

Przegrana walka z bólem

W 1999 r. koncern farmaceutyczny Merck wprowadził do sprzedaży lek przeciwbólowy Vioxx. W starciu z dotychczasowym liderem na półkach aptek Clebrexem, firmie miał pomóc wizerunek znanego reumatologa dr Roya Altmana.

Jak podał w lutym 2005 r. „The New York Times”, w 1999 r., podczas kolacji w Miami, przedstawiciel koncernu spytał Altmana, co chciałby w zamian za wsparcie kampanii Vioxx. Doktor przyznał później, że zażyczył sobie badań klinicznych z wykorzystaniem Vioxx, na co Merck przystał i wyłożył 25 tys. dolarów. Jednak w wewnętrznych dokumentach firmy istnieje zapis, wg którego Altman miał odpowiedzieć: „Pokażcie mi pieniądze”.

Podczas procesu, jaki później wytoczono

Przegrana walka z bólem



producentowi leku, który prawdopodobnie przyczynił się do śmierci wielu osób, doktor Robert Ettinger, reumatolog z Teksasu powiedział: „Wszyscy zdawaliśmy sobie sprawę, że w tamtym czasie istniał olbrzymi marketing, podobny do wojny między Coca-Colą i Pepsi”.

Firmy farmaceutyczne często starają się przeciągnąć lekarzy na swoją stronę, oferując im wykwintne posiłki, zatrudniając jako prelegentów czy współfinansując szkoły medyczne. Jednak zdaniem wielu Merck przekroczył granicę legalnej promocji.

9 listopada 2007 r. firma farmaceutyczna Merck&Co zgodziła się zapłacić 4,85 mld dolarów odszkodowania, kończąc w ten sposób tysiące stanowych i federalnych pozwów w sprawie szkodliwego działania produkowanego przez nich specyfiku, co było jednocześnie największą ugodą, jaką kiedykolwiek zawarto z producentem leków.

W omawianym przypadku Vioxx wycofano z półek po przeprowadzeniu wewnętrznych badań, dowodzących, iż powoduje on poważne niedomagania serca u stosujących go pacjentów. Sprawa przykuła uwagę również dlatego, że dobrze obrazuje przemysł farmaceutyczny w Stanach Zjednoczonych, gdzie na promowanie szlagierowych farmaceutyków danej firmy wydaje się setki milionów dolarów, generując dla niej olbrzymie zyski.

Artykuł w „The New York Times” sugerował, że środki przeznaczone dla lekarzy przepisujących Vioxx były w praktyce łąpówkami, a w materiałach firmy istniał dokument zatytułowany „Oczekiwany wynik/zwrot inwestycji”, co jednoznacznie odnosiło się do marketingu związanego z Vioxx.

W dokumentach Merck znaleziono też notatkę wspominającą o doktorze Maxie Hamburgerze z Melvill w

stanie Nowy Jork, ubiegającym się o finansowanie wypoczynku dla grupy lekarzy, którym przewodził. Podczas tego zjazdu mieli się oni zastanowić nad stworzeniem wytycznych przy wypisywaniu recept na konkretne leki. Ustalono, że firmy, które przyczynią się do finansowania grupy, otrzymają preferencyjny status, a te, które tego nie zrobią, będą miały problemy przy zawieraniu kontaktów. Cena minimalna za podwyższony status wynosiła, według notatki Merck, 25 tys. dolarów.

*Źródła: wsws.org;
nytimes.co; mediweb.pl*

Opublikowano w dniu 9.11.2018 r.

przez Wydział Informacji i Edukacji Antykorupcyjnej GSz CBA