**Informationsgranskningsnämnden, IGN** 2018-09-17

IGN093

Novartis Sverige AB

Helena Agervald: Niclas Reutersten

Box 1150

183 11 Täby

helena.agervald@novartis.com; niclas.reutersten@novartis.com

**Beslut i anmälningsärende IGN093**

**Bakgrund**

Novartis Sverige AB innehar marknadsföringstillstånd för Aimovig 70 mg injektionsvätska, lösning i förfylld injektionspenna. Aimovig är indicerat för migränprofylax hos vuxna som har minst 4 migrändagar per månad.

**Excerpt:** Aktualiserade artiklar i ärendet: artikel 102 (kap 1, avd 2) och artikel 2 (kap 1, avd 2) LER.

**Anmärkning**

IGN har den 7 augusti 2018 mottagit en anonym anmälan:

”Anmälningsärende Rx mot allmänhet

Bifogad sida; ”Novartis just received EU approval for a new migraine treatment!” gällande produkten Aimovig (erenumab) upptäcktes på LinkedIn 2018-08-07 och det torde strida mot Kap 1, Avd 2, Art 102 dvs reklam av Rx mot allmänhet, samt Kap 1, Avd 1, Art 2 dvs reklamen saknar stöd i SPC (produkten ej ännu godkänd i Sverige).”

**Svaromål**

I sitt svaromål från den 13 september 2018 skriver Novartis följande:

” 1. Hemställan

1.1 Praxis enligt LER Kap 1 Regler för läkemedelsinformation rörande material som publicerats på sociala medier saknas så gott som helt. Novartis anser därför att detta ärende har stort principiellt intresse. Av det skälet hemställes att IGN i enlighet med p. 23 i Arbetsordningen för IGN och NBL överlåter ärendet till NBL utan eget beslut.

1.2 Ärendet avser en enskild Novartismedarbetares åtgärd att på sitt eget privata konto på Linkedin länka till ett engelskspråkigt internationellt pressmeddelande från företaget. Även om vederbörandes ställning i företaget är en omständighet som skall beaktas i bedömningen av ärendet är dennes namn inte av något intresse. Av hänsyn till den personliga integriteten kommer Novartis att här enbart benämna medarbetaren med ”NN”. Vi hemställer att IGN/NBL förfar på samma sätt i de handlingar som blir offentliga – t.ex. sina beslut.

2. Novartis inställning

2.1 I första hand bestrider Novartis att den påtalade åtgärden utgör en marknadsföringsåtgärd på vilken Regler för läkemedelsinformation är tillämplig.

2.2 Om IGN/NBL finner att det handlar om en marknadsföringsåtgärd bestrides att denna avser ett läkemedel från Novartis och att företaget har ansvar för åtgärden.

2.3 Om IGN/NBL finner att det handlar om en marknadsföringsåtgärd som företaget ansvarar för enligt Regler för läkemedelsinformation yrkar Novartis att IGN-/NBL-avgift skall sättas ned kraftig.

2.4 Vid tidpunkten för NN:s publicering av pressmeddelandet på Linkedin hade Aimovig® erhållit marknadsföringstillstånd genom ett EU-godkännande. Det handlar om en helt ny substans – erenumab – och läkemedlet är receptbelagt. Den anonyma anmälaren säger avslutningsvis att produkten inte skulle vara godkänd i Sverige. Detta är felaktigt. EU-godkännandet gäller även Sverige. Sakfrågan i ärendet handlar därför enligt Novartis mening inte om otillåten prelansering utan enbart om påstådd otillåten marknadsföring av receptbelagt läkemedel till allmänheten (jfr artikel 102 avd 2 Regler för läkemedelsinformation).

