

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ & ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ»

Τα Lobbies των Πολυεθνικών Φαρμακευτικών Εταιρειών και η
Διαμόρφωση Πολιτικής σε ΗΠΑ και ΕΕ.

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Μαρία Γουλιέλμου

Αθήνα, 2020

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις της παρ. 6 του άρθρου 22 του Ν. 1599/1986 δηλώνω ότι: Η εργασία που παραδίδω είναι αποτέλεσμα πρωτότυπης έρευνας και δεν χρησιμοποιεί πνευματική ιδιοκτησία τρίτων χωρίς αναφορές. Αναλαμβάνω όλες τις νομικές και διοικητικές συνέπειες σε περίπτωση που αποδειχθεί ότι η εργασία μου αποτελεί προϊόν λογοκλοπής ή προϊόν τρίτων.



Μαρία Γουλιέλμου

Τριμελής Επιτροπή

Κωνσταντίνος Λάβδας, Καθηγητής Πάντειου Πανεπιστημίου (Επιβλέπων)

Μαριλένα Κοππά, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Πάντειου Πανεπιστημίου

Χαράλαμπος Παπασωτηρίου, Καθηγητής Πάντειου Πανεπιστημίου



Copyright © Μαρία Γουλιέλμου, 2020

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς το συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τους καθηγητές μου κ. Λάβδα, κα Κοπά και κ. Παπασωτηρίου για τη συμβολή τους στη συγγραφή της διπλωματικής εργασίας αυτής.

Συντομογραφίες

ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΕΕ: Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΟΦ: Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων
ΗΠΑ: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
ΜΚΟ: Μη Κερδοσκοπική Οργάνωση
ΜΜΕ: Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
Π.Ο.Υ: Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας
Π.Ο.Ε: Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου
ΠΕΦ: Πανελλήνια Ένωση Φαρμακοβιομηχανίας
ΣΦΕΕ: Σύνδεσμος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Ελλάδος
CEO: Corporate Europe Observatory
CRP: Center for Responsive Politics
EFPIA: European Federation of Pharmaceutical Industries Association
EMA: European Medicines Agency
FDA: Food and Drug Administration
HIV: Human Immunodeficiency Virus
HTA: Health Technology Assessment
LDA: Lobbying Disclosure Act
OBM: Office of Management and Budget
OECD: Organization for Economic Cooperation & Development
PACs: Political Action Committees
PhRMA: Pharmaceutical Research Manufacturer's Association
R&D: Research and Development
SPCs: Supplementary Protection Certificates
TRIPS: Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights
WTO: World Trade Organization

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	9
Abstract.....	10
Εισαγωγή.....	11
Κεφάλαιο 1: Θεωρητικό Υπόβαθρο.....	14
1.1. Ορισμός lobbying και νομοθετικό πλαίσιο στις ΗΠΑ	14
1.2 Ορισμός lobbying και νομοθετικό πλαίσιο στην ΕΕ.....	16
1.3 Τρόπος οργάνωσης lobbying και στρατηγική.....	19
1.4 Lobby και διαφθορά.....	20
Κεφάλαιο 2: Πολυεθνικές Φαρμακευτικές Εταιρείες και Διαμόρφωση πολιτικής.....	22
2.1 Πολυεθνικές Εταιρείες.....	22
2.2. Φαρμακευτικές Πολυεθνικές Εταιρείες σε ΗΠΑ και ΕΕ.....	23
2.2.1. Παγκόσμια αγορά φαρμάκου	23
2.3. Διαμόρφωση πολιτικής	27
2.3.1. Πολιτική φαρμάκου.....	27
2.3.1.1. Πολιτική φαρμάκου ΗΠΑ: νομοθετικό πλαίσιο	28
2.3.1.2. Πολιτική φαρμάκου ΕΕ: νομοθετικό πλαίσιο.....	28
2.4 Στόχοι lobbying φαρμακευτικών	31
Κεφάλαιο 3: Φαρμακευτικό lobbying	32
3.1. Lobbying στις ΗΠΑ	32
3.2. Φαρμακευτικό lobby στις ΗΠΑ	33
3.2.1. Πρόσβαση στα όργανα λήψης αποφάσεων στις ΗΠΑ	42
3.2.1.1. Χορηγίες σε εκστρατείες βουλευτών και γερουσιαστών.....	42
3.2.1.2. Επιτροπές Πολιτικής Δράσης (PACs)	43
3.2.1.3. Φαινόμενο της περιστρεφόμενης πόρτας (Revolving door/pantouflage).....	44
3.2.1.4. Ρυθμιστικές Αρχές.....	46
3.2.1.5. Γραφείο Διχείρισης και Προϋπολογισμού (Office of management and budget).....	47
3.3. Lobbying στην ΕΕ.....	48
3.4. Φαρμακευτικό lobby στην ΕΕ.....	52

3.5. Πρόσβαση στα Ευρωπαϊκά όργανα λήψης αποφάσεων.....	59
3.5.1. Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.....	59
3.5.2. Ευρωπαϊκή Επιτροπή	60
3.5.3. Συμβούλιο των Υπουργών	61
3.5.4. Φαινόμενο Περιστρεφόμενης πόρτας	62
3.5.5. Ρυθμιστικές αρχές	62

Κεφάλαιο 4: Αποτελεσματικότητα παρέμβασης φαρμακευτικών lobbies 65

4.1. Παράγοντες αποτελεσματικότητας φαρμακευτικού lobbying	65
4.2. Κανονισμοί χάραξης πολιτικής.....	67
4.3. Σύγκριση Lobbying σε ΕΕ και ΗΠΑ	68
4.4. Περιπτωσιολογικές Μελέτες (Case Studies).....	71
4.4.1. Περιπτωσιολογικές μελέτες lobbying Φαρμακευτικών Πολυεθνικών στις ΗΠΑ	72
4.4.1.1 <i>Η περίπτωση της Pfizer</i>	74
4.4.1.2 <i>Η περίπτωση της Roche</i>	75
4.4.1.3. <i>Η περίπτωση της Sandoz</i>	76
4.4.2. Περιπτωσιολογικές Μελέτες lobbying Φαρμακευτικών Πολυεθνικών στην ΕΕ	77
4.4.2.1. <i>Η περίπτωση της Gilead</i>	83
4.4.2.2. <i>Η περίπτωση της Novartis</i>	84
4.4.2.3. <i>Η περίπτωση της Roche</i>	85

Συμπεράσματα..... 87

Βιβλιογραφία 91

Πίνακες-Διαγράμματα

Πίνακας 1: Καθαρά Κέρδη Παγκόσμιας Φαρμακοβιομηχανίας	25
Πίνακας 2: Οι πιο Κερδοφόρες Φαρμακευτικές το 2019.....	26
Πίνακας 3: Τα πιο Κερδοφόρα Φαρμακευτικά Σκευάσματα του 2019.....	34
Πίνακας 4: Οι Βιομηχανίες με τις Υψηλότερες Δαπάνες Lobbying στις ΗΠΑ το 2019.....	36
Πίνακας 5: Δαπάνες Lobbying των Φαρμακευτικών στις ΗΠΑ το 2019.....	41
Πίνακας 6: Συλλογικός Αριθμός Εγγεγραμμένων Lobbyists.....	50
Πίνακας 7: Συνολικός Αριθμός Επιχειρησιακών Lobbyists στο Μητρώο.....	51
Πίνακας 8: Οι Top 10 Φαρμακευτικές με Υψηλές Δαπάνες Lobbying στην ΕΕ..	57
Πίνακας 9: Συναντήσεις Novartis με Όργανα της ΕΕ στο Πλαίσιο Lobbying.....	58
Πίνακας 10: Ετήσιες Δαπάνες Lobbying Pfizer στις ΗΠΑ.....	72
Πίνακας 11: Ετήσιες Δαπάνες Lobbying Roche στις ΗΠΑ.....	73
Πίνακας 12: Ετήσιες Δαπάνες Lobbying Novartis στις ΗΠΑ.....	74
Πίνακας 13: Ετήσιες Δαπάνες Lobbying Novartis στις ΕΕ.....	79
Πίνακας 14: Ετήσιες Δαπάνες Lobbying Roche στην ΕΕ.....	81
Πίνακας 15: Ετήσιες Δαπάνες Lobbying Gilead στην ΕΕ.....	83

Περίληψη

Αντικείμενο αυτής της εργασίας είναι η μελέτη του lobbying των εταιρειών, το λεγόμενο corporate lobbying και δη των πολυεθνικών εταιρειών του φαρμάκου. Βασικό ερώτημα για τη συγγραφή της εργασίας ήταν το εξής: σε ποιο βαθμό οι πολυεθνικές φαρμακευτικές εταιρείες μπορούν να επηρεάσουν σε καθοριστικό βαθμό τις πολιτικές στις ΗΠΑ και την ΕΕ και σε τι οφείλονται οι τυχόν διαφορές μεταξύ ΗΠΑ και ΕΕ ως προς την επιρροή των συμφερόντων αυτών. Έχει διερευνηθεί η επιρροή των φαρμακευτικών lobbies στη νομοθετική και εκτελεστική εξουσία.

Η μεθοδολογία για τη συγγραφή της εργασίας στηρίχθηκε στη μελέτη και ερμηνεία της υπάρχουσας βιβλιογραφίας, ελληνικής και ξενόγλωσσας, αλλά και επιστημονικών μελετών και άρθρων.

Με βάση τα παραπάνω η δομή της εργασίας διαμορφώνεται ως εξής: το 1^ο κεφάλαιο εστιάζει στο νομοθετικό πλαίσιο του lobbying στις ΗΠΑ και στην ΕΕ, το 2^ο κεφάλαιο εξετάζει το μέγεθος και τη δύναμη της φαρμακοβιομηχανίας και τους στόχους που επιδιώκει να επιτύχει μέσω των εθνικών φαρμακευτικών πολιτικών, το 3^ο κεφάλαιο δίνει έμφαση στο φαρμακευτικό lobbying, σε τακτικές και στρατηγικές των πολυεθνικών για να επιβάλουν τις θέσεις τους στους φορείς χάραξης πολιτικής σε ΗΠΑ και ΕΕ και στο τελευταίο κεφάλαιο, με αναφορά σε συγκεκριμένες περιπτώσεις φαρμακευτικών, ελέγχεται η αποτελεσματικότητα των lobbies του φαρμάκου στις δύο πλευρές του Ατλαντικού.

Κύρια συμπεράσματα είναι ότι, τόσο στην Ουάσινγκτον όσο και στις Βρυξέλλες, δραστηριοποιούνται ακριβώς οι ίδιες φαρμακευτικές πολυεθνικές εταιρείες και ασκούν lobbying στις κυβερνήσεις προσαρμοσμένες κάθε φορά στην εκάστοτε εθνική νομοθεσία και στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων. Το lobbying της φαρμακοβιομηχανίας έχει δύο όψεις. Η μία είναι η εξυπηρέτηση των συμφερόντων του και η άλλη η συνεισφορά του στην παροχή τεχνικών πληροφοριών στους φορείς χάραξης πολιτικής και στη σύνταξη νομοθετημάτων.

Λέξεις-Κλειδιά: Φαρμακευτικά Lobbies, ΗΠΑ, ΕΕ, Εθνική Πολιτική, Πολυεθνικές Φαρμακευτικές Εταιρείες, Άσκηση Πίεσης.

The pharmaceutical lobbies and the formation of policy in USA and EU.

Abstract

The objective of this dissertation is the study of corporate lobbying and, in particular, the pharmaceutical lobbying. The main aim is to examine the extent to which multinational pharmaceutical companies influence in a defining way US and EU policy and if there are differences between the US and the EU what can account for such differences.

The methodology for writing this dissertation was based on the study and interpretation of the existing bibliography, Greek and foreign, as well as on scientific papers and articles.

Based on the aforementioned, the structure of this dissertation is the following: The first chapter focuses on the legal framework of lobbying in US and EU, the second chapter examines the size and power of the pharmaceutical industry, besides the goals it seeks to achieve specifically through national drug policies. The third chapter focuses on the drug lobbying itself and especially on the tactics and strategies, which multinationals use to impose their will on US and EU policymakers, and the last chapter examines the effectiveness of drug lobbies on both sides of the Atlantic.

The main conclusions that were drawn are that exactly the same multinational pharmaceutical companies are lobbying the governments in both Washington and Brussels, while adapting each time to the national legislation and the decision-making processes. The drug lobbies have two sides. On the one side, they are serving their own interests. On the other side, they are contributing to the formation of laws and policies by providing technical information and know how to law and policy makers.

Keywords: Pharmaceutical Lobbies, USA, EU, National Policy, Multinational Pharmaceutical Companies, Lobbying.

Στα σύγχρονα αναπτυγμένα κράτη το επιχειρησιακό lobbying είναι μία καλά εδραιωμένη και συνεχώς επεκτεινόμενη δραστηριότητα. Παράλληλα, η παρουσία του είναι εμφανής και σε κανονιστικούς διεθνείς οργανισμούς, όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (Π.Ο.Ε) και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (Π.Ο.Υ). Αποτελεί ένα φαινόμενο αρκετά έντονο, καθώς οι επιχειρησιακοί lobbyists συχνά υπερβαίνουν σε αριθμό τους νομοθέτες.

Το lobbying έχει εξαπλωθεί σε ολόκληρο τον Ατλαντικό. Στην Αμερική δεν πρόκειται για νέο φαινόμενο. Ο όρος lobbyism αναφέρεται στο σύνταγμα των ΗΠΑ. Ειδικά, όμως, τα τελευταία χρόνια το lobbying έχει εξελιχθεί σε μια βιομηχανία δισεκατομμυρίων δολαρίων, όπου ομάδες συμφερόντων, εργατικά σωματεία, βιομηχανικοί σύνδεσμοι, εμπορικά επιμελητήρια και εταιρείες ξοδεύουν υπέρογκα χρηματικά ποσά προκειμένου να ασκήσουν επιρροή στις αποφάσεις του Κογκρέσου και στις ομοσπονδιακές υπηρεσίες. Η δύναμη της ομοσπονδιακής κυβέρνησης των ΗΠΑ να ρυθμίζει το διακρατικό εμπόριο σημαίνει ότι η νομοθεσία επηρεάζει τις επιχειρήσεις. Όσον αφορά τις φαρμακευτικές, αυτές επηρεάζονται σε υπέρμετρο βαθμό από την ομοσπονδιακή νομοθεσία, όπως με το νόμο του Medicare για τα συνταγογραφούμενα φάρμακα. Ακόμη, η δύναμη των χρηματικών πόρων σημαίνει ότι η ομοσπονδιακή κυβέρνηση μπορεί να αποτελέσει πηγή εσόδων για τις επιχειρήσεις με τη μορφή χρηματοδότησης (Mack, 2005, p. 341).

Παράλληλα το lobbying έχει εξελιχθεί και στην ΕΕ, ειδικά μετά την ένταξη νέων κρατών-μελών από το 2004. Ο αριθμός των lobbyists στις Βρυξέλλες σύντομα θα είναι ίσος με αυτόν της Ουάσινγκτον (Mack, 2005, p. 339). Στις Βρυξέλλες δραστηριοποιούνται χιλιάδες lobbyists, με σκοπό να αντλήσουν από την Ευρωπαϊκή Ένωση οικονομικούς πόρους και επιρροή. Το ευρωπαϊκό lobbying γίνεται σταδιακά πιο «Αμερικάνικο» εξαιτίας της αύξησης του επαγγελματισμού, της αποδοτικότητας και της επιτυχίας (Balosin M. , 2010, p. 1182).

Το lobbying περιγράφει τις πράξεις εκείνες που πραγματοποιούνται προκειμένου να επηρεάσουν ή να πείσουν μία μονάδα προς μία επιθυμητή δράση. Το πολιτικό lobbying στις ΗΠΑ περιλαμβάνει την επικοινωνία με τους νομοθέτες – διαμέσου προσωπικών συναντήσεων, εκστρατείες, δημοσιεύματα – και

οικονομικές συνεισφορές σε πολιτικούς με την ευχέρεια να τις χρησιμοποιήσουν διακριτικά στις καμπάνιες τους (Kushel, 2004, p. 496).

Οι δαπάνες υγειονομικής περίθαλψης είναι τόσο υψηλές που ελκύουν το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων. Για να επηρεάσουν το μέγεθός τους οι τελευταίες ακούν πίεση στους φορείς χάραξης πολιτικής. Το φαρμακευτικό lobbying αποτελεί την πιο κοινή μορφή lobbying στην ομοσπονδιακή κυβέρνηση και αντιπροσωπεύει το 15% όλου του ομοσπονδιακού lobbying. Το φαρμακευτικό lobbying πήρε ιδιαίτερα μεγάλες διαστάσεις την περίοδο 1997-2000, όταν η φαρμακευτική αγορά γνώρισε τεράστια αύξηση των τιμών λόγω πληθωρισμού. Η αύξηση των φαρμακευτικών δαπανών έλαβε μεγάλες διαστάσεις και στα ΜΜΕ, με αποτέλεσμα μέλη του Κογκρέσου να συζητούν δημόσια για την αναγκαιότητα του ελέγχου των τιμών. Για το λόγο αυτό, οι φαρμακευτικές εταιρείες δαπάνησαν τεράστια ποσά για την άσκηση πίεσης στο Κογκρέσο ώστε να μην περάσει νόμο μείωσης των τιμών. Η φαρμακευτική πολιτική κινδυνεύει να επηρεάζεται υπερβολικά από τα lobbies, τα οποία μπορούν να φέρουν τους περισσότερους πόρους στο τραπέζι των διαπραγματεύσεων. Παρότι είναι δύσκολο να αποδειχθεί πως αυτοί οι πόροι σχετίζονται αιτιωδώς με αθέμιτες πολιτικές πρακτικές, είναι εμφανές ότι υπέρογκα ποσά από τα lobbies κατακλύζουν τη συλλογική λήψη αποφάσεων. Τα δημόσια αρχεία καταγραφής lobbying μπορούν να ταυτοποιήσουν τα σημαντικότερα τρέχοντα θέματα, όμως δεν αναδεικνύουν τις θέσεις των lobbyists (Kushel, 2004, p. 496).

Στην ΕΕ το lobbying ορίζεται ως η διαδικασία που επιδιώκει να επηρεάσει την κυβέρνηση και τα θεσμικά της όργανα, ενημερώνοντας την ατζέντα της δημόσιας πολιτικής (Zetter, 2008, p. 3) και μπορεί να ειπωθεί ότι αποτελεί νόμιμο μέρος οποιουδήποτε δημοκρατικού συστήματος. Παρότι ο όρος αυτός καθαυτός φέρει αρνητικούς συνειρμούς και συχνά συνδέεται με διεφθαρμένες υποθέσεις ή παράνομες επιρροές διαφόρων συμφερόντων, η νομιμότητα και η σημασία του στην επιρροή της πολιτικής διαδικασίας σε ένα δημοκρατικό σύστημα είναι γενικά αποδεκτές (Gerti, 2015, p. 72).

Ο ετήσιος προϋπολογισμός της ΕΕ είναι μόνο 106.3 τρις ευρώ. Συνεπώς, αντίθετα με την Αμερική, στόχος των lobbies δεν είναι τόσο οι πόροι της ΕΕ όσο οι κανονιστικές εξουσίες. Το 60% της ευρωπαϊκής νομοθεσίας επηρεάζει τις επιχειρήσεις. Ειδικά η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι υπεύθυνη για την επιβολή της

πολιτικής ανταγωνισμού και τις διαπραγματεύσεις για τις εμπορικές συμφωνίες με τρίτες χώρες (Mack, 2005, p. 340)

Οι lobbyists, όμως, προσφέρουν και αναλυτικές ενημερώσεις και επιχειρήματα σε διάφορα θέματα και αποτρέπουν την κυβέρνηση από το να εκτελεί ανεξέλεκτα πολιτικές και νομοθεσία. Το lobbying συμβάλλει και στην καλύτερη σύνταξη νόμων: είτε με τις απαντήσεις τους στη διαβούλευση των νομοσχεδίων είτε με την παροχή αναλυτικών τροπολογιών, οι τελικοί νόμοι αποτελούν καλύτερα τελικά προϊόντα νομοθεσίας, ως αποτέλεσμα των εισροών των lobbyists. Διατυπώνεται, επομένως, ο ισχυρισμός ότι το lobbying δεν είναι μόνο νόμιμο αλλά και χρήσιμο. Αυτό, φυσικά, δεν σημαίνει ότι όλοι οι lobbyists συμπεριφέρονται κατά κανόνα με ηθικό τρόπο, όπως εξάλλου ούτε όλοι οι γιατροί, δικηγόροι, λογιστές, δημοσιογράφοι, πολιτικοί (Zetter, 2008, p. 9).

Ειδικά η φαρμακοβιομηχανία, με την άσκηση πίεσης σε ρυθμιστικές αρχές όπως ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Φαρμάκων αλλά και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, υπονομεύει το δημόσιο συμφέρον προς όφελος της, εκμεταλλευόμενη τον ανθρώπινο πόνο.

Από αυτή την οπτική, και λαμβάνοντας υπόψη την αλματώδη ανάπτυξη και εξάπλωση των δραστηριοτήτων των lobbies σε διάφορους τομείς χάραξης πολιτικής κατά τις τελευταίες δεκαετίες, η ανάγκη ρύθμισης των δραστηριοτήτων των lobbies μέσα σε ένα νομικό πλαίσιο γίνεται όλο και περισσότερο αναγκαία. Αυτή η ανάγκη προέρχεται από την εξασφάλιση της απαραίτητης διαφάνειας και ίσων ευκαιριών των διάφορων lobbies να επηρεάσουν μία συγκεκριμένη πολιτική, αφενός, και να εγγυηθούν την αξιοπιστία της πολιτικής διαδικασίας και τους εμπλεκόμενους παράγοντες, από την άλλη. Ως εκ τούτου, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι το lobbying είναι ένα αντικείμενο που πρέπει να μελετηθεί όσον αφορά τις προκλήσεις, τις ευκαιρίες, τη διαφάνεια ή τη δυνητική πρόσβαση που έχει στο να επηρεάσει το πολιτικό σύστημα της χώρας (Gerti, 2015, p. 72).

1.1. Ορισμός lobbying και νομοθετικό πλαίσιο στις ΗΠΑ

Η άσκηση πίεσης, προτού γίνει αποδεκτή ως μία μορφή πολιτικής συμμετοχής στις σύγχρονες κοινωνίες, έχει τις ρίζες της στην αρχαία Ελλάδα και τη Ρώμη. Εκεί στην αγορά (forum) οι αρχαίοι lobbyists επεδίωκαν να επηρεάσουν τη Γερουσία και τους πληβείους αντίστοιχα, υπέρ ή εναντίον των θεμάτων της καθημερινότητάς τους. Η προέλευση του όρου lobbying τοποθετείται το 1860 στην Ουάσινγκτον. Όσοι επεδίωκαν να επηρεάσουν τον 18ο Πρόεδρο των ΗΠΑ Ulysses S. Grant, συναθροίζονταν στο lobby του ξενοδοχείου Willard και προσπαθούσαν να τραβήξουν την προσοχή του Προέδρου και να εγείρουν τομείς του ενδιαφέροντός του. Λέγεται ότι ο Πρόεδρος, μετά από καιρό, κουράστηκε με τις προθέσεις τους και αναφερόταν σε αυτούς περιφρονητικά ως lobbyists (Zetter, 2008, p. 6).

Το lobbying ως επαγγελματική δραστηριότητα δημιουργήθηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες, ξεκινώντας από τα τέλη του 18ου αιώνα, και από τότε αναπτύχθηκε και έγινε αποδεκτό ως νόμιμη δραστηριότητα (Zetter, 2008, p. 392). Το υψηλό επίπεδο άσκησης lobbying στις ΗΠΑ και οι καλές ενοποιημένες και νόμιμες παραδόσεις, προέρχονται από την Αμερικανική Συνταγματική Τροπολογία που εγγυάται στους Αμερικανούς πολίτες την ελευθερία της θρησκείας, την ελευθερία λόγου, έναν ελεύθερο Τύπο και το δικαίωμα παρέμβασης/αναφοράς (δηλαδή lobby) στο Κογκρέσο. Το lobbying στις Ηνωμένες Πολιτείες θεωρείται ως νόμιμος τρόπος εκπροσώπησης και προώθησης συμφέροντων από διάφορες ομάδες (Gerti, 2015).

