



**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) 2018. évben hozott és 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 2018. évben az alábbi ügyekben került megállapításra jogerős határozattal gyógyszeripari vállalattal szemben etikai vétség elkövetése:

1. A KEB egy hivatalból indított eljárásban több más tényező mellett azt vizsgálta, hogy mennyire egyeztethető össze a Kódex rendelkezéseivel, ha egy napilapban egy újságcikkben egy látómezőben olyan gyógyszer neve kerül feltüntetése, ami az újságcikkben tárgyalt betegségek kezelésére is alkalmas A KEB megállapította, hogy a tömegkommunikációs eszközökben, azok nyilvános felületén már a gyógyszer nevének a megjelenése is reklámnak minősül, tekintettel arra, hogy a Kódex 4. Fejezet 8.1. pontja szerint a gyógyszer nevét tartalmazó bármilyen nyilvános tájékoztatás kereskedelmi kommunikáció. A KEB megállapította azt is, hogy csupán a gyógyszer nevét tartalmazó, reklámnak minősülő kereskedelmi kommunikációra is irányadó a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény (a továbbiakban: Gyftv.) 17. § (1) bekezdése, ami szerint az embergyógyászati célra szánt, gyógyszer-tárból vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő gyógyszerek reklámozása akkor megengedett, ha a reklám:

**Kommunikációs Etikai Bizottság**  
Levelezési cím: 1134. Budapest, Lehel utca 11. I. em. 111.  
E-mail: [info@etikusgyogyszer.hu](mailto:info@etikusgyogyszer.hu)

- a) egyértelműen meghatározza, hogy a reklámozott termék gyógyszer,
- b) tartalmazza a gyógyszer rendeltetésszerű alkalmazásához szükséges, külön jogszabályban, konkrétan meghatározott tájékoztatást, figyelmeztető szöveget.

A vizsgált kereskedelmi kommunikációban ezek az információk nem jelentek meg, ami miatt az jogszabály és Kódex ellenes volt.

A KEB azt is megállapította, hogy a vizsgált újságcikkben nyilatkozó orvos olyan betegség tüneteiről, a betegség kezelésének lehetséges módozatairól beszélt, amely betegség kezelésére a cikkel egy látómezőben megjelent vény nélkül beszerezhető, közismert gyógyszer is szolgál, ezáltal sérült a Gyftv. valamint a Kódex azon rendelkezése, ami szerint a gyógyszerreklám nem tartalmazhat olyan utalást, vagy kifejezést, ami tudósok, egészségügyi szakemberek vagy ismert személyiségek ajánlását tartalmazza. A vizsgált újságcikkben nyilatkozó orvos, annak ellenére, hogy nem használta a Kódex 4. Fejezet 8.4. pont b) alpontjában példálózó jelleggel említett szófordulatokat (*Ajánlásnak minősül különösen:... ha az „ajánlom”, az „ajánlja” továbbá az „ajánlásával” vagy hasonló fordulat...*), az általa elmondottak a cikkel egy látómezőben megjelenő gyógyszer névvel úgy is értelmezhetők, hogy a nyilatkozó egészségügyi szakember a cikkben említett betegségek kezelésére a gyógyszert ajánlja. Erre figyelemmel a KEB elvi élel megállapította, hogy tudósok, egészségügyi szakemberek vagy ismert személyiségeknek Gyftv. 17. §-a (2) bekezdésének g) pontja szerinti, valamint a Kódex 4. Fejezet 8.3. pont g) alpontja szerinti ajánlása akkor is megvalósulhat egy kereskedelmi kommunikáció során, ha a kommunikáció összhatásában azt üzeni, vagy azt úgy is lehet érteni, hogy az adott tudós, egészségügyi szakember vagy ismert személyiség részéről támogatott az adott gyógyszer fogyasztók általi alkalmazása, még akkor is, ha konkrét gyógyszer neve nem hangzik el, a gyógyszer használatára vonatkozó konkrét ajánlásra utalás nem történik.

