

12 februari 2009

De Commissie Aanprijzing Veterinaire Producten (hierna: de Commissie) heeft het navolgende overwogen en beslist naar aanleiding van de klacht (CAVP-nummer 2008-6) op de voet van artikel 4.1 van het Reglement van de Commissie Aanprijzing Veterinaire Producten van:

**X**

gevestigd te: A

hierna: X

met betrekking tot een uiting van geneesmiddelenreclame voor Z door:

**Y**

gevestigd te: B

hierna: Y

## **1. Het verloop van de procedure:**

- 1.1. De commissie heeft kennis genomen van
  - Een brief van de X aan de Commissie van 14 november 2008, met als bijlage de brochure van Y over de ziekte Q het geneesmiddel Z;
  - Een brief van Y aan de Commissie van 1 december 2008 met een reactie op bovengenoemde brief van de X;
  - De website [www.Q.eu/nl](http://www.Q.eu/nl).
  -
- 1.2. De Commissie heeft de klacht behandeld ter zitting van 26 januari 2009, in aanwezigheid van de X vertegenwoordigd door de heren C en D, en Y, vertegenwoordigd door de heren E en F

## **2. De vaststaande feiten:**

- 2.1. Voor de beslissing in deze zaak kan van de volgende, tussen partijen niet omstreden, feiten worden uitgegaan:
- 2.2. Y brengt in Nederland onder de naam Z een diergeneesmiddel (op basis van de werkzame stof z, een antibioticum) op de markt. De X is de Nederlandse beroepsvereniging van dierenartsen.
- 2.3. Y heeft in 2008 in Nederland een brochure verspreid ter promotie van het diergeneesmiddel Z (hierna: "de brochure") voor gebruik bij Q-infectie bij dier P. In de brochure zijn onder meer de volgende uitingen opgenomen:
  - Op de voorkant staat een dier P afgebeeld met de tekst 'win xxx' en 'ontdek de verschillen'. Aan de binnenkant van de folder, op bladzijden 2 en 3, staan 2 dieren P afgebeeld met daarbij de tekst 'ziet u het verschil?' waaronder de tekst staat: 'in eerste instantie zie je het niet, maar dit dier P heeft Q (PIA) en gebruikt daardoor veel meer xxx. Zelfs bij de lichte Q infectie is de verhoging van de xxx-conversie aanzienlijk. En dat is niet het enige verschil'. Op de volgende pagina, bladzijden 4 en 5, staan

wederom 2 dieren P afgebeeld met de tekst ‘ziet u het verschil?’ en voorts de tekst: ‘de xxx-prijzen zijn erg hoog. Elke besparing levert u daarom veel geld op. Een dier P met een milde vorm van Q kost alleen al aan xxx € x meer. Laat dat niet gebeuren’. Onderaan de pagina staat voorts in kleine lettertjes aangegeven hoe het bedrag van € x is berekend.

- Op de volgende pagina, bladzijden 6 en 7, staan wederom 2 dieren P afgebeeld met daarbij de tekst: ‘ziet u het verschil?’. Onder het linker dier P staat de volgende tekst: ‘Ook op uw bedrijf hebben dieren P Q. De G, de veroorzaker van Q, is namelijk op x % van alle bedrijven met dieren P actief. G ontwikkelt zich in de cellen van de xxx en veroorzaakt snel veel schade bij de dieren P. U ziet dat niet, maar u merkt het wel’. Onder het rechter dier P staat de tekst: ‘Zelfs de gevolgen van een milde Q-infectie zijn groot:
  - Verhoogde xxx
  - Verminderde uniformiteit
  - Daling van de gemiddelde dagelijkse groei met x%
  - Hoger sterftcijfer van x à x%Zorg ervoor dat uw dieren P gezond zijn!’
- Op de volgende pagina, bladzijde 8 en 9, staan weer de twee dieren P afgebeeld met de tekst: ‘Ziet u het verschil?’ waaronder de tekst: ‘De verschillen kunt u makkelijk oplossen met Z. Z zorgt voor gezonde dieren P en een beter bedrijfsresultaat. Z verbetert de xxx-conversie van geïnfecteerde dieren P met Q met x% (ten opzichte van niet behandelde dieren P). Met Z kunt u Q behandelen en de ziekte onder controle houden. Vraag uw dierenarts naar de mogelijkheden of kijk op [www.Q.eu/nl](http://www.Q.eu/nl)’ en daaronder staat: ‘Y, specialist in yyy’.
- Op de laatste pagina, bladzijden 10 en 11, staat links wederom een dier P afgebeeld waaronder de tekst: ‘Gezonde dieren P = beter bedrijfsresultaat. Laat Q niet xxx!’. Op de rechterkant staat in grote letters ‘Win xxx!’ met daaronder de tekst: ‘Herken de ziekte voor het te laat is. Ga naar [www.Q.eu/nl](http://www.Q.eu/nl), bereken hoeveel kosten u kunt besparen en maak kans op xxx of een van de andere prijzen! Gratis vvv voor de eerste 100 deelnemers’ met daarnaast een afbeelding van een vvv. Op de achterzijde van de folder staan voorts de gegevens van Y en gegevens over Z afgedrukt.