Το 1946, το Κογκρέσο ψήφισε τον ομοσπονδιακό νόμο περί lobbying. Αυτός προέβλεπε ότι οποιοδήποτε άτομο ή οργανισμός που προσπαθούσε να επηρεάσει, άμεσα ή έμμεσα, την ψήφιση ή την απόρριψη ενός νόμου από το Κογκρέσο, θα έπρεπε να δηλώνει τα στοιχεία του (συμπεριλαμβανομένων του μισθού και των εξόδων) στις επαφές του με τους αξιωματούχους και από τα δύο σώματα του Κογκρέσου (Zetter, 2008, p. 7).

Ο νόμος αυτός απαρχαιώθηκε λίγο μετά την ψήφισή του, καθώς δεν περιείχε σαφείς ορισμούς των δραστηριοτήτων του lobbying που πρέπει να καταγράφονται,

ανεπαρκής αποκάλυψη των χρηματοοικονομικών δραστηριοτήτων και των πολιτικών στόχων των lobbyists (Holman, 2007, p. 2).

Μετά από δεκαετίες αποτυχημένων προσπαθειών, ψηφίστηκε το 1995 από το Κογκρέσο ο νόμος “Lobbying Disclosure Act” (LDA). Το LDA δέχθηκε ομόφωνη αποδοχή από τη Γερουσία και υπογράφηκε σε νόμο από τον Πρόεδρο Bill Clinton. Το Κογκρέσο, στην αρχή, ήταν διστακτικό να αλλάξει το νόμο του 1946. Το σκάνδαλο του Wedtech, όμως, στο οποίο είχαν εμπλακεί πολλά μέλη του Κογκρέσου, έφερε την αλλαγή στάσης. Η Wedtech είχε προσλάβει lobbyists, ανάμεσα στους οποίους και πρώην μέλη του Κογκρέσου που υπέγραψαν κυβερνητικά συμβόλαια, ενώ όλη η δραστηριότητα του lobbying δεν είχε καταγραφεί και περιελάμβανε δωροδοκία κυβερνητικών αξιωματούχων (Holman, 2007, p. 5).

Ο νέος νόμος περιελάμβανε σαφείς ορισμούς. Σύμφωνα με το LDA, lobbyist είναι ένα πρόσωπο ή οντότητα που προσλαμβάνεται για οικονομική ή οποιαδήποτε άλλη αποζημίωση, για να παρέχει υπηρεσίες που περιλαμβάνουν πάνω από μία επαφή lobbying (μεσολάβησης), για τις οποίες δαπανά περισσότερο από το 20% του χρόνου του για ένα πελάτη ή εργοδότη κατά τη διάρκεια ενός εξαμήνου. Lobbying είναι οποιαδήποτε άμεση επικοινωνία – γραπτή, προφορική, διαπροσωπική – με έναν ανώτερο αξιωματούχο του εκτελεστικού ή του νομοθετικού σώματος, με σκοπό να επηρεάσει τη νομοθεσία ή τη δημόσια πολιτική, την ανάθεση κυβερνητικών συμβολαίων ή την επιρροή κυβερνητικών διορισμών. Οι δραστηριότητες του lobbying περιλαμβάνουν οποιαδήποτε μορφή επικοινωνίας ή προσπάθειες για επαφές όπως προετοιμασία, σχεδιασμός, έρευνα και οποιαδήποτε άλλη υποστηρικτική εργασία χρειάζεται (Holman, 2007, p. 6 & 15).

Οι lobbyists είναι υποχρεωμένοι να εγγραφούν στη Γραμματεία της Γερουσίας (Secretary of the Senate) και στον υπεύθυνο τήρησης αρχείων της Βουλής (Clerk of the House) και να δηλώσουν τα ονοματά τους, τον εργοδότη ή πελάτη, θέματα στα οποία άσκησαν lobbying, τον δημόσιο αξιωματούχο τον οποίο συνάντησαν, καθώς και το χρηματικό ποσό που εισέπραξαν (οι outside lobbyists πάνω από 5000 δολάρια). Ακόμη, είναι υποχρεωμένοι να συμπληρώσουν εξαμηνιαίες αναφορές με τις χρηματοοικονομικές τους δραστηριότητες. Υπάρχει ηλεκτρονική πλατφόρμα συμπλήρωσης αναφορών και στα δύο σώματα. Όλη η πληροφόρηση είναι ανοιχτή στο κοινό. Το LDA απαγορεύει την παροχή δώρων και ταξιδίων από τους lobbyistst στους νομοθέτες (Holman, 2007, pp. 8-10).

1.2 Ορισμός lobbying και Νομοθετικό πλαίσιο στην ΕΕ

Η Ευρωπαϊκή εκδοχή είναι ότι ο όρος του lobbying προέρχεται από την προέλευση των ομάδων συμφερόντων στο Παλάτι του Westminster το 1854, όπου τα μέλη της Βουλής συγκεντρώνονταν στο κεντρικό lobby του Παλατιού πριν και μετά από τις συζητήσεις στους κοινούς θαλάμους και στους θαλάμους των Λόρδων (Zetter, 2008, p. 7).

Το lobbying στην ΕΕ ορίζεται ως η διαδικασία επιδίωξης επηρεασμού της κυβέρνησης και των θεσμών της μέσω της διαμόρφωσης της δημόσιας πολιτικής ημερήσιας διάταξης. Είναι η τέχνη της πολιτικής πειθούς ή η άσκηση πολιτικής πίεσης (Zetter, 2008, p. 3).

Η Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση επιδιώκει να εδραιώσει τις επαφές μεταξύ των ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων και των ευρωπαίων πολιτικών ηγετών, αφενός, αλλά και της κοινωνίας των πολιτών, των πολιτών της ΕΕ και των αντιπροσωπευτικών ενώσεων, αφετέρου.

Στις 23 Ιουνίου 2011, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στην προσπάθεια διασφάλισης ότι εκπροσωπούν τα συμφέροντα των ευρωπαίων πολιτών με απόλυτα διαφανή τρόπο, υπέγραψαν μια διοργανική συμφωνία για την κατάρτιση κοινού Μητρώου Διαφάνειας (EU, 2011). Η συμφωνία αναθεωρήθηκε το 2014. Το κοινό Μητρώο διασφαλίζει τη διαφάνεια υπό την έννοια ότι οι πολίτες μπορούν ευκολότερα να βρίσκουν πληροφορίες για πρόσωπα και οργανισμούς που έχουν επαφές με τα θεσμικά όργανα της ΕΕ (European Parliament, 2018).

Το Μητρώο Διαφάνειας αποτελεί ένα δημόσιο ιστότοπο όπου, οι οργανώσεις που εκπροσωπούν ιδιαίτερα συμφέροντα σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, εγγράφονται και επικαιροποιούν τα στοιχεία τους σε σχέση με τα εν λόγω συμφέροντα. Διέπεται από έναν Κώδικα Δεοντολογίας, ο οποίος αναφέρεται στις σχέσεις των εκπροσώπων συμφερόντων με τα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στις δραστηριότητες που καλύπτονται από το Μητρώο περιλαμβάνονται:

- επικοινωνία με μέλη και τους βοηθούς τους, μόνιμους υπαλλήλους ή λοιπό προσωπικό των οργάνων της ΕΕ,

- σύνταξη, διανομή και αποστολή επιστολών, ενημερωτικού υλικού ή εγγράφων που προβάλλουν επιχειρήματα και θέσεις,
- διοργάνωση εκδηλώσεων, συναντήσεων, διαφημιστικών δραστηριοτήτων, διασκέψεων ή κοινωνικών εκδηλώσεων, με αποστολή σχετικών προσκλήσεων στα μέλη και τους βοηθούς τους, σε μόνιμους υπαλλήλους ή στο λοιπό προσωπικό των οργάνων της ΕΕ, και
- προαιρετικές συνδρομές και συμμετοχή σε επίσημες διαβουλεύσεις ή ακροάσεις επί προβλεπομένων νομοθετικών ή άλλων νομικών πράξεων της ΕΕ και σε άλλες δημόσιες διαβουλεύσεις (ΕΥ, 2014)

Τα lobbies μπορούν να συμμετέχουν στις ακόλουθες ομάδες και επιτροπές στα διαφορετικά ευρωπαϊκά όργανα:

- Διακομματικές ομάδες (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο)
- Επαγγελματικά φόρουμ (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο)
- Ομάδες εμπειρογνομόνων της Επιτροπής και άλλα παρεμφερή

Διαμόρφωση πολιτικής

Σύμφωνα με τη θεωρία, η πολιτική περιλαμβάνει πολιτικές, προσωπικότητες και γεγονότα. Οι lobbyists δεν μπορούν να ελέγξουν τα γεγονότα, μολονότι μπορούν να προβλέψουν κάποια. Επίσης, δεν μπορούν να αλλάξουν τις προσωπικότητες των πολιτικών, αν και μπορούν να γνωρίζουν τον αντίκτυπο που έχουν τα χαρακτηριστικά των προσωπικοτήτων. Αυτό που σίγουρα μπορούν να επιτύχουν οι lobbyists είναι να διαμορφώσουν πολιτικές (Zetter, 2008, p. 42).

Κόμματα

Το σημείο έναρξης των lobbyists για την άσκηση επιρροής στη διαμόρφωση της δημόσιας πολιτικής ατζέντας είναι τα ίδια τα πολιτικά κόμματα. Τα περισσότερα κόμματα τοποθετούνται στο πολιτικό φάσμα – Αριστερά, Δεξιά ή στο Κέντρο. Τα κόμματα διατηρούν τις πεποιθήσεις τους σε συγκεκριμένα θέματα και είναι δύσκολη η αλλαγή. Ενώ δεν μπορούν να τις εγκαταλείψουν, γιατί το κόμμα δεν θα είναι το ίδιο μετά, κάποιες φορές συμβιβάζονται. Αυτές οι πεποιθήσεις επηρεάζουν τις πολιτικές. Εάν οι lobbyists πείσουν τα κόμματα ότι μία πολιτική θα

οδηγήσει στην απώλεια ψήφων, τότε σίγουρα θα την εγκαταλείψουν. Οι πολιτικές είναι αυστηρά ελεγχόμενες από το αρχηγό του κομματος, το Υπουργικό συμβούλιο και τις ελίτ μέσα στο κόμμα (Zetter, 2008, pp. 42-43).

Διαβούλευση

Η αντιπολίτευση μπορεί να προτείνει πιο δραστικά μέτρα, ενώ το κυβερνών κόμμα είναι πιο περιορισμένο και η διαδικασία χάραξης πολιτικών είναι πιο δομημένη και οργανωμένη. Αυτό δεν σημαίνει ότι οι lobbyists δεν μπορούν να επηρεάσουν τη διαδικασία χάραξης πολιτικής. Αντιθέτως, ειδικά στην ΕΕ, υπάρχει επίσημη διαδικασία εμπλοκής εξωτερικών ομάδων και πρόσκληση για τις εισροές τους. Υπάρχει η λεγόμενη διαβούλευση και δημοσιεύονται τα προσχέδια των νόμων. Οι lobbyists μπορούν και συμμετέχουν στη διαδικασία, εφόσον κάνουν σχόλια επί του νομοσχεδίου πριν ψηφιστεί σε νόμο (Zetter, 2008, pp. 44-45).

Εμπλοκή τρίτων

Οι lobbyists θα πρέπει να συγκεντρώσουν άλλους οργανισμούς που έχουν τις ίδιες απόψεις για να ενισχύσουν τα επιχειρήματά τους. Για παράδειγμα, οι lobbyists συγκεντρώνουν think tanks για να διεξάγουν και να δημοσιεύσουν έρευνες. Θα πρέπει, φυσικά, να γνωστοποιηθεί ποιος έχει αναθέσει την έρευνα, αλλά οι έρευνες από τα σεβαστά think tanks θεωρούνται ότι έχουν κύρος. Αυτά τα ερευνητικά κέντρα έχουν άμεση επιρροή στη χάραξη πολιτικής (Zetter, 2008, p. 46).

Αλλαγή νομοθεσίας

Η πιο αγνή μορφή του lobbying είναι εκείνη που στοχεύει απευθείας στην πρόταση, στον αποκλεισμό και την τροποποίηση νομοσχεδίου. Εάν τα επιχειρήματα των lobbyists για τη διαμόρφωση πολιτικών δεν γίνουν αποδεκτά κατά τη διάρκεια της διαβούλευσης, τότε είναι αναγκασμένοι να εμπλακούν απευθείας είτε στις επιτροπές είτε στο βήμα της Βουλής μέσω βουλευτών (Zetter, 2008, p. 50).

1.3 Τρόπος οργάνωσης lobbying και στρατηγική

Η επιχείρηση ή ο οργανισμός δύναται να επιλέξει εσωτερικούς (in-house) lobbyists ή εξωτερικούς (third party) lobbyists (The London School of Economics and Political Science, 2016).

Οι εσωτερικοί lobbyists μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού ουσιαστικά αποτελούν υπαλλήλους της ίδιας της εταιρείας. Ιδρύεται ξεχωριστό τμήμα, ενισχύοντας έτσι την οργανωτική δομή της εταιρείας, είτε απλά χρησιμοποιείται υπαλλήλος της με παράλληλα καθήκοντα στην άσκηση lobbying όταν αυτή το χρειάζεται. Σε αυτή την περίπτωση, η αντιπροσώπευση γίνεται από την ίδια την εταιρεία. Είναι μία πρακτική που συναντάται κύριως σε μεγάλες εταιρίες που διαθέτουν τους πόρους που χρειάζεται να δαπανηθούν για τη δημιουργία ολόκληρου τμήματος ή διεύθυνσης (Public Disclosure Commission, 2020).

Μία επιχείρηση ή ένας οργανισμός μπορεί να χρησιμοποιεί άλλες εταιρείες, οι οποίες παρέχουν αποκλειστικά στους πελάτες τους υπηρεσίες lobbying. Ακόμη, κάποιες δικηγορικές εταιρείες, εταιρείες δημόσιων σχέσεων και συμβουλευτικές εταιρείες μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες lobbying· όλες αυτές θεωρούνται εταιρείες lobbying. Συνήθως, οι εξωτερικοί lobbyists χρησιμοποιούνται όταν η εταιρεία/οργανισμός χρειάζεται καλή γνώση των διαδικασιών λειτουργίας των θεσμικών οργάνων και καλό δίκτυο επαφών και είναι δύσκολος ο επηρεασμός του νομοσχεδίου. Το αρνητικό με αυτή την τακτική είναι ότι οι εξωτερικοί lobbyists δεν γνωρίζουν κάθε βιομηχανία την οποία έχουν σαν πελάτη και απαιτείται χρόνος για να εξοικειωθούν με την κουλτούρα της βιομηχανίας, όπως και να κατανοήσουν ένα περίπλοκο νομοθετικό πλαίσιο στο οποίο ίσως να λειτουργεί (Public Disclosure Commission, 2020).

Στρατηγικές lobbying

Υπάρχουν δύο ειδών στρατηγικές lobbying: η στρατηγική του outside lobbying (εξωτερική στρατηγική) και του inside lobbying (εκ των έσω στρατηγική). Το outside lobbying περιλαμβάνει τακτικές, οι οποίες εμμέσως απευθύνονται στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής διαμέσου κινητοποίησης και ευαισθητοποίησης του ευρύτερου κοινού. Περιλαμβάνει την χρήση καναλιών δημόσιας επικοινωνίας αντί

για άμεσες συναλλαγές με φορείς λήψης αποφάσεων. Συγκεκριμένα, το outside lobbying χρησιμοποιεί επαφές με δημοσιογράφους, έκδοση δελτίων τύπου, δημιουργία δημόσιων εκστρατειών και οργάνωση δημόσιων διαδηλώσεων. Το inside lobbying περιλαμβάνει άμεσες επαφές με τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής μέσω διαφόρων διαύλων επικοινωνίας, όπως κατ' ιδίαν συναντήσεις, τηλεφωνικές συνομιλίες ή ανταλλαγή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Συνήθως, οι πιο αδύναμες ομάδες χρησιμοποιούν outside lobbying, εφόσον στερούνται πόρους και την αντιλαμβάνονται ως έσχατη λύση. Η επιτυχία των στρατηγικών αυτών εξαρτάται από τη συμβατότητα με άλλες τακτικές που χρησιμοποιεί το lobby, καθώς και τα χαρακτηριστικά της πολιτικής την οποία θέλουν να επηρεάσουν οι lobbyists (De Brycker & Beyers, 2018, pp. 1-2).

1.4 Lobby και διαφθορά

Υπάρχει στενή σχέση μεταξύ lobbying και διαφθοράς. Υπό μία ευρεία έννοια, και οι δύο είναι τρόποι με τους οποίους οι ενδιαφερόμενοι λαμβάνουν βοήθεια από το δημόσιο τομέα με αντάλλαγμα κάποια χάρη. Πράγματι, μπορεί να υποστηριχθεί ότι το lobbying είναι απλώς μία ειδική μορφή διαφθοράς, επικεντρωμένη στα νομοθετικά όργανα ή σε κάποιους άλλους οργανισμούς που θεσπίζουν κανόνες. Υπάρχουν βέβαια πολλές διαφορές, όπως ότι το lobbying δεν παίρνει πάντοτε τη μορφή δωροδοκίας ή ακόμα τη μορφή εισφορών σε εκστρατείες. Σε πολλές περιπτώσεις, οι lobbyists διαθέτουν πείρα που οι πολιτικοί δεν έχουν και μπορούν να επηρεάσουν τους τελευταίους με τη στρατηγική ανταλλαγή αυτής της εμπειρίας (Campos & Giovannoni, 2006, pp. 1-2).

Μία επιπλέον διαφορά είναι το γεγονός ότι το lobbying απευθύνεται κυρίως σε φορείς χάραξης πολιτικής και όχι σε γραφειοκράτες, δεδομένου ότι οι νομοθετικές αρχές καθορίζουν τις πολιτικές για τις οποίες οι lobbyists ενδιαφέρονται και τους κανόνες που καθιστούν ευκολότερη ή δυσκολότερη τη δωροδοκία. Έτσι, το lobbying μπορεί να είναι και μία δραστηριότητα που καθιστά τη δωροδοκία άσχετη, αν καταφέρει να επηρεάσει την πολιτική, και μία δραστηριότητα που διευκολύνει τη δωροδοκία, αν καταφέρει να υπονομεύσει την επιβολή του νόμου. Με άλλα λόγια, το lobbying μπορεί να υποκαταστήσει ή να συμπληρώσει τη διαφθορά (Campos & Giovannoni, 2006, p. 2).

Το lobbying παίρνει τη μορφή των χορηγιών σε εκστρατείες ή της επιρροής με άλλα μέσα, σαν μία πράξη που στοχεύει στην αλλαγή υφιστάμενων κανόνων και πολιτικών. Η δωροδοκία, σε αντίθεση, είναι η προσπάθεια να παρακαμθούν υφιστάμενοι κανόνες ή πολιτικές. Μία επιπρόσθετη διαφορά αποτελεί το γεγονός ότι το lobbying είναι μία νόμιμη και ελεγχόμενη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, ενώ η δωροδοκία δεν είναι. Τέλος, η αλλαγή στους κανόνες, ως απόρροια του lobbying, συχνά επηρεάζει ολόκληρο τον κλάδο, ενώ η αλλαγή εξαιτίας της δωροδοκίας αφορά συγκεκριμένη εταιρεία. Οι εταιρείες στις αναπτυσσόμενες χώρες χρησιμοποιούν περισσότερο τη δωροδοκία για να υπερβούν τους θεσμικούς περιορισμούς, ενώ οι επιχειρήσεις στις αναπτυγμένες χώρες είναι περισσότερο επιρρεπείς στο lobbying για να πιέσουν την κυβέρνηση να αλλάξει τους κανόνες. Η έκταση του lobbying εξαρτάται από το επίπεδο της οικονομίας κάθε χώρας (Harstad & Svensson, 2005, p. 46).

Οι πολυεθνικές εταιρείες και κυριώς οι φαρμακευτικές εταιρείες σε ΕΕ και ΗΠΑ προτιμούν το lobbying, καθώς υποστηρίζουν ότι το lobbying είναι πιο αποτελεσματικό μέσο για την άσκηση πολιτικής επιρροής από ότι η διαφθορά. Το lobbying προσπαθεί περισσότερο να αλλάξει την πολιτική απευθείας παρά να υπονομεύσει την επιβολή του νόμου (Campos & Giovannoni, 2006, pp. 21-22).

Κεφάλαιο 2: Πολυεθνικές Φαρμακευτικές Εταιρείες και Διαμόρφωση πολιτικής

2.1 Πολυεθνικές Εταιρείες

Αποτελεί κοινή πεποίθηση ότι η πολυεθνική επιχείρηση έχει απελευθερωθεί από την οικονομία προέλευσής της και έχει καταστεί μία ισχυρή ανεξάρτητη δύναμη, που επηρεάζει αποφασιστικά τις διεθνείς οικονομικές αλλά και πολιτικές σχέσεις (Τράγκα, 2018).

Είναι σαφές ότι οι Πολυεθνικές Επιχειρήσεις επιθυμούν, εκτός από την αποκόμιση άμεσων κερδών, να μεταβάλουν και να επηρεάσουν τους κανόνες ή τα καθεστάτα που διέπουν το εμπόριο και το διεθνή ανταγωνισμό, προκειμένου να βελτιώσουν μακροπρόθεσμα τη θέση τους (Gilpin, 2007, p. 349).

Οι Πολυεθνικές εταιρείες απαιτούν, τόσο από το κράτος προέλευσης όσο και από το κράτος εγκατάστασης, την εναρμόνιση των διαφορετικών νομικών συστημάτων, ώστε να αποκτήσουν απόλυτη ελευθερία κινήσεων που θα επιτρέψει τη βελτίωση της λειτουργίας τους, τη μείωση του κόστους, τη βελτίωση της ποιότητας και την αύξηση του κέρδους. Το βασικό διαπραγματευτικό όπλο τους είναι η δυνατότητά τους να επενδύσουν αλλού, καθώς και ότι πολλές από αυτές έχουν την οικονομική και την πολιτική ισχύ να επηρεάζουν τοπικές πολιτικές (Τράγκα, 2018).

Κάποιες πολυεθνικές είναι πιο πλούσιες και από ολόκληρα κράτη και είναι σε θέση να αμφισβητούν την εξουσία τους. Για παράδειγμα το ΑΕΠ της Ερυθραίας, μίας από τις πιο φτωχές χώρες του κόσμου, ήταν μόλις 3,4 δις. δολάρια το 2014. Ακόμη και στην πλούσια Ευρώπη, η Πορτογαλία και η Σλοβενία είχαν ΑΕΠ ύψους 227 δις δολαρίων και 48 δις δολαρίων αντίστοιχα. Αυτά τα νούμερα είναι σαφώς πιο μικρά από την αξία των μεγαλύτερων επιχειρήσεων στον κόσμο, κάποιες από τις οποίες έχουν ετήσια έσοδα άνω των 400 δις δολαρίων (Newton, 2018, p. 438).

Αν η εξουσία ακολουθεί τον πλούτο και αν ο πλούτος ακολουθεί την εξουσία, τότε δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι οι μεγάλες πολυεθνικές μπορούν να επηρεάσουν τις οικονομικές εξελίξεις και να θέσουν τους δικούς τους όρους κατά τις συναλλαγές τους με τις εθνικές κυβερνήσεις, με σημαντικό μοχλό πίεσης το

γεγονός ότι η κινητικότητα κεφαλαίου τούς προσφέρει σημαντική χωροθετική ευελιξία (Newton, 2018, p. 439).