2. Ugyancsak hivatalból vizsgálta a KEB egy gyógyszeripari vállalat azon promóciós tevékenységét, amely során a vállalat egy internetes portálon egy olyan pályázatot hirdetett meg, amelyben havonta közzétett, a gyógyszerekkel összefüggő karikatúrákhoz az olvasók/pályázók szellemes szövegjavaslatot tehettek. A pályázat szerint, annak lezárulta után az olvasók szavazhatták meg a legtréfásabb, legeredetibb karikatúra szövegeket és a legjobb szövegjavaslatot tevők között 3 db 50.000 Ft. értékű kongresszusi belépő került kiosztásra. A pályázatra beérkező karikatúra szövegek megjelentek az internetes újság nyilvános weboldalán, amelyek gyakran vényköteles gyógyszer nevét is tartalmazták.

A KEB megállapította, hogy a karikatúrákhoz beküldött szövegjavaslatok bárki által elérhető módon, az internetes lap publikus oldalán jelentek meg, azok tartalma egyes esetekben figyelmen kívül hagyta a gyógyszer speciális természetét és szakmailag is kifogásolható volt. A KEB álláspontja szerint egyes szövegjavaslatok, kommentek alkalmasak voltak arra, hogy téves képzetet alakítsanak ki a gyógyszer speciális természetét illetően és nem voltak figyelemmel a kereskedelmi gyakorlat címzettjének – jelen ügyben a laikus fogyasztó – szakmaiságára sem.

Kifogásolhatónak találta a KEB az ügyben azt is, hogy 50.000 Ft. értékű kongresszusi belépő került kiosztásra a pályázók között, mivel a vonatkozó előírások szerint bármely tevékenység keretében a kizárólag orvosi rendelvényre kiadható gyógyszerrel kapcsolatosan egészségügyi szakembernek pénzbeli vagy természetbeni előny nem adható,

nem ajánlható fel és nem ígérhető. A bármely tevékenység fogalmába beleértendő a vizsgált karikatúra pályázat is, aminek keretében vényköteles gyógyszerekkel összefüggésben is lehetett szövegjavaslatokat tenni, erre viszont irányadó az a szabály, hogy felajánlott nyeresémtárgy nem lehet pénzbeli vagy természetbeni előny.

A KEB azt is vizsgálta, hogy a mindenki számára elérhető internetes felületen közölt karikatúra szövegjavaslatok – amelyek vényköteles gyógyszerek nevét is tartalmazták – reklámnak tekinthető-e. A Kódex egyik rendelkezése szerint *„a kereskedelmi és laikus média felé történő írásos és szóbeli tájékoztatás során reklámnak minősül bármely, a gyógyszer e Fejezet 8.1. pont szerinti beazonosítására alkalmas tájékoztatás”* azaz a gyógyszer nevét tartalmazó bármely nyilvános tájékoztatás is, ezért, mivel a gyógyszerek nevét tartalmazó karikatúra szövegjavaslatok a laikus közönség számára is elérhetőek voltak, a vényköteles gyógyszer reklámozására vonatkozó tilalom megsértése is megvalósult.

A KEB vizsgálata kiterjedt arra is, hogy a kereskedelmi kommunikáció során betartották-e a Kódexnek az *”Egészségügyi Szakemberek, a betegek és a nyilvánosság számára elérhető internetes weboldalakra vonatkozó szabályok”* között megfogalmazott előírásait. A Kódex szerint minden olyan weboldalon, amelyet Vállalat tart fenn, vagy bármilyen módon támogat, fel kell tüntetni a weboldal fenntartójának és valamennyi támogatójának (szponzorjainak) megnevezését, valamint székhelyét és elektronikus elérhetőségét, valamint az információ forrását, a forrás közzétételének dátumát.

A Kódex szerint a fentebb jelzett weboldalon világosan fel kell tüntetni továbbá az információk legutolsó frissítésének napját is valamint a betegek és a nagyközönség felé irányuló információkat tartalmazó weboldalon például a Vállalatra vonatkozó általános információkat is.

A fenti adatok a laikus olvasó számára is elérhető oldalakon nem voltak megtalálhatók, ezért e vonatkozásban is sérült a Kódex.

Gyógyszeripari Szövetségek Kommunikációs Etikai Bizottsága