

Linee guida sulla sponsorizzazione esterna - Wonca Europe

Accettato dal Consiglio Europei di Wonca Europe a Cracovia il 24 maggio 2018

Linee guida generali di sponsorizzazione

Lo scopo di queste linee guida di sponsorizzazione è di regolamentare la relazione tra tutte le entità esterne a WONCA Europe tra cui: compagnie assicurative, banche, ONG e organizzazioni governative, aziende al fine di garantire e salvaguardare l'integrità, la credibilità e l'indipendenza dei medici e delle loro associazioni afferenti a WONCA. Queste linee guida assicurano alla collettività ed al pubblico che i consigli professionali forniti dai medici di famiglia e dalle loro organizzazioni sono guidati solo dalle loro competenze professionali e conoscenze basate sulle evidenze cliniche e non su rapporti di tipo commerciali o fiduciarie con altre organizzazioni aventi altri obiettivi.

Le linee guida sulla sponsorizzazione di Wonca Europe tengono conto che i medici di famiglia di diversi paesi europei hanno elaborato e/o seguono linee guida nazionali sulla sponsorizzazione, in accordo ai comitati etici nazionali. Considerando che attraverso l'Europa esiste un'ampia variabilità di approccio ed utilizzo delle sponsorizzazioni esterne, queste linee guida si limitano a indicazioni sulle regole principali. Dopo uno studio svolto sulle associazioni aderenti a Wonca Europe realizziamo che ci sono principi generali condivisi tra le linee guida nazionali, che sono quindi riprese e confermate da Wonca Europe.

I principi delle linee guida sono

- Indipendenza
- Trasparenza
- Equità

Le linee guida di sponsorizzazione si applicano a tutte le associazioni aderenti ed ai network aderenti a Wonca Europe che organizzano conferenze, meetings, pubblicazioni incluse pagine web ed eventi nazionali ed internazionali per conto (o all'interno delle attività) di Wonca Europe e/o utilizzandone il nome o il logo.

Le linee guida sono valide per le collaborazioni con tutte le organizzazioni di sponsorizzazione come le aziende farmaceutiche, gli editori, le istituzioni finanziarie, e l'ampia gamma delle varie imprese ed aziende

Si applicano a tutte le forme di sponsorizzazione dai finanziamenti, alla fornitura di strutture, beni e facilities, relatori. Le organizzazioni afferenti a WONCA rimangono libere nel vietare o escludere le sponsorizzazioni da incontri, eventi e pubblicazioni che loro stessi organizzano.

Principi sulla sponsorizzazione esterna

1. I premi o gli incentivi finanziari devono sempre essere soddisfatti dall'organizzatore, che garantirà un equo uso della sponsorizzazione secondo queste linee guida.
2. Qualsiasi sponsorizzazione non deve essere subordinata alla obbligatoria prescrizione, raccomandazione o promozione di un qualsiasi farmaco, prodotto non farmacologico o comportamento/atteggiamento senza prove di efficacia
3. Gli sponsor non devono essere autorizzati a determinare i contenuti e programmi scientifici che sponsorizzano
4. Gli sponsor non sono autorizzati a realizzare promozioni all'interno del programma scientifico
5. Relatori, pubblicazioni e poster devono riportare una dichiarazione che afferma il sostegno finanziario per la presentazione ed i possibili conflitti di interesse
6. I simposi satellite dovrebbero essere limitati a un appropriato numero, tenuti fuori dal programma scientifico per evitarne interferenze. Abstract e gli oratori devono essere accettati dal comitato scientifico dell'evento

7. La sponsorizzazione di alcune organizzazioni potrebbe non essere accettabile se lo sponsor promuove prodotti che sono incompatibili con la salute, ad es. tabacco o armi da fuoco. Nessun materiale sarà accettabile se trasmetterà pregiudizi o insulti etnici, religiosi, di genere o di età
8. L'executive board di Wonca Europe può produrre un elenco di aziende in conflitto con l'etica medica e gli obiettivi di Wonca Europe dalla quale non è disposto ad accettare la sponsorizzazione
9. L'executive board di Wonca Europe può controllare gli sponsor, i prodotti e gli stand aree e può introdurre le sue preoccupazioni al comitato organizzatore, quando trova violazioni di queste linee guida di sponsorizzazione
10. L'executive board di Wonca Europe può controllare il materiale pubblicitario e può intervenire per rigettarlo, se è contro queste linee guida di sponsorizzazione.
11. L'executive board di Wonca Europe discuterà ogni decisione con il comitato organizzatore al fine di non mettere a repentaglio la stabilità finanziaria della organizzazione nazionale
12. I contratti con gli sponsor dovrebbero essere aperti a chiunque voglia esaminarli
13. Il sito web di una conferenza, deve fornire almeno
 - a. Le regole dell'evento
 - b. La policy di sponsorizzazione
 - c. La composizione del comitato scientifico
 - d. La composizione del comitato organizzatore
 - e. I conflitti di interessi di tutti gli organizzatori e dei membri del comitato scientifico
 - f. Un programma con una chiara distinzione tra agenda e simposi
 - g. Un possibile feedback dai partecipanti

Se questi 13 articoli sono in contraddizione con una politica di sponsorizzazione nazionale, l'executive board di WONCA Europe dovrà considerare la partecipazione del paese all'organizzazione di conferenze caso per caso.