Sakfrågan i ärendet är emellertid som sådan inte av något principiellt intresse. I den mån IGN/NBL skulle komma fram till att den påtalade publiceringen utgör en marknadsföringsåtgärd på vilken Regler för läkemedelsinformation är tillämpliga föreligger otvivelaktigt ett åsidosättande av artikel 102. I det fortsatta uppehåller sig Novartis därför enbart till varför vi anser att det inte handlar om en marknadsföringsåtgärd på vilken Regler för läkemedelsinformation är tillämplig.

3. Skälen för Novartis inställning

3.1 Icke-kommersiell eller kommersiell information

Ytterst handlar ärendet om den principiellt mycket viktiga frågan om gränsen mellan icke-kommersiell information skyddad av grundlagarnas regler om yttrandefrihet och kommersiell information som kan bedömas enligt olika regler för reklam/marknadsföring. Detta är förvisso en fråga som inte sällan förekommer i ärenden hos IGN/NBL men i detta ärende tillkommer ett inslag som inte synes tidigare ha aktualiserats på sätt som nu sker; rätten för en enskild medarbetare på ett läkemedelsföretag att inom ramen för den grundlagsfästa yttrandefriheten och på en privat online plattform till en begränsad grupp dela information med koppling till sitt arbete på företaget.

3.2 Alla omständigheter måste beaktas

NBL har alltid (senast i NBL 1041/17) betonat att bedömningen av om icke-kommersiell eller kommersiell information föreligger måste göras med beaktande av alla omständigheter i det enskilda fallet. Detta är ofta en komplicerad bedömning där det i slutändan handlar om att göra en samlad bedömning av en stor mängd omständigheter som kan tala både för och emot att det ena eller andra slaget av information föreligger. Med hänsyn till att ärendet handlar om en särskild form av publicering – länkning – i en informationskanal som inte tidigare bedömts av IGN/NBL gäller detta i hög grad detta fall.

För IGN/NBL:s information skall nämnas att NN med hänsyn till det obehag som hen kände när det uppdagades att en anmälan gjorts till IGN, på eget bevåg omedelbart tog bort den aktuella länken till pressmeddelandet. Detta förhållande är dock ingen omständighet som påverkar bedömningen av om det handlar om en marknadsföringsåtgärd för läkemedel eller ej.

3.3 Allmänt om socialmedier

Det finns i dagsläget en stor mängd olika sociala medier. Dessa har olika karaktär, syften, användning, spridning och funktionssätt. Inom ett och samma socialt media kan även förekomma olika slag av konton med typiskt sett olika funktioner. Detta gäller bland annat i ärendet aktuella Linkedin. Sociala medier kan därför vid en bedömning av aktuellt slag inte dras över en kam utan en analys och bedömning av förutsättningarna i det enskilda fallet måste göras.

3.4 Riktlinjer för användning av sociala medier

Novartis har i likhet med många andra läkemedelsföretag tagit fram riktlinjer för hur företaget och dessa medarbetare kan använda sociala medier. I Novartis fall är riktlinjerna globala och avser såväl ”business use” som ”personal use”. De skiljer sig från de riktlinjer som LIF tagit fram och publicerat på sin hemsida genom att vara väsentligt mer utbyggda och detaljerade, men bygger liksom LIF:s på en påtaglig försiktighetsprincip. Trots detta ger varken Novartis egna eller LIF:s riktlinjer något otvetydigt svar på om den i ärendet aktuella länkningen på NN:s privata Linkedinkonto till pressmeddelandet strider mot någon regel eller ens mot nämnda försiktighetsprincip. Riktlinjerna ger därför begränsad eller ingen vägledning rörandet bedömningen i ärendet.

