

Pacjenci nie chcą już płacić haraczu patentowego GlaxoSmithKline i AstraZeneca – korporacje reagują zwolnieniami

3 lutego 2009

Brytyjski gigant farmaceutyczny GlaxoSmithKline ogłosił, że zamierza zlikwidować 6 tys. miejsc pracy w Wielkiej Brytanii. Oficjalnym powodem ma być wzrastająca konkurencja ze strony producentów tanich leków generycznych. W nadchodzących latach wiele lukratywnych patentów firmy straci swoją ważność.

W zeszłym tygodniu, z podobnych powodów inny koncern farmaceutyczny, AstraZeneca, ogłosił, że również zamierza zwolnić ponad 6 tys. osób.

Koncerny farmaceutyczne, w tym właśnie AstraZeneca i GSK od dawna prowadziły nieuczciwą grę patentową z producentami leków generycznych, utrzymując ceny leków na sztucznie wywindowanym poziomie.

Znany na Zachodzie lek na zgagę, Prilosec, był jednym z bestsellerów firmy AstraZeneca. W latach 1997-2002 wartość sprzedaży leku wyniosła 26 miliardów dolarów. Powodem była nie tylko niezwykła popularność leku, ale też wysoka cena 4 dolarów za pigułkę. AZ była w stanie żądać takiej ceny za swój lek, dlatego że posiadała patent. Jednak patent na Prilosec wygasł w 2001 r. Firmie zagrażali producenci leków generycznych, dzięki którym ceny leku mogły drastycznie spaść.

Firma postanowiła energicznie temu przeciwdziałać. Na początku 1995 r. grupa prawników, specjalistów od marketingu i naukowców obmyśliła rozmaite sposoby zachowania gigantycznych

zysków. Częścią strategii były sfabrykowane procesy o naruszenie patentów, którymi firma nękała producentów leków generycznych nawet po wygaśnięciu swoich patentów.

Niezależnie od tego, firma rozpoczęła agresywną kampanię promocji następcy Prilosec, leku o nazwie Nexium, który też kosztuje 4 dolary za pigułkę. Na promocję nowego leku, którego właściwości nie różniły się od starego, wydano pół miliarda dolarów. Nawet sami managerowie AstraZeneca przyznali potem, że Nexium jest wyjątkowo miernym lekiem i nie wnosi niczego w porównaniu z Prilosec. Aktywny składnik w obu lekach, Omeprazol w Prilosec i Esomeprazol w Nexium posiada identyczne działanie.

Jednak agresywna kampania marketingowa uczyniła swoje – sprzedaż Prilosec spadała, a sprzedaż Nexium rosła (zobacz grafikę). Działania firmy były spowodowane nie tylko rozpasaną żądzą zysków – kosztem pacjentów i producentów dostarczających tanie leki, ale też niekompetencja kadr korporacji, która uniemożliwiała tworzenie doskonalszych leków. Wszystkie zasoby finansowe zostały bowiem przeznaczone na lobbying i marketing.

Podobne nieczyste manewry stosowały firmy Schering-Plough (antyalergriczne leki Claritin i pseudo-innowacja w celach patentowych, Clarinex) i Lundbeck (praktycznie identyczne leki antydepresyjne Celexa i Lexapro).

Opracowanie: Yak

Źródło: [Centrum Informacji Anarchistycznej](#)