

CAVP AANPRIJZING VETERINAIRE PRODUCTEN
waarin vertegenwoordigd FIDIN en KNMvD

p/a Keuringsraad Koag/Kag
Postbus 9087
1006 AB Amsterdam
E: cavp@codeavp.nl

JAARVERSLAG 2022/2023

Samenstelling van de CAVP

Mr. A.P. Ploeger, onafhankelijk voorzitter
Mr. E.M. Polak, onafhankelijk plaatsvervangend voorzitter
Drs. S.J. Mesu, lid, afgevaardigde KNMvD
Dr. F.J.W.C. van Herten, plaatsvervangend lid, afgevaardigde KNMvD
Drs. E.M. Loriaux, lid, afgevaardigde FIDIN
Drs. R.A.J.M. van Meer, plaatsvervangend lid, afgevaardigde FIDIN

Inleiding

De Commissie voor de Aanprijzing van Veterinaire Producten (CAVP) is ingesteld door de Fidin en KNMvD om toe te zien op de Code Aanprijzing Veterinaire Producten (hierna: de Code). De Code stelt regels over reclame voor diergeneesmiddelen en andere veterinaire zorgproducten. De Code stelt verder voorwaarden aan mogelijke financiële vergoedingen van diergeneesmiddelenbedrijven aan dierenartsen en de transparantie daarover in het Transparantieregister Zorg.

Op 28 januari 2022 trad de nieuwe Europese diergeneesmiddelenverordening (nr. 2019/6, hierna: de Verordening) in werking. De Verordening bevat nieuwe bepalingen over diergeneesmiddelenreclame (artikelen 119 tot en met 122). Dit heeft geleid tot aanpassing van de Code.

Hieronder wordt nader ingegaan op de aanpassing van de reclameregels per 28 januari 2022. Verder worden de uitspraken in klachtenprocedures van de CAVP besproken die in 2022 en 2023 zijn behandeld. De volledige uitspraken zijn gepubliceerd op de website van de CAVP, www.codeavp.nl.

Aanpassing reclameregels

De algemene bepalingen van de Code zijn in overeenstemming gebracht met de reclameregels van de Verordening. Van belang is dat reclame niet mag misleiden of tot onjuist gebruik mag aanzetten. Reclame dient verantwoord gebruik te bevorderen, door het diergeneesmiddel objectief voor te stellen, zonder de eigenschappen ervan te overdrijven.

Er mag alleen reclame worden gemaakt voor diergeneesmiddelen die in Nederland zijn toegelaten. De reclame moet stroken met de samenvatting van productkenmerken (SPC) van het diergeneesmiddel. Reclame voor voorschriftplichtige diergeneesmiddelen is slechts toegestaan richting dierenartsen en personen die diergeneesmiddelen mogen leveren (hierover later meer). Er geldt een uitzondering voor reclame voor vaccins, die ook richting de professionele eindgebruiker mag plaatsvinden (zie ook artikel 8.2 van Besluit diergeneesmiddelen 2022).

Op grond van de Verordening is het toegestaan de bijsluiter bij een diergeneesmiddel elektronisch te verstrekken. Voor advertenties betekent dit dat de verplichte verkorte bijsluiterinformatie ook elektronisch mag worden aangeleverd door middel van een QR-code.

Ook de regels rond het bevorderen van diergeneesmiddelenverkoop door het bieden van financiële voordelen zijn op onderdelen aangescherpt. De Code kende sinds 2013 regels over het bieden van gastvrijheid, het geven van geschenken en het leveren van diensten. Met de Verordening zijn deze regels nu ook wettelijk verankerd, hetgeen betekent dat de NVWA daarop kan toezien (en boetes kan uitdelen). Nieuw zijn regels rond het verstrekken van monsters; het weggeven van diergeneesmiddelen voor promotiedoeleinden. Dat is voor antimicrobiële middelen verboden.

Positie paraveterinair en andere diergeneeskundige zorgverleners

Reclame voor voorschriftplichtige diergeneesmiddelen mag volgens de Verordening alleen plaatsvinden richting dierenartsen en personen die overeenkomstig het nationale recht diergeneesmiddelen mogen leveren. Dit zou strikt genomen ertoe leiden dat paraveterinair en andere diergeneeskundige zorgverleners geen diergeneesmiddelenreclame mogen ontvangen. Dat kan in de praktijk lastig uitvoerbaar blijken wanneer deze zorgverleners werken in de dierenartsenpraktijk waar reclames voor de dierenarts worden aangeboden of deelnemen aan een wetenschappelijk congres voor dierenartsen waar diergeneesmiddelenbedrijven exposeren.

Paraveterinair en bepaalde andere diergeneeskundige zorgverleners onderscheiden zich van het algemene publiek omdat zij op grond van de wet onder bepaalde voorwaarden beroepsmatig diergeneesmiddelen mogen toepassen en daarmee feitelijk afleveren. Dit betreft de volgende diergeneeskundige zorgverleners (hierna te noemen: paraveterinair c.s.):

- dierenartsassistent paraveterinair (art. 3.1 Besluit diergeneeskundigen);
- embryo-transplanteur en/of -winner (art. 3.6 Besluit diergeneeskundigen);
- dierenartsen in opleiding (art. 3.12 Besluit diergeneeskundigen);
- dierverloskundige (art. 7.4 Besluit diergeneeskundigen); en
- castrateurs (art. 7.5 Besluit diergeneeskundigen).