3.5 Det aktuella pressmeddelandet som sådant

Det engelskspråkiga pressmeddelande (Bifogas som bilaga 1) som NN lagt en länk till på sitt Linkedinkonto sändes ursprungligen ut från Novartis huvudkontor i Basel. Det sändes på traditionellt sätt till nyhetsmedia samt publicerades på webbplatser specifikt avsedda för journalister och nyhetsmedia. Ämnet för pressmeddelandet är att en ny form av behandling av migrän har godkänts av EMA. Uppgiften har enligt Novartis mening ett påtagligt nyhetsvärde. Ordvalen i pressmeddelandet som sådant är neutrala och överensstämmer med vad som kunde antas komma att återges i en kommande produktresumé för Aimovig®. Typiska marknadsföringsformuleringar förekommer inte. Dessa förhållanden talar för att pressmeddelandet som sådant och den ursprungliga spridningen av detta inte utgjorde marknadsföring. Detta hindrar naturligtvis inte att olika former av publicering av det i andra sammanhang kan utgöra marknadsföringsåtgärder.

3.6 NN:s ställning i Novartis organisation

När det som här handlar om en enskild persons åtgärd måste dennes ställning och arbetsuppgifter vara omständigheter att beakta vid bedömningen om åtgärden utgör marknadsföring av företagets produkter. Vidtas åtgärden av en person som har koppling till företagets marknadsföringsfunktioner talar detta för marknadsföring. En åtgärd av en person med andra arbetsuppgifter, t.ex, inom market access funktioner eller regulatoriska funktioner talar däremot för att det handlar om icke-kommersiella information.

NN är ansvarig för Novartis Nordiska Market Access funktion och är medlem i företagets nordiska ledningsgrupp. I sin yrkesroll har NN ett övergripande samordningsansvar för market access-funktionerna i de nordiska länderna. I varje nordiskt land finns en landspecifik market access-grupp som i respektive land utför det egentliga praktiska arbetet. NN utför därför inte några sådana uppgifter i Sverige och har således inga rutinmässiga yrkesmässiga direkta kontakter med företrädare för hälso- och sjukvården i Sverige eller andra avnämare av Novartis produkter. Dessa omständigheter talar för, men medför naturligtvis inte i sig, att länkningen till pressmeddelandet på NN:s Linkedinkonto inte utgör en marknadsföringsåtgärd.

3.7 NN:s Linkedinkonto

På Linkedin förekommer olika slag av konton. I detta fall handlar det om ett s.k. Basic konto (gratiskonto). Sådana används typiskt sett som en mötesplats mellan arbetssökande och företag samt för att återknyta kontakten med gamla kollegor.

Med hjälp av sitt kontaktnät kan kontohavaren hitta eller bli erbjuden nytt arbete. Linkedinkonton fungerar också så att rekryteringskonsulter, företag och organisationer kan leta nya anställda.

Kontohavaren kan på kontot skapa en profil med uppgifter om sig själv. Det är således vanligt att man på kontot har vad som kan ses som en form av CV samt löpande beskrivningar av personliga framgångar man upplevt i sin yrkesroll. På kontot bygger och underhåller kontohavaren ett eget personligt varumärke i syfte att främja sin egen personliga karriärutveckling.

Kontohavaren kan på kontot bjuda in andra personer att bli kontakter i ett eget nätverk. Vanligtvis, liksom i NN:s fall, handlar det om kollegor, gamla arbetskamrater och andra personer som man redan känner samt rekryteringskonsulter. NN har tidigare arbetet utomlands och hens kontaktnät på Linkedin utgörs av ca 15 % svenska kontakter och är i övrigt utländska. Dessa återfinns i flera olika branscher men med hänsyn till hens bakgrund är många verksamma i läkemedelsbranschen. Det kan naturligtvis inte uteslutas att det i kontaktnätet finns någon som arbetar inom hälso- o sjukvård sjukvården i den meningen skulle kunna vara avnämare av Novartis produkter.

Typiskt sett är ett konto av aktuellt slag inte ett adekvat forum för marknadsföring av ett företags produkter. Det är istället ett forum för marknadsföring av kontohavaren själv gentemot eventuella framtida arbetsgivare. Detta gäller i hög grad NN:s Linkedinkonto. Det var i stolthet över att ha varit en liten del av arbetet med att få marknadstillstånd för Aimovig® samt i syfte att visa upp denna merit som NN på sitt konto länkade till Novartis pressmeddelande. NN:s syfte var att marknadsföra sig själv och sin egen kompetens, inte att marknadsföra någon produkt från Novartis.

