

Terugbetaling

Iets te verbergen?



Pharma.be saboteert een onthullend onderzoek naar de terugbetaling van bepaalde geneesmiddelen.

Sommige geneesmiddelen worden niet terugbetaald volgens de gewone procedure, bijvoorbeeld omdat hun therapeutische doeltreffendheid nog onzeker is. Als ze echter een onbeantwoorde medische behoefte inlossen, kan de fabrikant een contract sluiten met het Riziv om tijdelijk een terugbetaling toe te kennen onder bepaalde voorwaarden. Die onderhandelingen gebeuren echter in het grootste geheim. De mist die eromheen hangt, staat een objectieve beoordeling in de weg. Welke impact hebben deze contracten bijvoorbeeld op de gezondheidsuitgaven? Stelt het Riziv zich hard genoeg op tijdens de onderhandelingen? Daar hebben we het raden naar.

Twee jaar geleden stelden wij het Federaal Kenniscentrum voor de Gezondheidszorg (KCE) voor om de terugbetaling van deze geneesmiddelen te onderzoeken. Het KCE ging akkoord en verzamelde vertrouwelijke informatie over de betreffende contracten om meer klaarheid te scheppen. Daarbij nam het heel wat maatregelen om de vertrouwelijkheid ervan te waarborgen.

Toch stelde Pharma.be, de koepel van de farmasector, het KCE eind september in gebreke opdat het de gegevens niet zou gebruiken maar vernietigen.

Dat is onaanvaardbaar. Deze praktijken maken een kritische evaluatie van een vaag parallel terugbetalingssysteem onmogelijk. Waarom is de farma-industrie zo gekant tegen een objectieve beoordeling? Mag iets het daglicht niet zien?

Voedingsreclame

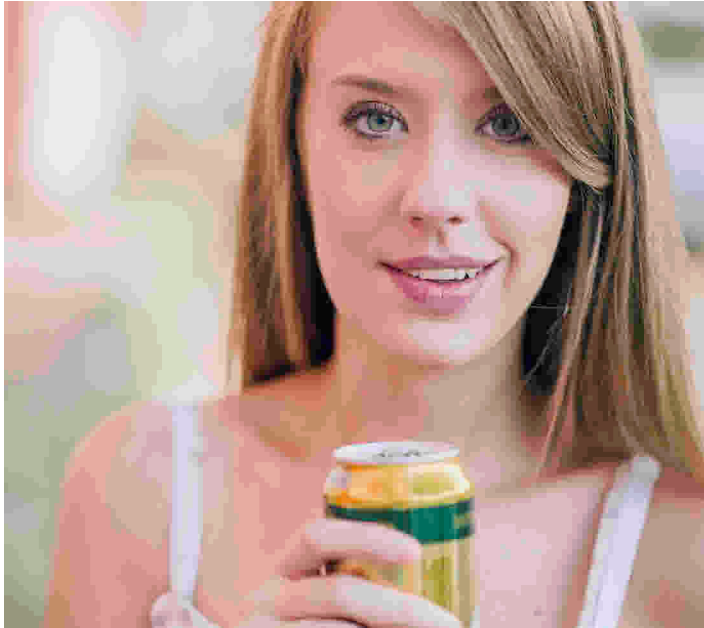
LAAT KINDEREN MET RUST

In Europa is één op de drie kinderen te zwaar. Zwaarlijvigheid is een ware epidemie, die rechtstreeks verband houdt met de commercialisering van ongezonde voeding en dranken.

Enkele jaren geleden hebben concerns als Coca-Cola, Nestlé, Ferrero, Danone en McDonald's zich ertoe verbonden het initiatief EU Pledge na te leven. Deze vrijwillige gedragscode bant onder meer reclame voor ongezonde voeding die gericht is op kinderen jonger dan 12 jaar. De voedingsindustrie heeft zichzelf criteria opgelegd voor de betreffende voedingsmiddelen, maar die zijn lang niet streng genoeg. Bovendien beantwoorden tal van apps en reclamecampagnes op het internet niet eens aan hun eigen regels. Het Europees Bureau van Consumentenverenigingen (BEUC) bevestigt dat deze vrijwillige verbintenissen niet volstaat om onze kinderen te beschermen tegen de negatieve gevolgen van snode marketingtechnieken. Het BEUC spoort de ondertekenaars van het initiatief dan ook aan om hun reclameregels te verbeteren. Concreet betekent dat: de criteria van EU Pledge in Europa afstemmen op de voedingsprofielen van de Wereldgezondheidsorganisatie en niet langer het personage van het merk gebruiken om kinderen aan te trekken. Dat is het minste dat ze kunnen doen om ons ervan te overtuigen dat ze met het initiatief andere bedoelingen hebben dan hun eigen blazen op te poetsen.

Bron: BEUC, www.beuc.eu/game-over





Frisdrank

De jeugd sensibiliseren

Gezondheidslogans moeten minder frisdrank doen drinken.

Amerikaans onderzoek toont aan dat gezondheidswaarschuwingen op de verpakking van frisdrank een invloed hebben op de perceptie en het gedrag van jongeren. Het panel van 12- tot 18-jarigen werd voor zes situaties geplaatst: frisdrank zonder waarschuwing, frisdrank met een vermelding van het caloriegehalte of frisdrank met een van vier slogans zoals "Het drinken van frisdrank met toegevoegde suikers draagt bij aan obesitas, diabetes en tandbederf". Uit de resultaten blijkt dat veel minder jongeren frisdrank met suiker kozen wanneer er een waarschuwing op stond. Bovendien bleken ze in dat geval ook te beseffen dat suikerrijke dranken niet helpen om gezond te leven. Overigens bleken ze het suikergehalte hoger in te schatten wanneer er een label op stond. Dat is alvast een goed begin.

Bron: The American Journal of Preventive Medicine, september

Gezond in Europa!

U kocht "gratis" vermageringspillen op internet?

Reist u met de Europese ziekteverzekeringskaart? U kocht geneesmiddelen op het internet?

Voor info en brochures over allerlei consumententema's en voor gratis juridische hulp www.eccbelgie.be



Europees Centrum voor de Consument

Project gesteund door de Europese Commissie, de FOD Economie en Test-Aankoop

Voeding CLAIM VERDWIJNT

De claim "geschikt voor personen met diabetes" verdwijnt.

Tot nu toe werden bepaalde voedingsmiddelen beschouwd als "bijzondere voeding", zoals zuigelingen- en peutervoeding, voeding voor medisch gebruik en maaltijdvervangers voor gewichtsbeheersing. Voortaan is er een nieuwe Europese kaderverordening op deze producten van toepassing. Concreet is de claim "geschikt voor personen met diabetes" niet langer toegestaan in ons land. Deze producten mogen enkel nog claims vermelden met betrekking tot het suikergehalte. Maaltijdvervangers voor gewichtsbeheersing vallen niet meer onder deze verordening, maar onder de wetgeving inzake voedings- en gezondheidsclaims. Voor zogeheten "groeimelk" en "sportvoeding" verandert er niets. Die vallen evenmin onder de nieuwe verordening, maar werden in ons land al langer als gewone voedingswaren beschouwd.