2.4. De website waarnaar in de brochure wordt verwezen, [www.Q.eu/nl](http://www.Q.eu/nl), is als volgt ingericht:

Op de homepage staat bovenaan het logo van Y en rechts daarvan staat de tekst: ‘laat Q niet xxx!’. Daaronder staat hetzelfde plaatje van een dier P dat in de folder staat afgedrukt afgebeeld met in zijn rechteroor een kaartje waarop staat: ‘win xxx’ en in zijn linkeroor een kaartje waarop staat: ‘bereken hier uw verschil en win’. Daarboven staat de tekst: ‘Y, specialist in yyy’ en daaronder in een kader staat informatie afgedrukt over Q die overeenkomt met de tekst die in de folder wordt gebruikt. Daaronder staat de tekst: ‘behandel Q. Dat scheelt een hoop problemen en een hoop kosten. Kosten die tot x euro’s kunnen oplopen! Bereken via onze rekenmodule wat u kunt besparen. U maakt ook nog eens kans op mooie prijzen, zoals zzz. En voor de eerste 100 deelnemers ligt een mooi vvv klaar. Doe dus direct mee!’. Als men naar de pagina gaat waarop kan worden berekend hoeveel euro’s aan xxx kan worden bespaard staat daar de tekst: ‘win xxx! Maak

kans op een superprijs van xxx of een van de andere prachtige prijzen zoals www. Hoe? Heel simpel: vul de rekenmodule en uw gegevens in en geef antwoord op de volgende 3 vragen:

Vraag 1: op hoeveel procent van de bedrijven met dieren P komt de ziekte Q voor?

Vraag 2: hoeveel hoger worden de xxx-kosten per dier P bij een milde Q-infectie?

Vraag 3: activiteiten die ik onderneem om Q op mijn bedrijf te voorkomen zijn.'

Op de website staan voorts publicaties vermeld over de ziekte Q, een uitleg van de kostenopbouw waarop de stelling dat de ziekte Q € x extra aan xxx per dier P kost, is gebaseerd en tot slot de contactgegevens van Y.

Het diergeneesmiddel Z wordt nergens op de website genoemd.

### **3. De klacht van de X:**

- 3.1. De X richt haar klacht tegen de inhoud van de brochure van Y voor Z en de website. [www.Q.eu/nl](http://www.Q.eu/nl).
- 3.2. De X stelt dat de brochure en de website van Y voor Z in strijd zijn met de artikelen 1.1, 4.3 en 5.7 van de Code voor de Aanprijzing van Veterinaire Producten (hierna: Code). Zij verwijst daarbij naar het bericht "FIDIN antibioticumrapportage 2007" (Tijdschrift voor Diergeneeskunde, deel 133, aflevering 21, 1 november 2008, pagina 912 en 913). In dit artikel geeft de FIDIN, zijnde de belangenvereniging van Fabrikanten en Importeurs van Diergeneesmiddelen In Nederland, aan dat de Code voor Aanprijzing van Veterinaire Producten is aangescherpt in die zin dat informatie bedoeld voor professionele veehouders geen puur promotioneel karakter mag hebben dat mogelijk aanzet tot overmatig gebruik. Het artikel meldt voorts dat dat is gebeurd in het kader van het in december 2007 gepresenteerde plan van aanpak van minister Verburg om te komen tot een daadwerkelijke vermindering van antibioticagebruik en antibioticaresistentie in de dierhouderij. Veehouders dienen in dit kader alles in het werk te stellen om dieren groot te brengen zonder gebruik te maken van antibiotica. Alleen in het geval van ziekte moet antibiotica worden gebruikt, maar dit mag geen standaardbehandeling zijn. Daarbij dienen de veehouders zich te laten leiden door diergeneeskundig advies van de dierenarts. Aldus het artikel.
- 3.3. De X stelt dat het promotionele karakter van de brochure en de website van Y aanzet tot overmatig gebruik en daarom in strijd is met de door haar genoemde artikelen uit de Code.
- 3.4. Ter zitting heeft de X onder meer nog aangevoerd dat in de brochure wordt gesteld dat het percentage van geïnfecteerde dieren P zo hoog is, dat er maar één oplossing is, namelijk het inzetten van Z. Daarmee wordt ten onrechte de suggestie gewekt dat Z – en dus antibioticagebruik - de enige oplossing is tegen de Q-infectie.
- 3.5. Voorts stelt de X dat, door de wijze waarop Q en Z in de folder en op de website onder de aandacht worden gebracht, namelijk door koppeling aan een prijsactie en aan de stelling dat door de behandeling met Z xxx-kosten worden bespaard, de actie als eenzijdig promotioneel dient te worden gekwalificeerd.