Vad som nu sagts om funktioner, målgrupp etc. angående NN:s Linkedinkonto samt hens syfte med länkningen till pressmeddelandet talar starkt för att det inte handlar en marknadsföringsåtgärd för ett receptbelagt läkemedel.

Att åtgärden skulle kunna ens ifrågasättas utgöra marknadsföring av det i pressmeddelandet nämnda läkemedlet var inte en tanke som föresvävade NN. Mot bakgrund av det typiska funktions- och användningssättet hos detta slag av Linkedinkonton har inte heller Novartis haft någon anledning att i de koncerninterna globala riktlinjerna ge specificerade regler för hur enskilda medarbetare får/bör använda sådana konton. Om IGN/NBL kommer fram till att den påtalade länkningen till pressmeddelandet utgör en marknadsföringsåtgärd för Aimovig® innebär det en mycket extensiv tolkning av begreppet reklam/marknadsföring enligt Regler för läkemedelsinformation som Novartis och andra läkemedelsföretag i avsaknad av praxis inte haft möjlighet att förutse. Detta utgör skäl till att kraftigt sätta ned en eventuell IGN-/NBL-avgift.

3.8 NN:s informationsfrihet som privatperson

Reglerna i avdelning 2 i Regler för läkemedelsinformation gäller ”för den information *från läkemedelsföretagen* som vid *marknadsföringen av humanläkemedel* på den svenska marknaden riktas till allmänheten” (våra kursiveringar). Den påtalade publiceringsåtgärden är inte sanktionerad av Novartis.

Den har inte vidtagits av NN i tjänsten eller som företrädare för Novartis. Därmed handlar det inte om en *informationsåtgärd från* Novartis och företaget har inte heller något ansvar för den. Åtgärden har vidtagits av NN som privatperson, på en privat online plattform, till en begränsad grupp, i syfte att främja sin egen framtida karriärutveckling. Som sådan har NN utnyttjat sin grundlagsenliga rätt att sprida information i vad ämne som helst.

Som framgått skulle är NN:s åtgärd en marknadsföring gentemot eventuella framtida arbetsgivare av sig själv som yrkesperson. Åtgärden kan då jämföras med den inte ovanliga situationen där en reklambyrå på sin hemsida lägger ut exempel på uppdrag man utfört. Sådana exempel kan innefatta material avseende receptbelagda läkemedel. Förutsatt att sådan publicering av materialet sker utan varje medverkan av läkemedelsföretaget innebär publiceringen möjligen marknadsföring av reklambyråns tjänster och kompetens men utgör inte marknadsföring av läkemedlet i fråga. Allmänna regler för marknadsföring kan vara tillämpliga men de särskilda reglerna för marknadsföring av läkemedel i Läkemedelslagen och Regler för läkemedelsinformation är inte tillämpliga.

3.9 Utländsk praxis

Novartis har erfarit att man i Danmark ansett enskilda medarbetares/personers åtgärder som marknadsföring av läkemedel som faller under de danska särskilda reglerna för sådan marknadsföring. Två nyligen avgjorda ärenden, det ena hos Laegmiddelstyrelsen och det andra hos ENLI, har avsett publicering av material på Linkedin. I bägge fallen ansågs marknadsföring av läkemedel föreligga.

