

SZÖVETSÉGEK KOMMUNIKÁCIÓS ETIKAI BIZOTTSÁGA

Összefoglaló jelentés

a Magyarországon működő gyógyszeripari szövetségek Kommunikációs Etikai Bizottságának (KEB) 2015. március - 2016. február közötti időszakban hozott, jogerőssé vált határozatairól

A Magyarországon működő gyógyszeripari szövetségek - nevezetesen a Magyarországi Gyógyszergyártók Országos Szövetsége, az Innovatív Gyógyszergyártók Egyesülete, a „Védettség” Oltóanyag és Immunbiológiai Termék Gyártók és Forgalmazók Egyesülete és a Generikus Gyógyszergyártók és Forgalmazók Magyarországi Érdekvédelmi Egyesülete – által elfogadott és 2014. július 1-én hatályba lépett Gyógyszer-kommunikációs Etikai Kódex (a továbbiakban: Etikai Kódex) 5. Fejezet 2.3.8. pontja szerint „A KEB az etikai vétséget megállapító jogerős határozatairól évente konkrét vállalat és készítmény megnevezése nélkül összefoglaló jelentést készít és azt a Szövetségek közreműködésével közzéteszi.” Az Etikai Kódexben foglalt rendelkezés célja, hogy a gyógyszeripari szövetségek tagvállalatai által elkövetett etikai vétségek preventív jelleggel széles nyilvánosságra kerüljenek és ez is elősegítse az Etikai Kódexszel ellentétes magatartások visszaszorítását.

A beszámolási időszakban a KEB elé az alábbi, etikai szempontból kifogásolt és jogerős határozattal lezárt ügyek kerültek:

I. Az egyik gyógyszeripari vállalat bejelentésére indult eljárásban egy népszerű termék audio-vizuális valamint internetes reklámját (a továbbiakban: reklám) vizsgálta meg a KEB, mert a bejelentő álláspontja szerint a reklámozott készítménnyel összefüggő állítások

- a) egyes elemei félelemkeltőek voltak,
- b) nem voltak összhangban az alkalmazási előírásban foglaltakkal, ezért alkalmasak voltak annak a téves képzetnek a keltésére, hogy a termék alkalmas a reklámban hivatkozott rizikófaktorok, betegségek kezelésére, gyógyítására,
- c) a gyógyszer ésszerű felhasználása ellen hatottak, mert nem tárgyilagosan mutatják be az adott készítményt.

A KEB a bejelentés alapján lefolytatott eljárásban az alábbiakat állapította meg:

1. A bejelentés szerinti reklám rendszeresen sugárzásra került a különböző televíziós csatornákon, az a fogyasztók széles köréhez eljutott.

2. A reklám nem minősült félelemkeltőnek. A KEB álláspontja szerint egy reklám akkor tekinthető félelemkeltőnek, ha a fogyasztó figyelmét egy nem reális veszélyre irányítja rá illetve hívja fel, ami negatív érzelmet idéz elő és önvédelmi reakcióra készíti a reklám címzettjét. Ha a reklám által kifejtett érzelm nem lehangelő és a fogyasztóban nem kelti a közvetlen fenyegetés érzetét, a reklám félelemkeltő voltáról nem lehet beszélni.

A KEB azt is megállapította, hogy a reklámok – különösen a TV és más audio-vizuális reklámok – hatásukat igen gyakran észrevétlenül fejtik ki, a fogyasztója egy idő után többnyire a reklám szuggesztiója szerint cselekszik, ezért ha a reklám nem vált ki azonnali reakciót, a reklám félelemkeltő jellege nem állapítható meg.

A KEB azt is megállapította, hogy ha egy reklámkampány vagy egy egyszerű reklám egy fontos társadalmi célra is ráirányítja a figyelmet (pl. prevenció), akkor a közvetített üzenet fontossága arányban áll a reklám által közvetített drámaisággal -, feltéve természetesen, hogy a reklám nem csupán a félelemkeltésre összpontosít -, a reklám félelemkeltő jellege nem állapítható meg. A KEB meglátása szerint a vizsgált reklám a reklámozó gazdasági haszonszerzésének célzata mellett egy fontos dologra is felhívja a figyelmet, nevezetesen a prevencióra, ezért – figyelemmel arra is, hogy a vitatott reklám közvetlen félelem kiváltására nem alkalmas – a KEB annak félelemkeltő jellegét nem állapította meg.

