

Magyarországi
Gyógyszergyártók
Országos Szövetsége

Innovatív
Gyógyszergyártók
Egyesülete

Generikus
Gyógyszergyártók és
Forgalmazók
Magyarországi
Érdekvédelmi Egyesülete

„Védettség” Oltóanyag
és Immunbiológiai
Termék Gyártók és
Forgalmazók
Egyesülete

SZÖVETSÉGEK KOMMUNIKÁCIÓS ETIKAI BIZOTTSÁGA

Összefoglaló jelentés

a Magyarországon működő Gyógyszeripari Szövetségek Kommunikációs Etikai Bizottságának (KEB) 2017. március - 2018. február közötti időszakban meghozott, jogerőssé vált határozatairól

A Magyarországon működő gyógyszeripari szövetségek (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 2017. július 1-én hatályba lépett Gyógyszer-kommunikáció 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 körben nyilvánosságra kerüljenek, annak érdekében, hogy ez is elősegítse az Etikai Kódexszel ellentétes magatartások visszaszorítását.

A 2017. március és 2018. február közötti időszakban az alábbi ügyekben került megállapításra jogerős határozattal gyógyszeripari vállalattal szemben etikai vétség elkövetése:

1. A KEB az egyik gyógyszeripari vállalat bejelentésére indult eljárásban szórólapon, TV reklámban, valamint interneten is terjesztett reklámmal kapcsolatban vizsgálta, hogy a vitatott kereskedelmi kommunikációk összehasonlítást tartalmaznak-e annak ellenére, hogy a reklámozott termékkel összehasonlított egyéb termékek egyértelműen nem voltak beazonosíthatók, illetve a bejelentő azt is kifogásolta, hogy az alkalmazott összehasonlítás nem volt tárgyilagos.

A lefolytatott eljárásban az alábbiak kerültek megállapításra:

- ha egy reklám nem minősül összehasonlító reklámnak, azonban abban gyógyszer termékek bármilyen szempontú összehasonlítása történik, akkor is irányadóak rá az Etikai Kódexnek

azon rendelkezései, amelyek meghatározzák az összehasonlítás alkalmazása esetén irányadó szabályokat illetve feltételeket;

- b) gyógyszerek esetében is kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő készítmények hasonlíthatók össze, az összehasonlításnak tárgyilagosságnak kell lennie, amikor a gyógyszerek egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát vetik egymáshoz;
- c) az összehasonlítás során csak a valóban egymással összevethető dolgot lehet összehasonlítani és az összehasonlítás meg kell, hogy feleljen mind a helyettesíthetőség mind pedig a tárgyilagosság követelményének. A helyettesíthetőség követelménye azt jelenti, hogy kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő áruk/gyógyszerek hasonlíthatók össze, azaz az egymással összehasonlított dolgok a fogyasztó számára a helyettesíthetőség megfelelően magas fokát kell, hogy mutassák. A KEB megítélése szerint a vizsgált reklámban a helyettesíthetőség megfelelően magas foka nem volt megállapítható. A KEB megállapította, hogy a gyógyszer speciális természetére tekintettel azon termékek esetében teljesül ez a követelmény, amelyekről az OGYÉI által egyenértékűnek és azonos indikációkban helyettesíthetőnek minősített készítmények érvényes listája alapján (<https://www.ogyei.gov.hu/listak/>) az egymással való helyettesíthetőség megállapítható;
- d) nem kifogásolható ha egy gyógyszerreklámban illetve reklámnak nem minősülő összehasonlításban kizárólag az árak szerepelnek – miként a vizsgált ügyben is - de ilyen esetben is követelmény a tárgyilagosság, ami nem állapítható meg – miként a vizsgált ügyben sem volt megállapítható - ha a fogyasztó (beteg) nem kap objektív képet az összehasonlított termékekről, azok közötti különbségéről, az esetleges különbségek valós mibenlétéről. A KEB megállapította, hogy az átlagfogyasztó számára csupán az az információ közlés, hogy valaminek jó ára van más termékekhez képest, az egy olyan általános összehasonlítás, aminek a valóságtartalma illetve ellenőrzése az átlag fogyasztótól annak komplexitása miatt racionálisan nem várható el, ami megkérdőjelezi az ilyen kommunikáció tárgyilagosságát;
- e) a vizsgált ügyben az összehasonlítás nem felelt meg azoknak a követelményeknek sem, hogy csak azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő készítmények hasonlíthatók össze, illetve, hogy az összehasonlításnak tárgyilagosságnak illetve ellenőrizhetőnek kell lennie. A helyettesíthetőség megfelelően magas fokának hiánya már önmagában megalapozza/megalapozta azt, hogy az adott reklám nem pontos, nem kiegyensúlyozott és nem tisztességes.