Συμπερασματικά, μπορεί κάποιος να ισχυριστεί ότι οι κυβερνήσεις ως σύνολο σήμερα βρίσκονται σε λιγότερο ισχυρή θέση να διαπραγματευτούν με τις πολυεθνικές εταιρείες. Ειδικά οι φαρμακευτικές πολυεθνικές εταιρείες, οι οποίες καλύπτουν ένα τεράστιο κομμάτι της παγκόσμιας αγοράς, μπορούν να επέμβουν στην πολιτική των κρατών προκειμένου να εξυπηρετήσουν τα συμφέροντά τους.

2.2. Φαρμακευτικές Πολυεθνικές Εταιρείες σε ΗΠΑ και ΕΕ

2.2.1. Παγκόσμια αγορά φαρμάκου

Πριν διαπιστωθεί το μέγεθος της αγοράς του φαρμάκου, είναι θεμιτό να οριστεί το προϊόν φάρμακο, προκειμένου να κατανοηθεί η μεγάλη σημασία του προϊόντος αυτού για την ανθρώπινη ζωή. Τα χαρακτηριστικά του προϊόντος από μόνα τους αποτελούν ένα μοχλό πίεσης στις εκάστοτε κυβερνήσεις.

Ως φάρμακο ορίζεται οτιδήποτε προορίζεται για χρήση με σκοπό να διαγνώσει, να αντιμετωπίσει, να θεραπεύσει, να προλάβει, να μετριάσει τα συμπτώματα ασθενειών σε ανθρώπους με σκοπό να επιδράσει στη δομή του οργανισμού τους (FDA, 2017).

Τα φαρμακευτικά προϊόντα κατηγοριοποιούνται σε:

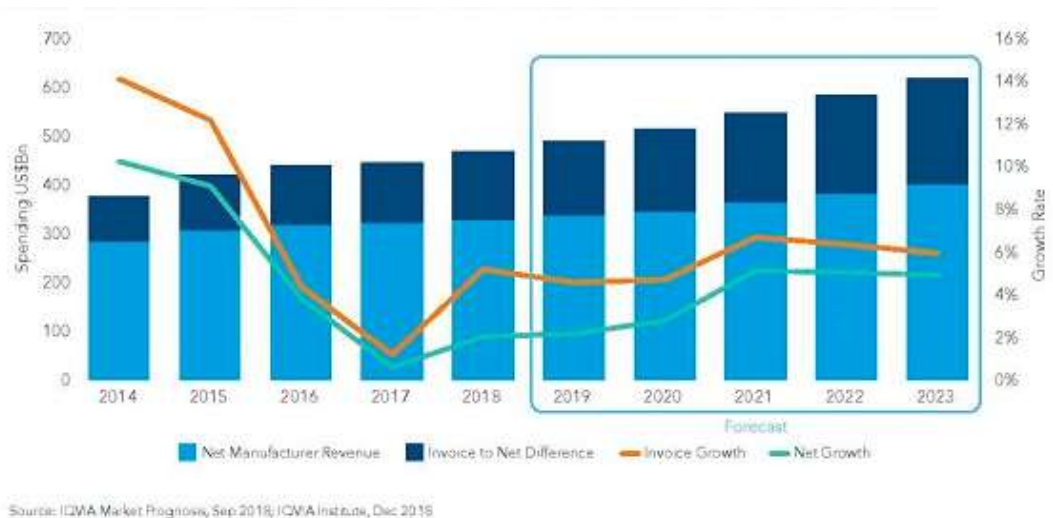
- **Πρωτότυπα:** Τα πρωτότυπα είναι καινοτόμα φάρμακα που αναπτύσσονται μετά από πολυετή εργαστηριακή και κλινική έρευνα (ΣΦΕΕ, 2020).
- **Γενόσημα (generics):** Τα γενόσημα είναι φάρμακα παρόμοια με τα πρωτότυπα, περιέχοντας την ίδια δραστική ουσία. Τα γενόσημα φάρμακα κυκλοφορούν νόμιμα μετά τη λήξη της εικοσαετούς προστασίας του δικαιώματος ευρεσιτεχνίας (πατέντας) του πρωτότυπου φαρμάκου (ΠΕΦ, 2020).
- **Βιολογικά:** Τα βιολογικά είναι φάρμακα που περιέχουν δραστικές ουσίες από βιολογική πηγή (European Medicines Agency, 2020).
- **Βιοομοειδή (biosimilars):** Τα βιοομοειδή είναι «παρόμοια» με τα βιολογικά προϊόντα που έχουν άδεια κυκλοφορίας (ΕΟΦ, 2020).

Ειδικά τα πρωτότυπα ενδιαφέρουν σε υπέρμετρο βαθμό τις φαρμακευτικές, παρότι τα τελευταία χρόνια και οι βιολογικοί παράγοντες χαίρουν ιδιαίτερης προσοχής λόγω της υψηλής κερδοφορίας που προσφέρουν.

Οι φαρμακευτικές αυτές είναι ιδιωτικές εταιρείες. Δεν παράγουν φάρμακα επιδιώκοντας τη χρήση των σκευασμάτων από την κοινωνία, αλλά για να επιτύχουν το μέγιστο δυνατό κέρδος. Στο καπιταλιστικό οικονομικό σύστημα τα προϊόντα υγείας είναι εμπορεύματα, όπως και όλα τα άλλα προϊόντα, και ο τομέας της υγείας κυριαρχείται και αυτός από το κέρδος. Επομένως, για να επιτευχθεί το μέγιστο δυνατό κέρδος, θα πρέπει η παραγωγή να γίνεται στο μικρότερο δυνατό κόστος και τα προϊόντα να πωλούνται στην υψηλότερη δυνατή τιμή.

Η μεγαλύτερη αγορά του πλανήτη στο χώρο των φαρμακευτικών προϊόντων, είναι αυτή των ΗΠΑ. Η παγκόσμια αγορά φαρμάκων φτάνει το 1.2 τρις δολάρια και υπολογίζεται ότι θα φτάσει τα 1.5 τρις δολάρια το 2023. Οι Ηνωμένες Πολιτείες κατέχουν το 48,9% (Ναυτεμπορική, 2019), ενώ η Ευρώπη το 23,2% και το υπόλοιπο οι αναδυόμενες αγορές της Κίνας και της Νοτιανατολικής Ασίας, αγγίζοντας το 17,1% (ΕΦΡΙΑ, 2019, p. 14) (Statista, 2020a).

Το 2019 οι Ηνωμένες Πολιτείες είχαν έσοδα 490 δις δολάρια και η Ευρώπη 195 δις ευρώ. Το 60% της παγκόσμιας κατανάλωσης φαρμάκων πραγματοποιείται στις ΗΠΑ (41%), την ΕΕ (13%) και την Ιαπωνία (6%). Οι χώρες της BRICS (εκτός τη Νότια Αφρική) δαπανούν το 17%. Για δισεκατομμύρια ανθρώπων που κατοικούν στον υπόλοιπο κόσμο απομένει το 23% (Murray, 2015, p. 10). Οι δαπάνες υγείας των ΗΠΑ ανέρχονται σε 485 δις δολάρια και το 2023 υπολογίζεται ότι θα αυξηθούν σε 655 δις δολάρια (IQVIA for human data science, 2019, p. 4).



Πίνακας 1: Καθαρά κέρδη παγκόσμιας φαρμακοβιομηχανίας

Πηγή: IQVIA The Institute for Human Data Science

Συγκεκριμένα οι δέκα πιο κερδοφόρες πολυεθνικές φαρμακευτικές εταιρείες, σε παγκόσμιο επίπεδο, για το έτος 2019 ήταν οι εξής:

1. Pfizer, 53,7 δισ. Δολάρια, Αμερικάνικη εταιρεία
2. Roche, 45,6 δισ. Δολάρια, Ελβετική εταιρεία
3. Johnson & Johnson, 40,7 δισ. Δολάρια, Αμερικάνικη εταιρεία
4. Sanofi, 39,3 δισ. Δολάρια, Γαλλική εταιρεία
5. Merck & Co, 37,7 δισ. Δολάρια, Αμερικάνικη εταιρεία
6. Novartis, 34,9 δισ. Δολάρια, Ελβετική εταιρεία
7. AbbVie, 32,8 δισ. Δολάρια, Αμερικάνικη εταιρεία
8. Amgen, 23,7 δισ. Δολάρια, Αμερικάνικη εταιρεία
9. GlaxoSmithKline (GSK), 23 δισ. Δολάρια, Βρετανική εταιρεία
10. Bristol-Myers Squibb (BMS), 22,6 δισ. Δολάρια, Αμερικάνικη εταιρεία.



Πίνακας 2: Οι πιο Κερδοφόρες Φαρμακευτικές το 2019

Πηγή: Health Pharma

<https://www.healthpharma.gr/business/oi-koryfaies-farmakeytikes-epicheiriseis-toy-2019-to-top-10-pagkosmios/#>

Οι έξι από τις δέκα παραπάνω φαρμακευτικές είναι Αμερικάνικες εταιρείες. Αυτό επιβεβαιώνει τα παραπάνω στοιχεία και δείχνει την τεράστια αγορά που λειτουργεί στις ΗΠΑ (Ζακυνθινός, 2019). Οι υπόλοιπες τέσσερις εταιρείες αφορούν κράτη-μέλη της ΕΕ.

Την κερδοφόρα αυτή αγορά της Αμερικής καθώς και της δεύτερης μεγαλύτερης, αυτή της ΕΕ, στοχεύουν οι φαρμακευτικές. Όμως, η κάθε μία από αυτές τις αγορές διέπεται από κάποιους κυβερνητικούς κανονισμούς και περιορισμούς.

2.3. Διαμόρφωση πολιτικής

2.3.1. Πολιτική φαρμάκου

Την πολιτική φαρμάκου κυρίως στοχεύουν να επηρεάσουν οι φαρμακευτικές εταιρείες, γιατί αυτή έχει άμεσες επιπτώσεις στην κερδοφορία τους. Εφόσον οι πολυεθνικές είναι κερδοσκοπικές εταιρείες θα πρέπει να παρέμβει το κράτος για να διασφαλίσει ότι τα φάρμακα θα φτάσουν στον ασθενή. Αυτό γίνεται με την πολιτική φαρμάκου: η Πολιτική αυτή είναι οι κανόνες, οι διαδικασίες και οι δομές που δημιουργούνται από την κυβέρνηση, ή τις δημόσιες υπηρεσίες κάθε κράτους, με σκοπό να διαχειριστεί τα προβλήματα σχετικά με τη διαθεσιμότητα των φαρμάκων και το ρόλο του φαρμάκου στο υγειονομικό σύστημα.

Η πολιτική συνήθως περιλαμβάνει:

- Την τιμολόγηση των φαρμάκων
- Τη συνταγογράφηση
- Την αποζημίωση
- Την ποιότητα
- Την προσβασιμότητα
- Το καθεστώς προστασίας πνευματικών δικαιωμάτων που διέπει την ανακάλυψη νέων σκευασμάτων (πατέντες)
- Την επιχορήγηση για έρευνα που αφορά τη φαρμακευτική
- Την αδειοδότηση του σκευάσματος
- Τον έλεγχο παραγωγής και διάθεσης φαρμάκου έως τον ασθενή

Στους τομείς αυτούς επιδιώκουν να ασκήσουν επιρροή οι φαρμακευτικές, ανάλογα με τη χώρα που δραστηριοποιούνται. Σε κάθε χώρα η πολιτική φαρμάκου δεν περιλαμβάνει όλους τους προαναφερόμενους τομείς. Πρέπει να τονιστεί ότι η πολιτική αυτή που υιοθετείται κάθε φορά είναι διαφορετική, όχι μόνο μεταξύ των ΗΠΑ και της ΕΕ, αλλά και μεταξύ των κρατών-μελών της ΕΕ. Με γνώμονα την πολιτική φαρμάκου κάθε χώρας αποφασίζουν οι πολυεθνικές σε ποιον από τους προαναφερόμενους τομείς θα εστιάσουν.

2.3.1.1. Πολιτική φαρμάκου ΗΠΑ: νομοθετικό πλαίσιο

Η αναγνώριση της αναγκαιότητας άσκησης φαρμακευτικής πολιτικής πραγματοποιήθηκε στις αρχές του προηγούμενου αιώνα, όταν ψηφίστηκε στις ΗΠΑ ο Νόμος Ελέγχου Βιολογικών Προϊόντων, το 1902. Έκτοτε, ο κυριότερος σταθμός στην ιστορία ίδρυσης θεσμικού πλαισίου για την αγορά φαρμάκου στις ΗΠΑ είναι η ίδρυση του Food and Drug Administration (FDA) στις ΗΠΑ το 1937, ο οποίος οργανισμός είναι υπεύθυνος για τον έλεγχο της ασφάλειας των προϊόντων και την έγκριση της άδειας κυκλοφορίας τους.

Η τιμολόγηση των φαρμάκων στις ΗΠΑ είναι μια πολύπλοκη διαδικασία. Περιλαμβάνει την αλληλεπίδραση μεταξύ των τιμών που έχουν θέσει οι κατασκευαστές, τη διαπραγμάτευση με τους πιστωτές, τον ανταγωνισμό μεταξύ των πρωτοτύπων και των γενόσημων και το σχεδιασμό του δημόσιου και του ιδιωτικού προγράμματος ασφάλισης, που τελικά επιλέγει πόσο θα πληρώσουν οι ασθενείς και η κυβέρνηση (IQVIA for human data science, 2019, p. 10).

Στις ΗΠΑ, η φαρμακευτική κάλυψη και οι τιμές των φαρμάκων ακολουθούν τους νόμους της ελεύθερης αγοράς (δυνάμεις προσφοράς και ζήτησης), χωρίς διατίμηση και τη διασφάλιση του κράτους για πρόσβαση των πολιτών σε απαραίτητες θεραπείες. Οι φαρμακοβιομηχανίες είναι ελεύθερες να καθορίζουν τις τιμές που θα πωλούν τα σκευάσματά τους στην Αμερικάνικη αγορά (IQVIA for human data science, 2019, p. 34). Συνεπώς, η αγορά φαρμάκου στις ΗΠΑ είναι πιο κερδοφόρα για τις φαρμακευτικές εταιρείες (Statista, 2019).

2.3.1.2. Πολιτική φαρμάκου ΕΕ: νομοθετικό πλαίσιο

Κυριότεροι σταθμοί στην ιστορία ίδρυσης θεσμικού πλαισίου για την αγορά φαρμάκου στην ΕΕ είναι η ίδρυση, το 1995, του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φαρμάκου (European Medicines Agency-EMA), με σκοπό να θέσει σε εφαρμογή ένα ευρωπαϊκό σύστημα χορήγησης άδειας κυκλοφορίας για τα φαρμακευτικά προϊόντα.

Η ραγδαία αύξηση των φαρμακευτικών δαπανών, κατά τη δεκαετία του 1990, οδήγησε τις ευρωπαϊκές χώρες στην υιοθέτηση μέτρων για τον έλεγχο του

κόστους της φαρμακευτικής περιθάλψης. Οι πολιτικές που εφαρμόστηκαν μπορούν να διακριθούν σε αυτές που προσανατολίζονται στον έλεγχο της ζήτησης που προκαλείται από ασθενείς και γιατρούς, και σε εκείνες που αποσκοπούν στη ρύθμιση της προσφοράς στη φαρμακευτική βιομηχανία (Καραπλή, Ολλανδέζος, Γείτονα, & Κυριόπουλος, 2016, p. 108).

Η φαρμακευτική πολιτική συγκεντρώνει, ιδιαίτερα τις τελευταίες δεκαετίες, το ζωντανό ενδιαφέρον των κυβερνήσεων, των διεθνών οργανισμών, των επαγγελματιών υγείας και των αναλυτών. Οι λόγοι σχετίζονται με το μέγεθος της συγκεκριμένης αγοράς, με τη συμβολή της φαρμακευτικής τεχνολογίας στη φροντίδα υγείας, αλλά και με τις δυσχέρειες που αναδύονται κατά την προσπάθεια αναζήτησης ισορροπίας στην αγορά (Καραπλή, Ολλανδέζος, Γείτονα, & Κυριόπουλος, 2016, p. 99).

2.3.1.2.1. Πολιτικές φαρμάκου στις χώρες της Ευρώπης

Είναι κατανοητό ότι η διαδικασία ρύθμισης της αγοράς φαρμάκου απαιτεί την εμπλοκή αρκετών αρμοδίων–φορέων, από Υπουργεία και Εθνικές κυβερνήσεις μέχρι παγκόσμιους οργανισμούς π.χ. τα θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας ρυθμίζονται σε υπερεθνικό επίπεδο μέσω οργανισμών όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η χορήγηση άδειας κυκλοφορίας ενός προϊόντος σε κεντρικό επίπεδο έχει περιέλθει στην αρμοδιότητα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής μέσω του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φαρμάκων (EMA).

Αντίθετα, ο καθορισμός τιμών, οι διαδικασίες αποζημίωσης των φαρμακευτικών προϊόντων, καθώς και τα κίνητρα για έρευνα και ανάπτυξη προϊόντων, παραμένουν στην αρμοδιότητα των εθνικών κυβερνήσεων, αντανακλώντας τους διαφορετικούς στόχους κάθε χώρας. Ο κλάδος του φαρμάκου είναι ίσως ο πλέον ρυθμιζόμενος κλάδος της οικονομίας στις περισσότερες χώρες της ΕΕ, αφού διέπεται από ένα πολύ ισχυρό ρυθμιστικό πλαίσιο που καθορίζει την πορεία του φαρμακευτικού προϊόντος από τα πρώτα στάδια ανάπτυξης μίας νέας δραστικής ουσίας μέχρι τη διάθεσή του στον ασθενή–καταναλωτή (Καραπλή, Ολλανδέζος, Γείτονα, & Κυριόπουλος, 2016, p. 107).

Υπάρχουν και Ευρωπαϊκές οδηγίες, όπως η Οδηγία 2001/83/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 6ης Νοεμβρίου 2001, περί

κοινοτικού κώδικα για τα φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση. Τα μέτρα ελέγχου της φαρμακευτικής αγοράς συνίστανται σε μέτρα που αφορούν στον έλεγχο της ζήτησης και της προσφοράς. Εντούτοις, λόγω της δυσκολίας ελέγχου της ζήτησης, τα περισσότερα μέτρα αποσκοπούν στον έλεγχο από την πλευρά της προσφοράς, με έμφαση κυρίως στον έλεγχο των τιμών (Καραπλή, Ολλανδέζος, Γείτονα, & Κυριόπουλος, 2016, p. 121)

2.3.1.2.1.1. Πολιτικές ελέγχου προσφοράς

Οι πολιτικές ελέγχου της προσφοράς ποικίλλουν μεταξύ των Ευρωπαϊκών χωρών και αντικατοπτρίζουν διαφορετικές προτεραιότητες των εθνικών πολιτικών.

Ειδικότερα, ο έλεγχος της προσφοράς γίνεται μέσω της ρύθμισης των τιμών των φαρμάκων με άμεσο ή έμμεσο τρόπο. Τα μέτρα ελέγχου των τιμών περιλαμβάνουν τη διαπραγμάτευση με τη φαρμακευτική βιομηχανία, τη θέσπιση ανώτατων τιμών, την τιμολόγηση με βάση διεθνείς συγκρίσεις και μείωση ή πάγωμα τιμών. Οι έμμεσες προσεγγίσεις περιλαμβάνουν κατά κύριο λόγο τη ρύθμιση των κερδών των φαρμακοβιομηχανιών και τον καθορισμό τιμών αναφοράς για την αποζημίωση των φαρμάκων (Καραπλή, Ολλανδέζος, Γείτονα, & Κυριόπουλος, 2016, p. 120).

2.3.1.2.1.2. Ρύθμιση των τιμών των φαρμάκων

Σαν μέτρο ελέγχου της προσφοράς είναι ο έλεγχος τιμών, ένα από τα βασικότερα εργαλεία ρύθμισης της προσφοράς φαρμάκων. Ο έλεγχος τιμών θέτει περιορισμούς στην τιμή που δύναται να πωληθεί ένα φαρμακευτικό προϊόν, ανεξάρτητα από το εάν αποζημιώνεται από τα ασφαλιστικά ταμεία και από τον αγοραστή.

Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι συμφωνίες μεταξύ κυβέρνησης και φαρμακοβιομηχανίας, οι οποίες αφορούν κυρίως σε επιβεβλημένη έκπτωση (rebate) ή και καταβολή του ποσού υπέρβασης της φαρμακευτικής δαπάνης στο κράτος από τη φαρμακευτική βιομηχανία (clawback) (Jacobzone, 2000, p. 79)

2.3.1.2.3. Προστασία της ευρεσιτεχνίας (πατέντα)

Επιπλέον μέτρο ελέγχου της προσφοράς, που ανήκει και στα μέτρα που αφορούν τη φαρμακευτική βιομηχανία, αποτελεί η προστασία της ευρεσιτεχνίας

(πατέντα), η οποία προβλέπει την παραχώρηση αποκλειστικών δικαιωμάτων χρήσης στους κατόχους καινοτόμων φαρμακευτικών ουσιών, δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο μονοπωλιακές συνθήκες και σημαντικά εμπόδια εισόδου στην αγορά. Η προστασία της ευρεσιτεχνίας έχει ως σκοπό να αποζημιώσει τις εταιρείες που ανακαλύπτουν μία νέα ουσία, ώστε να αποσβέσουν το υψηλό κόστος έρευνας και ανάπτυξης του φαρμάκου (Καραπλή, Ολλανδέζος, Γείτονα, & Κυριόπουλος, 2016, p. 28).

2.4 Στόχοι lobbying φαρμακευτικών

Οι κύριοι στόχοι των φαρμακευτικών πολυεθνικών εταιρειών, βάσει και των πολιτικών φαρμάκου που αναλύθηκαν παραπάνω και οι οποίες συνδέονται στενά με το περιβάλλον στο οποίο λειτουργούν, είναι οι παρακάτω:

- Διατήρηση υψηλών τιμών
- Γρήγορη είσοδος σκευασμάτων στην αγορά
- Ευκολία στη διανομή
- Λιγότεροι έλεγχοι στην αγορά
- Μικρότερη περίοδος κλινικών δοκιμών των φαρμάκων πριν τη διοχέτευση στην αγορά
- Ελαφρύνσεις στη φορολογία
- Επέκταση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας

3.1. Lobbying στις ΗΠΑ

Τα επιχειρηματικά lobbies εμφανίστηκαν στις ΗΠΑ εξαιτίας της δυσκολίας μίας επιχείρησης να επηρεάσει από μόνη της τα όργανα λήψης αποφάσεων. Η δωροδοκία πολλές φορές δεν είχε τα επιθυμητά αποτελέσματα, καθώς μία μεμονωμένη επιχείρηση έπρεπε να προσεγγίσει έναν μόνο γεροϋσιαστή ή βουλευτή προκειμένου να ικανοποιήσει ένα αίτημά της. Οι όποιες επιτυχημένες δωροδοκίες παρήγαν προσωρινά αποτελέσματα, καθώς το νομοθετικό πλαίσιο άλλαζε από το Κογκρέσο. Έτσι, με το lobbying προσπαθούν να επιτευχθούν πιο μακροχρόνιες και περισσότερο μόνιμες λύσεις και ικανοποιείται η επιθυμία της αμερικάνικης κοινής γνώμης για μεγαλύτερη διαφάνεια.

Η κυβέρνηση των ΗΠΑ επιτρέπει και ενθαρρύνει την υπάρξη πολλών ομάδων συμφερόντων και την ανοιχτή αλληλεπίδραση μεταξύ τους, δηλαδή τον ανταγωνισμό και τη σύγκρουση. Σύμφωνα με το πλουραλιστικό μοντέλο, οι ομάδες συμφερόντων είναι αριθμητικά περισσότερες, οργανωμένες γύρω από μία ποικιλία πολιτικών αντιπαραθέσεων και περισσότερο αυτόνομες. Οι ομάδες δημιουργούνται και αναμιγνύονται στην πολιτική με δική τους πρωτοβουλία και όχι εξ' ονόματος του κράτους. Επίσης, έχουν περισσότερη ελευθερία για το ποιες πολιτικές μάχες θα δώσουν και σε ποια πολιτική αρένα (Roskin, Cord, & Medeiros, p. 306).

