



---

|                      |   |
|----------------------|---|
| Klachtnummer:        | K18.003   |
| Datum uitspraak:     | 28 februari 2018  |
| Datum publicatie:    | 28 februari 2018  |
| Instantie:           | Codecommissie   |
| Onderwerp:           | Reclame voor niet-geregistreerd geneesmiddel /<br>publieksreclame voor UR-geneesmiddel  |
| Oordeel:             | Klacht  |
| Relevante artikelen: | 5.2.2.1, 5.6.1 en 5.6.2   |
| Samenvatting:        | Serieuus signaal over reclame via social media voor<br>receptgeneesmiddel richting publiek. Beklaagde berust in<br>oordeel. Tevens onderzoek gedaan naar publieksreclame<br>voor receptgeneesmiddel door patiëntenorganisaties.<br>Geen beïnvloeding vastgesteld. |

---

### **K18.003 CGR / Novo Nordisk- ingetrokken**

De CGR heeft een melding ontvangen over een vermeende overtreding van de regels inzake geneesmiddelenreclame door Novo Nordisk Nederland. De melder heeft zich direct tot de CGR gewend alsmede tot de Inspectie Gezondheidszorg en Jeugd (IGJ). De IGJ heeft de melding op basis van de onderlinge werkafspraken doorgeleid aan de Stichting CGR. De melding heeft betrekking op de volgende aspecten:

- reclame voor een niet-geregistreerd geneesmiddel
- publieksreclame voor het receptgeneesmiddel Fiasp

#### **1. Reclame voor een niet-geregistreerd geneesmiddel**

De melder heeft aan de Stichting CGR gemeld dat een medewerker van Novo Nordisk via LinkedIn een bericht heeft gedeeld met verwijzing naar een Seeking alpha bericht waarin een vergelijking wordt gemaakt tussen een geneesmiddel van Novo Nordisk o.b.v. semaglutide en een geneesmiddel van Eli Lilly o.b.v. dulaglutide. De CGR is van mening dat het bericht moet worden aangemerkt als reclame voor een niet-geregistreerd geneesmiddel. Derhalve voldoet Novo Nordisk niet aan art. 5.2.1.1, onder a, van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame. De CGR heeft hierover navraag gedaan bij Novo Nordisk. Novo Nordisk heeft aangegeven zich ervan bewust te zijn dat gedragingen van medewerkers op social media, ook als dit persoonlijke accounts betreft, onderworpen zijn aan de regels van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame. Daarnaast heeft Novo Nordisk aangegeven dat het door een Novo Nordisk medewerker actief delen van het betreffende bericht als reclame kwalificeert en ongeoorloofd is omdat het betrekking heeft op een ongeregistreerd geneesmiddel. Novo Nordisk heeft aangegeven naar aanleiding van de melding direct maatregelen te hebben genomen door de betreffende medewerker het bericht te laten verwijderen uit zijn persoonlijke LinkedIn tijdlijn. Daarnaast heeft Novo Nordisk het social media beleid richting haar medewerkers verder aangescherpt. Gezien het feit dat Novo Nordisk de overtreding van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame heeft beëindigd en maatregelen heeft getroffen om vergelijkbare overtredingen van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame in de toekomst te voorkomen, kan worden



besloten deze klacht af te doen met een publicatie van de feiten en betaling door Novo Nordisk van de gemaakte kosten van het secretariaat.

## **2. Publieksreclame voor het receptgeneesmiddel Fiasp**

De melder heeft aan de Stichting CGR diverse berichten gemeld op voor het publiek toegankelijke websites van diverse organisaties waarin melding wordt gemaakt van het receptgeneesmiddel Fiasp van Novo Nordisk. Het betreffen organisaties, hoofdzakelijk patiëntenorganisaties, die niet rechtstreeks aan de Gedragscode Geneesmiddelenreclame zijn gebonden. De melder geeft over deze berichten aan dat sprake is van een overtreding van het verbod op publieksreclame voor het receptgeneesmiddel Fiasp van Novo Nordisk en dat hierop mogelijk invloed is uitgeoefend door Novo Nordisk. De CGR heeft hierover navraag gedaan bij de betreffende organisaties, alsmede bij Novo Nordisk om een beeld te vormen van de invloed van laatstgenoemde op de berichtgeving. De organisaties geven aan dat Novo Nordisk geen invloed heeft gehad op de totstandkoming van de berichtgeving en het oogmerk hebben om patiënten feitelijk en op onafhankelijk wijze over relevante ontwikkelingen te informeren. Novo Nordisk heeft in haar reactie onderbouwd dat het bedrijf direct noch indirect via sponsorrelaties invloed heeft gehad op de plaatsing van de berichtgeving op de voor het publiek toegankelijke websites. Wanneer vast zou komen te staan dat de berichtgeving moet worden aangemerkt als verboden publieksreclame voor een receptgeneesmiddel, dan is de berichtgeving niet toelaatbaar op grond van art. 5.6.1 van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame juncto artikel 3 van de Code Publieksreclame voor Geneesmiddelen. De CGR zou hier in de richting van de organisaties – die niet direct aan de Gedragscode Geneesmiddelenreclame zijn gebonden – geen consequenties aan kunnen verbinden. Wat betreft de mogelijke invloed van Novo Nordisk op het maken van publieksreclame heeft de CGR vastgesteld dat van een dergelijke invloed geen sprake is.

De CGR zal de melder en de IGJ overeenkomstig dit bericht informeren.