In afstemming met het Ministerie van Landbouw kunnen de reclameregels zo worden uitgelegd dat reclame voor voorschriftplichtige diergeneesmiddelen richting paraveterinair c.s. is toegestaan indien dit op aanwijzing of onder controle van de dierenarts geschiedt. De reclame mag zich niet specifiek richten op paraveterinair c.s., maar zij mogen wel kennis nemen van reclame die op de dierenarts is gericht wanneer dit op aanwijzing van of onder controle van de dierenarts gebeurt. Deze uitleg is opgenomen in de Code.

Dit betekent concreet dat schriftelijke reclame voor voorschriftplichtige diergeneesmiddelen kan worden geplaatst in vakbladen voor dierenartsen, ook als paraveterinair c.s. een abonnement of inzage in het vakblad kunnen krijgen. Bij online reclame kan de paraveterinair c.s. toegang krijgen tot het inloggedeelte voor dierenartsen waar diergeneesmiddelenreclame wordt gemaakt, op voorwaarde dat de dierenarts waarvoor hij/zij werkt daarmee instemt. Ook reclamemailings (direct mail) kunnen naar het e-mailadres van de dierenartsenpraktijk worden gestuurd. Ook kunnen paraveterinair c.s. in de dierenartsenpraktijk reclamemateriaal ontvangen van dierenartsbezoekers, ervan uitgaande dat dit plaatsvindt op aanwijzing, met goedkeuring of onder controle van de dierenarts.

Er mag geen aanprijzing van voorschriftplichtige diergeneesmiddelen plaatsvinden in publicaties die hoofdzakelijk op de betrokken diergeneeskundige zorgverleners is gericht en niet op de praktiserende dierenarts, bijvoorbeeld een studenten Almanak. Indien een bedrijf wil adverteren in zo'n Almanak, kan worden volstaan met advertenties over het

diergeneesmiddelenbedrijf zelf, zonder dat er direct of indirect reclame wordt gemaakt voor een voorschriftplichtig diergeneesmiddel.

Voor vakbeurzen, congressen en andere wetenschappelijke bijeenkomsten waar bedrijven exposeren betekent dit dat wanneer naast de dierenarts ook de paraveterinair c.s. kan deelnemen aan de bijeenkomst (en er dus sprake is van een gemengde doelgroep), zij kennis mogen nemen van de reclame voor voorschriftplichtige diergeneesmiddelen op of in de standruimte van bedrijven, ervan uitgaande dat de aanwezigheid van de paraveterinair c.s. op aanwijzing, namens of onder controle van de dierenarts gebeurt. Daarbij is wel van belang dat zichtbaar is - door bijvoorbeeld een badge - of een bezoeker dierenarts is of paraveterinair c.s.. Dat stelt de bedrijven in staat om in de onderlinge contacten rekening te houden met de mate van promotie.

Klachten

In de jaren 2022 en 2023 heeft de CAVP in 3 klachtprocedures uitspraak gedaan. Het betreft steeds geschillen tussen twee diergeneesmiddelenbedrijven over promotionele uitingen. Daarbij geldt de kernvraag of de promotionele uitingen geen claims bevatten die in strijd zijn met de samenvatting van productkenmerken (SPC) van het betrokken diergeneesmiddel.

In zaak 2022-01 oordeelde de CAVP dat een promotionele uiting over een generiek diergeneesmiddel vergelijkende reclame is en misleidend is, door het gebruik van de woorden "nieuw" (de generieke behandeling was niet nieuw) en de woorden "op verantwoorde wijze" in combinatie met de claim dat door de coating van het diergeneesmiddel de dierenarts niet in direct contact komt met de werkzame stof; uit de waarschuwingen en veiligheidsvoorschriften in de SPC blijkt niet dat door de coating het toepassen van het diergeneesmiddel veiliger of meer verantwoord is voor de dierenarts.

In zaak 2022-02 betrof het geschil een reeks van reclame-uitingen voor een anti-parasitair diergeneesmiddel. Van de 11 punten die de klager aanvoerde, achtte de CAVP 1 punt gegrond, namelijk dat de claim dat de lagere toedieningsfrequentie van het diergeneesmiddel leidt tot gebruiksgemak en een hogere therapietrouw niet blijkt uit de aangevoerde studies.

In zaak 2023-01 werd een publiekscampagne beoordeeld waarin katteneigenaren werd gewezen op een "*nieuwe behandeloptie*" voor pijnbestrijding. Ook al bevatte de campagne geen namen van diergeneesmiddelen, oordeelde de CAVP dat sprake is van een indirecte verwijzing naar het nieuwe diergeneesmiddel dat door het betrokken bedrijf op de markt was gebracht. Nu dit een voorschriftplichtig diergeneesmiddel betreft, is sprake van een overtreding van het verbod om daarvoor publieksreclame te maken. Het bedrijf werd bevolen de uitingen te staken.