



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

RESOLUCIONES DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD

LILLY, S.A. vs. QUÍMICA FARMACÉUTICA BAYER, S.A.

("Hospitalidad")

RESUMEN:

La Sección Primera del Jurado de la Publicidad ha resuelto en fecha 16 de marzo de 2005, la reclamación presentada por Lilly, S.A. contra una práctica de hospitalidad realizada por la empresa Química Farmacéutica Bayer, S.A.

En concreto, este debate radicaba en si la realización y promoción de actividades lúdicas, en horario de un congreso científico, excedía o no los límites establecidos en el artículo 11 del Código Español de Buenas Prácticas para la promoción de los medicamentos.

Lilly ha hecho hincapié sobre las numerosas actividades festivas que primaron, en la organización del evento, sobre los aspectos científicos, aportando documentación visual de las actividades desarrolladas y de las personas presentes en las mismas de las que se puede desprende que la mayoría de los científicos iban acompañados. Asimismo, de algunas facturas, aportadas por la reclamante resulta evidente que Bayer asumió el coste de las actividades desarrolladas por los acompañantes. Así las cosas, la reclamante ha solicitado que se estimase la reclamación y se condenase a la reclamada a la sanción correspondiente.

El Jurado tras analizar las pruebas aportadas y teniendo en cuenta los programas facilitados por las partes, ha estimado que resultaba evidente que las actividades sociales y culturales primaron sobre el evento científico en sí, con evidente perjuicio para las empresas competidoras de Bayer que acudían a presentar sus productos en el "Encuentro".

En consecuencia, la Sección Primera del Jurado de la Publicidad, ha estimado la reclamación presentada por Lilly, S.A. contra Química Farmacéutica Bayer, S.A., ha declarado que la práctica objeto de reclamación infringe el artículo 11 del Código de buenas prácticas para la promoción de los medicamentos y ha impuesto al anunciante - por aplicación del artículo 18 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos de Farmaindustria - una sanción pecuniaria de 6.000 € y el pago íntegro de las tasas devengadas ante Autocontrol por la tramitación del presente procedimiento.

TEXTO COMPLETO DE LA RESOLUCIÓN:

**LILLY, S.A. vs. Química Farmacéutica
BAYER, S.A.**

(“HOSPITALIDAD”)

En Madrid, a 16 de marzo de 2005, reunida la Sección Primera del Jurado de la Publicidad de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Eduardo Galán Corona, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por Lilly, S.A. por la práctica de una hospitalidad excesiva de la que es responsable la empresa Química Farmacéutica BAYER, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- ANTECEDENTES DE HECHO.

1.- Mediante escrito de 11 de febrero de 2005, la Comisión Deontológica de Farmaindustria dio traslado a Autocontrol, de acuerdo con el Art. 4.5 del Reglamento de la Comisión Deontológica de la Industria Farmacéutica y del Convenio suscrito entre Farmaindustria y Autocontrol, de la reclamación presentada el 26 de julio de 2004 por Lilly, S.A. (en lo sucesivo, LILLY), contra Química Farmacéutica BAYER, S.A., (en lo sucesivo, BAYER), contra la realización de un acto de hospitalidad que excede lo permitido por el Artículo 11 del Código Español de Buenas Prácticas para la promoción de los medicamentos.

2.- La práctica publicitaria objeto de la presente controversia consiste en la realización y promoción de actividades lúdicas en horario de un congreso científico.

3.- Tras haber sido notificados del traslado de la reclamación al Jurado de la Publicidad de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, Lilly remitió escrito de alegaciones complementarias de fecha 22 de febrero de 2005. Sus alegaciones en este nuevo escrito reproducen aquellas ya expuestas en el escrito de reclamación ante FARMINDUSTRIA, reiterando que la reclamada es titular tanto de la marca como de

la especialidad farmacéutica no pudiendo eximirse de las responsabilidades de su copatrocinadora. Asimismo, Lilly vuelve a hacer hincapié sobre las numerosas actividades festivas que primaron, en la organización del evento, sobre los aspectos científicos. Así las cosas, concluye solicitando se estime la reclamación y se condene a la reclamada a la sanción que corresponda.

4.- BAYER presentó a su vez, con fecha de 3 de marzo de 2005, escrito de alegaciones complementarias, en el que considera que la supuesta infracción alegada ha prescrito, razón por la que el Jurado no puede admitir la presente denuncia, y entrar a valorar lo hechos contenidos en la misma. Por otra parte, la reclamada precisa que es voluntad de esta compañía que quede claro que ha actuado de conformidad con el Código. A este respecto reitera que sólo algunas de las actividades fueron realmente patrocinadas por BAYER y que Lilly ha incurrido en numerosos errores y confusiones en sus imputaciones.

