



Op 31 juli 2015 is het volgende advies (A15.082) gegeven.

1. Het verzoek

[X] is een internationale organisatie die artsen, zorgprofessionals, wetenschappers en andere experts werkend op het gebied van de [Y] geneeskunde samenbrengt. Het is een van de leidende internationale medische organisaties op gebied van [Y] zorg, met leden uit meer dan 140 landen. Het lidmaatschap staat uitsluitend open voor artsen, zorgprofessionals, wetenschappers en experts, werkend op het gebied van de [Y] zorg.

[DATUM] vindt het jaarlijkse [X] congres plaats in Amsterdam. Tijdens dit grootschalige multidisciplinaire internationale medische congres worden ruim xx.000 deelnemers verwacht (waarvan circa x00 uit Nederland), bestaande uit beroepsbeoefenaren en anderen dan beroepsbeoefenaren, werkzaam op het gebied van de [Y] zorg.

Op het congres zal een tentoonstellingsruimte zijn voor bedrijven die actief zijn in de [Y] zorg, waaronder farmaceutische bedrijven. De bedrijven die tijdens het congres exposeren, geven aan er belang bij te hebben om hun producten te promoten aan de congresdeelnemers. Farmaceutische bedrijven richten zich daarbij op de beroepsbeoefenaren die bevoegd zijn hun producten voor te schrijven.

[X] is op de hoogte van de regels inzake geneesmiddelenreclame en het verbod op publieksreclame voor receptgeneesmiddelen. De vraag die [X] aan de CGR heeft gesteld is of de voorzorgsmaatregelen die zij voorstelt in relatie tot de geneesmiddelenreclameregels, voldoende zijn. [X] benadrukt het belang voor de [Y] zorg dat beroepsbeoefenaren en andere professionals tijdens het congres (wetenschappelijke) informatie opdoen, kennis uitwisselen en netwerken vormen. Het weren van de niet-beroepsbeoefenaren uit de tentoonstellingsruimte waar ook farmaceutische bedrijven receptgeneesmiddelen promoten, doet afbreuk aan dit belang. [X] vraagt of het noodzakelijk is om onderscheid te maken tussen deelnemers bij deelname aan en toegang tot het congres en expositieruimte. Deelnemers zullen op basis van hun badge herkenbaar zijn of zij zijn gekwalificeerd om geneesmiddelen voor te schrijven en/of af te leveren of niet. Partners van deelnemers zullen geen toegang hebben tot de tentoonstellingsruimte.

2. Het oordeel van de CGR

De CGR constateert dat [X], als samenwerkingsverband van (onder meer) beroepsbeoefenaren, is aan te merken als belanghebbende in de zin van de Gedragscode en het van toepassing zijnde Reglement, zodat zij kan worden ontvangen in haar verzoek. Het verzoek heeft betrekking op de opzet en organisatie van een wetenschappelijk congres, zijnde een bijeenkomst als bedoeld in de Gedragscode. De CGR begrijpt dat dit advies tevens als richtsnoer zal dienen ten behoeve van soortgelijke grootschalige multidisciplinaire internationale medische congressen in Nederland.

De Gedragscode is, kort samengevat, van toepassing indien sprake is van reclame voor geneesmiddelen en/of gunstbetoon en/of sponsoring door vergunninghouders ten behoeve van beroepsbeoefenaren. De CGR gaat er in het navolgende van uit dat



tijdens het congres (ook) sprake is van reclame voor receptgeneesmiddelen, met name in het aan deelnemers uit te reiken drukwerk zoals een programmaboekje en in of vanuit stands van vergunninghouders op de tentoonstellingsruimte.

Uit het verzoek van [X] blijkt dat op het congres ook anderen dan beroepsbeoefenaren aanwezig zijn, met name zorgprofessionals, wetenschappers en experts werkend op het gebied van de [Y] zorg. Daarbij geldt dat in de multidisciplinaire opzet van het congres, de kans bestaat dat de promotie van receptgeneesmiddelen, hoe onbedoeld ook, zich tevens zal uitstrekken tot deze groep anderen dan beroepsbeoefenaren, waardoor mogelijk in strijd zou worden gehandeld met de wet en/of de Gedragscode en in het bijzonder met het verbod van publieksreclame voor receptgeneesmiddelen. Op dit punt overweegt de CGR het volgende.