2. Ugyancsak bejelentés alapján vizsgálta a KEB egy gyógyszeripari vállalat írásos promóciós anyagát, amelyben a Bejelentő azt kifogásolta, hogy a promóciós anyagban szereplő ábra valamint hivatkozás sérti a tárgyilagosságot, etikus és kiegyensúlyozott gyógyszer-kommunikáció alapelveit, félrevezető, egyben rontja a bejelentő termékének hitelét, mivel a kifogásolt ismertető anyagban:

- a) szereplő állítás alatt található diagramok nagyméretű feliratait azt a téves benyomást keltik/kelthetik, hogy az állítás szerinti mellékhatások tekintetében jelentős abszolút

értékű különbség van a bejelentő és a bejelentésben megjelölt vállalat által forgalmazott gyógyszerek között;

- b) az a) pont alatt jelzett módszerrel a két gyógyszer közti különbség mesterségesen került felnagyításra, ezért az félrevezető és megtévesztő;
- c) szereplő lábjegyzetben közölt magyarázó szövegek, hivatkozások nehezen olvashatók, nem értelmezhetők az egészségügyi szakember számára, ha nem ismeri az eredeti publikációt és nem szakértő a statisztikában;
- d) egy, a szöveggörnyezetéből kiragadott, a promóciós anyagban szereplő idézet arra ösztönöz, hogy a gyógyszert felírók részesítsék előnyben a bejelentett vállalat gyógyszerét a bejelentő termékével szemben.

Az etikai ügy vizsgálata során az alábbiak kerültek megállapításra:

- a KEB megállapította, hogy a vizsgált ügyben sérült a Kódex azon rendelkezése, ami szerint ha egy promóciós anyagban egy publikált kutatási eredményre történik utalás, a hivatkozásokat egyértelműen kell feltüntetni és azoknak az alkalmazási előírással összhangban kell lenniük. Az Etikai Kódexszel ellentétes ugyanis ha hozzáférhető módon publikált kutatási eredményekre történő utalás visszakereshetősége annak pontatlansága miatt lehetetlen, vagy nehézkes, illetve az is, ha olvashatósága a választott betűméret vagy az alkalmazott grafika miatt nehézkes vagy szinte lehetetlen;
- a KEB aggályosnak találta azt is, hogy a promóciós anyag állításai nem tükrözték hűen az eredeti publikációban foglaltakat, valamint, hogy az üzenetek ábrázolási módja alkalmas volt arra, hogy megtéveszse azok címzettjét. A KEB álláspontja szerint egy promóciós anyagban alkalmazott diagramok, ábrák stb. méretezése, az azokban szereplő, a többi információhoz képest felnagyított feliratok félrevezetőek lehetnek, másrészt ha a diagramokban, ábrákban stb. megjelenő információkat nem, illetve nem a hivatkozott publikációkban közölt módon kerülnek feltüntetésre, ez a tény már önmagában is sérti a Kódex rendelkezéseit;
- a KEB álláspontja szerint a kiegyensúlyozott tájékoztatás követelménye is sérült a vizsgált ügyben, mivel a promóciós anyagban olyan, a kutatásban részt nem vevő személyek megállapításaira történt utalás, amely személyek által tett megállapításra a publikáció eredeti szerzői nem jutottak. Ilyen esetben elvárható, hogy erre a tényre a promóciós anyagban történjen utalás.

Budapest, 2018. április 18.

Gyógyszeripari Szövetségek Kommunikációs Etikai Bizottsága

Kommunikációs Etikai Bizottság
Levelezési cím: 1134. Budapest, Lehel utca 11. I. em. 111.
E-mail: info@etikusgyogyszer.hu

