

Redactioneel

De psychiater en de farmaceutische industrie

Velen onder ons kennen de meeste psychofarmaca beter onder hun merknaam dan onder hun stofnaam. Informatie over psychofarmaca bereikt ons vaak effectiever via advertenties en praatjes met artsenbezoekers dan vanuit de wetenschappelijke media. Via het doorbladeren van het *Tijdschrift voor Psychiatrie* en het bezoeken van congressen en symposia raken we vertrouwd met de namen van de farmaceutische bedrijven. Dit alles is de weerspiegeling van een complexe relatie waarbij grote belangen zijn gemoeid: van de farmaceutische industrie die zijn producten wil verkopen, van de arts die de producten voorschrijft, van de patiënt die de producten gebruikt, van de ziektekostenverzekeraar die de producten betaalt, en van het ziekenhuis dat het budget dient te bewaken.

In deze relatie kan van alles misgaan. Slimme reclame, gekleurde informatie en verleiding via cadeautjes zijn misschien nog de meest onschuldige voorbeelden. Misleiding, bedrog en omkoping zijn termen die wellicht soms ook van toepassing zijn. In mijn waarneming¹ komt alles voor, waarbij sommige farmaceutische firma's en sommige psychiaters op de grens van het toelaatbare opereren, maar andere firma's en psychiaters eroverheen gaan.

Sinds 1995 bestaat er een gedragscode voor de geneesmiddelenreclame, die geldt voor zowel de vergunninghouders (farmaceutische industrie) als de beroepsbeoefenaren (waaronder artsen en apothekers). Hierin valt, onder heel veel meer, het volgende te lezen:

- reclame dient in ieder geval betrekking te hebben op de indicaties en bijwerkingen volgens de registratiegegevens;
- 'gastvrijheid' door vergunninghouders in het kader van symposia en congressen dient binnen redelijke perken te blijven en ondergeschikt aan het met de bijeenkomst beoogde doel;

- vergunninghouders onthouden zich jegens de beroepsbeoefenaren van het aanbieden van geschenken, van kwijting van facturen en van voordelen in geld of natura (met uitzondering van geschenken met een geringe waarde, die tevens van betekenis zijn voor de beroeps uitoefening);
- honorering door vergunninghouders van beroepsbeoefenaren voor verleende diensten dient redelijk te zijn.

Een probleem is dat enkele punten in deze gedragscode vrij globaal zijn geformuleerd. Wat is 'redelijk', 'gering' en 'van betekenis'? Als een firma psychiaters uitnodigt voor een lezing en aanvullend een tocht met een luchtballon, dan lijkt mij dat niet 'redelijk'; het kunnen aanvragen van een gratis instantfotocamera of een wegenkaart vlak voor de zomervakantie lijkt mij niet 'van betekenis'; een honorarium van f 1.500,- per behandelde patiënt voor het twee maal gedurende 15 minuten invullen van enkele vragenlijsten in het kader van een open, ongecontroleerd onderzoek naar de werking van een recent geregistreerd psycho-farmacon lijkt mij evenmin 'redelijk'.

Er bestaat nogal wat reclame die op zijn minst misleidend is. Ik wil enkele recente voorbeelden noemen: het citeren in reclame van ogenschijnlijke objectieve publicaties, die echter bij nadere beschouwing door de eigen firma zijn uitgegeven; nietszeggende afkortingen van geneesmiddelengroepen, waarbij deze afkortingen ten onrechte een grotere effectiviteit of iets nieuws suggereren; reclame maken voor een nieuwe indicatie van een geneesmiddel, zonder dat in gecontroleerd onderzoek is aangetoond dat het bij deze indicatie inderdaad werkzaam is, laat staan dat het een door de overheid geaccepteerde indicatie is; het aankondigen in brieven of reclamemateriaal van een psychiater als spreker of schrijver, waarbij meer gesuggereerd wordt dan wat betrokkene zelf te vertellen heeft of heeft geschreven (hierbij speelt dan overigens ook de psychiater een dubieuze rol als hij dit toelaat).

Soms ook kunnen duidelijke vraagtekens geplaatst worden achter de onafhankelijkheid van organisatoren van symposia en congressen, van sprekers tijdens dergelijke activiteiten en van schrijvers van artikelen en boeken. Of waarom een eenvoudige refererbijeenkomst door een farmaceutische firma laten opluisteren met een uitgebreid diner in een chique restaurant; is dit 'redelijk' en 'ondergeschikt' aan het doel?

Een andere zaak waarover ik mij soms verbaas, betreft de gang van zaken rondom uitnodigingen voor internationale congressen. Enkele voorbeelden van 'misstanden':

- Firma X nodigt een groep psychiaters uit en betaalt hun reis- en verblijfskosten, maar laat het aan de psychiaters over om zichzelf voor het congres in te schrijven. Sommige psychiaters laten zich wel mee nemen, maar schrijven zich niet in.

Verleidt X de psychiater, of maakt de psychiater misbruik van de mogelijkheid?

- Firma Y biedt de mogelijkheid om ook de partners mee te nemen (tegen betaling van ten minste de vliegreis). Tijdens het congres worden door Y meerdere uitstapjes georganiseerd 'voor de partners'. Ook de psychiaters gaan mee.

Behoort dit tot de 'prestatie' in ruil waarvoor Y de psychiater zijn congresdeelname betaalt?

- Firma Z nodigt een psychiater en zijn partner uit. Na het congres stuurt Z de psychiater een nota voor de reis van de partner; deze wordt niet betaald en evenmin een herinneringsnota. Vervolgens stuurt Z geen nota meer en wordt er nooit betaald.

Vermijdt Z een (mogelijk escalierend) conflict of wordt ze gechan-teerd door de psychiater?

Bovenstaande voorbeelden lijken eenvoudig op te lossen: het vragen van een eigen bijdrage voor een congresreis is heel reëel, maar laat deze dan onderdeel zijn van het totale arrangement, inclusief een door de firma gegarandeerde inschrijving voor het congres; organiseer uitstapjes alleen voor of na het congres en laat het volledig aan de partners zelf over om tijdens het congres wat te organiseren, en dan voor eigen rekening; laat de nota voor de eigen bijdrage, of die van de partner, voorafgaande aan het congres betalen, zoals normaal is bij een reisbureau.

Onze Amerikaanse collegae geven tegenwoordig een goed voorbeeld: als ze spreker zijn tijdens een congres, dienen ze aan te geven met welke firma's ze een relatie hebben. Dit is onder meer een voorwaarde om een congres erkend te krijgen als geaccrediteerde nascholing.

Er is nog geen eenduidige oplossing voor alle genoemde (en andere) problemen. De gedragscode zal verder uitgewerkt moeten worden: door de beroepsbeoefenaren en door de farmaceutische industrie. In dit verband kan ik alvast een symposium aankondigen van de Sectie Biologische Psychiatrie en de Sectie Beleidspsychiatrie van de NVvP op 28 november a.s. Het is de bedoeling dat dit symposium zal leiden tot verdere aanbevelingen.

Noot

1. De genoemde voorbeelden zijn een selectie uit wat in werkelijkheid is voorgekomen.

W.A. Nolen