



m

Adviesnummer:	AA20.010
Datum uitspraak:	13 oktober 2020
Datum publicatie:	19 oktober 2020
Instantie:	Keuringsraad
Onderwerp:	Eisen aan reclame – vergelijkende reclame
Oordeel:	Negatief
Relevante artikelen:	5.2.1.3, 5.2.2.2, 5.2.2.3, 5.2.2.8 en 5.2.2.9

ADVIES (AA20.010) van de CGR op het verzoek van [X] namens [bedrijf Y] van 9 september 2020 uit hoofde van artikel 2.1.1, onder d van het Reglement Naleving Geneesmiddelenreclame, uitgebracht door de Keuringsraad.

1. Het verzoek

[X] is een wereldwijd opererend onderzoeks- en adviesbureau. [Bedrijf Y] is een vergunninghouder in de zin van artikel 3.1 onder 2 van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame. [Bedrijf Y] brengt o.a. het [product Z] ([werkzame stof A]) op de markt. [Product Z] is geïndiceerd als behandeling om [ziekte B] bij volwassenen en adolescenten (12 jaar en ouder) onder controle te houden.

[Y] wil graag weten of een tijdens wetenschappelijke bijeenkomsten voor beroepsbeoefenaren in te zetten display voor het [product Z] ([UR-geneesmiddel C]) en in het bijzonder de claim “It’s all about being different!” verenigbaar is met de Code Geneesmiddelenreclame. [X] heeft hiertoe een concept display ter beoordeling voorgelegd. Ter onderbouwing van de toelaatbaarheid van de bewuste claim heeft [X] e.e.a. toegelicht in een e-mail.

2. Het oordeel van de CGR

Het toetsingskader is hoofdstuk V – Reclame en informatie - van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame (hierna te noemen: Gedragscode). In paragraaf 5.2 worden de eisen aan reclame behandeld. Getoetst dient te worden of de uiting voldoet aan de in artikel 5.2.1.3 gestelde eis dat degene tot wie de aanprijzing is gericht op generlei wijze wordt misleid. Om dat te kunnen beoordelen dient te worden nagegaan of wordt voldaan aan alle criteria zoals bedoeld in artikel 5.2.2 van de Gedragscode.

Volgens artikel 5.2.2.2 dient het gebruik van vage termen of superlatieven te worden vermeden en anderszins te overdrijven over de eigenschappen van het betreffende geneesmiddel. De claim “It’s all about being different!” suggereert dat (de werking van) [product Z] onderscheidend is ten opzichte van concurrerende geneesmiddelen en benadrukt - mede door het uitroepteken - het belang daarvan, maar laat in het midden om welke verschillen het daarbij zou gaan.

Nu het gesuggereerde onderscheid niet nader wordt benoemd of toegelicht en de claim evenmin wordt onderbouwd (referenties ontbreken), is de claim niet controleerbaar, zoals vereist is op grond van artikel 5.2.2.3 van de Gedragscode.



De claim “It’s all about being different!” kan tevens als een vergelijkende claim worden aangemerkt: ‘anders zijn’ impliceert immers een vergelijking. Om die reden dient eveneens getoetst te worden aan artikel 5.2.2.8 en 5.2.2.9 van de Gedragscode. Nu in de uiting niet duidelijk wordt gemaakt in welk opzicht [product Z] onderscheidend zou zijn ten opzichte van concurrerende geneesmiddelen, is niet te controleren in hoeverre aan de criteria a t/m h van artikel 5.2.2.8 van de Gedragscode wordt voldaan. Aangezien de claim niet is onderbouwd door middel van wetenschappelijke studies, wordt in elk geval niet voldaan aan artikel 5.2.2.8 sub g. en de vereisten van art. 5.2.2.9 van de Gedragscode.

De CGR moet op grond van het bovenstaande constateren dat niet wordt voldaan aan de artikelen 5.2.2.2, 5.2.2.3, 5.2.2.8 en 5.2.2.9 van de Gedragscode, wat leidt tot de conclusie dat sprake is van misleiding in de zin van artikel 5.2.1.3 van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame.

3. De kosten

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