

Onze relaties met de farmaceutische industrie

Guidelines relaties farmaceutische industrie

27 Juni 2007

Voorafgaande bemerking: deze guidelines gelden voor farmaceutische bedrijven, maar eveneens voor alle bedrijven die hun omzet realiseren middels producten specifiek bestemd voor patiënten, zoals fabrikanten van voedingsproducten, die speciaal voor patiënten zijn ontwikkeld.

Hoewel deze guidelines voor de farmaceutische industrie gelden, dienen we nog te vermelden dat we geen enkele sponsoring aanvaarden van bedrijven die rechtstreeks of onrechtstreeks met de tabakindustrie te maken hebben.

1. Beslissingen van de raad van bestuur (17/12/2003; 5/7/2006)

Samenwerking met de farmaceutische industrie is toegelaten onder de volgende voorwaarden:

- geen promotie bevatten of ondersteunen van een welbepaald product of geneesmiddel;
- geen direct verband met een marketingactie rond een product;
- geen exclusiviteit;
- volledige redactionele vrijheid dient behouden te blijven;
- de Stichting moet eenzijdig een sponsorovereenkomst kunnen opzeggen als de raad van bestuur dat beslist.

2. Concrete toepassing

Structurele sponsoring van de Stichting in de vorm van een bijdrage aan de personeelskosten of andere administratieve kosten, is niet mogelijk. Sponsoring moet verbonden zijn aan een activiteit.

- Het sponsorbedrag mag in geen geval hoger liggen dan 5 % van de jaarlijkse gebudgetteerde uitgaven.
- Het management zal de ethiek van de sponsor zorgvuldig evalueren om te vermijden dat de reputatie van de Stichting in het gedrang zou komen.
- Sponsoring van een activiteit, die niet verbonden is aan een behandeling of een geneesmiddel, geniet de voorkeur, onder voorbehoud van het volgende:

Tijdens een symposium is sponsoring toegelaten op voorwaarde dat :
ze aangevraagd is bij alle betrokken bedrijven;

- de potentiële sponsor geïnformeerd wordt dat, wanneer maar één speler uit de betrokken sector interesse betoont, de sponsoring niet zal worden gebruikt;
- alle sponsors die op eenzelfde niveau bijdragen op dezelfde manier worden behandeld (logo van dezelfde grootte, stand, ...);

- voor zover er verschillende sponsors zijn, kunnen hun logos op het conferentieboek worden vermeld;
- de sponsor nooit het recht heeft om sprekers aan te duiden;
- het wel aanvaard kan worden dat het farmaceutisch bedrijf helpt om een spreker aan te trekken (een buitenlander bijvoorbeeld), op voorwaarde dat de Stichting deze vrij kan kiezen.

- Voor projecten gericht op een welbepaalde groep patiënten (bijvoorbeeld een specifieke aandoening) is grote voorzichtigheid geboden om te vermijden dat de Stichting het verwijt krijgt zich als 'uithangbord' te laten gebruiken door het bedrijf.

- Op symposia voor het grote publiek zijn stands niet toegelaten. Die kunnen enkel op symposia voor een publiek van specialisten, op voorwaarde dat er meer dan één stand is.

- Op documenten en informatiebrochures zal de sponsor niet verbonden worden aan een actie of een bepaald document (dus geen logo op het document), maar de mogelijkheid bestaat wel om de hulp van het farmaceutisch bedrijf op een algemene manier te erkennen (bijvoorbeeld in het jaarverslag).

- Als de sponsoring betrekking heeft op een welbepaald project is het de Stichting die het project bepaalt en vervolgens eventueel sponsoring zoekt. Het mag niet zo zijn dat de Stichting het farmaceutisch bedrijf volgt in een project dat het bedrijf zelf voorstelt.

- De Stichting vaardigt geen sprekers af naar activiteiten georganiseerd door farmaceutische bedrijven, tenzij de Stichting wil berichten over een dienst die ze zelf heeft ontwikkeld, en op voorwaarde dat de Stichting de volledige redactionele vrijheid behoudt.

- In de zoektocht naar sponsoring of mecenaat op het vlak van acties rond patiëntenwelzijn gaat de voorkeur uit naar sponsoring van activiteiten die geen mogelijke band hebben met producten, behandelingen, enzovoort, zoals patiëntenvervoer of Rekanto/RaViva.

3. Sponsorovereenkomst

- Bij elke sponsoring vanaf €5000 is een schriftelijke overeenkomst vereist; als er voor een klein project geen overeenkomst wordt ondertekend, vragen we aan het bedrijf om een kopie van de guidelines te ondertekenen zoals ze op onze website staan.

- Het management (of eventueel de raad van bestuur) bepaalt de doelstellingen en voorwaarden vooraleer de onderhandeling van de overeenkomst aan te vatten.

- We waken erover dat de te sponsoren activiteit duidelijk en concreet gedefinieerd is.

- De overeenkomst vermeldt uitdrukkelijk de elementen zoals beschreven in punt 1en2.

- Daarnaast bevat ze ook :

- De gebruiksvoorwaarden voor het logo van de Stichting, met als minimum een vetorecht op elke publicatie (met inbegrip van PowerPoint presentaties, enzovoort) waarin ons logo verschijnt.
- Het gebruik van het bedrijfslogo door de Stichting.
- Bedrag, betalingstermijnen, eventuele voorwaarden.
- Een contactpersoon bij beide partijen.
- Duur van het project, in te dienen verslagen, evaluatiemethode.

4. Transparantie

De guidelines zullen op onze website en in het jaarverslag worden geplaatst (eventueel in een verkorte versie).

- De namen van de sponsors, die in de loop van het jaar gesponsord hebben, zullen we opnemen in het dankwoord van het jaarverslag van dat jaar.

- De logo's van alle sponsors die een bepaald bedrag hebben betaald (meer dan €5 000) zullen we opnemen op onze website of in ons jaarverslag.

Een kort statement over onze onafhankelijkheid ten opzichte van de farmaceutische industrie zal worden opgenomen in alle publicaties met algemene verspreiding zoals Kankerinfo, Jaarverslag, als volgt: Alle sponsors van de Stichting tegen Kanker respecteren de ethische regel dat zij zich niet zullen inlaten met de doelstellingen, de communicatie of de werking van de Stichting.