3. A Bejelentő szerint a reklám azt a téves képzetet is keltette a fogyasztóban, hogy a termék alkalmas a reklámban hivatkozott rizikófaktorok, betegségek kezelésére, gyógyítására. Tekintettel arra, hogy mind a reklámban elhangzó narráció, mind pedig a feliratozás a rizikófaktorokról és kockázatokról valamint azok csökkentéséről beszél, ezért a KEB a Bejelentő által kifogásoltakat nem tudta megállapítani.
4. A Bejelentő kifogásai között az is szerepelt, hogy a kifogásolt reklám a gyógyszert nem az alkalmazási előírásnak megfelelően mutatják be, ezért az megtévesztő. A KEB a reklámokban szereplő állításokat a gyógyszer alkalmazási előírásával egybevetette és megállapította, hogy azok eltérést mutatnak, mivel a tartalmi azonosság, az összhang nem minden egyes állítás esetén volt megállapítható, illetve nem tartalmazott a reklám utalást olyan, a gyógyszerrel kapcsolatos lényeges körülményre, amire a fogyasztó figyelmét fel kellett volna hívni. Ennek elmaradása a gyógyszer indokolatlan fogyasztására ösztönözhet, ami ellentétes a Kódexszel.
5. A KEB azt is megállapította, hogy a reklám ugyancsak mellőzte az információ átadást egy, a gyógyszerrel kapcsolatos gyakori és nem veszélytelen mellékhatásról, ami kifogásolható, még akkor is ha az a szakmai közvélemény körében evidenciának tekinthető. A KEB megítélése szerint a minél tájékozottabb vásárlás elősegítése érdekében, a gyógyszert szedők többségét reálisan érintő kockázatokra fel kell hívni a figyelmet.
6. A KEB a vizsgált ügyben a Kódex szabályaival való összhang mellett azt is vizsgálta, hogy sérült-e a reklámmal más, különösen a gyógyszerek promóciójával összefüggő normatív szabály. A KEB megállapította, hogy az a kógens szabály, ami szerint a gyógyszertárból vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő gyógyszerek reklámozása többek között csak akkor megengedett, ha a reklám

egyértelműen meghatározza, hogy a reklámozott termék gyógyszer. A vizsgált ügyben ezt az egyértelmű utalást a vitatott reklám nem tartalmazta, ezért jogszabály sértés is megvalósult az etikai normák sérelme mellett.

II. Ugyancsak bejelentésre vizsgálta a KEB az egyik gyógyszer forgalomba hozatalára jogosult gazdálkodó szervezet promóciós anyagát, mivel a bejelentő állítása szerint az abban szereplő egyes információk félrevezetőek, megtévesztőek voltak, többek között azért, mert a nem szteroid típusú fájdalomcsillapító, gyulladáscsökkentőre vonatkozó információk nem a rájuk irányadó ajánlás eredeti formájában kerültek feltüntetésre. A KEB az ügy dokumentumait megvizsgálta és az alábbiakat állapította meg:

1. A vitatott Promóciós anyag szakembereknek szült, tartalmának megítélése során a KEB figyelembe vette, hogy a Promóciós anyagban megfogalmazott üzenetek címzettjei az abban foglalt szakmai tartalom megállapítása és értelmezése során felkészültségük miatt az átlag gyógyszer fogyasztónál felkészültebbek.
2. A KEB megállapította azt is, hogy nem volt teljes azonosság a Promóciós anyag, valamint a Promóciós anyag alapját képező szakmai kiadványban megjelent információk között, azok teljes egészében nem voltak megfeleltethetők egymásnak. A KEB megítélése szerint nem egyeztethető össze a Kódex rendelkezéseivel az, ha valamely, a hazai kereskedelmi kommunikáció során használt kommunikációs anyag szakmai, tudományos publikációkon alapszik, azok tartalmának megismétlése képezi a kereskedelmi gyakorlat fő mondanivalóját, azonban a Magyarországon terjesztett promóciós anyag nem teljesen egyezik az annak alapját képező szakmai anyag tartalmával. A KEB megállapította, hogy a Kódex nem ad lehetőséget az eredeti anyagtól való eltérésre, csak kivételesen, – ahogy a Kódex fogalmaz – csak akkor, „...*ha jogi vagy etikai okokból van szükség adaptációra, módosításra*”. A vitatott Promóciós anyag - ugyan fő mondanivalójában nem tért el az eredeti publikáció tartalmától, valamint arra tényre is figyelemmel, hogy címzettjei az adott szakterület szakorvosai és mint ilyenek a Promóciós anyag tartalmának helyes értelmezése során az eredeti forrásanyag tartalmával értelmezik/értelmezhetik azt, - mégis ellentétes a Kódex előírásaival, figyelemmel arra, hogy az eredeti forrásanyagot nem tükrözte hűen, annak ellenére sem, hogy mind megjelenése, mind az alkalmazott grafikai elemek és színhatások megegyeznek az eredeti forrásanyag elemeivel.

Budapest, 2016. május 18.

Gyógyszeripari Szövetségek
Kommunikációs Etikai Bizottsága