Ärendet hos Laegmiddelstyrelsen (sagsnr. 2017114109) gällde i likhet med det nu aktuella ärendet en enskilde medarbetares publicering på Linkedin av ett pressmeddelande avseende ett receptbelagt läkemedel. Medarbetaren men inte företaget ansågs ha gjort sig skyldig till enligt laegemiddelloven otillåten marknadsföring av receptbelagt läkemedel till allmänheten. Det finns enligt Novartis stora skillnader mellan detta ärende och det nu aktuella. Detta gäller bland annat innehåll i och utformning av pressmeddelandena. Det pressmeddelande som förekom i detta danska ärende hade ett innehåll som, till skillnad från det som nu är föremål för bedömning, också enligt svensk praxis tydde på att det handlade om kommersiell information. I Sverige har det veterligen aldrig aktualiserats att ställa en enskild person till ansvar enligt läkemedelslagens reklambestämmelser. Det är alltid det marknadsförande läkemedelsföretaget som är svarande i ärenden enligt dessa bestämmelser. Frågan är om det i Sverige ens är möjligt att på sätt som skett i Danmark ställa en enskild person till ansvar eftersom detta riskerar komma i konflikt med dennes grundlagsfästa rätt att sprida information.

Ärendet hos ENLI (KO-2017-2276) gällde en enskild medarbetares publicering på Linkedin av en enda mening om att visst receptbelagt läkemedel erhållit EU-godkännande avseende en ny indikation. Inga uppgifter om exempelvis läkemedlets egenskaper förekom. Sakfrågan i ärendet gällde om informationen stod i överensstämmelse med den danska reklamkodens bestämmelser om saklighet och minimiinnehåll. Så ansågs inte vara fallet och läkemedelsföretaget fälldes för brott mot reklamkoden. Novartis anser att bedömningen i detta ärende inte är förenlig med svensk praxis. Den enda mening i pressmeddelandet det här handlade om hade knappast i sig kunnat ses som kommersiell information på vilken Regler för läkemedelsinformation eller läkemedelslagens reklambestämmelser är tillämplig. Av ENLI:s avgörande framgår att den mycket breda tolkningen av begreppet reklam/marknadsföring som efter det s.k. Damgaard-ärendet gäller i Danmark har haft avgörande betydelse för utgången. Den breda tolkningen av begreppet reklam/marknadsföring som förekommer i Danmark är enligt Novartis främmande för svensk rätt och skulle i praktiken innebära en långtgående begränsning av den grundlagsskyddade informationsfriheten. Tolkningen är inte förenlig med den försiktighetsprincip som enligt NBL:s praxis av grundlagsskäl måste iakttas i vid bedömningen om det handlar om kommersiell eller icke-kommersiella information.

Av anförda skäl anser Novartis att dessa bägge danska avgörandena saknar relevans för bedömningen av det nu aktuella ärendet.

4. Sammanfattning

En samlad bedömning av alla omständigheter vad gäller NN:s länkning på sitt privata Linkedinkonto till det aktuella pressmeddelandet leder enligt Novartis mening till slutsatsen att åtgärden inte innebär marknadsföring av receptbelagt läkemedel riktad till allmänheten. NN har enbart utnyttjat sin grundlagsenliga rätt att sprida information i ett ämne som ligger hen varmt om hjärtat.

NN:s åtgärd skall ses som marknadsföring av hen själv gentemot eventuella framtida arbetsgivare men detta är naturligtvis inget Novartis ansvarar för.

I den mån IGN/NBL skulle komma fram till att det handlar om en marknadsföringsåtgärd för receptbelagt läkemedel är detta, mot bakgrund av bristen på praxis rörande sociala medier, en bedömning som vare sig NN eller Novartis kunnat förutse. En eventuell IGN-/NBL-avgift för Novartis bör av det skälet kraftigt reduceras.”

**IGNs bedömning och beslut**

IGN har den 7 augusti 2018 mottagit en anonym anmälan mot Novartis Sverige AB angående en publicering på LinkedIn från en medarbetare på Novartis med texten ”Novartis just received EU approval for a new migraine treatment!”. Publiceringen på LinkedIn innehåller ett pressmeddelande från Novartis från den 30 juli 2018 med rubriken ”Novartis marks a new era for migraine patients with the EU approval of Aimovig®, a first-of-its-kind treatment specifically designed for migraine prevention”. Publiceringen har spridits till medarbetarens kontakter på LinkedIn.