Υπολογίζεται ότι υπάρχουν περίπου 100.000 επαγγελματίες lobbyists παγκοσμίως, από τους οποίους το 2019 υπολογίζεται ότι ο αριθμός των επίσημα καταγεγραμμένων lobbyists στην Ουάσινγκτον ήταν 11.862 (Statista, 2020). Οι επαγγελματίες lobbyists συχνά ξεπερνούν σε αριθμό τους νομοθέτες (30 προς 1 στην Ουάσινγκτον).

Στην Αμερική το lobbying είναι μια θεσμοθετημένη δραστηριότητα, όμως η κοινή γνώμη επιζητά τη διαφάνεια. Για το λόγο αυτό δημιουργήθηκε το Center for Responsive Politics (CRP), το οποίο είναι μία μη κερδοσκοπική οργάνωση. Η ερευνητική ομάδα που εδρεύει στην Ουάσινγκτον παρακολουθεί τις επιπτώσεις του χρήματος και των lobbies στις εκλογές και στη δημόσια πολιτική. Διατηρεί μία δημόσια ηλεκτρονική βάση δεδομένων με τις πληροφορίες της και προωθεί τη

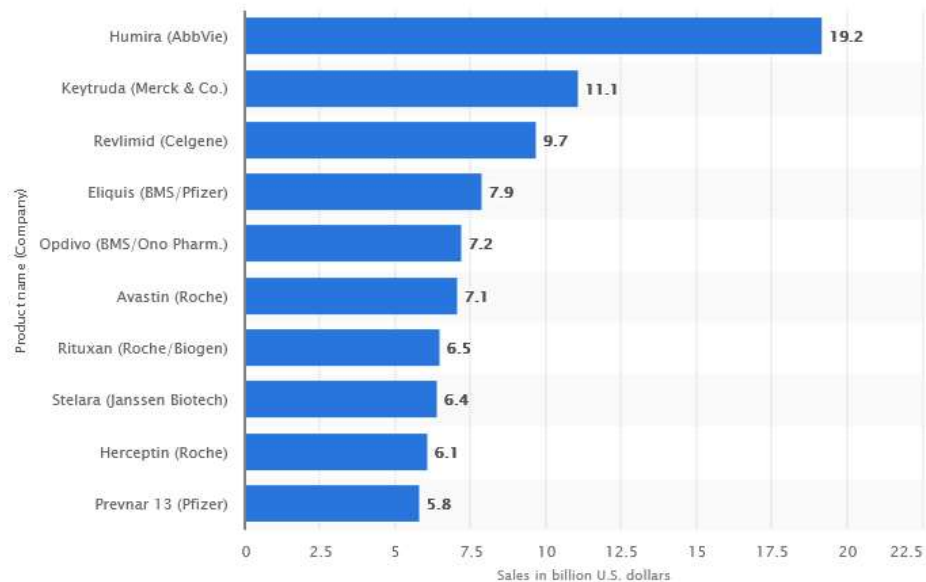
διαφάνεια. Ο ιστότοπός της, το OpenSecrets.org, επιτρέπει στους χρήστες να παρακολουθούν τις συνεισφορές στις ομοσπονδιακές εκστρατείες και το lobbying που πραγματοποιείται από εταιρείες που ασκούν πιέσεις, από μεμονωμένους εκπροσώπους συμφερόντων, από βιομηχανίες και από ομοσπονδιακές υπηρεσίες (Center of Responsive Politics (CRP), 2020).

3.2. Φαρμακευτικό lobby στις ΗΠΑ

Η φαρμακοβιομηχανία βρίσκεται εδώ και δεκαετίες στις πρώτες θέσεις της λίστας με τα υψηλότερα κέρδη. Οι φαρμακευτικές εταιρίες είναι εξαιρετικά ισχυρές λόγω του πλούτου τους. Συγκεντρώνουν τόση δύναμη με την ενεργό σύμπραξη των ρυθμιστικών αρχών και των κυβερνήσεων που εποπτεύουν τις αρχές αυτές. Η εισαγωγή ενός συστήματος χρηματοδότησης μέσω ανταποδοτικών τελών σήμανε ότι, για οργανισμούς όπως ο FDA, προτεραιότητα είχαν πλέον οι αξίες της ελεύθερης αγοράς και όχι η δημόσια υγεία. Στο πλαίσιο της διαδικασίας ελέγχου, τα φάρμακα εγκρίνονται πλέον με όλο και λιγότερα αποδεικτικά στοιχεία και το αποτέλεσμα είναι χαμηλής ποιότητας θεραπευτικές αγωγές και περισσότερα προβλήματα ασφάλειας των φαρμάκων που κυκλοφορούν στην αγορά. Η εντατικοποίηση της προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας μέσω διεθνών και διμερών εμπορικών συμφωνιών προστατεύει τα εταιρικά κέρδη, αλλά σημαίνει ότι περιορίζεται σε παγκόσμια κλίμακα η πρόσβαση σε απαραίτητα φάρμακα, ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες (Lexchin, 2018).

Με τη μείωση τιμών των φαρμάκων, ώστε να είναι πιο προσιτά για όλους τους ασθενείς και να ελαττωθεί το κόστος στα ασφαλιστικά ταμεία, οι εταιρείες ασκούν πίεση στην κυβέρνηση με την απειλή εξόδου τους από την εκάστοτε εγχώρια αγορά. Η απειλή από τις φαρμακευτικές για μη εισαγωγή κάποιου σκευάσματος, γεγονός το οποίο θα σημαίνει έλλειψη και αδυναμία χορήγησης σε ασθενείς, προκαλεί την κατακραυγή της κοινής γνώμης. Κάποια σκευάσματα, όπως οι βιολογικοί παράγοντες, τα οποία χρησιμοποιούνται κυρίως σε αυτοάνοσα νοσήματα, δεν μπορούν εύκολα να αντικατασταθούν με υποκατάστατα. Είναι πρακτική, όταν ο ασθενής βαίνει καλά με τη συγκεκριμένη φαρμακευτική αγωγή, να μην αντικαθίσταται από άλλη για πολλά χρόνια. Δεν είναι τυχαίο ότι το Humira,

ένας βιολογικός παράγοντας, είναι το πρώτο σε πωλήσεις φάρμακο στον κόσμο με έσοδα 19.2 δις δολάρια (Statista, 2020b). Συνεπώς, η πίεση στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής είναι υπέρμετρη. Είναι αναγκασμένοι να δεχθούν υψηλές τιμές προκειμένου να προμηθεύεται η αγορά με προϊόντα.



[Additional Information](#)

© Statista 2020

[Show source](#)

Πίνακας 3: Τα πιο κερδοφόρα φαρμακευτικά σκευάσματα του 2019

Πηγή: <https://www.statista.com/statistics/258022/top-10-pharmaceutical-products-by-global-sales-2011/>

Επιτροπές του Αμερικανικού Κογκρέσου συζητούν τη συνεχόμενη αύξηση των τιμών των φαρμάκων, εδώ και πολλά χρόνια, χωρίς όμως καμία τελική παρέμβαση στην «αυτορυθμιζόμενη αγορά». Οι τιμές, συνεπώς, των βασικών φαρμακευτικών σκευασμάτων έχουν αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, ενώ πολλές εταιρίες χρησιμοποιούν το lobbying για να κρατήσουν ψηλά τις τιμές τους.

Περισσότερες από 40.000 αναφορές κατατίθενται κάθε χρόνο από τους lobbyists (Sehgal & Landers, 2004, p. 474). Ο αριθμός των φαρμακευτικών εταιρειών που είχαν εμπλοκή στο lobbying το 2000 ήταν 1192. Από το 1997 έως το 2000 ο αριθμός των εταιρειών που είχαν εμπλοκή στο lobbying του τομέα της υγείας αυξήθηκε κατά 50%. Το 2010, έρευνα κατέδειξε ότι το 43% των

φαρμακευτικών εμπλεκόταν σε lobbying, δαπανώντας πάνω από 177 εκ. δολάρια για να επηρεάσουν πάνω από 1400 νομοσχέδια υπέρ των προϊόντων τους (Unsal, 2018, p. 3).

Η φαρμακευτική βιομηχανία είναι ο ηγέτης στις δαπάνες για πολιτική επιρροή στην Ουάσινγκτον: την περίοδο 1998-2016 ξόδεψε πάνω από 3.4 δις δολάρια σε ομοσπονδιακό lobbying, με μέσο όρο τα 179 εκ. κάθε χρόνο. Η βιομηχανία αυτή κατέχει την πρώτη θέση σε δαπάνες για lobbying, ξεπερνώντας κατά 140 εκ. δολάρια το χρόνο την ηλεκτρονική και ασφαλιστική βιομηχανία που βρίσκονται στη δεύτερη και τρίτη θέση αντίστοιχα (OpenSecrets, 2020). Το 2015 η βιομηχανία φαρμάκου χρησιμοποίησε τις δαπάνες για lobbying για την ανάπτυξη ενός στρατού αποτελούμενου από 1.400 lobbyists, δηλαδή περισσότεροι από δύο για κάθε ένα από τα 535 μέλη του Κογκρέσου (IHSP, 2016, p. 2).

Select year:
2019

Industries Export to CSV

Industry	Total
Pharmaceuticals/Health Products	\$298,780,579
Electronics Mfg & Equip	\$157,018,837
Insurance	\$155,703,442
Oil & Gas	\$125,833,359
Business Associations	\$123,770,586
Electric Utilities	\$118,729,914
Misc Manufacturing & Distributing	\$107,598,408
Air Transport	\$106,685,249
Hospitals/Nursing Homes	\$106,201,570
Telecom Services	\$101,153,450
Securities & Investment	\$100,840,992

Πίνακας 4: Οι βιομηχανίες με τις υψηλότερες δαπάνες lobbying στις ΗΠΑ το 2019

Πηγή: <https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/industries?cycle=2019>

Υψηλές Τιμές

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, με το lobbying η βιομηχανία έχει καταφέρει τον πρωταρχικό της στόχο να προστατεύσει τα μαζικά της κέρδη, αποτρέποντας το σύστημα υγείας (Medicare) από το να πραγματοποιήσει διαπραγματεύσεις τιμών φαρμάκων. Το 28% όλων των συνταγογραφούμενων φαρμάκων αγοράστηκαν απο

το Medicare. Εάν επιτρεπόταν στο σύστημα υγείας να διαπραγματευόταν τις τιμές φαρμάκων θα επιστρέφονταν στην ομοσπονδιακή κυβέρνηση δις δολάρια, με τις εκτιμήσεις των ομοσπονδιακών εξοικονομήσεων να κυμαίνονται μεταξύ 22 δις και 54 δις δολάρια. Υπολογίζεται ότι τα μισά χρήματα από αυτά που δαπανούν οι εταιρείες για lobbying, δαπανούνται για την αποτροπή του medicare από τη διαπραγμάτευση τιμών φαρμάκων (IHSP, 2016, pp. 2-6)

Κανένας τομέας της οικονομίας δεν πιστεύει περισσότερο στη δύναμη της δαπάνης χρήματος για πολιτική επιρροή από τις φαρμακευτικές. Οι εταιρείες χρησιμοποιούν τους πόρους τους για να δημιουργήσουν τον πολιτικό μηχανισμό, ώστε να μεταχειριστούν το σύστημα προς το όφελός τους. Είτε προσβλέποντας σε αυξανόμενες τιμές, σε κέρδη, είτε σε εκμετάλλευση του συστήματος πατεντών, ο κοινός στόχος παραμένει ίδιος: οι λήπτες αποφάσεων, οι οποίοι έχουν τη δύναμη να προωθήσουν ή να σταματήσουν τη μηχανή παραγωγής χρημάτων της βιομηχανίας (IHSP, 2016, p. 3).

Το lobbying των φαρμακευτικών δημιούργησε τέτοιες συνθήκες ώστε οι νομοθετικές μεταρρυθμίσεις να είναι αδύνατες. Παρότι πραγματοποιούνται δημόσιες ακροάσεις του Κογκρέσου, για να υποδείξουν στελέχη των επιχειρήσεων που βγήκαν στο φως της δημοσιότητας, στο τέλος της ημέρας τίποτα δεν επιτυγχάνεται. Για παράδειγμα, το 2016 το Proposition 61, Drug Price Relief Act της Καλιφόρνια, ουσιαστικά απαγόρευε στις κρατικές υπηρεσίες να πληρώνουν περισσότερο στα συνταγογραφούμενα φάρμακα από τις τιμές που πλήρωνε η Veterans Health Administration. Το Congressional Budget Office υπολόγισε ότι, η Veterans Health Administration είχε πληρώσει τα μισά χρήματα για πρωτότυπα φάρμακα σε αντίθεση με το Medicare. Με αυτό το νομοσχέδιο, θα σταματούσε η συνεχόμενη αύξηση του επιπέδου τιμών των φαρμάκων. Οι φαρμακευτικές φοβήθηκαν ότι θα ψηφιζόταν το νομοσχέδιο και δαπάνησαν πάνω από 100 εκ. δολάρια για να το σταματήσουν. Το νομοσχέδιο απορρίφθηκε με ψήφους 53 προς 47 (IHSP, 2016, p. 11).

Έρευνα και Ανάπτυξη (R&D)

Οι φαρμακευτικές εταιρείες δαπανούν εκ. δολάρια στην έρευνα και ανάπτυξη (R&D) για τη δημιουργία νέων φαρμάκων. Η καλύτερη απόδοση της επένδυσης έρχεται από την έγκριση άδειας κυκλοφορίας από τον FDA. Όμως η διαδικασία είναι αυστηρή, δαπανηρή και χρονοβόρα, εφόσον απαιτούνται μέχρι και

10 χρόνια για να ολοκληρωθεί (Unsal, 2018, p. 2). Το 2015 η Pharmaceutical Research Manufacturer's Association (PhRMA) δημοσίευσε ότι δαπανήθηκαν 51.2 δις δολάρια για R&D και αποτελεί το 23,4% των συνολικών πωλήσεων. Για τις φαρμακευτικές, η έγκριση από τον FDA σημαίνει την είσπραξη εσόδων από την προσπάθεια εισαγωγής νέων σκευασμάτων. Οι φαρμακευτικές είναι πρόθυμες να θυσιάσουν πολλά για την έγκριση του FDA και ένα από τα πιο δημοφιλή και πιο αποτελεσματικά εργαλεία είναι το lobbying. Σύμφωνα με στοιχεία του CRP, οι φαρμακευτικές δαπάνησαν πάνω από 1.6 δις δολάρια για lobbying του Κογκρέσου από το 2009 έως το 2015, κατά τη διάρκεια της θητείας του Obama. Έρευνες έχουν δείξει ότι οι φαρμακευτικές οι οποίες δαπάνησαν χρήματα για lobbying είχαν μεγαλύτερο ποσοστό (67.3%) παροχής αδειών από τον FDA από εκείνες τις φαρμακευτικές οι οποίες δεν επένδυσαν στο lobbying (Unsal, 2018, pp. 2-3).

Φοροελαφρύνσεις & Κρατικές Επιδοτήσεις

Άλλες έρευνες έχουν δείξει ότι το lobbying σε πολιτικούς έχει σαν αποτέλεσμα την παροχή φοροελαφρύνσεων και κρατικών επιδοτήσεων στις φαρμακευτικές για ανάπτυξη της καινοτομίας (Unsal, 2018, p. 2). Το 2015 οι εταιρείες φαρμάκου αποκόμισαν περισσότερα από 409 δις δολάρια από πωλήσεις. Ένα ποσοστό από αυτά τα χρήματα θα δαπανηθεί στην πολιτική για να επιφέρουν μεγαλύτερη απόδοση της επένδυσης. Έρευνα έχει δείξει, αναφορικά με την επίπτωση του lobbying στη φορολογία επιχειρήσεων, ότι το lobbying επέστρεψε 220 δολάρια για κάθε 1 δολάριο που δαπανήθηκε σε αυτό (IHSP, 2016, p. 6).

Κάθε δολάριο που δαπανάται επιπλέον σε δραστηριότητες lobbying οδηγεί σε μεγαλύτερο ποσοστό χορήγησης επιδοτήσεων στις φαρμακευτικές. Οι κρατικές επιδοτήσεις στις φαρμακευτικές δίνονται με τη μορφή των φοροελαφρύνσεων, επιδοτήσεων για R&D και για το προσωπικό. Από έρευνες εξάγεται το συμπέρασμα ότι περισσότερες επιδοτήσεις οδηγούν σε μεγαλύτερο αριθμό κατακύρωσης πατεντών και χορήγησης αδειών κυκλοφορίας φαρμάκων σε μικρότερο χρόνο. Άρα το lobbying των φαρμακευτικών οδηγεί και στην αύξηση της καινοτομίας. Η καινοτομία προκαλεί σημαντικές προκλήσεις στις φαρμακευτικές π.χ. το 2017 η Sage Therapeutics κατέγραψε αύξηση 70% της τιμής της μετοχής της μετά από τα θετικά αποτελέσματα δοκιμών μίας θεραπείας για την κατάθλιψη. Αντιθέτως, η τιμή της μετοχής της Alkermes το 2018 «έπεσε» 22% όταν ο FDA απέρριψε αίτηση για νέο φάρμακο (Unsal, 2018, p. 2).

Γενικότερα το lobbying επιδρά στην αξία της επιχείρησης. Για παράδειγμα, οι φαρμακευτικές εταιρείες που είχαν προσλάβει τον κορυφαίο Αμερικανό lobbyist Jack Abramoff, έχασαν μεγάλο ποσοστό από την αξία της επιχείρησης μετά την καταδίκη του με την κατηγορία δωροδοκίας δημόσιων αξιωματούχων. Το lobbying της φαρμακευτικής βιομηχανίας τραβάει την προσοχή των πολιτικών, των ακαδημαϊκών, καθώς οι εταιρείες επηρεάζουν τις νομοθετικές δραστηριότητες υπέρ των προϊόντων τους και εις βάρος των πελατών (Unsal, 2018, pp. 4-5).

Χρόνος έκδοσης απόφασης

Οι φαρμακευτικές, εκτός από το περιεχόμενο των αποφάσεων, μπορούν να χρησιμοποιήσουν την πολιτική τους επιρροή για να βελτιώσουν και το χρόνο έκδοσης της απόφασης. Οι εταιρείες χρειάζονται δημόσια άδεια για να εφαρμόσουν τη στρατηγική τους, όμως οι lobbyists υποστηρίζουν ότι οι δύο αυτοί στόχοι είναι ασύμβατοι. Όσο οι εταιρείες προσπαθούν να προσαρμόσουν το περιεχόμενο των πολιτικών στις προτιμήσεις τους, τόσο πιο περίπλοκη γίνεται η διαδικασία που θα οδηγήσει σε εκτενέστερες αξιολογήσεις. Αντίθετα, εάν οι εταιρείες επιθυμούν γρήγορες αποφάσεις, τότε ο τρόπος για να επιταχυνθεί η δημόσια αξιολόγηση είναι να απλοποιηθεί η διαδικασία που ωθεί σε λιγότερο προσωποποιημένο περιεχόμενο (Diestre & Barber IV, 2019, p. 3).

Οι εταιρείες χρειάζονται την άδεια του FDA για να κυκλοφορήσουν τα προϊόντα τους στην αγορά, αλλά η χορήγηση της άδειας περιλαμβάνει μία απόφαση για το πεδίο εφαρμογής του φαρμάκου και μία για τον χρόνο εισόδου στην αγορά. Οι εταιρείες επιθυμούν το φάρμακό τους να απευθύνεται σε μεγαλύτερο κοινό και να θεραπεύει περισσότερες παθήσεις, γιατί έτσι έχουν μεγαλύτερα κέρδη. Συγχρόνως, επιθυμούν το φάρμακό τους να εισαχθεί στην αγορά το συντομότερο δυνατό για τον ίδιο λόγο (Diestre & Barber IV, 2019, p. 9).

Τις εγκρίσεις στον FDA δίνουν επιστημονικές συμβουλευτικές επιτροπές, οι οποίες αποτελούνται από ακαδημαϊκούς και επαγγελματίες υγείας. Αυτοί είναι αξιόπιστοι, αλλά δεν είναι ειδικοί για κάθε πτυχή του κάθε φαρμάκου. Έτσι στηρίζονται σε μαρτυρίες γιατρών, επιστημόνων, εκπροσώπων υπεράσπισης ασθενών για να μπορέσουν τα κλινικά στοιχεία που τους καταθέτει η εταιρεία να έχουν σημασία. Αυτοί οι εξωτερικοί συνεργάτες αποτελούν το κανάλι διαμέσου του οποίου οι πολυεθνικές επηρεάζουν τις επιστημονικές επιτροπές. Οι εταιρείες διαμορφώνουν τις παρεμβάσεις αυτών των εξωτερικών συμβούλων στις δημόσιες

ακροάσεις της επιτροπής και έτσι εφαρμόζουν μια στρατηγική παροχής πληροφοριών που επηρεάζει την τελική απόφαση της επιτροπής. Ενώ οι εταιρείες θα μπορούσαν να αποκαλύψουν το μήνυμά τους διαμέσου των υπαλλήλων τους, όταν χρησιμοποιούν τους εξωτερικούς αυτούς συμβούλους/ομιλητές, το μήνυμα που επικοινωνείται από ειδικούς είναι πιο νομιμοποιημένο και πιο αποτελεσματικό. Όλα τα έξοδα για την προετοιμασία των παρεμβάσεων αυτών εμπίπτουν στην κατηγορία του lobbying (Diestre & Barber IV, 2019, p. 10).

Για να αποτυπωθεί η τρέχουσα κατάσταση, αντλώντας στοιχεία από την database opensecrets.org του Center of Responsive Politics (CRP), το 2019 φαίνεται ότι δαπανήθηκαν 298.780.579 εκ. δολάρια από 445 φαρμακευτικές εταιρείες στο lobbying στις ΗΠΑ (Open secrets, 2020).

\$298,780,579

**Total Spent on
Pharmaceuticals/Health
Products, 2019**

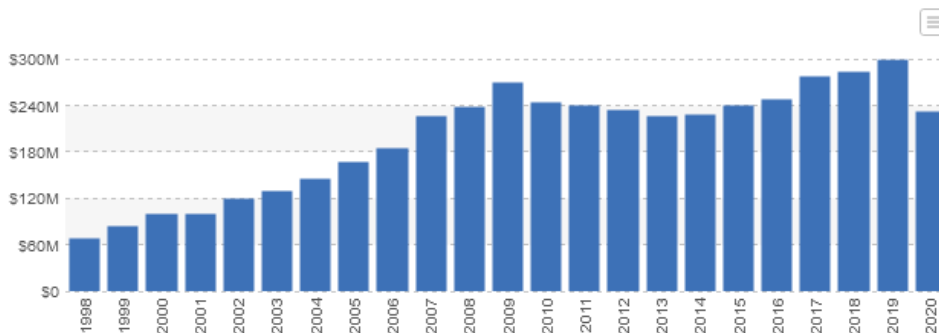
445

Number of Clients

1,474 (63.16%)

**Number of Lobbyists/Percent
of Former Government
Employees ?**

Annual Lobbying on Pharmaceuticals/Health Products



See also: [Campaign Contributions from this industry](#)

Client/Parent	Total
Pharmaceutical Research & Manufacturers of America	\$29,301,000
Biotechnology Innovation Organization	\$12,210,000
Pfizer Inc	\$11,000,000
Amgen Inc	\$10,940,000
Roche Holdings	\$10,235,000
AbbVie Inc	\$9,220,000
Bayer AG	\$9,140,000
Bristol-Myers Squibb	\$7,230,000
Eli Lilly & Co	\$7,060,000
Merck & Co	\$6,955,000
Novartis AG	\$6,130,000
Johnson & Johnson	\$5,830,000
Gilead Sciences	\$5,720,000
Sanofi	\$5,117,000

Πίνακας 5: Δαπάνες lobbying των φαρμακευτικών στις ΗΠΑ το 2019

Πήγη: <https://www.opensecrets.org/industries/lobbying.php?ind=H04>

Οι εμπορικές ενώσεις διαδραματίζουν πρωταρχικό ρόλο στο lobbying. Η PhRMA κατείχε το 2019 την πρώτη θέση στο ομοσπονδιακό lobbying με δαπάνη ίση με 29 εκ. δολάρια (IHSP, 2016, p. 5).

