



Adviesnummer: AA16.090
Datum uitspraak: 10 oktober 2016
Datum publicatie: 24 oktober 2016
Instantie: Secretariaat CGR
Onderwerp: Publieksreclame
Oordeel: Negatief
Relevante artikelen: 3.1, 5.6.1

Samenvatting: In een nationale context kan over het algemeen goed worden bepaald tot welke doelgroep een wetenschappelijke bijeenkomst zich richt en daarmee of de reclame voor receptgeneesmiddelen die tijdens deze bijeenkomst wordt gemaakt, kennelijk ook voor anderen dan beroepsbeoefenaren is bestemd. De onderhavige bijeenkomst richt zich op een bredere doelgroep dan alleen beroepsbeoefenaren. Daarmee is reclame die tijdens deze bijeenkomst wordt gemaakt kennelijk ook voor anderen dan beroepsbeoefenaren bestemd. Indien de reclame receptgeneesmiddelen betreft, valt dit onder het verbod voor publieksreclame indien dit plaatsvindt in de expositieruimte die voor iedereen toegankelijk is.

1. Het verzoek

Op 26 augustus 2016 heeft [X] een adviesaanvraag ingediend over de toelaatbaarheid van het maken van reclame voor receptgeneesmiddelen op [congres Y], waar behalve beroepsbeoefenaren ook niet-beroepsbeoefenaren aanwezig zullen zijn.

Als achtergrondinformatie geeft [X] aan dat de regels inzake geneesmiddelenreclame verbieden dat er publieksreclame wordt gemaakt voor receptgeneesmiddelen. Dit geldt voor mondelinge en schriftelijke reclame, maar ook voor reclame tijdens tentoonstellingen en vakbeurzen. [X] verwijst naar het CGR advies A15.082 over de toelaatbaarheid van geneesmiddelenreclame op een stand tijdens een internationaal congres, waar behalve beroepsbeoefenaren ook andere deelnemers toegang hadden tot de expositieruimte. Die andere deelnemers vormden in verhouding tot het aantal beroepsbeoefenaren een beperkte groep, dat wil zeggen minder dan 1/3. Bovendien ging het gezien hun relatie tot die beroepsbeoefenaren of tot de congresorganisatie niet om het "algemene publiek". Dit werd toelaatbaar geacht op voorwaarde dat er een aantal voorzorgmaatregelen werden genomen:

- De reclame die zichtbaar is vanuit de stand is niet kennelijk bestemd voor anderen dan beroepsbeoefenaren;
- Productreclame die actief vanuit de stand wordt verstrekt mag uitsluitend gericht zijn op potentiële voorschrijvers;
- Deelnemers aan het congres zijn door het dragen van een badge herkenbaar als (niet-) beroepsbeoefenaar.



[X] vraagt of dit advies ook van toepassing kan zijn op een nationaal congres, als daarbij dezelfde voorzorgsmaatregelen worden genomen. Het congres waarover advies wordt gevraagd is [congres Y] op [drie dagen in 2017] in [Nederland]. De deelnemers aan deze dagen zijn voor een groot deel beroepsbeoefenaren ([artsen A en B], arts-onderzoekers, apothekers, verpleegkundig specialisten en physician assistants). Hiernaast komen er ook anderen, zoals verpleegkundigen, fysiotherapeuten en psychologen. Vorig jaar was de verhouding 70% beroepsbeoefenaren versus 30% anderen. De verwachting is dat deze verhouding in 2017 hetzelfde zal zijn.

2. Het oordeel van de CGR

Adviesoordeel A15.082 waar [X] naar verwijst, is een advies dat vanwege de complexiteit van de rechtsvraag, in overleg met de Inspectie voor de Gezondheidszorg (IGZ) tot stand is gekomen. Het adviesoordeel is door deze bijzondere omstandigheden niet uitgebracht door de Voorzitter van de Codecommissie, maar door het secretariaat van de CGR. Gezien de samenhang met onderhavige adviesaanvraag, wordt ook dit adviesoordeel in overleg met de IGZ uitgebracht door het CGR secretariaat.

