



Adviesnummer:	AA21.006
Datum uitspraak:	8 november 2021
Datum publicatie:	6 december 2021
Instantie:	Keuringsraad
Onderwerp:	Onderscheid reclame / informatie, publieksreclame
Oordeel:	Deels negatief, deels positief
Relevante artikelen:	5.1.2 d, 5.1.3, 5.7.1 c, § 5.8
Samenvatting:	Een voorgenomen informatiecampagne richting het brede publiek over vaccineren heeft een wervend karakter voor vaccineren, wat een indirecte verwijzing naar geneesmiddelen inhoudt. De Keuringsraad toetst de publiekscampagne aan de eisen voor informatie over receptgeneesmiddelen richting het publiek en noemt een aantal aandachtsgebieden.

ADVIES (AA21.006) van de CGR op het verzoek van [X] op 17 oktober 2021 uit hoofde van artikel 2.5.1 van het Reglement Naleving geneesmiddelenreclame, uitgebracht door de Keuringsraad.

1. Het verzoek

[X] is een vergunninghouder in de zin van artikel 3.1 onder h. van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame. Zij is voornemens een informatiecampagne over vaccineren richting het brede publiek te lanceren. [X] is van mening dat het publiek op dit moment in Nederland onvoldoende wordt geïnformeerd over de mogelijkheden van vaccineren als bescherming tegen [ziekten Y]. Er bestaan veel vooroordelen, misverstanden en er is veel desinformatie, aldus [X]. Zij wil graag een bijdrage leveren om het publiek in algemene zin over vaccineren te informeren.

In deze campagne is de doelstelling om het publiek bewust te maken van en te informeren over:

- (i) wat vaccineren inhoudt en hoe het werkt (en zo ook tegenwicht biedt aan desinformatie over vaccineren);
- (ii) de aspecten die een rol spelen bij de afweging om zich al dan niet te laten vaccineren;
- (iii) de [ziekten Y] waartegen men zich kan laten vaccineren via het Rijksvaccinatieprogramma (hierna: RVP) en Vaccinaties op Maat (hierna: VoM) per leeftijdscategorie (kind, tieners, ouderen), zodat het publiek begrijpt waarom er verschillende aanbevelingen zijn voor specifieke leeftijdscategorieën.

[X] wil middels uitingen via verschillende kanalen (social media, radio, gedrukt, mogelijk TV)) het publiek informeren over vaccineren in Nederland. Er wordt dan verwezen naar een internetpagina met meer informatie, zoals hiervoor beschreven (i t/m iii). Daarbij wordt



onderscheid gemaakt tussen 3 verschillende leeftijdscategorieën, omdat per leeftijdscategorie het vaccineren een ander doel en achtergrond heeft. De website zal géén oproep bevatten om zich tot de arts of huisarts te wenden om zich te laten vaccineren.

In dit kader heeft zij een concept uitgewerkt voor een informatiecampagne. Deze algemene informatiecampagne gaat over de mogelijkheden voor vaccineren in Nederland, over de algemene werking van vaccineren en de afwegingen die bij de keuze voor al dan niet vaccineren een rol spelen. Dit acht [X] in het bijzonder belangrijk in het licht van de discussies en zelfs commotie rondom het al dan niet vaccineren tijdens de coronapandemie.

De informatiecampagne kan daarmee naar de mening van [X] een zinvolle bijdrage leveren aan het begrip over vaccineren in algemene zin en het belang daarvan, niet alleen voor het individu zelf, maar voor de totale bevolking.

Om duidelijkheid te verkrijgen of de informatiecampagne binnen de regels van de CGR is toegestaan, stelt [X] de volgende 3 vragen aan de Keuringsraad:

1. [X] is van mening dat de voorgestelde informatiecampagne informatie is betreffende de volksgezondheid, zonder (in)directe verwijzing naar een geneesmiddel (conform artikel 5.1.2 d Code). Zij heeft onderbouwing bij de aanvraag gevoegd. Deelt de CGR deze mening?
2. Voor het geval de CGR tot het oordeel komt dat het antwoord op vraag 1 negatief is en de campagne daarmee moet voldoen aan de CGR Code, is [X] van mening dat dit het geval is. Ook hiervoor is onderbouwing bijgevoegd. Kan de CGR dit bevestigen?
3. [X] is van mening dat de opzet van de landingspagina van de website en de concepten voor de uitingen en het beeldmateriaal geschikt zijn voor verdere uitwerking van de informatiecampagne. Een eerste opzet is bijgevoegd. Deelt de CGR deze mening?