3.2.1. Πρόσβαση στα όργανα λήψης αποφάσεων στις ΗΠΑ

Το φαρμακευτικό lobby επηρεάζει την νομοθετική εξουσία προς την κατεύθυνση η οποία εξυπηρετεί τους στόχους του. Το Κογκρέσο, το νομοθετικό όργανο των ΗΠΑ, αποτελείται από δύο σώματα: τη Γερουσία και τη Βουλή των Αντιπροσώπων. Κάθε Πολιτεία έχει δικαίωμα εκλογής δύο Γερουσιαστών, οι οποίοι εκλέγονται άμεσα στις 50 Πολιτείες και εκτίουν θητεία έξι ετών. Η Βουλή των Αντιπροσώπων αποτελείται από 435 βουλευτές που εκλέγονται για δύο έτη, από τους πολίτες των διαφόρων Πολιτειών. Η Βουλή των Αντιπροσώπων, εν αντιθέσει με τη Γερουσία, είναι πλειοψηφικά δομημένη, αποτυπώνοντας την πληθυσμιακή κατάσταση των Πολιτειών σε αναλογικές ευκαιρίες εκπροσώπησης. Ουσιαστικά, οι μεγάλες Πολιτείες φέρουν το συγκριτικό πλεονέκτημα της νομοθετικής πρωτοβουλίας, έναντι των μικρότερων Πολιτειών. Η διαδικασία λήψεως αποφάσεων διενεργείται κατά κύριο λόγο από παλαιότερους ομιλητές, οι οποίοι καταφέρνουν να εκλέγονται σε σημαντικές θέσεις στις Επιτροπές και στις Υπο-επιτροπές της Βουλής. Ουσιαστικά, οι Πολιτείες που καταφέρνουν να εκλέξουν τους αντιπροσώπους τους σε καίριες θέσεις των Επιτροπών (πρόεδρος, αντιπρόεδρος) μπορούν να ελέγχουν και τη νομοθετική διαδικασία. (Πετρουλάκος, 1995, p. 21).

Το 2019 κατατέθηκαν 15.791 σχέδια νόμου στο Κογκρέσο (Statistics and Historical Comparison, 2019) και μόλις ένα μικρό ποσοστό αυτών ολοκληρώθηκε σε νόμο. Το γεγονός αυτό δείχνει τη δυσκολία στην τελική ψήφιση ενός νομοσχεδίου και μετατροπή του σε νόμο. Οι lobbyists συνήθως εστιάζουν στους βουλευτές, επειδή είναι πιο προσεγγίσιμοι από τους γερουσιαστές.

Η στρατηγική, την οποία συνήθως ακολουθεί το φαρμακευτικό lobbying στις ΗΠΑ είναι το inside lobbying, σύμφωνα με το οποίο το lobby πραγματοποιεί άμεσες επαφές με τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής. Οι τρόποι που χρησιμοποιούν είναι οι εξής:

3.2.1.1. *Χορηγίες σε εκστρατείες βουλευτών και γερουσιαστών*

Στην Αμερική, οι εκλογικές καμπάνιες των υποψήφιων βουλευτών στηρίζονται από ιδιωτικές χρηματοδοτήσεις, με αποτέλεσμα και τα συμφέροντα που προωθούν ύστερα από την εκλογή τους να είναι ιδιωτικά και όχι δημόσια. Οι

εκστρατείες είναι δαπανηρές και διαρκούν πολύ. Στις χρηματοδοτήσεις συμμετέχουν φυσικά και τα lobbies, που προσδοκούν ανταποδόσεις από τους βουλευτές (Roskin, Cord, & Medeiros, p. 307).

Υπολογίζεται ότι οι πολυεθνικές φαρμακευτικές εταιρείες χρησιμοποιούν τις χορηγίες αυτές και δαπανούν 414 εκ. δολάρια σε προεκλογικές εκστρατείες προκειμένου να επηρεάσουν το εκλογικό αποτέλεσμα (Wouters, 2020). Συγκεκριμένα, το 2019 η Pfizer είχε δαπανήσει σε τέτοιου είδους χορηγίες 948.594 δολάρια και η Novartis δαπάνησε 334.339 δολάρια (Open Secrets, 2020).

3.2.1.2. Επιτροπές Πολιτικής Δράσης (PACs)

Το 1974, μετά το σκάνδαλο Watergate, το Κογκρέσο περιόρισε σημαντικά το ποσό των χρημάτων που μπορούσαν να προσφέρουν άμεσα ως συνεισφορά άτομα ή επιχειρήσεις σε υποψηφίους, σε μία προσπάθεια να μειώσουν την επιρροή των χρημάτων στην πολιτική. Δεν απαγορευόταν, όμως, σε άτομα ή επιχειρήσεις να οργανώσουν επιτροπές και να δωρίζουν χρήματα, ώστε να ευνοούν τους υποψηφίους που προτιμούσαν. Οι επιτροπές πολιτικής δράσης, (Political Action Committees- PACs) άρχισαν να δημιουργούνται. Κατά τη διάρκεια των εκλογών δίνουν πάνω από 1 δις δολάρια σε υποψηφίους και κόμματα. Οι Αμερικάνοι εκπρόσωποι που κατέχουν κάποιο αξίωμα λαμβάνουν κατά μέσο όρο 2 εκ. δολάρια από τις PACs και το μισό των συνολικών δαπανών τους για τις εκστρατείες (Roskin, Cord, & Medeiros, p. 310).

Οι μεγάλες επιχειρήσεις αποτελούν μεγάλες χρηματοδοτικές PACs. Το μεγαλύτερο μέρος των συνεισφορών πηγαίνει στους ήδη κατέχοντες κάποιο αξίωμα, κάτι που βοηθάει τα μέλη του Κογκρέσου να παραμένουν στην εξουσία σχεδόν μόνιμα. Ιδιαίτερα ευνοημένοι από τις PACs είναι όσοι κατέχουν κάποια θέση στις επιτροπές που σχετίζονται με τα συμφέροντα των PACs αυτών. Η άνοδος για τις PACs καταδεικνύει πως τα συμφέροντα βρίσκουν τρόπο να αντιμετωπίσουν οποιεσδήποτε μεταρρυθμίσεις εφαρμόζονται (Roskin, Cord, & Medeiros, p. 310).

Υπολογίζεται ότι οι πολυεθνικές φαρμακευτικές εταιρείες δαπανούν 877 εκ δολάρια σε τέτοιου είδους επιτροπές (Wouters, 2020). Συγκεκριμένα, το 2019 η Pfizer δαπάνησε σε τέτοιου είδους επιτροπές 26.691 δολάρια (Open Secrets, 2020).

Κάποιοι ερευνητές θεωρούν ότι οι PAC's και οι χορηγίες είναι μέρος των εταιρικών πολιτικών επενδύσεων (Corporate Political Investment) και τις θεωρούν

ξεχωριστές δαπάνες από εκείνες του lobbying (Unsal, 2018, p. 1). Η διαφορά του lobbying με τις PAC's είναι ότι οι δαπάνες για lobbying θεωρούνται άμεσες εταιρικές δαπάνες. Οι χορηγίες στις PAC's θεωρούνται χορηγίες από άτομα και όχι από επιχειρήσεις, μολονότι, με τα δεδομένα που υπάρχουν, συνδέονται εύκολα με τους εταιρικούς χορηγούς τους. Το lobbying θεωρείται η μεγαλύτερη μορφή εταιρικών πολιτικών δαπανών στην Αμερική. Οι δαπάνες για lobbying ξεπερνούν κατά πολύ τις χορηγίες για τις PAC's (Yang, Parsley, & Chen, 2014, pp. 1-2 &20).

3.2.1.3. Φαινόμενο της περιστρεφόμενης πόρτας (*revolving door/pantouflage*)

Το φαινόμενο της περιστρεφόμενης πόρτας αναφέρεται στην κινητικότητα των ατόμων μέσα σε και έξω από βασικές θέσεις χάραξης πολιτικής στον εκτελεστικό και νομοθετικό κλάδο και στους ρυθμιστικούς οργανισμούς σε υπαλλήλους βιομηχανιών ή lobbies. Τα άτομα αυτά γνωρίζουν πολύ καλά τις διαδικασίες βάσει των οποίων μπορεί να καθυστερήσει ή να εμποδιστεί να ψηφιστεί ένα νομοσχέδιο. Έχουν επιρροή και γνωριμίες, εφόσον προέρχονται από τον κυβερνητικό χώρο, ή αντίστροφα από τον επιχειρηματικό. Αυτό ενέχει τον κίνδυνο ότι αυξάνεται η πιθανότητα για αυτούς που χαράσσουν πολιτική να είναι υπέρ του δέοντος θετικά προσκείμενοι στις ανάγκες, ιδιαίτερα των επιχειρήσεων, είτε επειδή προέρχονται από αυτό τον κόσμο είτε σχεδιάζουν να μετακινηθούν στον ιδιωτικό τομέα αφού εργαστούν για την κυβέρνηση (OECD, 2009, p. 8).

Τέσσερις είναι οι κύριοι τύποι περιστρεφόμενης πόρτας:

- Από τη βιομηχανία στην κυβέρνηση, το οποίο αυξάνει την πιθανότητα άτομα που έχουν κάνει μετάβαση από τον κόσμο των επιχειρήσεων στον κόσμο της πολιτικής, να είναι θετικά προσκείμενα προς τις επιχειρήσεις και να διαμορφώνουν βολικές πολιτικές.
- Από την κυβέρνηση στη βιομηχανία, όπου άτομα με γνώσεις, εμπειρία και σχέσεις στον πολιτικό κόσμο μετακινούνται σε υψηλά αμοιβόμενες θέσεις του ιδιωτικού τομέα, δημιουργώντας το ενδεχόμενο να ωφελήσουν το νέο εργοδότη εις βάρος των άλλων επιχειρήσεων και του υγιούς ανταγωνισμού.
- Από τον κόσμο των lobbies και τη λειτουργία ως lobbyist στην κυβέρνηση, το οποίο σημαίνει ότι από εκπροσώπους συμφερόντων

που εργάζεται για την επιρροή της πολιτικής πλέον αποκτά αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων.

- Από την κυβέρνηση στη βιομηχανία των lobbies και τις δραστηριότητες ως lobbyist, όπου ενέχεται και πάλι ο κίνδυνος της χρήσης των διασύνδεσεων και των γνώσεων εκ των έσω για την προώθηση συγκεκριμένων συμφερόντων (OECD, 2009, p. 9).

Από τους 1400 lobbyists που στρατολογήθηκαν το 2015 από τις φαρμακευτικές, το 60% είχε απασχοληθεί σε θέσεις του δημόσιου τομέα πριν στραφεί στον ιδιωτικό τομέα. Περίπου 431 πρώην μέλη του Κογκρέσου εργάζονται ως lobbyists ή ανώτεροι σύμβουλοι που κάνουν παρόμοια εργασία αλλά δεν δηλώνονται ως lobbyists. Στο τέλος καθε διετούς θητείας, στους τρεις τελευταίους κύκλους του Κογκρέσου, περισσότερα από τα μισά μέλη του βρήκαν εργασία ως lobbyists ή σε εταιρείες που απασχολούν lobbyists. Το πιο γνωστό παράδειγμα είναι αυτό του Billy Tauzin, ο οποίος αποχώρησε από το Κογκρέσο το 2005, όπου κέρδιζε 162.000 δολάρια το χρόνο, και δέχθηκε μία θέση με αμοιβή 2 εκ. δολαρίων σαν Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του PhRMA. Πριν αποχωρήσει από το Κογκρέσο, ως πρόεδρος της Επιτροπής της Βουλής για την Ενέργεια και το Εμπόριο, ο Tauzin απέτρεπε το Medicare από τη διαπραγμάτευση των τιμών φαρμάκου, την ίδια στιγμή που διαδραμάτιζε καθοριστικό ρόλο στη σύνταξη του Medicare Act του 2003. Ο Tauzin βοήθησε τη φαρμακοβιομηχανία να επιτύχει το πρωταρχικό της στόχο και ανταμείφθηκε για αυτό. Το 2010, όταν συνταξιοδοτήθηκε, ήταν ο πιο ακριβοπληρωμένος lobbyist της Αμερικής με κέρδη 11.6 εκ. δολάρια το χρόνο (IHSP, 2016, p. 7).

Από την αποτύπωση της τρέχουσας κατάστασης το 2019 διαφαίνεται ότι, από τους 1474 lobbyists των φαρμακευτικών οι 931 ήταν revolvers, ποσοστό ίσο με 63% (Opensecrets, 2019). Επίσης, συγκεκριμένα καταγεγραμμένα στοιχεία αποδεικνύουν ότι η Novartis, από τους 60 lobbyists που χρησιμοποίησε το 2019 οι 44 ήταν δημόσιοι λειτουργοί, η Pfizer από τους 77 lobbyists που στρατολόγησε οι 64 κατείχαν κυβερνητική θέση και η Roche από τους 95 lobbyists που προσέλαβε οι 81 απασχολούνταν σε καίρια θέση στο δημόσιο τομέα (Open Secrets, 2020).

3.2.1.4. Ρυθμιστικές Αρχές

Κάποιες από τις μεγαλύτερες και πιο επιτυχημένες φαρμακευτικές απασχολούν πάνω από 100.000 ανθρώπινο δυναμικό παγκοσμίως και μπορεί να έχουν κέρδη 1.3 δις δολάρια σε ένα τετράμηνο. Αυτή η χρήση παραγωγικών συντελεστών και η μεγάλη προσπάθεια, παράγει φάρμακα προς όφελος του ανθρώπου. Κατώ από αυτές τις συνθήκες τα εμπορικά συμφέροντα της βιομηχανίας φαρμάκου συμπίπτουν με τα ενδιαφέροντα της δημόσιας υγείας των ασθενών. Παρόλα αυτά, οι ανεπιθύμητες παρενέργειες φαρμάκων, οι καταστροφές φαρμάκων και η απροθυμία της βιομηχανίας για διενέργεια πολλών κλινικών δοκιμών δείχνουν ότι τα βιομηχανικά συμφέροντα αποκλίνουν από αυτά της δημόσιας υγείας. Οι φαρμακευτικές εταιρείες επιζητούν την ασφάλεια και αποτελεσματικότητα των προτύπων διαχείρισης της ποιότητας των ρυθμιστικών αρχών, τα οποία θα πρέπει να είναι υψηλά για να αποφεύγεται η συχνή καταστροφή φαρμάκων, αλλά όχι τόσο υψηλά ώστε να απειλούν την εμπορική βιωσιμότητα (Abraham, 2002, p. 1498).

Για παράδειγμα, ένας βιομήχανος μπορεί να χάσει κατά μέσο όρο 1 εκ. δολάρια για κάθε ημέρα καθυστέρησης έγκρισης της άδειας κυκλοφορίας του σκεύασματός του από τον FDA. Από την άλλη πλευρά, οι ασθενείς και οι γιατροί επιθυμούν τα φάρμακα να είναι ασφαλή και θεραπευτικώς ευεργετικά, ανεξάρτητα από τα εμπορικά συμφέροντα των φαρμακευτικών βιομηχανιών. Ως αποτέλεσμα, όταν εμπλέκονται οι κυβερνήσεις στη ρύθμιση της βιομηχανίας φαρμάκων, φαινομενικά εκ μέρους του καλού των ασθενών με ασφαλή και αποτελεσματικά φάρμακα, η βιομηχανία παύει να είναι απλά μία εμπορική οντότητα και μετατρέπεται σε πολιτικό παίχτη που επιθυμεί να διαμορφώσει τα πρότυπα και τις διαδικασίες που καθορίζουν το ρυθμιστικό πλαίσιο (Abraham, 2002, p. 1498).

Όταν τα συμφέροντα μεταξύ της βιομηχανίας και της δημόσιας υγείας αποκλίνουν, τότε ο ρόλος των κυβερνητικών ρυθμιστικών αρχών είναι καθοριστικός. Οι εταιρείες διεισδύουν στην καρδιά της πολιτικής υποκοουλτούρας των ρυθμιστικών αρχών διαμέσου του φαινομένου της περιστρεφόμενης πόρτας. Ακόμη και στον FDA, ο οποίος θεωρούταν ότι διενεργούσε τους πιο αυστηρούς ελέγχους για την είσοδο προϊόντων στην αγορά και ήταν αδιάβλητος, εμφανίστηκε το φαινόμενο αυτό. Πολλά υψηλόβαθμα στελέχη με προϋπηρεσία στον ιδιωτικό

τομέα, έφεραν μια κουλτούρα συμπάθειας προς τη βιομηχανία, ειδικά όταν οραματίζονταν την επιστροφή τους σε αυτή. Αυτό φάνηκε το 1970, όταν η διοίκηση του FDA καθιέρωσε μια πολιτική που ενθάρρυνε τη συνεργασία του οργανισμού με τη βιομηχανία φαρμάκου και προσπάθησε να εμποδίσει τους επαγγελματίες υγείας που είχαν αντίθετη φιλοσοφία. Ως αποτέλεσμα, κάποιοι επιστημόνες του FDA ισχυρίστηκαν ότι, όταν συνιστούσαν την έγκριση ενός φαρμάκου, οι αναλύσεις τους δεν αμφισβητούνταν από τη διοίκηση, ενώ οι εισηγήσεις τους για μη αποδοχή απορρίπτονταν χωρίς αιτιολόγηση. Στα τέλη του 1990, όταν κάποιοι επιστήμονες του FDA διέρρευσαν έγγραφα στο Κογκρέσο, εξαιτίας της ανησυχίας τους για τη δραστική ουσία troglitazone που ήδη κυκλοφορούσε στην αγορά, δέχθηκαν απειλές για πειθαρχικές κυρώσεις από τον FDA. Γίνεται κατανοητό πως οι φαρμακευτικές κανουν lobbying ακόμη και στον FDA. Δυστυχώς και στον οργανισμό αυτό μπορεί μέχρι και το 90% των συμβουλευτικών επιτροπών του να έχει σύγκρουση συμφερόντων (Abraham, 2002, pp. 1498-1499).

3.2.1.5. Γραφείο Διαχείρισης και Προϋπολογισμού (Office of management and budget-OBM)

Ο πρόεδρος των ΗΠΑ χρησιμοποιεί το Office of Management and Budget (OMB) για την αναθεώρηση κυβερνητικών κανονισμών. Αποτελεί καθαρό παράδειγμα της προσπάθειας του Προέδρου για συγκέντρωση της λήψης αποφάσεων και θεσμοθέτησης της προεδρικής επιρροής στην υπηρεσία για χάραξη πολιτικών. Το OMB ελέγχει προτάσεις κανονισμών εκ μέρους του Προέδρου, όμως επιτρέπεται και η απευθείας ανατροφοδότηση από το κοινό στο OMB. Το κοινό μπορεί να κάνει lobbying στο OMB για αλλαγή μίας πολιτικής στη διαδικασία αναθεώρησης. Το OMB είναι η συνταγματική προέκταση της εκτελεστικής εξουσίας εδώ και δεκαετίες. Η χάραξη πολιτικής στη μοντέρνα Αμερική είναι περισσότερο κανονιστική παρά νομοθετική. Σχόλια καταθέτουν περισσότερο ομάδες συμφερόντων που εξυπηρετούν εταιρείες και όχι πολίτες. Τα σχόλια ή η διαβουλευση είναι μία τακτική που χρησιμοποιούν για lobbying οι ομάδες συμφερόντων. Λόγω του lobbying των εταιρειών ο Πρόεδρος Clinton, το 1993, με εκτελεστικό διάταγμα όρισε να καταγράφονται όλες οι συναντήσεις των εταιρειών με το OMB. Το OMB αποτελείται από δημόσιους λειτουργούς κάτω από την καθοδήγηση διορισμένων πολιτικών (Haeder & Webb Yackee, 2015, pp. 507-509)

Οι φαρμακευτικές πρωτοστατούν και στο lobbying του OMB. Η PhRMA και οι φαρμακευτικές Amgen και Pfizer κατέχουν και πάλι τις πρώτες θέσεις (OpenSecrets, 2020).

Πρέπει να αναφερθεί ότι οι φαρμακευτικές στις ΗΠΑ χρησιμοποιούν και τη δεύτερη στρατηγική του outside lobbying, με το οποίο επηρεάζει τους φορείς λήψης αποφάσεων κυρίως με δημοσιεύματα αλλά και με διαδηλώσεις πολιτών.

3.3. Lobbying στην ΕΕ

Μετά από τη δημιουργία και την απελευθέρωση μίας ενιαίας αγοράς τα θεσμικά όργανα της ΕΕ αύξησαν τη ρυθμιστική τους εξουσία. Οι μεγάλες επιχειρήσεις εντατικοποίησαν το πολυεπίπεδο lobbying τους, σε μία προσπάθεια να επηρεάσουν την ευρωπαϊκή πολιτική. Τα lobbies των εταιρειών αποτελούν τα 2/3 των Ευρωπαϊκών ομάδων εργασίας. Το 1990, τα θεσμικά όργανα της ΕΕ αντιμετώπισαν μία πρωτοφανή άνθιση του επιχειρηματικού lobbying. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ήρθε αντιμέτωπη με το πρόβλημα της διαχείρισης ενός τεράστιου αριθμού ομάδων συμφερόντων. Έπρεπε να ισορροπήσει τις ανάγκες για πληροφόρηση και τις απαιτήσεις για διαβουλεύσεις. Μία από τις λύσεις της Επιτροπής ήταν να δημιουργήσει βιομηχανικά fora (τόπους δημόσιας συζήτησης) με περιορισμένη πρόσβαση. Η επιτυχία των forums και η επιθυμία για πρόσβαση σε αυτά οδήγησαν τις επιχειρήσεις να προσπαθήσουν να οικοδομήσουν τα ευρωπαϊκά διαπιστευτήρια τους. Την περίοδο 1985-1997, περισσότερες από 350.000 επιχειρήσεις επέλεξαν να πραγματοποιήσουν απευθείας τακτικές lobbying, όμως γρήγορα διαπίστωσαν ότι οι θέσεις στο τραπέζι της διαμόρφωσης πολιτικής ήταν περιορισμένες. Έτσι διαμορφώθηκαν νέα fora που λειτουργούσαν σαν think tanks και καλούσαν τους πιο εδραιωμένους παίχτες. Με αυτό τον τρόπο δημιουργήθηκε ένας εσωτερικός πυρήνας υπευθύνων χάραξης πολιτικής και η θεσμοθέτηση των μεγάλων επιχειρήσεων στη διαδικασία χάραξης πολιτικής της ΕΕ. Τα θεσμικά όργανα της ΕΕ μετασχημάτισαν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και τους εμπλεκόμενους σε αυτή, ώστε να επιτρέπεται η άμεση συμμετοχή των μεγάλων επιχειρήσεων (Lehmann, 2003, pp. 11-12).

Αυτή είναι η πολιτική κουλτούρα του κορπορατισμού, δηλαδή της συμμετοχής των ομάδων συμφερόντων στο νομοθετικό έργο της κυβέρνησης, άρα και ανάληψης λειτουργιών της κυβέρνησης από τις ομάδες αυτές. Οι ομάδες συμφερόντων αναγνωρίζονται και εξουσιοδοτούνται από το κράτος να παίζουν έναν ρυθμιστικό ρόλο στη διαμόρφωση της πολιτικής μέσω αντιπροσώπων ή συμμετοχής σε συμβούλια και επιτροπές. Στο νομοθετικό έργο της ΕΕ συμμετέχουν και τα επιχειρηματικά lobbies με τη μορφή επιτροπών ή ομάδων εργασίας, προσφέροντας την τεχνογνωσία τους (Roskin, Cord, & Medeiros, p. 305). Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συνδέει ρητά το lobbying με τα δημοκρατικά διαπιστευτήρια του υπερεθνικού της συστήματος διακυβέρνησης και προτείνει τη διαφάνεια ως τη λύση για να αυξήσει τη νομιμότητα και να ρυθμίσει τη συμμετοχή στη διαμόρφωση πολιτικής των ιδιωτικών φορέων (Bunea, 2017, p. 1).

