

2010Z06144

Vragen van het lid **Van Gerven** (SP) aan de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *sluikreclame/informatie gericht op kinderen* (ingezonden 7 april 2010).

Vraag 1

Wat is uw mening over marketingactiviteiten voor het ADHD-medicijn Concerta via het marketingbureau Kostzewa in samenwerking met Hilah Productions in opdracht van Janssen-Cilag, de producent van Concerta?¹

Vraag 2

Bent u bereid de Stichting Code Publieksreclame voor Geneesmiddelen (CGR) of liever de Inspectie onderzoek te laten doen naar een (inmiddels verwijderde) presentatie van Kostzewa marketing waarin dit bureau uitlegde hoe schijnbaar neutrale voorlichting over ADHD werd gebruikt voor marketing van het middel van Janssen-Cilag en dat dit ook leidde tot een significante omzetstijging?²

Vraag 3

Hoe beoordeelt u stellingen als «hoe communiceer je subtiel en doeltreffend het middel Concerta» door het marketingbureau?²

Vraag 4

Deelt u de mening dat, indien informatie tot doel heeft de omzet te verhogen, dit gedefinieerd moet worden als sluikreclame, en dus is verboden?

Vraag 5

Deelt u de mening dat de grens tussen informatie en marketing een grijs gebied is, en dat, ook als niet direct wordt verwezen naar een geneesmiddel of vergunninghouder³, op een subtiel manier sluipreclame bedreven kan worden? Zo ja, bent u bereid deze casus goed te laten onderzoeken, zodat ook voor andere fabrikanten en marketingbureau's duidelijk wordt waar de grenzen liggen?

¹ Trouw, 3 april 2010: «Fabrikant maakt sluikreclame voor ADHD-medicijn»

² Blink mediacases, onderhands aan bewindspersoon verstrekt

³ Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2008–2009, nr. 3019

Vraag 6

Deelt u de mening dat leveren van spreekbeurtenteksten aan kinderen van 6 tot 16 jaar door Janssen Cilag, ontwikkeld door Hilah Productions⁴, waarin verwezen wordt naar een pil om je rustig te maken, niet geoorloofde beïnvloeding van kinderen is? Zo ja, wat gaat u hieraan doen?

Vraag 7

Kent u de brochure Perspectief van Janssen-Cilag waarin medicatie als eerste wordt genoemd, onder meer Concerta?⁵ Zo ja, hoe wordt deze verspreid? Is dit voorgelegd aan de CGR en zo niet, bent u bereid dit alsnog te doen?

Vraag 8

Kent u de site www.pharmamarketeer.nl en een recent artikel over marketing bij ADHD (31 maart) waarin gewezen wordt op de mogelijkheden van hyves en twitter? Zo ja, vindt u het een gewenste ontwikkeling als «informatie» richting kinderen vanuit de industrie of marketingbureau's haar weg vindt?⁶ Concept catalog, onderhands aan bewindspersoon verstrekt

⁴ Spreekbeurten voor kinderen, onderhands aan bewindspersoon verstrekt.
Concept catalog, onderhands aan bewindspersoon verstrekt.

⁵ Jensen-Cilag over ADHD bij volwassenen, onderhands aan bewindspersoon verstrekt

⁶ Marketing bij ADHD veelomvattend, onderhands aan bewindspersoon verstrekt