Artikel 5.6.1 van de Gedragscode verbiedt publieksreclame voor receptgeneesmiddelen. Publieksreclame is in artikel 3.1 onder b gedefinieerd als *“reclame voor een geneesmiddel die, gezien haar inhoud en de wijze waarop zij wordt geuit, kennelijk ook voor anderen dan beroepsbeoefenaren is bestemd.”* Dit verbod berust op artikel 85 juncto artikel 1 (aanhef en sub iijj) van de Geneesmiddelenwet. De controle op de naleving van de wet is opgedragen aan de Inspectie voor de Gezondheidszorg (hierna: IGZ). Op grond van de werkafspraken tussen de IGZ en CGR, ontwikkelt de CGR de nadere normen op het terrein van geneesmiddelenreclame, vanzelfsprekend binnen de wettelijke kaders en de context van de Gedragscode. Adviesoordelen van de CGR zijn een belangrijk middel om het veld te helpen bij de nadere uitleg van deze normen. Dit laat evenwel de zelfstandige bevoegdheid van de IGZ bij de handhaving van de wettelijke regels inzake geneesmiddelenreclame onverlet. In laatste instantie is het de rechter die zo nodig vaststelt of een gegeven situatie al dan niet in overeenstemming is met de wet.

Het doel van het [X] congres is kennisoverdracht binnen en tussen de doelgroepen, dat wil zeggen alle bij de behandeling van patiënten met [Y] zorg aandoeningen betrokken voorschrijvers en andere zorgprofessionals, wetenschappers en experts. Dit is op zich een alleszins rationele doelstelling. De daaruit voortvloeiende multidisciplinaire opzet van het congres is daarop toegesneden.

De CGR gaat er onder de feitelijke door [X] voorgelegde omstandigheden vanuit dat de reclame voor receptgeneesmiddelen die zichtbaar zal zijn vanuit de stands van farmaceutische bedrijven, is bestemd voor de aan het congres deelnemende beroepsbeoefenaren. De CGR neemt daarbij aan dat deze reclame – gezien haar inhoud en de wijze waarop zij wordt geuit – niet kennelijk op anderen dan beroepsbeoefenaren is gericht of voor zodanige anderen is bestemd, althans het tegendeel blijkt niet uit de informatie die door [X] is verstrekt. Dat anderen dan beroepsbeoefenaren toegang hebben tot de tentoonstellingsruimte (zoals bij dit congres zorgprofessionals zonder voorschrijfbevoegdheid, wetenschappers en experts, werkend op het gebied van de [Y] zorg, maar ook congresmedewerkers, medewerkers van exposerende bedrijven en journalisten) en passief kennis kunnen nemen van de reclame die zichtbaar is vanuit de stands, is vooralsnog geen aanleiding te veronderstellen dat in de opzet van het congres sprake zal zijn van ongeoorloofde publieksreclame. De anderen dan beroepsbeoefenaren vormen in verhouding tot het aantal deelnemende beroepsbeoefenaren een beperkte groep (i.c. minder dan 1/3) die mede gelet op hun relatie tot de bedoelde groep van beroepsbeoefenaren of tot de



congresorganisatie zelf, niet kunnen worden aangemerkt als “het brede publiek” waarop de definitie van publieksreclame ziet.

De CGR wijst erop dat de betrokken farmaceutische bedrijven (vergunninghouders) bij uitstek verantwoordelijk zijn voor de naleving van de regels voor zover deze voortvloeien uit de Gedragscode. Dat betekent dat zij ervoor dienen zorg te dragen dat de reclame die zichtbaar is vanuit de stand, niet kennelijk ook voor anderen dan beroepsbeoefenaren is bestemd. Verder is van belang dat de bedrijven ervoor zorgdragen dat product gerelateerde reclame die actief vanuit de stands wordt verstrekt, zich niet verder uitstrekt tot anderen dan potentiële voorschrijvers. Van [X] mag worden verwacht dat zij alles doet wat mogelijk is om deze naleving te bewerkstelligen. Daarvoor zijn adequate maatregelen nodig om zoveel mogelijk te voorkomen dat productreclame de niet-beroepsbeoefenaren bereikt, te weten het dragen van een badge waaruit de hoedanigheid van de deelnemer blijkt. Uit de adviesaanvraag van [X] moge duidelijk zijn dat zij daartoe tot dusverre passende voorzorgsmaatregelen heeft genomen.

De conclusie uit het bovenstaande is als volgt. De CGR acht de hierboven omschreven opzet van het congres in beginsel in overeenstemming met de Gedragscode Geneesmiddelenreclame en acht de realisatie van deze opzet derhalve toelaatbaar.