Στην Ευρώπη, οι Βρυξέλλες έχουν αναδειχθεί σε ένα πολύ σημαντικό κέντρο λήψης αποφάσεων, καθώς περίπου το 80% κάθε εθνικής νομοθεσίας πηγάζει από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Η πλειοψηφία (πάνω από το 70%) των lobbyists αντιπροσωπεύουν επιχειρηματικά συμφέροντα και εργάζονται για μία πληθώρα εταιριών και οργανισμών. Μόνο το 10% των lobbyists εργάζονται για ενώσεις πολιτών, συμπεριλαμβανομένων εργατικών συνδικάτων, ενώσεις καταναλωτών και περιβαλλοντικές ομάδες. Το υπόλοιπο 20% αντιπροσωπεύουν κοινότητες, πόλεις και διεθνή ινστιτούτα (Lehmann, 2003, p. 2 &5).

Μία συντηρητική εκτίμηση είναι ότι πάνω από 1.5 δις ευρώ δαπανούνται κάθε χρόνο σε στόχους του lobbying, όπως την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και τα γραφεία των εθνικών κυβερνήσεων στις Βρυξέλλες. Οι πολιτικές της ΕΕ επηρέαζαν 510 εκ. ανθρώπους σε 28 πολιτείες, πριν το Brexit δηλαδή (CEO, 2020, p. 4).

Υπολογίζεται ότι στις Βρυξέλλες υπάρχουν περίπου 30.000 lobbyists (Traynor, 2014) με την πλειονότητα να εκπροσωπεί επιχειρηματικά συμφέροντα (Freund, 2016). Σήμερα ο αριθμός των εγγεγραμμένων lobbyists στις Βρυξέλλες ανέρχεται μόνο σε 12.000, όπως αναφέρεται στο Κοινό Μητρώο Διαφάνειας (EU, 2011). Συγκεκριμένα, βάσει των δεδομένων φαίνεται ότι στις 9/11/2020 συνολικά στο Μητρώο είναι εγγεγραμμένοι 12052 lobbyists, από τους οποίους οι 7000 περίπου ασκούν επιχειρησιακό lobbying. Το ποσοστό που υπολείπεται απλά δεν έχει εγγραφεί στο Μητρώο αυτό.

Στις 09/11/2020, υπήρχαν 12052 εγγεγραμμένοι στο μητρώο.

Προέρχονται από τους ακόλουθους τομείς:	
I - Γραφεία συμβούλων/ εταιρείες νομικών/αυτοασπασχολούμενοι σύμβουλοι	849
II - Εσωτερικοί (in-house) εκπρόσωποι ομάδων συμφερόντων και εμπορικές/επιχειρηματικές/επαγγελματικές ενώσεις	6.406
III - Μη κυβερνητικές οργανώσεις	3.263
IV - Ομάδες προβληματισμού, ερευνητικά και ακαδημαϊκά ιδρύματα	909
V - Οργανώσεις που εκπροσωπούν εκκλησίες και θρησκευτικές κοινότητες	59
VI - Οργανώσεις που εκπροσωπούν τοπικές, περιφερειακές και δημοτικές αρχές, λοιποί δημόσιοι ή μικτοί φορείς κλπ.	566



- I - Γραφεία συμβούλων/ εταιρείες νομικών/αυτοασπασχολούμενοι σύμβουλοι
- II - Εσωτερικοί (in-house) εκπρόσωποι ομάδων συμφερόντων και εμπορικές/επιχειρηματικές/επαγγελματικές ενώσεις
- III - Μη κυβερνητικές οργανώσεις
- IV - Ομάδες προβληματισμού, ερευνητικά και ακαδημαϊκά ιδρύματα
- V - Οργανώσεις που εκπροσωπούν εκκλησίες και θρησκευτικές κοινότητες
- VI - Οργανώσεις που εκπροσωπούν τοπικές, περιφερειακές και δημοτικές αρχές, λοιποί δημόσιοι ή μικτοί φορείς κλπ.

Πίνακας 6: Συλλογικός αριθμός εγγεγραμμένων lobbyists

Πηγή: <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/statistics.do?locale=el&action=prepareView>

In the spotlight

Latest registrants:

Name:	Registration date:
Tallano Technologie	10/11/2020
AS Graanul Invest	10/11/2020
International Alliance of Patients Organisations	09/11/2020
Vår Energi	09/11/2020
International Federation of Pharmaceutical Manufacturers	09/11/2020

[More](#)

News:

Please note that the Transparency Register website will be down for maintenance Wednesday, 11/11/2020 between 7:00am and 6:00pm.

Consult our updated privacy statements concerning registrants and alerts and complaints.

New feature: as of 19 August 2020 you can consult the contributions registrants made to roadmaps since July 2018.

The Register Guidelines have been updated - download the latest version [here](#).

Statistics

On 10/11/2020, there are 12045 registrants in the register.

They are from the following (sub)sections:

I - Professional consultancies/law firms/self-employed consultants	850
II - In-house lobbyists and trade/business/professional associations	6,402
Companies & groups	2,576
Trade and business associations	2,544
Trade unions and professional associations	959
Other organisations	323
III - Non-governmental organisations	3,260
IV - Think tanks, research and academic institutions	908
V - Organisations representing churches and religious communities	59
VI - Organisations representing local, regional and municipal authorities, other public or mixed entities, etc.	566

Πίνακας 7: Συνολικός αριθμός επιχειρησιακών lobbyists στο μητρώο

Πηγή: <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false&locale=el>

Το Μητρώο καλύπτει όλες τις δραστηριότητες που αποσκοπούν να επηρεάσουν – άμεσα ή έμμεσα – τη διαμόρφωση και την εφαρμογή πολιτικής, καθώς και τη λήψη αποφάσεων στα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ανεξαρτήτως του τόπου όπου αναπτύσσονται ή του μέσου ή της μεθόδου επικοινωνίας που χρησιμοποιούν (EU, 2011). Κρίνεται απαραίτητο να αναφερθεί, ωστόσο, ότι δεν διασφαλίζεται ότι στο Μητρώο Διαφάνειας είναι εγγεγραμμένες όλες οι εταιρείες που κάνουν lobbying, επειδή η εγγραφή σε αυτό είναι προαιρετική.

Το 2016 έγινε προσπάθεια από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να καταστεί το Μητρώο υποχρεωτικό και στα τρία όργανα λήψης αποφάσεων. Η Επιτροπή πρότεινε μια διοργανική συμφωνία που θέσπιζε ένα ισχυρό σύστημα που θα διασφάλιζε τη διαφάνεια των δραστηριοτήτων εκπροσώπησης συμφερόντων, με την υποχρεωτική καταγραφή στους δημόσιους καταλόγους του Μητρώου Διαφάνειας. Πρότεινε ότι, όσοι από τους εγγεγραμμένους εκπροσώπους δεν συμμορφώνονταν με τον κώδικα δεοντολογίας, θα μπορούσε να τους επιβληθεί προσωρινή αναστολή συνεργασίας με τα θεσμικά όργανα ή διαγραφή από το Μητρώο (EU, 2016). Η προτεινόμενη διοργανωτική συμφωνία αυτή δεν υλοποιήθηκε.

Τη λειτουργία των lobbies παρακολουθεί εδώ και χρόνια και το ερευνητικό παρατηρητήριο, ονόματι Corporate Europe Observatory (CEO), που στόχο έχει να εκθέσει και να αμφισβητήσει την προνομιακή πρόσβαση που απολαμβάνουν και την επιρροή που ασκούν συγκεκριμένες εταιρείες στη χάραξη της ευρωπαϊκής πολιτικής. Ακόμη έχει δημιουργηθεί και η ηλεκτρονική πλατφόρμα Lobby Facts, στην οποία είναι δυνατή η αναζήτηση στατιστικών στοιχείων αναφορικά με τη δραστηριότητα των lobbies, κατά το πρότυπο του Αμερικάνικου Open Secrets (Corporate Europe Observatory (CEO), 2020).

3.4. Φαρμακευτικό lobby στην ΕΕ

Οι φαρμακευτικές βρίσκονται στις πρώτες θέσεις αναφορικά με τις δαπάνες για lobbying και στην ΕΕ, επενδύοντας δεκάδες εκατομμύρια ευρώ. Μετά τον τομέα της ενέργειας, των τηλεπικοινωνιών, των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ακολουθεί ο τομέας του φαρμάκου. Φυσικά, σημασία και πάλι διαδραματίζει το γεγονός ότι δεν καταγράφονται όλες οι δαπάνες, άρα ο τομέας του φαρμάκου πιθανόν να κατέχει και υψηλότερη θέση (CEO, 2020) (LobbyFacts, 2016).

Το 2012 καταγράφηκαν στο Μητρώο 23 φαρμακευτικές εταιρείες, ενώ το 2015 ο αριθμός τους είχε αυξηθεί σε 40. Αντίστοιχα, οι lobbyists από 89 αυξήθηκαν σε 108 (Tansey R. , 2015, p. 10). Υπολογίζεται ότι το 2012 ο αληθινός αριθμός των lobbyists που ήταν ενεργοί στην ΕΕ και αντιπροσωπεύαν φαρμακευτικές εταιρείες ήταν 220 (HAI, 2012). Υπάρχουν περίπου 58 lobbyists με μόνιμο πάσο στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο. Οι φαρμακευτικές εταιρείες πραγματοποίησαν πάνω από 200 συναντήσεις με υψηλόβαθμα στελέχη της Επιτροπής από το 2014. Η συνολική εικόνα του φαρμακευτικού lobbying στην ΕΕ συμπληρώνεται με δαπάνες σε συμβούλους lobbying, think tanks και οργανώσεις ασθενών. Μία εις βάθος έρευνα του CEO το 2015 έδειξε ότι οι συνολικές δαπάνες για lobbying των εταιρειών φαρμάκου ήταν πάνω από 40 εκ ευρώ, νούμερο που φαίνεται να έχει αυξηθεί κατά πολύ τα τελευταία χρόνια (Tansey R. , 2020).

Η επιρροή του lobby της φαρμακοβιομηχανίας στη λήψη αποφάσεων της ΕΕ μπορεί να χαρακτηριστεί ως και υπερβολική. Οι φαρμακευτικές απολαμβάνουν συστηματική προνομιακή πρόσβαση στη λήψη αποφάσεων στις Βρυξέλλες. Σε αυτό συνεπικουρούν οι τεράστιες δαπάνες για δραστηριότητες lobbying, το περίπλοκο δίκτυο εμπλεκόμενων, οι εκτεταμένες συναντήσεις με φορείς χάραξης πολιτικής και η συμμετοχή σε συμβουλευτικές ομάδες. Τα πολλαπλά κανάλια επιρροής τα οποία χρησιμοποιεί η φαρμακευτική βιομηχανία έχουν επίπτωση στη διαμόρφωση ευρωπαϊκών νόμων και πολιτικών αναφορικά με την έρευνα, την ανάπτυξη και την έγκριση φαρμάκων (Tansey R. , 2015, p. 4). Το CEO το ονομάζει “big pharma” lobbying (CEO, 2019).

Οι φαρμακευτικές επιδιώκουν να χαλαρώσουν τους κανονισμούς από την έρευνα και ανάπτυξη ενός φαρμάκου, διαμέσου των κλινικών μελετών και της

άδειας κυκλοφορίας, για να προωθήσουν το επιχειρησιακό τους μοντέλο. Αυτό απειλεί το δημόσιο συμφέρον, μεταξύ άλλων ως προς τις προσιτές τιμές, τη δημιουργία φαρμάκων για μη κερδοφόρες θεραπείες και τη διαφάνεια των επιστημονικών δεδομένων. Για να πετύχουν τους στόχους αυτούς χρησιμοποιούν το lobbying. Χρησιμοποιούν τον όρο καινοτομία (ενώ η βιομηχανία αναπτύσσει πολύ λίγα νέα προϊόντα), έρευνα (ενώ το μεγαλύτερο μέρος της διενεργείται από το πανεπιστήμια που χρηματοδοτούνται από τους φορολογούμενους), δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (τα οποία στην πραγματικότητα δεν είναι δικαιώματα αλλά μονοπωλιακά προνόμια χορηγούμενα από το κράτος που ανεβάζουν τις τιμές). Ουσιαστικά ο όρος καινοτόμο φάρμακο είναι παραπλανητικός: δεν σημαίνει ότι καταπολεμά μία αρρώστια με διαφορετικό τρόπο, αλλά ότι ένα νέο φάρμακο εισέρχεται στην αγορά, ακόμη και αν δεν προσθέτει θεραπευτική αξία. Περισσότερα καινοτόμα φάρμακα σημαίνει περισσότερες πατέντες και περισσότερα εμπόδια στα γενόσημα (Tansey R. , 2015, p. 5).

Η φαρμακευτική βιομηχανία στις Βρυξέλλες χρησιμοποιεί τρία lobby groups: in-house lobbyists που έχουν προσληφθεί από τις φαρμακευτικές εταιρείες, υπάλληλοι εμπορικών συλλόγων που αντιπροσωπεύουν τα μέλη τους που είναι φαρμακευτικές εταιρείες και third-party lobbyists που τους προσλαμβάνουν οι φαρμακευτικές ή/και οι σύλλογοι. Με αυτή τη στρατηγική, θολώνουν το πεδίο και δεν γίνεται αντιληπτό ούτε το ακριβές ποσό των χρημάτων που δαπανάται για να επηρεάσουν την ΕΕ ούτε πόσο ενεργό είναι το lobbying της βιομηχανίας ως σύνολο (CEO, 2012, p. 9).

Πολλές φαρμακευτικές αποτελούν πελάτη περισσότερων της μίας εταιρίας που παρέχει αποκλειστικές υπηρεσίες lobbying. Για παράδειγμα η Novartis, η οποία κατέχει από τις πρώτες θέσεις στο lobbying και στην ΕΕ, ήταν εγγεγραμμένη σαν πελάτης 11 διαφορετικών εταιρειών lobbying, όπως των APCO worldwide, FIPRA International Limited κ.ά. Πολλές φαρμακευτικές, ενώ είναι εγγεγραμμένες σαν πελάτες εταιρειών lobbying, δεν έχουν εγγραφεί οι ίδιες στο Μητρώο (Tansey R. , 2015, p. 10). Αυτό σημαίνει ότι η Επιτροπή συνεχίζει και πραγματοποιεί συναντήσεις με εταιρίες εκτός Μητρώου, παρότι ο πρώην πρόεδρος της Jean Claude Juncker το 2014 είχε υποσχεθεί ότι, η Επιτροπή του θα αποκαλύπτει ηλεκτρονικά τις συναντήσεις των lobbyists με τους επιτρόπους του και τους γενικούς διευθυντές του (λιγότερα από 30 άτομα). Αυτό άφηνε, όμως, το μεγαλύτερο μέρος της Επιτροπής (πάνω από 30.000 άτομα), στο οποίο διενεργείται

πραγματικά το lobbying, ελεύθερο να συναντιέται με όσους lobbyists επιθυμεί, χωρίς φόβο ελέγχου. Η Επιτροπή του Junker εισήγαγε τελικά μία de facto απαγόρευση σε υψηλόβαθμα στελέχη να πραγματοποιούν συναντήσεις με μη εγγεγραμμένα lobbies. Όμως, οι περισσότερες συναντήσεις γίνονται μεταξύ των lobbyists και των κατώτερων σε ιεραρχία στελεχών της Επιτροπής. Ενδεικτικά, το 2015 έγινε σύγκριση μεταξύ των συναντήσεων των lobbyists στις διευθύνσεις της Επιτροπής (DG's) και στα τμήματα. Τα αποτελέσματα ήταν τα εξής:

- στη Διεύθυνση Υγείας και Ασφάλειας Τροφίμων (DG SANTE) πραγματοποιήθηκαν 51 συναντήσεις με τα τμήματα και 21 μόνο με το top management,
- στη Διεύθυνση Εσωτερικής Αγοράς, Βιομηχανίας, Επιχειρηματικότητας, Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (DG GROW) πραγματοποιήθηκαν 22 συναντήσεις με τα τμήματα και 9 μόνο με το top management,
- στη Διεύθυνση Έρευνας και Καινοτομίας (DG RTD) πραγματοποιήθηκαν 64 συναντήσεις με τα τμήματα και 6 μόνο με το top management (CEO, 2015).

Η φαρμακοβιομηχανία, ακόμη, ασκεί επιρροή με τη χρηματοδότηση οργανισμών, οι οποίοι δεν φαίνεται ότι προωθούν τα συμφέροντα της, όπως είναι η European Respiratory Society, στους χορηγούς της οποίας περιλαμβάνονται οι AstraZeneca, Pfizer, Glaxo, Bayer κ.ά. Οργανισμοί σαν αυτόν επηρεάζουν τη χάραξη πολιτικής των Βρυξελλών (Tansey R. , 2015, p. 14).

Οι εμπορικές ενώσεις της φαρμακοβιομηχανίας είναι συμμαχίες μεγάλων εταιρειών και οι ενεργές σε ευρωπαϊκό επίπεδο έχουν αυξήσει δραματικά τις δαπάνες για lobbying τα τελευταία χρόνια (Tansey R. , 2015, p. 15). Κορυφαία τέτοια ευρωπαϊκή οργάνωση των πολυεθνικών του φαρμάκου, η οποία ασκεί μεγάλη επιρροή στα θεσμικά όργανα της Ε.Ε, είναι η European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA) με δαπάνες για lobbying να αγγίζουν τα 4.6 εκ. ευρώ (LobbyFacts, 2020).

Η EFPIA πραγματοποίησε πάνω από 42 συναντήσεις με υψηλόβαθμα στελέχη της Επιτροπής και έχει 10 πάσο εισόδου στο Κοινοβούλιο. Είναι έμπιστος συνεργάτης της Επιτροπής και προσφέρει τεχνογνωσία σε νομοθέτες για θέματα

πολιτικής. Το 2018 συνδιοργάνωσε το EU Health Summit, όπου παρευρίσκονταν και άλλοι οργανισμοί που μοιράζονταν το ίδιο όραμα. Ομιλητής ήταν ο Robert Madelin, Πρόεδρος της φαρμακευτικής Fipra, ο οποίος ήταν revolver και προήλθε από τη Διεύθυνση Υγείας της Επιτροπής και έχει στενές σχέσεις με την EFPIA. Η EFPIA ελέγχει και την εφημερίδα των Βρυξελλών, την EURACTIV. Σημειωτέον η EFPIA είναι η 8^η μεγαλύτερη συμβουλευτική ομάδα της Επιτροπής (CEO, 2019, pp. 10-11). Ο μεγαλύτερος εμπορικός φαρμακευτικός οργανισμός της Αμερικής, η PhRMA, ήταν άφαντη από το Μητρώο lobbying για πολλά χρόνια (Tansey R. , 2015, p. 15). Το 2019 οι δαπάνες της PhRMA ανέρχονται μόλις σε 50.000 ευρώ (LobbyFacts, 2020).

Οι φαρμακευτικές αντιτίθενται στις joint procurement agreements: αυτές είναι κοινές διαγωνιστικές διαδικασίες για την προμήθεια κάποιων φαρμάκων από κάποια κράτη-μέλη μαζί ή από την ίδια την ΕΕ εκ μέρους κρατών-μελών. Το Ευρωκοινοβούλιο πρότεινε αυτόν το μηχανισμό, για παράδειγμα για την προμήθεια των εμβολίων covid-19, προκειμένου να διασφαλίσει για όλα τα κράτη-μέλη επαρκείς ποσότητες και κατάλληλες τιμές. Όμως, σε συναντήσεις με τη φαρμακοβιομηχανία, συγκεκριμένα με την EFPIA, η τελευταία αρνήθηκε να πραγματοποιηθεί αυτή η διαδικασία και εξέφρασε τη θέληση της να γίνει διαπράγματευση με κάθε κράτος-μέλος ξεχωριστά. Τα κλασικά κανάλια προμηθειών σημαίνουν ότι θα υπάρχει τιμολόγηση και αποζημίωση, σύμφωνα με τις νομοθεσίες των εθνικών κυβερνήσεων. Συνεπώς, θα επιτύχουν οι φαρμακευτικές υψηλότερες τιμές και δεν θα υπάρξει διαφάνεια στο τι ακριβώς πλήρωσε το κάθε κράτος-μέλος. Με το lobbying, δηλαδή, η φαρμακοβιομηχανία κατάφερε να καταρρίψει έναν μηχανισμό της ΕΕ που σχεδιάστηκε για να εξασφαλίσει δικαιότερη είσοδο και τιμές για τις θεραπείες covid σε ολόκληρη την Ευρώπη (Tansey R. , 2020).

Οι φαρμακευτικές χρησιμοποιούν σαν πρόσχημα για τις υψηλές τιμές τις μεγάλες δαπάνες για την R&D, παρότι μόνο το 15% της τιμής του φαρμάκου επανεπενδύεται στη R&D. Δεν υπάρχει διαφάνεια στις χρηματοοικονομικές δαπάνες των πολυεθνικών φαρμακευτικών, καθώς προτείνουν τη σύνδεση της τιμής όχι με το κόστος, αλλά με την αξία που προσφέρει το φάρμακο. Αυτό το επιχείρημα χρησιμοποιούν οι lobbyists στις συναντήσεις τους με τα όργανα της ΕΕ, αλλά και σε συνέδρια και σε ομάδες εργασίας. Για να πετύχουν υψηλές τιμές για περισσότερο χρονικό διάστημα χρησιμοποιούν τις πατέντες και τις επεκτάσεις αυτών, με την

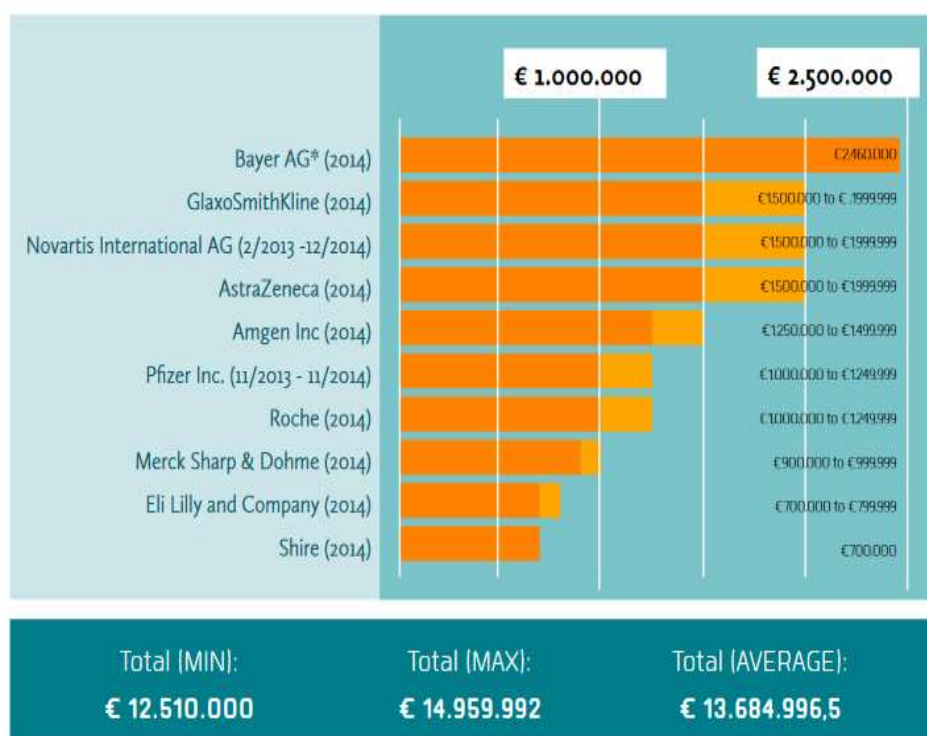
αιτιολογία ότι θα πρέπει να ανακάμψουν από τις δαπάνες R&D. Σε περίπτωση που τα αιτήματα των πολυεθνικών δεν ικανοποιούνται στέλνουν επιστολές στους Επιτρόπους και απειλούν με την έξοδο τους από την εγχώρια αγορά, απώλειες θέσεων εργασίας, απώλειες φαρμακευτικών σκευασμάτων, την άνθιση ακόμη περισσότερο της αγοράς των γενοσήμων σε βάρος των πρωτοτύπων (CEO, 2019, pp. 6, 11 &15-18).

