



---

Adviesnummer: AA23.010  
Datum uitspraak: 5 juli 2023  
Datum publicatie: 4 augustus 2023  
Instantie: Keuringsraad  
Onderwerp: Eisen aan reclame  
Oordeel: Negatief  
Relevante artikelen: 5.2.1.3, 5.2.1.5, 5.2.2.1, 5.2.2.2 en 5.2.2.5

Samenvatting: Het beeldmerk in een voorgenomen marketing campagne kan worden gezien als misleidend en als een overdrijving en zelfs verkeerde voorstelling van de eigenschappen van het geneesmiddel.  
Op de voorgestelde wijze reclame maken voor een geneesmiddel is naar het oordeel van de CGR voor wat betreft presentatie niet passend voor en niet in overeenstemming met de aard van het product en de productcategorie en evenmin met de indicatie van het geneesmiddel en om die reden in strijd met de normen van goede smaak en fatsoen.

---

**ADVIES (AA23.010)** van de CGR op het verzoek van [X] op 17 mei 2023 uit hoofde van artikel 2.1.1, onder d van het Reglement Naleving geneesmiddelenreclame, uitgebracht door de Keuringsraad.

## 1. Het verzoek

[X] is een vergunninghouder in de zin van artikel 3.1 onder e. van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame (hierna: Gedragscode) en registratiehouder van het [geneesmiddel Y] dat is geïndiceerd voor de behandeling van verschillende vormen van [ziekte Z].

[X] verzoekt de CGR een oordeel te geven over het beeldmerk van een globale marketing campagne voor [geneesmiddel Y]. [X] is voornemens om deze campagne richting beroepsbeoefenaren te lanceren in Nederland. Voordat deze campagne in Nederland wordt uitgerold, zou [X] graag duidelijkheid van de CGR willen verkrijgen of het gebruik van dit beeldmerk op grond van de Gedragscode is toegestaan, en dan met name volgens de volgende artikelen: 5.2.1.3, 5.2.1.5, 5.2.2.2 en 5.2.2.5. [X] heeft het beoogde beeldmerk bij de aanvraag gevoegd.

## 2. Het oordeel van de CGR

De CGR stelt voorop dat zij uitsluitend een oordeel zal vellen over het beeldmerk dat [X] wenst te gebruiken. De overige aspecten van de reclame blijven in dit adviesoordeel buiten beschouwing en zijn de eigen verantwoordelijkheid van [X]. Op de afbeelding die [X] aan de CGR heeft overgelegd is in een dreigende lucht een zwevende man met openhangende



witte doktersjas te zien die in zijn linkerhand een futuristisch wapen omhoog houdt dat eruit ziet als een bliksemschicht. Om hem heen zijn in de dreigende lucht zwevende [objecten A] te zien waar de man zijn wapen op richt. De afbeelding is voorzien van [tekst B].

Het toetsingskader is paragraaf 5.2 en in het bijzonder de artikelen 5.2.1.3, 5.2.1.5, 5.2.2.1, 5.2.2.2 en 5.2.2.5 van de Gedragscode.

Artikel 5.2.1.3 stelt dat reclame op een zodanige wijze dient te geschieden dat het rationele gebruik van de betrokken geneesmiddelen in farmacotherapeutisch opzicht wordt bevorderd en dat degene tot wie de aanprijzing is gericht op generlei wijze wordt misleid. Het feit dat de arts in de afbeelding als een persoon met superkrachten wordt voorgesteld dankzij de eigenschappen die het [geneesmiddel Y] zou hebben – waarbij met de bliksemschicht gericht op [objecten A] de suggestie wordt gewekt dat met [geneesmiddel Y] de [objecten A] worden vernietigd, terwijl volgens de SPC sprake is van een remmende werking op de groei van [objecten A] – kan worden gezien als misleidend. De CGR is van oordeel dat een arts als superheld met een geneesmiddel als fictief en futuristisch wapen het rationele gebruik van dat geneesmiddel niet bevordert. Aansluitend hierop wordt in artikel 5.2.2.2 van de Gedragscode aangegeven dat - ten einde het rationele gebruik van het geneesmiddel te bevorderen - vermeden dient te worden om vage termen of superlatieven te gebruiken of anderszins te overdrijven over de eigenschappen van het betreffende geneesmiddel. De afbeelding met de suggestie van een arts als superheld en het geneesmiddel als futuristisch superwapen met de slogan “[B]”, kan naar het inzicht van de CGR worden gezien als een overdrijving en zelfs verkeerde voorstelling van de eigenschappen van het geneesmiddel.

In artikel 5.2.1.5 is vervolgens bepaald dat de reclame ook overigens in overeenstemming dient te zijn met de Wet en zowel qua tekst als qua presentatie dient te voldoen aan de geldende normen van goede smaak en fatsoen, die zowel ten opzichte van degene tot wie de reclame is gericht als ten opzichte van de brancheleden in acht dienen te worden genomen. Dit artikel kan niet los worden gezien van artikel 5.2.2.1, waarin de vraag wordt gesteld of de waardigheid en omzichtigheid is betracht welke in overeenstemming is met de aard van het product. Op de voorgestelde wijze reclame maken voor een geneesmiddel is naar het oordeel van de CGR voor wat betreft presentatie niet passend voor en niet in overeenstemming met de aard van het product en de productcategorie en evenmin met de (ernstige) indicatie van het geneesmiddel en om die reden in strijd met de normen van goede smaak en fatsoen.

Het bovenstaande overwegende moet de CGR bovendien constateren dat afbreuk wordt gedaan aan de reputatie van de farmaceutische industrie of haar producten of aan de reputatie van beroepsbeoefenaren, hetgeen is vastgelegd in artikel 5.2.2.5 van de Gedragscode, zodat ook op grond van dit artikel een negatief oordeel moet worden geveld.

De CGR kan in het licht van deze overwegingen niet anders dan tot een negatief adviesoordeel komen.

### **3. De kosten**

De aan deze adviesaanvraag verbonden kosten zullen separaat aan [X] in rekening worden gebracht.