I den anonyma anmälan framförs att den aktuella publiceringen på LinkedIn (upptäckt 7 augusti 2018) torde strida mot förbudet att rikta marknadsföring av receptbelagda läkemedel mot allmänheten enligt artikel 102 (kap 1, avd 2) samt att marknadsföring endast får avse läkemedel som fått marknadsföringstillstånd i Sverige enligt artikel 2 (kap 1, avd 1).

IGN vill inledningsvis poängtera att Läkemedelsbranschens etiska regelverk är teknikneutralt och medianeutralt vilket innebär att regelverket kan, och ska, appliceras på såväl traditionella kanaler som digitala kanaler.

Som NBL nyligen klargjort i ärende 1041/17 utgör pressmeddelanden i de flesta fall icke kommersiell information som faller utanför LER. Dock kan innehållet vara sådant att det vid en helhetsbedömning befinns vara kommersiell information om det både har ett kommersiellt syfte och avser rent kommersiella förhållanden.

Såsom NBL fann i ärende NBL 761/06 och NBL 852/08 sänds pressmeddelanden vanligtvis till journalister och massmedier, som normalt inte utgör målgrupp för kommersiell läkemedelsinformation. Om annat inte visas i det enskilda fallet, måste det antas att sådana mottagare i sin yrkesmässiga verksamhet sprider pressmeddelandets innehåll vidare efter egen bedömning och därvid intar en oberoende ställning i förhållande till det läkemedelsföretag som sänt ut meddelandet. Pressmeddelandets funktion är alltså i första hand att tillhandahålla uppgifter inom ramen för en nyhetsförmedling som skyddas av grundlagarnas regler om informations- och yttrandefrihet. Av det anförda följer att pressmeddelanden typiskt sett är att betrakta som icke-kommersiell information och de omfattas då inte av regler för marknadsföring. Så är dock inte alltid fallet. Som exempel kan nämnas att sådan information har ansetts kunna bedömas enligt informationsreglerna, när informationen har delats ut till läkare vid informationsmöten för visst läkemedel, d.v.s. i sammanhang som varit utpräglat kommersiella.

IGN har vid en samlad bedömning funnit att den aktuella publiceringen på LinkedIn som innehåller ett pressmeddelande utgör kommersiell information. I denna bedömning har särskild vikt lagts vid följande:

Mottagarkretsen

Pressmeddelanden riktas vanligtvis till journalister och massmedier, som normalt inte utgör målgrupp för kommersiell läkemedelsinformation. I detta fall har en medarbetare på Novartis spridit ett pressmeddelande till sina kontakter på LinkedIn. De kontakter som medarbetaren har på LinkedIn tillhör en bred grupp av mottagare som kan hänföras till kategorin allmänhet.

Publiceringens innehåll

Av publiceringen på LinkedIn framgår det att ”Novartis just received EU approval for a new migraine treatment!” och pressmeddelandet som inkluderas har rubriken ”Novartis marks a new era for migraine patients with the EU approval of Aimovig®, a first-of-its-kind treatment specifically designed for migraine prevention”. Ingressen i pressmeddelandet innehåller uppgifter om vilken effekt patienter kan förvänta sig av Aimovig, information om sjukdomen migrän och uppgifter om att Aimovigs verkningsmekanism.

I pressmeddelandets löptext finns uppgifter som har tydlig marknadsföringskaraktär t ex:

* + ”Today's approval is groundbreaking for people living with migraine, their families and doctors" said Paul Hudson, CEO Novartis Pharmaceuticals.”
	+ "In clinical trials, Aimovig has consistently shown to be effective in preventing migraine and bringing relief from the grip of this disease. We are proud to be the first to reimagine migraine prevention and we are committed to ensuring Aimovig's availability for those who could benefit from it. We are launching a tailored post-approval access program and are exploring a number of innovative reimbursement and access approaches, including paying only for patients who respond well to treatment."