2. Het oordeel van de CGR

Op de vraag of de voorgenomen publiekscampagne van [X] ter bevordering van begrip voor vaccinaties valt onder artikel 5.1.2 onder d van de Gedragscode Geneesmiddelenreclame (hierna: Gedragscode) is het antwoord naar het oordeel van de CGR negatief. Artikel 5.1.2 van de Gedragscode bepaalt dat een viertal categorieën uitingen niet onder de Gedragscode vallen, waaronder (d): *Informatie betreffende de volksgezondheid of menselijke ziekten, voor zover die geen verwijzing, zelfs niet indirect, naar een geneesmiddel bevat zonder (in)directe verwijzing naar een -recept plichtig- geneesmiddel.* Uit de door [X] aangeleverde informatie blijkt dat [X] de intentie heeft om naast informatie over vaccineren ook het belang van vaccineren over het voetlicht te brengen. Daarmee heeft de campagne een wervend karakter voor vaccineren, wat een indirecte verwijzing naar geneesmiddelen inhoudt. Hieruit volgt dat de voorgenomen campagne dient te voldoen aan paragraaf 5.8 (Specifieke bepalingen met betrekking tot informatie over receptgeneesmiddelen richting het publiek) van de Gedragscode.



Vervolgens dient nu de vraag te worden beantwoord of de publiekscampagne voldoet aan de eisen voor informatie over receptgeneesmiddelen (vaccins) richting het publiek. Deze vraag kan niet los van vraag 3 worden beantwoord, waarvoor [X] als bijlage een concept voor een landingspagina van de website en enkele conceptueringen heeft meegestuurd. [X] heeft een kijkje gegeven in de opzet van de campagne, maar vele onderdelen die voor de beoordeling van deze vraag van belang zijn, kunnen niet worden beoordeeld, omdat daar eenvoudigweg nog geen materiaal voor beschikbaar is. [X] heeft gepoogd om de sub-artikelen uit 5.8 in algemene zin te beantwoorden. Voor de beoordeling gaat de CGR ervan uit dat [X] ook daadwerkelijk invulling zal geven zoals aangegeven, voor zover uit de hierna volgende beoordeling van de conceptueringen als antwoord op vraag 3 niet anders blijkt. In algemene zin kan de CGR meegaan in de vaststelling van [X] dat er geen specifieke vaccins extra aandacht lijken te krijgen.

Bij bestudering van de door [X] meegestuurde conceptueringen valt een aantal zaken op in relatie tot de verschillende artikelen uit § 5.8 van de Gedragscode. Het gaat om de volgende aandachtspunten.

- Artikel 5.8.2: *Informatie mag geen gevoelens van angst of bijgelovigheid aanjagen of versterken en dient realistisch te worden weergegeven.*

In de conceptueringen lijkt op sommige punten te worden ingespeeld op gevoelens van angst, door bijvoorbeeld te stellen “vaccineren kan je hele leven en kan je beschermen tegen schadelijke [ziekten Y]” en “kindervaccinaties kunnen gaandeweg minder effectief worden” als mede “de werking van het immuunsysteem wordt minder naarmate je ouder wordt”. De combinatie van deze drie punten op één pagina kan onterecht angst aanjagen, met name in het geval van VoM.