II.- FUNDAMENTOS DEONTOLÓGICOS.

1.- En primer lugar y antes de entrar en el análisis del fondo del asunto planteado por Lilly, esta Sección precisa analizar la alegación presentada por Bayer en la que sostiene que este Jurado no debería admitir, de conformidad con la Norma 13 del reglamento del Jurado, la presente reclamación ya que los hechos imputados se remontan a hace más de un año. Así pues, esta Sección, a la vista de dicha alegación, quiere señalar que la resolución del presente caso, por parte del Jurado, es parte de un procedimiento más amplio, que se desarrolla de acuerdo con el Art. 4.5 del Reglamento de la Comisión Deontológica de la Industria Farmacéutica y del Convenio suscrito entre Farmaindustria y Autocontrol. Por tanto, y considerando que dicho procedimiento tuvo comienzo a través de la reclamación planteada ante la Comisión deontológica de Farmaindustria el 3 de marzo de 2004, cabe entender que este Jurado puede pronunciarse sobre la práctica publicitaria imputada a Bayer.

2.- En segundo lugar, con relación a la alegación de la parte reclamada en la que afirma que no es responsable de las actividades objeto de este debate, este Jurado considera que la documentación aportada por la parte reclamada, entre la que se destacan diversas facturas a nombre del Grupo Levitra, es prueba suficiente para acreditar que las actividades desarrolladas en el ámbito del II Encuentro Iberoamericano de Andrología se realizaron con el fin de promocionar el producto "Levitra", cuyo titular de la autorización comercial es el laboratorio reclamado. Así las cosas, esta sección estima que dichas actividades se realizaron con el conocimiento y el aval de la empresa reclamada.

3.- Entrando ya en el fondo del asunto y la vista de los antecedentes hasta aquí expuestos, este Jurado deberá pronunciarse sobre la licitud de las actuaciones realizadas por BAYER con relación al II Encuentro Iberoamericano de Andrología que tuvo lugar en Santo Domingo durante la semana del 29 de noviembre al 6 de diciembre del año 2003. Concretamente, esta Sección debe evaluar si la hospitalidad ofrecida en el ámbito de dicho encuentro excedía o no los límites establecidos en el artículo 11 del Código Español de Buenas Prácticas para la promoción de los medicamentos.

4.- A la vista de la prueba videográfica aportada, así como de las facturas aportadas por Bayer - relativas a 85 tarjetas de turista y 85 cenas en el Mesón de la Cava y en el restaurante Da Vinci - y de otros numerosos indicios concluyentes que se ofrecen a este Jurado, cabe interpretar que las actuaciones de Bayer en el marco del II Encuentro Iberoamericano de Andrología excedieron los límites establecidos en el artículo 11 del Código anteriormente citado. En efecto, el Documento 5 muestra que la mayoría de los médicos invitados iban acompañados, no aportándose, de contrario, prueba alguna de que las actividades desarrolladas por los acompañantes fueron a cargo de los mismos. Por otra parte, la reclamada ha aportado varias facturas, de las empresas Iberdom y Melía Santo Domingo, que demuestran que el "Grupo Levitra" se componía de 85 miembros y no de 64 como sostiene. Finalmente, de la lectura de los programas facilitados por las

partes, resulta evidente que las actividades sociales y culturales primaron sobre el evento científico en sí, con evidente perjuicio para las empresas competidoras de Bayer que acudían a presentar sus productos en el "Encuentro".

5.- Así las cosas, procede declarar que la hospitalidad ofrecida por BAYER a los facultativos y a sus acompañantes excede abundantemente los límites fijados por el Código Español de Buenas Prácticas para la promoción de los medicamentos, siendo evidente que los aspectos culturales y sociales prevalecieron sobre los científicos.

Por las razones expuestas, la Sección Primera del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por Lilly, S.A. contra Química Farmacéutica Bayer, S.A.

2º.- Declarar que la práctica objeto de reclamación infringe el artículo 11 del Código de buenas prácticas para la promoción de los medicamentos.

3º.- Imponer al anunciante por aplicación del artículo 18 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos de Farmaindustria, una sanción pecuniaria de 6.000 €.

4º.- Imponer al anunciante reclamado, por aplicación del art. 18.6 del Código Español de Buenas Prácticas para la promoción de los medicamentos de Farmaindustria, el pago íntegro de las tasas devengadas ante Autocontrol por la tramitación del presente procedimiento, conforme a las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.