Οι μεγαλύτερες φαρμακευτικές εταιρείες στην Ευρώπη αναμενόταν να επενδύσουν περισσότερα χρήματα στο lobbying των Ευρωπαϊκών εθνικών κυβερνήσεων από ότι στις ξένες κυβερνήσεις στο εξωτερικό. Όμως, φαίνεται ότι δαπανούν τετραπλάσια ποσά για τον επηρεασμό της Αμερικάνικης κυβέρνησης από ότι της ΕΕ. Η μεγάλη αυτή διαφορά είναι αποτέλεσμα της μη υποχρεωτικότητας του Μητρώου Διαφάνειας (CEO, 2012, p. 12). Για παράδειγμα η ελβετική εταιρεία Roche φαίνεται να δαπανά 8.5 εκ. δολάρια σε lobbying στην Αμερική και 1.2 εκ. ευρώ σε lobbying στην ΕΕ (LobbyFacts, 2020). Πολλές, λοιπόν, από τις φαρμακευτικές εταιρείες δεν δηλώνουν στο Μητρώο Διαφάνειας τις ενέργειες lobbying που υλοποιούν για τον επηρεασμό των νομοθετημάτων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, καθώς αυτό είναι εθελοντικό. Αν καταγράφονταν σωστά οι δαπάνες του lobbying, υπολογίζεται ότι θα ήταν πάνω από 91 εκ. ευρώ ετησίως, το οποίο θα ήταν και πιο συγκρίσιμο μέγεθος με το lobbying των ΗΠΑ (HAI, 2012).

Το CEO αναφέρει σε έκθεση του, το 2019, ότι σημειώθηκε αύξηση 2 εκ. ευρώ από το 2015 μέχρι σήμερα στις δαπάνες για δραστηριότητες lobbying των 10 πρώτων φαρμακευτικών. Συγκεκριμένα, οι 10 πρώτες φαρμακευτικές που δαπανούν περισσότερο για lobbying, φαίνεται ότι από 14.6 εκ. ευρώ το 2015 οι δαπάνες τους το 2019 αυξήθηκαν σε 16.3 εκ. ευρώ. Αυτό το νούμερο αποτελεί φυσικά το δηλωμένο ποσό που δαπανάται από αυτές τις φαρμακευτικές κάθε χρόνο στο lobbying στις Βρυξέλλες (CEO, 2019, p. 8). Αυτές υπολογίζεται ότι απασχολούν περισσότερους από 175 lobbyists (Tansey R. , 2020). Έχουν πραγματοποιήσει τουλάχιστον 112 συναντήσεις με υψηλόβαθμα στελέχη της Επιτροπής και έχουν πάνω από 60 μόνιμα πάσο στο Κοινοβούλιο. Προκειται για ακριβώς τις ίδιες φαρμακοβιομηχανίες οι οποίες ασκούν lobbying στην Αμερική.

combined number of accredited lobbyists – ie those with access passes to the European Parliament – for the 40

TOP 10 BIGGEST PHARMACEUTICAL COMPANY SPENDERS IN TRANSPARENCY REGISTER



The figures in this table are based on the Transparency Register entries of the firms listed, as of 04/04/15. Lighter orange section of the bar indicates the bandwidth between minimum and maximum declared expenditure, where this is provided in register entries. For more details on methodology of identifying pharmaceutical companies in the TR, see appendix. * It should be noted that Bayer also lobbies on issues besides pharmaceuticals, including pesticides and other chemicals. Bayer is included in the list of top spending pharma companies because it is a corporate member of EU pharmaceutical trade association EFPIA - see the methodology in the annex for more details on how pharma companies were identified. NB. The limited disclosure requirements of the Transparency Register do not enable us to see how much was spent lobbying on which law/issue - unlike, for example, the US lobby register. However, the inclusion of Bayer's full lobby expenditure should not skew the results, as the same has been done on the civil society side: e.g. consumer organisation BEUC also lobbies on many non-pharma issues, but this report counts BEUC's full expenditure and numbers of lobbyists as part of civil society's lobby spend on access to medicines/public health issues.

Πίνακας 8: Οι top 10 φαρμακευτικές με υψηλές δαπάνες lobbying στην ΕΕ

Πηγή: <https://corporateeurope.org/en/power-lobbies/2015/09/policy-prescriptions-firepower-eu-pharmaceutical-lobby-and-implications-public>

Όσον αφορά μεμονωμένες εταιρείες, αναφέρεται ότι η Novartis είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο και έχει πραγματοποιήσει ενέργειες lobbying είτε μέσω in-house lobbyists είτε με γραφεία συμβούλων 24 φορές από το 2011 έως το 2017 (Transparency register, 2020). Επισημαίνεται για ακόμη μία φορά ότι ο αριθμός αυτός φυσικά δεν είναι αντιπροσωπευτικός, καθώς δεν υπάρχει υποχρεωτικότητα εγγραφής στο Μητρώο.

List of meetings **Novartis International AG** has held with Commissioners, Members of their Cabinet or Director-Generals since 01/12/2014 under its current ID number in the Transparency Register: 91269481588-28.

Nr	Commission representative	Portfolio	Date	Location	Subject(s)
1	Eszter Batta, Cabinet member of Thierry Breton	Internal Market	03/09/2020	Visioconference	Keeping existing pharmaceutical manufacturing capacity in the EU
2	Stella Kyriakides, Commissioner	Health	07/04/2020	Brussels	Discussion on medicines (Production, clinical tests, supply and allocation)
3	Stella Kyriakides, Commissioner	Health	05/02/2020	Brussels	Discussion on Cancer and Europe's Beating Cancer Plan
4	Giulia Del Brenna, Cabinet member of Carlos Moedas	Research, Science and Innovation	27/11/2018	Brussels	Health research in Horizon Europe

5	Nils Behrmdt, Cabinet member of Neven Mimica	International Cooperation & Development	27/11/2018	Brussels	Access to health services, including pharmaceuticals, in developing countries
6	Annika Nowak, Cabinet member of Vytenis Andriukaitis	Health & Food Safety	21/02/2018	Brussels	HTA; Supplementary Protection Certificates (SPC)
7	Kaius Kristian Hedberg, Cabinet member of Elzbieta Bienkowska Fabrice Comptour, Cabinet member of Elzbieta Bienkowska	Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs	15/02/2018	Brussels	pharmaceutical IP incentives
8	Pierre Schellekens, Cabinet member of Miguel Arias Cañete	Climate Action & Energy	01/02/2018	Brussels	Patent Issues
9	Günther Oettinger, Commissioner	Budget & Human Resources	25/01/2018	Davos	health policy
10	Lucie Mattera, Cabinet member of Pierre Moscovici	Economic and Financial Affairs, Taxation and Customs	25/01/2018	Brussels	European patent protection
11	Tom Tynan, Cabinet member of	Agriculture & Rural Development	25/01/2018	Brussels	Business discussion

Πίνακας 9: Συναντήσεις Novartis με όργανα της ΕΕ στο πλαίσιο Lobbying

Πηγή: <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/display/lobbyist.do?id=91269481588-28>

Οι φαρμακευτικές στην ΕΕ χρησιμοποιούν την εκ των έσω στρατηγική (inside lobbying). Αυτή η προσπάθεια επηρεασμού διαφόρων πολιτικών συμμετέχοντας στην επίσημη διαδικασία χάραξης πολιτικής της ΕΕ, είναι πιο συνηθισμένη. Ο λόγος είναι ότι δύσκολα θα οργανωθούν πανευρωπαϊκές

διαμαρτυρίες στις Βρυξέλλες, λόγω του ότι οι φορείς χάραξης πολιτικής της ΕΕ είναι λιγότερο ευάλωτοι στην κοινή γνώμη σε σύγκριση με τα εθνικά νομοθετικά και εκτελεστικά σώματα, και επειδή οι πολιτικές της ΕΕ δεν σχετίζονται άμεσα με την καθημερινότητα των πολιτών (Newton, 2018, p. 242).

3.5. Πρόσβαση στα Ευρωπαϊκά όργανα λήψης αποφάσεων

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, τα κύρια θεσμικά όργανα που λαμβάνουν τις πολιτικές και νομικές αποφάσεις, είναι: η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο των Υπουργών. Κάθε όργανο από αυτά έχει διακριτό ρόλο και επεμβαίνει σε διαφορετικές φάσεις στη διαδικασία χάραξης των νόμων και των πολιτικών αποφάσεων. Αυτό καθορίζει και τη διαδικασία του lobbying σε κάθε ένα από αυτά τα όργανα. Πιο συγκεκριμένα, το lobbying είναι εντονότερο στην Ευρωβουλή και στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Αντίθετα, η πρόσβαση και η άσκηση πίεσης στο Συμβούλιο των Υπουργών είναι δυσκολότερη. Λόγω της περίπλοκης διαδικασίας στη λήψη νομικών αποφάσεων καθώς και της ιδιομορφίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ως μία συνομοσπονδία πολλών κρατών, δίνεται στους lobbyists η ευκαιρία να παρεμβαίνουν δυναμικά και επαναλαμβανόμενα στις νομικές και πολιτικές αποφάσεις, πραγματικότητα που τους καθιστά σε ρυθμιστικούς παράγοντες της επιχειρηματικής και κοινωνικής ζωής στους κόλπους της Ένωσης.

3.5.1. Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Συμβούλιο των Υπουργών ήταν οι στόχοι των lobbyists πριν την Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη του 1987. Μετά την αναβάθμιση του Ευρωπαϊκού κοινοβουλίου με τις νέες νομοθετικές μεθόδους –συνεργασία και συναποφάσεις – τα lobbies εντατικοποίησαν τις δράσεις τους με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο σαν νέο κανάλι επιρροής. Η συνθήκη της Λισαβόνας αύξησε τις νομοθετικές αρμοδιότητες του Κοινοβουλίου με αποτέλεσμα οι εκπρόσωποι του Κοινοβουλίου να γίνουν ακόμη πιο ελκυστικοί για τους lobbyists (Balosin M. , 2016, p. 80). Υπολογίζονται περίπου 70.000 ατομικές επαφές κάθε χρόνο μεταξύ μελών του Κοινοβουλίου και των lobbies. Το Κοινοβούλιο μπαίνει στο στόχαστρο

των lobbyists όταν οι εισηγητές της αρμόδιας επιτροπής αρχίζουν να συντάσσουν τις εκθέσεις και τα σχόλια των συζητήσεων μεταξύ της επιτροπής και των πολιτικών ομάδων. Οι lobbyists δείχνουν προτίμηση περισσότερο στους εισηγητές και στη γραμματεία της επιτροπής. Οι lobbyists και τα μέλη του Κοινοβουλίου συμφωνούν ότι είναι πιο πρόσφορο να πραγματοποιηθεί κατ' ιδιάν συνάντηση. Τα περισσότερα μέλη, ακόμη, δέχονται αιτήματα για βοήθεια και στήριξη με επιστολές και email (Lehmann, 2003, p. 33).

Οι lobbyists μπορούν να κάνουν τους εισηγητές να ξεχωρίσουν. Καλά επεξεργασμένες νομοθετικές εκθέσεις, βασισμένες σε προσεκτική έρευνα και λεπτομερή ανάλυση, ενδυναμώνουν τη φήμη των νεοεκλεγμένων μελών του Κοινοβουλίου. Η φήμη για την επιμέλεια και οξύνεια οδηγεί σε ηγετικές θέσεις στο μέλλον. Τα μέλη του Κοινοβουλίου δρουν σαν μονάδες και, προκειμένου να εξασφαλίσουν την επανεκλογή τους, θα χρησιμοποιήσουν τα lobbies για να βελτίωσουν τη φήμη τους στην εκλογική τους περιφέρεια και το εθνικό κόμμα. Στηρίζονται στους lobbyists για την πληροφόρηση που απαιτείται, ώστε να υλοποιούν καλές κρίσεις σχετικά με τεχνικές λεπτομέρειες, και επιστημονική τεχνογνωσία (Lehmann, 2003, p. 36).

Οι πιο σημαντικοί στόχοι και των φαρμακευτικών lobbies είναι οι μόνιμες επιτροπές, επειδή οι περισσότερες από τις νομοθετικές εργασίες τους πραγματοποιούνται στις επιτροπές αυτές, παρά το γεγονός ότι η Ολομέλεια έχει τον τελικό λόγο για τη νομοθεσία. Η διάταξη των παρεχόμενων πληροφοριών και της τεχνογνωσίας που προσφέρουν οι φαρμακευτικές στους βουλευτές εξασφαλίζει συχνά μία πιο τεκμηριωμένη διαμόρφωση πολιτικής υγείας.

3.5.2. Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιζητά τη συνεργασία με τα lobbies, καθώς της παρέχουν βασικούς πόρους διακυβέρνησης όπως τεχνογνωσία και χρήσιμες πληροφορίες. Από την πλευρά των lobbyists, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεωρείται το πρωταρχικό όργανο όπου το lobbying ξεκινάει. Για έναν lobbyist, που ακολουθεί τη διαδρομή μιας νομοθετικής πρότασης, είναι κρίσιμο να ταυτοποιεί τους σχετικούς αξιωματούχους της Επιτροπής. Το μεγαλύτερο μέρος της διαδρομής μένει σε πολλούς δημόσιους λειτουργούς σε διάφορες διευθύνσεις, οι οποίοι κάνουν γενική εργασία σε συγκεκριμένα θέματα. Κάποιοι είναι υπεύθυνοι για το

προσχέδιο, κάποιοι δίνουν συμβουλές. Παίρνει πολύ χρόνο για να ταυτοποιήσει ο lobbyist αυτούς τους λειτουργούς. Οι επίτροποι της ΕΕ είναι εύκολα προσβάσιμοι και ανοιχτοί στα lobbies. Οι lobbyists, εκτός από συγκεκριμένες διευθύνσεις που τους ενδιαφέρουν, προσεγγίζουν και ομάδες εργασίας και τις επιτροπές στις οποίες μπορούν και να συμμετέχουν (Lehmann, 2003, p. 38 &40).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει ενθαρρύνει την ανάπτυξη των lobbies λόγω υποστελέχωσής της. Στέλεχος της Επιτροπής έχει δηλώσει ότι «Το τμήμα μου είναι αρμόδιο για 44 κοινοτικές οδηγίες και 89 κανονισμούς. Έχω περίπου 9 άτομα προσωπικό για να τα βγάλω πέρα. Η αντίστοιχη υπηρεσία στις ΗΠΑ διαθέτει προσωπικό 600 ατόμων» (Road & Harrop, 2011, p. 428).

3.5.3. Συμβούλιο των Υπουργών

Το Συμβούλιο, το οποίο αποτελείται από τους υπουργούς κάθε κράτους-μέλους, είναι το λιγότερο προσιτό από τα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσον αφορά την άσκηση πίεσης. Η γραμματεία του Συμβουλίου δεν διατηρεί λίστα με τους lobbyists και προωθεί το σκεπτικό ότι όλες οι επαφές με τους lobbyists θα διαχειρίζονται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Βασική αρχή για το lobbying στο Συμβούλιο είναι η πρόσβαση σε στελέχη χαμηλού βαθμού, κυρίως δημόσιους υπαλλήλους, παρά στους υπουργούς. Παράλληλα, η κατοχή πρόσβασης στις αξιόπιστες πηγές των πληροφοριών (για παράδειγμα ένα μέλος της ομάδας εργασίας) για τις αλλαγές που γίνονται στο σχέδιο νομοθεσίας είναι μεγάλης σπουδαιότητας. Αυτό επιτρέπει τη γρήγορη αντίδραση, αν οι αλλαγές πηγαίνουν προς την ανεπιθύμητη κατεύθυνση για την ομάδα ιδιαίτερου ενδιαφέροντος (Lehmann, 2003, pp. 35 &41-42).

Σημαντική είναι η συνεργασία με τις εθνικές κυβερνήσεις. Εθνικοί εμπειρογνώμονες, διορισμένοι από τις κυβερνήσεις τους, συμμετέχουν σε πολυάριθμες επιτροπές και ομάδες εργασίας. Οι lobbyists επιδιώκουν να διατηρήσουν καλές σχέσεις μαζί τους. Το lobbying με το Συμβούλιο είναι ακριβό, ιδιαίτερα όταν οι εθνικοί εμπειρογνώμονες δεν ζουν στις Βρυξέλλες αλλά στην πατρίδα τους. Μόνο μεγάλες επιχειρήσεις κατέχουν τους οικονομικούς πόρους για να πραγματοποιήσουν lobbying με το Συμβούλιο (Lehmann, 2003, p. 41).

Οι φαρμακευτικές πολυεθνικές κάνουν lobbying και στο Συμβούλιο, εφόσον οι χρηματικοί και ανθρώπινοι πόροι τους το επιτρέπουν. Για παράδειγμα, η

περίπτωση για μία Ευρωπαϊκή Αξιολόγηση Τεχνολογιών Υγείας (HTA) έμεινε στο Συμβούλιο, καθώς ήταν δύσκολο οι Υπουργοί υγείας να φτάσουν σε συμβιβασμό. Οι φαρμακοβιομηχανίες έκαναν lobbying στις εθνικές κυβερνήσεις που δεν ήθελαν ένα ενιαίο HTA μηχανισμό, προκειμένου να διατηρήσουν το status quo (CEO, 2019, p. 27).

3.5.4. Φαινόμενο Περιστρεφόμενης πόρτας

Το φαινόμενο της περιστρεφόμενης πόρτας δεν είναι τόσο διαδεδομένο στην ΕΕ όσο είναι στις ΗΠΑ. Υπάρχουν περιορισμοί των μελών του Κοινοβουλίου. Είναι υποχρεωτικό να παρέλθει μία περίοδος 12 μηνών (cooling off period), εφόσον αφήσουν τη θέση τους στο Κοινοβούλιο, για να εμπλακούν σε υπηρεσίες lobbying. Όμως, αυτό το διάστημα δεν θεωρείται αρκετό ούτε υπάρχει σαφής προσδιορισμός της σύγκρουσης συμφερόντων. Το μόνο το οποίο τους απαγορεύεται, ουσιαστικά, είναι να μην χρησιμοποιούν το πάσο τους για το Κοινοβούλιο ή να πραγματοποιούν συναντήσεις στα πλαίσια του lobbying (Balosin M. , 2016, p. 82).

Στον EMA έχουν παρουσιαστεί πάμπολλα φαινόμενα περιστρεφόμενης πόρτας με τις πολυεθνικές φαρμακευτικές. Για παράδειγμα, ο Διευθυντής Νομικής Υποστήριξης του EMA Stefano Marino είχε υπηρετήσει για δύο δεκαετίες σε εταιρείες φαρμάκου. Ο Javier Luria, μετά την παραίτησή του από διευθυντής ασφάλειας φαρμάκων του EMA, έγινε σύμβουλος στο φαρμακευτικό τομέα (CEO, 2019, p. 21).

3.5.5. Ρυθμιστικές αρχές

Η φαρμακοβιομηχανία τα τελευταία 50 χρόνια, όταν θεωρούσε ότι οι κανονισμοί λειτουργίας των αρχών παροχής αδειών κυκλοφορίας ήταν εναντίον των συμφερόντων της, απειλούσε την εκάστοτε χώρα ότι με τέτοιους κανονισμούς θα καταστραφούν οι εξαγωγές, το ισοζύγιο πληρωμών και θα πληγεί το ανθρώπινο δυναμικό με μαζικές απολύσεις. Πολύ συχνά οι ρυθμιστικές αρχές δέχονταν αυτές τις απειλές χωρίς κριτική σκέψη (Abraham, 2002, p. 1499).

Η ΕΕ, το 1995, θέσπισε την αμοιβαία διαδικασία αναγνώρισης. Η φαρμακευτική βιομηχανία άσκησε πίεση στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή για να παρουσιάσει μία τέτοια διαδικασία και να εναρμονιστούν οι κανονισμοί σε όλη την

Ευρώπη, έτσι ώστε να δίνεται ταυτόχρονη πρόσβαση των εταιρειών σε μία ευρύτερη διακρατική αγορά. Υπό τη σκεπή της αμοιβαίας διαδικασίας αναγνώρισης οι φαρμακευτικές διαλέγουν τη ρυθμιστική αρχή, σε οποιοδήποτε κράτος-μέλος, από την οποία θα πάρουν άδεια κυκλοφορίας. Καθώς το μερίδιο του λέοντος το λαμβάνουν οι ρυθμιστικές αρχές, με την αμοιβαία διαδικασία δημιουργήθηκε μία κατάσταση βάσει της οποίας οι ρυθμιστικές αρχές συναγωνίζονται μεταξύ τους για την προώθηση των εαυτών τους ως τους πιο ταχείς οργανισμούς έγκρισης νέων φαρμάκων. Κάποια υψηλόβαθμα στελέχη στις ρυθμιστικές αρχές υιοθέτησαν τις απόψεις των εταιρειών φαρμάκου ότι, οι πιο σύντομοι χρόνοι ανασκόπησης είναι επιθυμητοί επειδή παρέδιδαν τα φάρμακα στους ασθενείς γρηγορότερα. Άλλοι, όμως, αξιωματούχοι δήλωσαν ότι η πίεση αυτή θα είχε αρνητικό αντίκτυπο στη δημόσια υγεία, καθώς θα έπρεπε οι αρχές να εμπιστεύονται περισσότερο τις εταιρείες εφόσον είχαν λιγότερο χρόνο για να ελέγξουν τα νέα σκευάσματα (Abraham, 2002, p. 1499).

Οι ρυθμιστικές αρχές γενικά χρησιμοποιούν ειδικούς επιστήμονες για συμβουλές. Οι φαρμακευτικές επιδεικνύουν ενθουσιασμό για να ενισχύσουν άμεσα ή έμμεσα τους χρηματοοικονομικούς δεσμούς τους με τους ειδικούς αυτούς επιστήμονες. Κάποιοι εξ αυτών, οι οποίοι ήταν επικριτικοί με την αγορά μπορούσαν να χάσουν τη συμβουλευτική τους ιδιότητα, να σταματήσουν να λαμβάνουν χορηγίες για τα τμήματα ερευνών τους και εκβιάζονταν από τη φαρμακοβιομηχανία (Abraham, 2002, p. 1499).

Πάνω από τις εθνικές ρυθμιστικές αρχές είναι ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Φαρμάκων (European Medicines Agency-EMA). Για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων δίνεται άδεια κυκλοφορίας υποχρεωτικά από τον EMA. Για τα υπόλοιπα φάρμακα μπορεί να ακολουθηθεί η παραπάνω αποκεντρωμένη διαδικασία (European medicines Agency (EMA), 2015, p. 1).

Δυστυχώς ο EMA, όπως και ο Αμερικάνικος FDA, εγκρίνει νέα φάρμακα με χαμηλή ή αμφίβολη θεραπευτική αξία στηριζόμενος σε πρώιμα στοιχεία ή σε αδύναμη βάση αποδεικτικών στοιχείων. Αυτό παρατηρείται, καθώς έχει ισχυρούς δεσμούς με τη φαρμακοβιομηχανία την οποία υποτίθεται ότι θα πρέπει να ρυθμίζει. Αυτό οφείλεται στο φαινόμενο της περιστρεφόμενης πόρτας μεταξύ ρυθμιζόμενου και ρυθμιστή, στην εξάρτηση της χρηματοδότησης του οργανισμού από τη βιομηχανία και στην κουλτούρα του οργανισμού που θεωρεί τις φαρμακευτικές σαν συνεργάτες ή σαν πελάτες (CEO, 2019, pp. 20-21).

