

Gedragscode van de Patiëntenfederatie inzake fondsenwerving en sponsoring

Vastgesteld door de ALV van de Patiëntenfederatie, dd 17 november 2022, voor de periode 2023-2025

Begripsverklaringen

Lid, dan wel, lidorganisatie: patiëntenorganisatie die statutair lid is van de Patiëntenfederatie. Waar "leden" staat vermeld in de tekst, moet dit zijn: "de leden en de Patiëntenfederatie zelf"

Code: deze gedragscode fondsenwerving en sponsoring

Fondsenwerving: het (ver)werven van gelden uit bijv. donaties, erfstellingen, legaten, private subsidies en sponsoring

Sponsoring: het door een derde partij ter beschikking stellen van gelden, goederen of diensten aan een patiëntenorganisatie, in ruil voor een tegenprestatie aan de derde partij (de sponsor)

Inleiding

Deze gedragscode is geldend en leidend voor de leden van Patiëntenfederatie Nederland en voor Patiëntenfederatie Nederland zelf en betreft het verantwoord werven en gebruiken van externe fondsen en sponsoring van commerciële partijen.

De basisprincipes van deze code zijn dat:

- leden van financiers onafhankelijke patiëntenorganisaties zijn en blijven, en altijd zelf, los van financiers, hun eigen koers en beleid blijven bepalen;
- leden transparant communiceren over de gelden die zij direct of indirect ontvangen en zich houden aan relevante financiële wet -en regelgeving;
- leden de schijn van belangenverstrengeling met, of beïnvloeding door, externe financiers voorkomen.

De leden van de Patiëntenfederatie onderschrijven deze principes en handelen in de geest van deze principes.

1. Uitgangspunten waar leden aan dienen te voldoen

1.1. Mede gelet op de maatschappelijke rol en positie van de leden dienen fondsenwerving en sponsoring aantoonbaar bij te dragen aan de doelstellingen en doelen van de ontvangende lidorganisatie. De onafhankelijkheid, betrouwbaarheid, kwaliteit en geloofwaardigheid van de ontvangende lidorganisatie mag er niet door worden geschaad.

1.2. de lidorganisatie gaat alleen in zee met die personen, bedrijven en organisaties die het patiëntbelang, het belang van de lidorganisatie en het publieke belang, niet kunnen schaden. Voor bedrijven en organisaties geldt bovendien dat zij zich houden aan van toepassing zijnde wet- en regelgeving, inclusief de gedragscode van de eigen sector of koepelorganisatie.

1.3. de geldverstrekken de partij in fondsenwerving en sponsoring partij krijgt nooit (de schijn van) directe invloed op het bestuur, de bedrijfsvoering, continuïteit of uitstraling van de lidorganisatie. Daartoe is ook het streven om zo mogelijk geen overeenkomsten af te sluiten met slechts één persoon, bedrijf of organisatie, maar om te komen tot spreiding van inkomsten, waaronder fondsen en sponsors, over projecten, c.q. activiteiten.

1.4. lidorganisaties besteden de ontvangen middelen niet in strijd met deze code.

1.5. als de bestemming van gelden is bepaald door de geldverstrekker, dan zal de lidorganisatie deze bestemming ook volgen.

2. Prestaties en tegenprestaties bij commerciële sponsoring

2.1. alle afspraken omtrent sponsoring door bedrijven worden schriftelijk vastgelegd in een door beide partijen ondertekende overeenkomst.

Een totaaloverzicht van deze overeenkomsten is zichtbaar op de website van de lidorganisatie, dan wel in het financieel jaarverslag of in het inhoudelijke bestuursverslag. Daarbij worden de verkregen middelen, de verstrekker en het doel of activiteit waarvoor de middelen zijn gebruikt direct en duidelijk aan elkaar gelinkt.

2.2. sponsorovereenkomsten kunnen in principe alleen worden afgesloten tussen organisaties en niet tussen natuurlijke personen. Hierbij worden ieders statutaire bepalingen ten aanzien van tekeningsbevoegdheid gehanteerd.

2.3. sponsor en lidorganisatie leggen afspraken over de tegenprestatie helder schriftelijk vast. Bijvoorbeeld het verzorgen van c.q. meewerken aan communicatie-uitingen, zoals naamsvermelding van de sponsor. Daarbij zullen geen namen van specifieke producten vermeld worden. Specifieke producten, hulpmiddelen of diensten mogen wel worden vermeld als de tegenprestatie bestaat uit -als zodanig herkenbare- advertenties, waarvan de verantwoordelijk voor de inhoud duidelijk gedragen wordt door de adverteerder. Dit met inachtneming van de bepalingen in hoofdstuk 1 en 2.5.

2.4. financiële ondersteuning vanuit farmaceutische bedrijven en bedrijven die medische hulpmiddelen leveren wordt door de sponsor altijd gemeld aan

<http://transparantregister.nl/Home>.

Het bestuur van de ontvangende lidorganisatie wordt geadviseerd om dit te controleren.

2.5. sponsor en lidorganisatie zorgen ervoor dat er tussen de financiële prestatie van de sponsor en de tegenprestatie van de lidorganisatie een redelijke en aantoonbare verhouding bestaat. De lidorganisatie en de sponsor zorgen voor een passende omvang en aard van de openbare communicatie-uitingen.

2.6. sponsoring in natura is mogelijk. Voor farmaceutische bedrijven is dit alleen mogelijk als er gehandeld wordt conform de gedragscode Geneesmiddelenreclame van de Stichting CGR (versie jan. 2017) <http://cgr.nl/nl-NL/Gedragscode-Geneesmiddelenreclame> (mn. hoofdstuk 6.6)

3. Overige bepalingen

3.1. Geschillen

In geval van verschil van mening tussen fondsverstrekker of sponsor en de lidorganisatie over zaken aangaande sponsoring of fondsenwerving, zal er in een goed onderling overleg getracht worden om tot een minnelijke oplossing te komen. Bij voorkeur wordt de handelingswijze ten aanzien van geschillen in de betreffende overeenkomst vermeld.

3.2. Evalueren

De ALV van de Patiëntenfederatie Nederland evalueert deze gedragscode tweejaarlijks. Het bestuur van de Patiëntenfederatie zal dit agenderen en inhoudelijk voorbereiden.