De complexiteit van adviesoordeel A15.082 ligt met name in de internationale context van de toen aan de orde zijnde rechtsvraag. In Nederland vinden regelmatig grote internationale medische congressen plaats die door duizenden zorgprofessionals uit verschillende landen worden bezocht. Het aandeel zorgprofessionals dat in Nederland praktiseert, is over het algemeen gering (minder dan 10%). Op welke wijze de Nederlandse regels dienen te worden toegepast in relatie tot zorgprofessionals uit andere landen, is een lastig te beantwoorden vraag. Zorgprofessionals uit andere lidstaten van de Europese Unie zullen aan dezelfde reclameregels zijn onderworpen die voortkomen uit de Europese Richtlijn betreffende geneesmiddelen voor menselijk gebruik (nr. 2001/83/EG). De vraag welke personen volgens de nationale regelgeving buiten het begrip publiek vallen, verschilt echter per lidstaat. Bovendien worden de internationale congressen bezocht door professionals uit landen waar het verbod op publieksreclame voor receptgeneesmiddelen niet bestaat.

In adviesoordeel A15.082 is vastgesteld voor welke doelgroep de internationale medische congressen zijn bestemd. Daarbij is vastgesteld dat deze doelgroep zorgprofessionals zijn, die binnen de internationale context kan worden onderscheiden van de doelgroep "publiek". Het feit dat circa 1/3 van de zorgprofessionals volgens de opgave van de congresorganisator geen arts is, doet aan deze vaststelling niet af.

Dit wil niet zeggen dat deze vaststelling één-op-één kan worden vertaald naar een puur nationale context. In een nationale context kan over het algemeen goed worden bepaald tot welke doelgroep een wetenschappelijke bijeenkomst zich richt en daarmee of de reclame voor receptgeneesmiddelen die tijdens deze bijeenkomst wordt gemaakt, kennelijk ook voor anderen dan beroepsbeoefenaren is bestemd.

Voor [congres Y] kan worden vastgesteld dat deze voor een bredere doelgroep zijn bestemd dan beroepsbeoefenaren in de zin van de Gedragscode. [Congres Y] wordt georganiseerd door de [wetenschappelijke vereniging C], een wetenschappelijke vereniging voor personen die beroepsmatig betrokken zijn bij zorg, onderwijs en onderzoek ten behoeve van patiënten met [ziekten D]. De vereniging en zo ook [congres Y] richt zich daarmee op een bredere



doelgroep dan alleen beroepsbeoefenaren. Dit volgt ook uit de informatie die [X] heeft verstrekt, dat circa 30% van de deelnemers aan [congres Y] geen beroepsbeoefenaar is.

Indien de expositieruimte van [congres Y] toegankelijk is voor alle deelnemers, kan ervan worden uitgegaan dat de eventuele reclame voor geneesmiddelen die vanuit de stands op deze expositieruimte wordt gemaakt, gezien de wijze waarop zij wordt geuit, kennelijk ook voor anderen dan beroepsbeoefenaren is bestemd. Daarmee valt deze reclame onder de definitie van publieksreclame ex artikel 3.1 onder b van de Gedragscode. Indien de reclame receptgeneesmiddelen betreft, valt dit onder het verbod voor publieksreclame als bepaald in artikel 5.6.1 van de Gedragscode.

In eerdere adviesoordelen heeft de Codecommissie aangegeven welke maatregelen dienen te worden genomen om te voorkomen dat niet-beroepsbeoefenaren worden blootgesteld aan reclame voor receptgeneesmiddelen (zie onder andere A11.123). Dat de [wetenschappelijke vereniging C] als organisator van [congres Y] zich hiervan bewust is, volgt uit het Programma, waarin de volgende informatie is opgenomen:

“Op de stands van de farmaceutische industrie treft u geen zichtbare reclame meer aan voor receptgeneesmiddelen omdat in de expositieruimte zich ook personen bevinden die niet bevoegd zijn dergelijke geneesmiddelen voor te schrijven. Het bestuur vindt het belangrijk dat er geen gescheiden ruimten voor beroepsbeoefenaren en niet-beroepsbeoefenaren zijn. Alleen aan beroepsbeoefenaren wordt bij de inschrijfbalie reclamemateriaal voor receptplichtige geneesmiddelen uitgereikt.

Gezien de aanwezigheid van de farmaceutische industrie, dienen op grond van de huidige wet- en regelgeving, de badges van beroepsbeoefenaren van een andere kleur te zijn dan die van niet-beroepsbeoefenaren en is ieder verplicht zijn of haar badge te dragen.”

Bovenstaande leidt tot de conclusie dat geen positief advies kan worden gegeven op het verzoek van [X].