Aktiv spridning

I detta fall har ett pressmeddelande spridits aktivt.

Av ovan nämnda skäl finner IGN vid en samlad bedömning att publiceringen på LinkedIn innehållande ett pressmeddelande utgör marknadsföring av ett receptbelagt läkemedel gentemot allmänheten och därigenom strider mot artikel 102, LER (kap 1, avd 2).

Ansvarsfrågan

Novartis hävdar sammanfattningsvis att man inte ansvarar för vad den enskilda medarbetaren sprider för information på sociala medier/LinkedIn, då det ej vidtagits i tjänsten eller som företrädare för Novartis, utan som privatperson.

IGN vill understryka att läkemedelsföretag enligt artikel 27/28 i LER har ett mycket långtgående ansvar för läkemedelsinformation.

IGN vill hänvisa till ett stycke i LIF:s guide för digitala medier:

”I sociala medier kan det vara svårt för besökare att uppfatta skillnaden mellan yrkesroll och privatroll. Oavsett vilka intentioner du själv har med din närvaro i sociala medier kan andra användare betrakta dig som en (1) person som både har en yrkesroll och en privatroll. Av detta skäl råder vi anställda i läkemedelsföretag att alltid agera som anställd inom läkemedelsbranschen när man är i sociala medier. Det innebär att du som person följer LER på samma sätt som ditt läkemedelsföretag gör.”.

I detta fall har en person på Marketaccess-avdelningen på Novartis (vilket tydligt framgår), delat information från Novartis, om att ett nytt läkemedel har godkänts till sitt nätverk på LinkedIn. Såväl användaren som informationen som sprids är att hänföra till Novartis dvs medarbetarens arbete och inte till privatlivet.

IGN anser därmed också att Novartis har ansvar för den aktuella aktiviteten. Det är Novartis ansvar att utbilda sina medarbetare kring vilken läkemedelsinformation man får sprida och till vilken målgrupp. Detta gäller givetvis även på sociala medier.

I den anonyma anmälan framförs att marknadsföring endast får avse läkemedel som fått marknadsföringstillstånd i Sverige enligt artikel 2 (kap 1, avd 1). Det aktuella läkemedlet har erhållit godkännande från Europeiska Kommissionen den 30 juli 2018. IGN finner att det aktuella läkemedlet får marknadsföras i Sverige från den 30 juli 2018 och att publiceringen på LinkedIn därför inte strider mot artikel 2, LER (kap 1, avd 1).

IGN finner att publiceringen på LinkedIn innehållande ett pressmeddelande utgör marknadsföring av ett receptbelagt läkemedel gentemot allmänheten och därigenom strider mot artikel 102, LER (kap 1, avd 2).

Avsteget bedöms vara en överträdelse normalgraden och därför bestäms avgiften till 90 000 kr. Fakturering sker från LIF Service AB.

Novartis uppmanas att framdeles vid utformningen av sin läkemedelsinformation beakta vad IGN här har anfört och att bekräfta att denna uppmaning kommer att följas genom att returnera den bifogade bekräftelsehandlingen.

Detta yttrande har avgivits av ordföranden Rikard Pellas och ledamöterna Anders Öhlén och Björn Isaksson. I ärendets beredning har också medverkat suppleanterna Göran Wennersten och Lars Rönnbäck.

Yttrandet är enhälligt.

På informationsgranskningsnämndens vägnar

Rikard Pellas

 Björn Isaksson

**Besvärsanvisning**

Enligt §36 i nuvarande stadgar för IGN och NBL, kan beslutet överklagas till NBL (NBLs sekretariat, c/o Advokatfirman DLA Piper Sweden, Box 7315, 103 90 Stockholm) inom tre veckor från beslutets dag.