels Sponsoring waaraan de werkwijze moet worden getoetst, voor zover deze althans activiteiten van farmaceutische bedrijven met zich meebrengen. In deze gedragsregels is als sponsoring omschreven het door een vergunninghouder (farmaceutisch bedrijf) verlenen van (...) op geld waardeerbare ondersteuning (...) aan beroepsbeoefenaren, samenwerkingsverbanden van beroepsbeoefenaren en/of instellingen waar beroepsbeoefenaren in participeren dan wel werkzaam zijn. Er vooralsnog van uitgaande dat beroepsbeoefenaren in of voor X werkzaam zijn, kan gezegd worden dat in dit geval een vergunninghouder optreedt als sponsor in de zin van de gedragsregels. Uit het verzoek van X is evenwel duidelijk geworden dat deze vorm van sponsoring in overeenstemming is met de gedragsregels, met name op het punt van de doelstelling (verbeterde zorg aan patiënten en noodzaak van financiering door de sponsor) en de transparantie. Wel merkt de Codecommissie op dat de afspraken inzake sponsoring schriftelijk moeten zijn vastgelegd. In dit geval blijkt niet of aan deze eis is voldaan; zo niet, dan wordt X verzocht dit alsnog te doen,



met daarin een precieze omschrijving van het te sponsoren project, inclusief financiële onderbouwing, en van de rechten en verplichtingen van X resp. de vergunninghouder.

Als aan dit laatste vereiste is of wordt voldaan, is conclusie van de Codecommissie dat de beschreven werkwijze in overeenstemming is met de Gedragscode Geneesmiddelenreclame en luidt het advies positief. Het Zorgboek kan worden beschouwd als een waardevolle bijdrage aan de zorg voor patiënten met een ernstige ziekte. X wordt verzocht zo spoedig mogelijk een kopie van de sponsorovereenkomst met Z aan de Codecommissie toe te zenden.

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 13 september 2010 door mr. M. de Boer, voorzitter.