- 3.6. Tevens heeft de X aangevoerd dat zij het ondersteunt dat dierenartsen en de dier P-dierenhouder er op worden gewezen dat de Q-infectie vaak voorkomt. Echter, daarbij zou ook moeten worden gewezen op de noodzaak van het nemen van preventieve maatregelen als bijvoorbeeld het verstrekken van een optimale xxx, het nemen van *biosecurity* maatregelen, het toepassen van preventieve vaccinatie en het doen van onderzoek om na te gaan of de Q-infectie voorkomt. Op de wijze waarop Y Z thans onder de aandacht brengt – waarbij zij eenzijdig de aandacht vestigt op het gebruik van antibiotica (namelijk Z) als oplossing voor de Q-infectie -, draagt zij, aldus de X, op geen enkele wijze bij aan een zorgvuldig antibioticabeleid.
- 3.7. X heeft tot slot aangegeven dat twee belangenorganisaties de klacht van de X over de reclameuiting van Y onderschrijven.

#### **4. Het verzoek van de X:**

- 4.1 De X vordert de Commissie zich uit te spreken over de verenigbaarheid van de brochure en de website van Y met de Code.

#### **5. Het verweer van Y:**

- 5.1.1 Y is van mening dat de klacht van de X op alle onderdelen ongegrond is. Y licht haar verweer als volgt toe.
- 5.1.2 Y betwist dat zij in strijd met de Code heeft gehandeld. Y voert daartoe aan dat zij zich zeer bewust is van de noodzaak verantwoord met antibiotica om te gaan. Y stelt voorts dat het de plicht is van elke dierenarts en veehouder om toe te zien op diergezondheid en dierenwelzijn. Uit dien hoofde moeten zieke dieren behandeld worden, zo stelt Y. Uit meerdere literatuurstudies blijkt dat de ziekte Q veel voorkomt (x%). Y stelt voorts dat zij door middel van de folder en de website probeert veehouders er op te attenderen dat de kans zeer groot is dat hun dieren P lijden aan Q. Y is voorts van mening dat, indien je een boodschap impact wil laten hebben, je de ontvanger van de boodschap moet ‘wakker schudden’. Aangezien de prijzen van xxx afgelopen jaar drastisch zijn gestegen en de link tussen een zieke S en verminderde opname van T wetenschappelijk onomstreden is, heeft Y gekozen voor de insteek zoals deze uit de folder en de website blijkt. Het gevolg van behandeling van de Q-infectie is dat het dier P gezond(er) wordt. De opname van T uit een gezonde S is efficiënter dan uit een door Q-infectie aangetaste S, aldus Y.
- 5.2 Het feit dat Y houders van dieren P en dierenarts er op heeft gewezen dat de Q-infectie zeer vaak voorkomt, zij de campagne gericht heeft op datgene waarop de ziekte de meeste impact heeft (namelijk de hoeveelheid T die een dier P opneemt, die lager is indien het dier P is behandeld dan wanneer dat niet is behandeld en dat dus economisch voordeel oplevert) om vervolgens aan te geven dat Z effectief is in de behandeling van Q geïnfecteerde dieren P is volgens Y niet in strijd is met de Code.
- 5.3 Y verzoekt de Commissie op grond van het bovenstaande de klacht van de X op alle onderdelen af te wijzen.

## **6 De beoordeling door de Commissie:**

- 6.1 De Commissie stelt vast dat de brochure en de daaraan gelinkte website (hierna: ‘de reclamecampagne’) van Y als één promotionele uiting dient te worden beoordeeld. De Commissie stelt voorts vast dat de in de uiting genoemde prijsvraag, op zichzelf gezien geen direct verband houdt met de promotie van het geneesmiddel Z. Immers, door een aantal vragen in te vullen kunnen prijzen worden gewonnen maar met de prijsvraag wordt op zichzelf beschouwd, geenszins bereikt dat het voorschrijven van het geneesmiddel Z wordt gestimuleerd.
- 6.2 Blijkens de tekst van de brochure en de website is de strekking van de reclamecampagne van Y de aandacht te vestigen op de schade die de dierhouder lijdt als hij Z niet gebruikt en de winst die hij maakt (door de besparing van xxx-kosten) als hij het middel wel inzet in zijn bedrijf. De aandacht wordt derhalve eenzijdig en vrijwel uitsluitend gevestigd op het economische voordeel en niet op de klinische effectiviteit van Z. De commissie oordeelt dat hierdoor van het eenzijdige promotionele karakter van de reclamecampagne van Y een puur economisch “pull” effect op de dierhouder uitgaat dat kan leiden tot overmatig gebruik. Hieruit volgt dat de reclamecampagne van Y in strijd is met artikel 4.3 van de Code. De klacht van de X is dus gegrond.

## **7 De kosten van de procedure:**

Y zal als in het ongelijk gestelde partij worden veroordeeld in de procedurekosten.

## **8 De beslissing van de Commissie:**

De Commissie:

- Verklaart de klacht van de X gegrond.
- Veroordeelt Y als de in het ongelijk gestelde partij in de procedurekosten (zijnde € 1400).

Het is partijen bekend dat de uitspraak zal worden gepubliceerd in het Tijdschrift voor Diergeneeskunde.

Aldus gewezen te Gouda op 12 februari 2009 door mr. dr. J.F. Haeck, voorzitter, drs. S.J. Mesu en drs. R. Schippers, leden, in aanwezigheid van mr. A.M. Hoppenbrouwers, griffier en ondertekend door de voorzitter.