- Artikel 5.8.4 a: *Informatie mag niet aanzetten tot irrationeel gebruik van receptgeneesmiddelen of tot het zoeken naar onnodige behandeling van ziekten en c: Informatie mag niet tot doel of gevolg hebben het publiek ervan te weerhouden of onnodig aan te moedigen een medische behandeling of behandeladvies te zoeken of nader medisch onderzoek te laten verrichten.*

De informatiecampagne betreft zowel vaccinaties die zijn opgenomen in het RVP als VoM. In het laatste geval is er voor de bevoegde autoriteiten onvoldoende aanleiding geweest de betreffende vaccinaties in het RVP op te nemen. In een niet verwaarloosbaar deel van de gevallen zal vaccinatie daarom wellicht als “onnodig” kunnen worden aangemerkt. Het mag niet zo zijn dat de campagne hiervan een vertekend beeld schetst en mogelijk onnodig zou kunnen aanmoedigen een medische behandeling te zoeken. De vrolijke afbeeldingen in de concept tv-commercial /video met teksten als “[A]” en “[B]” lijken hierop in te spelen.

- Artikel 5.8.9: *informatie dient evenwichtig en zo compleet mogelijk te worden weergegeven.* [X] reageert in haar bijlagen op alle vier criteria van dit artikel. Echter nu het om vrijwillige vaccinaties gaat, wordt - voor zover dit op te maken valt uit de conceptueringen - dit onderdeel van vaccineren onderbelicht. Aangezien dit een belangrijk onderdeel van vaccinaties is, blijktens de vele recente discussies n.a.v. de Covid-19 vaccinaties, behoort dit tot de evenwichtige en complete informatievoorziening.

[X] geeft aan een videoboodschap op de internetpagina te willen plaatsen waarin een expert uitleg geeft over de (on)mogelijkheden van vaccineren voor de verschillende doelgroepen. In



dat verband wil de CGR wijzen op artikel 89 sub b van de Geneesmiddelenwet en artikel 17 van de Code Publieksreclame voor Geneesmiddelen (CPG). [X] dient er rekening mee te houden dat deze boodschap geen indirecte aanbeveling mag bevatten van wetenschapsbeoefenaren, beroepsbeoefenaren in de gezondheidszorg of bij het publiek bekende personen die door hun bekendheid en reputatie het gebruik van geneesmiddelen zouden kunnen stimuleren, waardoor strijdigheid zou kunnen ontstaan met artikel 5.7.1 sub c (misleidende informatie) van de Gedragscode. De boodschap van de expert dient zich te beperken tot algemene uitleg over de werking van het immuunsysteem en hoe zich dat verhoudt tot de (on)mogelijkheden van vaccineren en deze boodschap dient in de gehele context van de campagne te worden beoordeeld.

Daarnaast valt het op dat er in eerste instantie over drie doelgroepen wordt gesproken: ouders van kinderen, ouders van tieners en volwassenen. Echter op de slides van bijlage 4 wordt niet zozeer over volwassenen (18+ of 21+) meer gesproken, maar enkel over ouderen (50+). Om te voorkomen dat dit toch tot de gedachte leidt dat [X] wellicht een belangrijke doelgroep in de ouderen ziet vanwege de eigen vaccins, is het verstandig om de gehele groep volwassenen te bespreken.

Tot slot wenst de CGR nog het volgende op te merken. Uit de website van [X] blijkt, dat het bedrijf ongeveer [x aantal vaccins] op de markt brengt. Vele van deze vaccins worden ingezet in het RVP of bij VoM. De vraag kan zich voordoen of deze campagne verkleurt tot indirecte reclame voor deze vaccins vanwege het feit dat [X] de enige afzender is van de campagne. De CGR verwijst daarbij naar een zeer recente uitspraak van de Reclame Code Commissie (201/00231 -CVB) waarbij ook de enige afzender van de campagne de vergunninghouder was van een vaccin dat in de campagne genoemd werd als een mogelijke bescherming tegen één van de ziektes die teken kunnen overbrengen. Het betrekken van meerdere onderschrijvende partijen zou de campagne een onafhankelijker karakter geven.

Gezien het bovenstaande luidt het advies met inachtneming van genoemde opmerkingen (deels) positief. Indien [X] de beoogde informatiecampagne op basis van dit algemene advies verder wenst uit te werken, raadt de CGR aan de uitgewerkte conceptueringen ter beoordeling voor te leggen aan de Keuringsraad alvorens deze te publiceren.

3. De kosten

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