Ο EMA βασίζεται στη βιομηχανία για τη χρηματοδότησή του, παρέχοντας συμβουλές με αντάλλαγμα χρηματικές μονάδες από τη βιομηχανία φαρμακευτικών σκευασμάτων. Ο EMA βασίζεται στα δεδομένα κλινικών μελετών που του παρέχουν οι φαρμακευτικές διότι δεν έχει τα μέσα για να τα επιβεβαιώσει. Όταν προσπάθησε ο οργανισμός να αλλάξει τη διαδικασία και να ζητήσει μεγαλύτερη διαφάνεια στα δεδομένα κλινικών μελετών, ο τότε πρόεδρος της EFPIA και διευθύνων σύμβουλος της Sanofi απάντησε στον EMA ότι το επόμενο ευρώ που θα επενδύσει η εταιρεία θα είναι στις ΗΠΑ ή στις αναπτυσσόμενες χώρες. Η AbbVie έκανε μήνυση στον EMA αναφορικά με την πρόσβαση στις κλινικές μελέτες του φάρμακου της Humira. Έτσι ο EMA αποτραβήχθηκε στις πρότερες πρακτικές. Στο 51% των workshop και συνεδρίων που διοργανώνει ο οργανισμός συμμετέχει μόνο η βιομηχανία (CEO, 2019, p. 22).

Ως επιτυχημένη παρέμβαση των lobbies θεωρείται η ικανοποίηση των σκοπών τους (Mahoney, 2007, p. 37).

Η αποτελεσματικότητα της παρέμβασης των lobbies εξαρτάται, εκτός από τους παρακάτω, από πολυάριθμους παράγοντες, οι οποίοι έχουν ισχύ σε κάθε επίπεδο – εθνικό, ευρωπαϊκό – και σε κάθε κοινωνία στην οποία υπάρχουν και δρουν lobbies.

4.1. Παράγοντες αποτελεσματικότητας φαρμακευτικού lobbying

Οι κύριοι παράγοντες αποτελεσματικότητας του lobby φαρμάκου είναι οι κάτωθι:

- Οι οικονομικοί πόροι των μελών του lobby (Mahoney, 2007, p. 42): Το lobby των φαρμακευτικών αποτελείται από εταιρείες με εκ. δολαριών κέρδη. Αυτές δαπανούν εκ. δολάρια στο lobbying. Ακόμη, χρησιμοποιούν και περισσότερους ανθρώπινους πόρους στις δραστηριότητες lobbying, εφόσον χρησιμοποιούν και in-house και third-party lobby groups.
- Ο αριθμός και ο τύπος των μελών του lobby (Mahoney, 2007, pp. 41,): Το lobby των φαρμακευτικών αποτελείται από πολλές και μεγάλες πολυεθνικές φαρμακευτικές εταιρείες. Οι φορείς χάραξης πολιτικής αναγκάζονται να δέχονται την πίεση, καθώς οι εταιρείες αυτές έχουν μεγάλη δύναμη και το προϊόν τους επηρεάζει την ανθρώπινη ζωή.
- Το ποσοστό ταύτισης των συμφερόντων του lobby με τις προτεραιότητες της εκάστοτε κυβέρνησης: Ο βαθμός στον οποίο συμπίπτουν τα αιτήματα των lobbies με τους στόχους που έχουν θέσει οι εκάστοτε κυβερνήσεις των ΗΠΑ ή η ΕΕ. Η φαρμακευτική πολιτική αποτελεί πάντα προτεραιότητα των εθνικών ή υπερεθνικών κυβερνήσεων.
- Η προσφορά του lobby σε χρήσιμες πηγές πληροφόρησης (Dur & Mateo, 2013, p. 7): Η γνώση, η εμπειρογνομosύνη και η εμπειριστατωμένη πληροφόρηση που προσφέρει το lobby στους βουλευτές προκειμένου να υποβοηθήσουν την άσκηση των καθηκόντων

τους παίζει καθοριστικό ρόλο στην αύξηση της αποτελεσματικότητας του. Οι πολυεθνικές φαρμακευτικές με την τεχνογνωσία τους συνεισφέρουν στην πληροφόρηση και στην κατάρτιση νομοσχεδίων των κυβερνήσεων.

- Η στρατηγική που ακολουθεί το lobby: Η επιδίωξη ορθολογικών στόχων, ο προγραμματισμός για την προώθηση των συμφερόντων που εκπροσωπεί, η αναζήτηση συμμαχιών ή/και η συμμετοχή μελών από διαφορετικά κράτη – διευρύνει τη δυνατότητα επαφών με άλλους δρώντες και φορείς, οδηγεί στην ενίσχυση της διαπραγματευτικής του ισχύος – ακόμα και η στρατηγική μετακίνηση μελών της ομάδας από lobbies σε διοικητικές θέσεις και το αντίστροφο. Το φαρμακευτικό lobby ειδικά στην Αμερική ακολουθεί το φαινόμενο της περιστρεφόμενης πόρτας (Dur & Mateo, 2013, p. 5)
- Διατήρηση του status quo: Συνήθως, η διατήρηση μίας υφιστάμενης κατάστασης είναι πιο εύκολο να επιτευχθεί από την αλλαγή μίας πολιτικής (Mahoney, 2007, p. 41). Οι φαρμακευτικές προσπαθούν να επηρεάσουν το Κογκρέσο να μην ψηφίσει κάποιο νόμο για τη μείωση των τιμών των φαρμακευτικών σκευασμάτων και το έχει καταφέρει για πολλά χρόνια ειδικά στην Αμερική.
- Η βαθιά γνώση του πολιτικού και κανονιστικού περιβάλλοντος, καθώς και των περίπλοκων πτυχών της επιχείρησης ή του προϊόντος των εταιρειών που ασκούν το lobbying (Mack, 2005, p. 341): Το φάρμακο σαν προϊόν έχει περίπλοκο ρυθμιστικό πλαίσιο, καθώς χρειάζονται χρονοβόρες διαδικασίες προκειμένου να διοχετευθεί στην αγορά. Η φαρμακοβιομηχανία γνωρίζει πολύ καλά τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να ξεπεράσει τυχόν εμπόδια. Το πλάνο των επιχειρήσεων πρέπει να είναι ευθυγραμμισμένο όχι μόνο με τη στρατηγική, αλλά και με το πολιτικό πλαίσιο στο οποίο δραστηριοποιείται.

Υπάρχουν πολυάριθμες μεταβλητές ακόμα, που μπορεί να επηρεάζουν το επίπεδο της επιρροής που έχουν τα lobbies στα όργανα χάραξης πολιτικής, άλλοι σε μεγαλύτερο και άλλοι σε μικρότερο βαθμό.

Τα φαρμακευτικά lobbies τόσο σε ΗΠΑ όσο και σε ΕΕ πληρούν τους περισσότερους εάν όχι όλους από τους προαναφερόμενους παράγοντες αποτελεσματικότητας άρα θεωρείται ότι επιτελούν το έργο τους.

4.2. Κανονισμοί χάραξης πολιτικής

Οι κανονισμοί που διέπουν τη διαδικασία χάραξης πολιτικής αποτελούν ξεχωριστό παράγοντα της αποτελεσματικότητας των lobbies.

Πιο αναλυτικά, τα μέλη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δεν περιορίζονται στο να λαμβάνουν πρωτοβουλίες πρότασης νέας πολιτικής, αλλά όταν η Επιτροπή ξεκινήσει τη διαδικασία οδηγεί σε διαμόρφωση πολιτικής. Στις ΗΠΑ, από την άλλη πλευρά, οποιοδήποτε μέλος του Κογκρέσου μπορεί να λάβει την πρωτοβουλία της πρότασης μίας νέας πολιτικής με αποτέλεσμα δεκάδες, ίσως και εκατοντάδες νέες νομοθετικές προτάσεις να τίθενται προς ψήφιση κάθε χρόνο. Όμως, μπορούν να τερματιστούν στα διάφορα ενδιάμεσα στάδια ψήφισης (sub-committee stage, committee stage, floor stage, veto stage), πριν την οριστική τους υπερψήφιση. Η παραπάνω διαφοροποίηση στον τρόπο πρότασης και ψήφισης νέων πολιτικών, διαφοροποιεί και την πιθανότητα αλλαγής της πολιτικής (Mahoney, 2007, p. 39).

Στην Ευρώπη φαίνεται να υπάρχει μεγαλύτερη ευκολία αλλαγής, ενώ στις ΗΠΑ εμφανίζεται αρκετά πιο δύσκολη. Κατά τη διαδικασία διαμόρφωσης της νέας Ευρωπαϊκής πολιτικής οι lobbyists θα δουλέψουν σκληρά ώστε να συνδιαμορφώσουν τη νέα πρόταση, με αποτέλεσμα να κερδίσουν ένα μέρος των αιτημάτων τους. Κατά τη διαδικασία ψήφισης μίας πολιτικής στην Αμερική, οι lobbyists θα εργαστούν σκληρά όχι να συνδιαμορφώσουν αλλά να καταρρίψουν τη νέα πρόταση, ώστε να μην ψηφιστεί κάτι που αντιτίθενται στα δικά τους συμφέροντα. Ως εκ τούτου, κατά μέσο όρο, οι lobbyists της ΕΕ είναι πιο πιθανό να επιτύχουν στη συντεχνιακή τους δράση, αλλά θα πρόκειται για μερική ή συμβιβαστική επιτυχία, καθώς διάφορες ομάδες θα έχουν επιτύχει ταυτόχρονα και ισορροπημένα μέρος των σκοπών τους. Στις ΗΠΑ, το σύστημα πολιτικής χάραξης τείνει προς απόλυτες νίκες για κάποιες ομάδες και απόλυτες ήττες για άλλες, αντί να προσπαθεί προς ένα συμβιβασμό των εκπροσωπούμενων συμφερόντων. Το σύστημα χάραξης πολιτικής των ΗΠΑ, στο 75% των περιπτώσεων οδηγεί σε

απόλυτη επικράτηση ενός μοναδικού συμφέροντος, που κατά κύριο λόγο είναι αυτό της βιομηχανίας (Mahoney, 2007, p. 39).

Στην ΕΕ οι φορείς χάραξης πολιτικής δεν είναι υπόλογοι μέσω εκλογών: οι αξιωματούχοι της Επιτροπής και του Συμβουλίου διορίζονται και τα μέλη του Κοινοβουλίου στην πραγματικότητα είναι υπόλογοι των εθνικών κυβερνήσεων. Οι φορείς χάραξης πολιτικής στην Αμερική, αντιθέτως, γνωρίζουν την εκλογική τους τρωτότητα και κατευθύνονται από το κίνητρο της επανεκλογής. Η προσδοκία θα ήταν ότι τα ποσοστά επιτυχίας του lobbying στην Αμερική θα ήταν μεγαλύτερα από την ΕΕ, λόγω της απειλής των φορέων χάραξης πολιτικής με τις επερχόμενες εκλογές. Όμως, η δημοκρατική λογοδοσία δεν λειτουργεί όπως οι ιδρυτές οραματίζονταν. Οι Αμερικάνικοι φορείς χάραξης πολιτικής μπορούν να μεροληπτούν υπέρ των πλουσιότερων εκλογέων οι οποίοι συνεισφέρουν στις προεκλογικές εκστρατείες (Mahoney, 2007, p. 39). Το φαρμακευτικό lobbying φαίνεται τελικά να λειτουργεί πιο αποτελεσματικά στην Αμερική.

4.3. Σύγκριση Lobbying σε ΕΕ και ΗΠΑ

Εκτός από τη διαφορά των κανονισμών χάραξης πολιτικής που επηρεάζουν την άσκηση Lobbying μεταξύ ΗΠΑ και ΕΕ υπάρχουν και άλλες διαφορές αλλά και ομοιότητες.

Η εσωτερική δυναμική του lobbying στις Βρυξέλλες είναι διαφορετική από αυτή στην Ουάσινγκτον, όμως οι αρχές πρόσβασης και επιρροής και στις δύο μεριές του Ατλαντικού παραμένουν οι ίδιες. Και οι δύο πόλεις-κέντρα λειτουργούν σε ένα περιβάλλον περίπλοκο και δύσκολο να κατανοηθεί από το κοινό, με ελλιπές και υπερφορτωμένο προσωπικό και πολιτικούς που πρέπει να πάρουν αποφάσεις πάνω σε περίπλοκα ζητήματα. Έτσι, οι lobbyists της φαρμακοβιομηχανίας ασκούν επιρροή παρέχοντας εξειδικευμένα και ουσιαστική πληροφόρηση (Loewenberg, 2001).

Ομοιότητες

Τόσο στις ΗΠΑ όσο και στην ΕΕ υπάρχουν και τηρούνται οι κανόνες δεοντολογίας, αναφορικά με τις πράξεις των πολιτικών αξιωματούχων. Στις ΗΠΑ η νομοθεσία του Κογκρέσου θέτει κανόνες και στους lobbyists, οι οποίοι έχουν

θέσει και μεταξύ τους κανόνες για να μπορούν να είναι πιο αποτελεσματικοί (Mack, 2005, p. 345)

Το lobbying τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική έχει πολλά επίπεδα, αφού στις Βρυξέλες ασκείται στην Επιτροπή, στο Ευρωκοινοβούλιο και στο Συμβούλιο των Υπουργών, ενώ στις ΗΠΑ εμφανίζεται τόσο σε πολιτειακό όσο και σε ομοσπονδιακό επίπεδο (Mack, 2005, p. 343).

Στις ΗΠΑ όπως και στην Ευρώπη το lobbying, κατά κύριο λόγο υπερασπίζεται επιχειρηματικά και οικονομικά συμφέροντα (Maitland, 2007). Για το λόγο αυτό, το lobbying των φαρμακευτικών ανθίζει τόσο στις ΗΠΑ όσο και στην ΕΕ.

Διαφορές

Η εφαρμογή του lobbying για την άσκηση πίεσης στις αποφάσεις του Κογκρέσου φαίνεται να είναι πιο επιτακτική από ό,τι στην Ευρωβουλή (Κοντογώργου, 2010).

Το lobbying στην Ουάσινγκτον είναι πιο ανεπτυγμένο από την ΕΕ, αλλά αυτό ξεκίνησε να αλλάζει από το 2004, όταν η ΕΕ αύξησε τα μέλη της από 15 σε 28 (Mack, 2005, p. 346). Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα νέα και περισσότερα πρόσωπα να εμπλακούν στις πολιτικές διαδικασίες και στα κέντρα αποφάσεων της Ένωσης. Αυτή η διεύρυνση δεν άφησε ανεπηρέαστες και τις διαδικασίες του lobbying. Νέα συμφέροντα, νέοι συνασπισμοί, νέες ομάδες πίεσης έκαναν αισθητή την εμφάνιση τους (Wallace, 2000, p. 537). Οι φαρμακευτικές ήταν από τις πρώτες εταιρείες οι οποίες άρχισαν να χρησιμοποιούν επαγγελματίες lobbyists και στην ΕΕ.

Αναφορικά με το πολιτικό περιβάλλον, στην Ουάσινγκτον, παρά την εναλλαγή στην εξουσία μεταξύ των Δημοκρατικών και των Ρεπουμπλικάνων, οι δομές έχουν σταθεροποιηθεί, ενώ στην ΕΕ ακόμα εξελίσσονται. Οι ΗΠΑ είναι ένα έθνος-κράτος που το χαρακτηρίζει μία καλά καθορισμένη ομοσπονδιακή δομή και είναι σταθερό για πάνω από δύο αιώνες σύμφωνα με ένα ενιαίο Σύνταγμα, από το 1789 όταν τέθηκε σε ισχύ. Σε αντίθεση με τις ΗΠΑ, η ΕΕ είναι ένα σύστημα που είναι ακόμη σε στάδιο δημιουργίας και το οποίο έχει εξελιχθεί τον τελευταίο μισό αιώνα (1958 ΕΟΚ) μέσω διαδοχικών διευρύνσεων και θεσμικών αλλαγών (Wallace, 2000, p. 537).

Η ΕΕ αποτελείται από μία πληθώρα οργάνων, που ανταγωνίζονται μεταξύ τους για εξουσία, ενώ οι κανονισμοί και οι οδηγίες που εκδίδουν οι ευρωπαϊκοί

υπάλληλοι μπορούν να ερμηνευτούν από τα κράτη-μέλη με διαφορετικό τρόπο και να γίνουν νόμοι. Σε αντίθεση με τις ΗΠΑ, που έχουν τα χαρακτηριστικά ενός πραγματικού ομοσπονδιακού κράτους και όπου η κυριαρχία βρίσκεται μεταξύ εθνικής κυβέρνησης και κυβερνήσεων των πολιτειών, η ΕΕ είναι ένα πολύπλοκο σύστημα υπερεθνικών οντοτήτων με διακυβερνητικά χαρακτηριστικά, με τις αποφάσεις να είναι προϊόν συνεχούς διαπραγμάτευσης ανάμεσα στα κράτη-μέλη (Gerti, 2015, p. 73). Για το λόγο αυτό, οι πολυεθνικές φαρμάκου επηρεάζουν μέσω lobbying και τα κράτη-μέλη ξεχωριστά, εκμεταλλευόμενες τη συμμετοχή τους σε έναν ενιαίο υπερεθνικό οργανισμό.

Επίσης, διαφορετικές είναι και οι χρεώσεις των lobbyists στην Ε.Ε. που προσεγγίζουν τις χαμηλότερες που υπάρχουν στην Ουάσινγκτον (Loewenberg, 2001). Αναφέρεται το ποσό των 500 δολαρίων την ώρα, που χρεώνουν οι lobbyists τους πελάτες τους στις ΗΠΑ (Roskin, Cord, & Medeiros, p. 318).

Σχετικά με τις πρακτικές, το φαινόμενο της περιστρεφόμενης πόρτας δεν είναι τόσο συχνό στο ευρωπαϊκό lobbying. Ένας λόγος είναι ότι οι παλιές επαφές μπορεί να είναι εντελώς άχρηστες, καθώς ο πρόεδρος του Συμβουλίου των Υπουργών αλλάζει κάθε έξι μήνες, όπως και οι Επίτροποι επανεκλέγονται κάθε πέντε χρόνια (Loewenberg, 2001). Για το λόγο αυτό, οι φαρμακευτικές συνήθως πλησιάζουν δημόσιους αξιωματούχους, οι οποίοι βρίσκονται στην ίδια θέση πολλά χρόνια. Βέβαια οι φαρμακευτικές χρησιμοποιούν τα τελευταία χρόνια revolvers και στις Βρυξέλλες.

Επίσης, το αμερικανικό σύστημα περιλαμβάνει την εκτεταμένη χρήση χρήματος μέσω κυρίως οργανωμένων συνεισφορών πολιτικών εκστρατειών προσώπων. Οι επιχειρήσεις δίνουν μεν χρήματα σε πολιτικά κόμματα στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, αλλά συνήθως οι παροχές τους σε πρόσωπα είναι περιορισμένες τόσο από το νόμο όσο και από την παράδοση. Οι ευρωπαίοι πολιτικοί δεν αντιμετωπίζουν τις ίδιες υψηλές ανάγκες προσέλκυσης χορηγιών όπως οι αμερικάνοι συνάδελφοί τους, καθώς οι πολιτικές τους εκστρατείες κοστίζουν πολύ λιγότερο, άρα δεν είναι το ίδιο επιρρεπείς στα lobbies (Loewenberg, 2001). Η φαρμακοβιομηχανία στην Ουάσινγκτον δαπανά μεγάλα ποσά στις προεκλογικές εκστρατείες και μέσω των PAC's.

Όσον αφορά το πλαίσιο της διαφάνειας μέσα στο οποίο δρουν τα lobbies, στις ΗΠΑ η νομοθεσία είναι πιο αυστηρή ενώ στην Ευρώπη είναι σχετικά ελλιπής και απαιτεί βελτιώσεις (Euractive, 2005). Στις ΗΠΑ οι εταιρείες lobbying είναι

υποχρεωμένες να δηλώσουν ποια πολιτεία εκπροσωπούν ή εάν εκπροσωπούν την ομοσπονδία. Ισχύει το Lobbying Disclosure Act το οποίο απαιτεί την εγγραφή εταιρειών lobbying και τη δήλωση αναφορικά με ποια ομάδα συμφερόντων εκπροσωπεί, ενώ στην ΕΕ είναι προαιρετική η εγγραφή στο Μητρώο Διαφάνειας. Οι δραστηριότητες lobbying των φαρμακευτικών στις ΗΠΑ πρέπει να δηλώνονται όλες καθώς είναι υποχρεωτικό τόσο στη Βουλή όσο και στη Γερουσία. Αντίθετα, στην Ευρώπη η εγγραφή στο Μητρώο Διαφάνειας είναι εθελοντική και έτσι παρατηρούνται τεράστιες διαφορές στα χρηματα που δαπανώνται από τις ίδιες φαρμακευτικές στις δύο πλευρές του Ατλαντικού.

Επίσης, είναι διαφορετική η φύση εκπροσώπησης συμφερόντων που υπάρχει και στις δύο χώρες: πιο πλουραλιστική και πιο ατομικιστική στις ΗΠΑ, με lobbies που ανταγωνίζονται μεταξύ τους για να αποκτήσουν πρόσβαση ή να αποκτήσουν ό, τι θέλουν (γεγονός που εξηγεί γιατί και στις ΗΠΑ περισσότεροι πόροι δαπανώνται για το lobbying από οπουδήποτε αλλού) και ο κορπορατισμός και ο κοινωνικός χαρακτήρας εκπροσώπησης συμφερόντων στην Ευρώπη (Gerti, 2015, p. 107). Έτσι, οι επιχειρήσεις πώλησης φαρμάκων στην Ουάσινγκτον συναγωνίζονται με όρους ελεύθερης αγοράς και στις Βρυξέλλες συμμετέχουν μέσω επιτροπών στο νομοθετικό έργο της Επιτροπής.

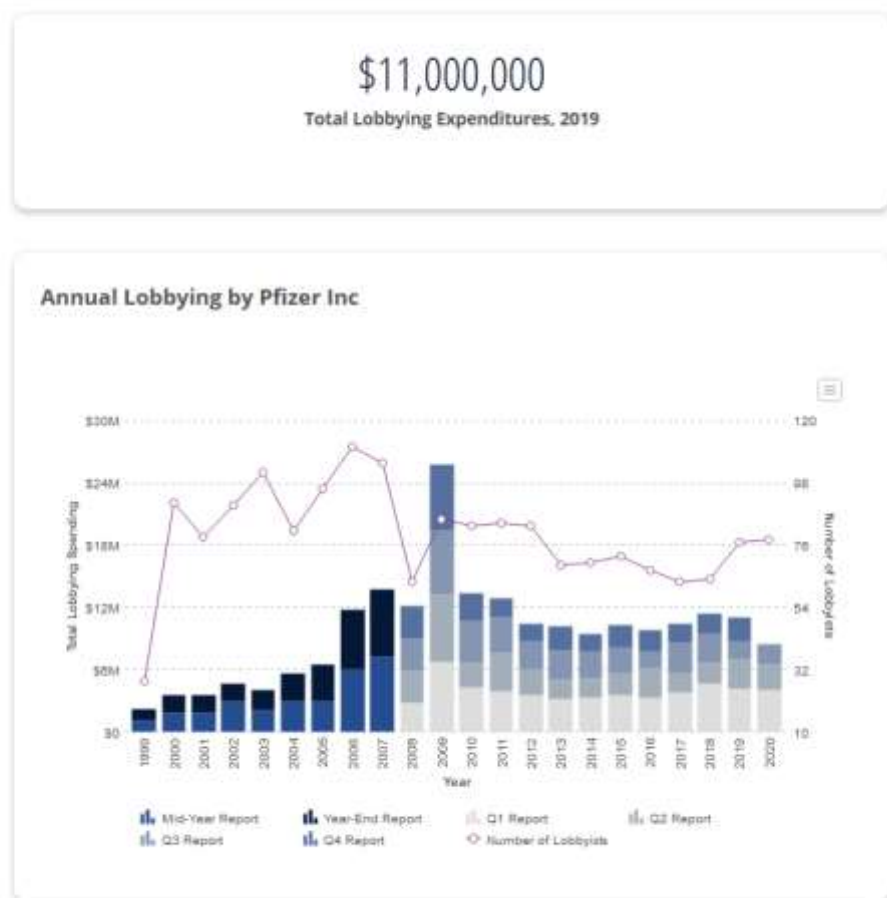
Παρά τις διαφορές στη φαρμακευτική πολιτική, αλλά και το διαφορετικό τρόπο δράσης των οργάνων λήψης αποφάσεων και άσκησης πολιτικής μεταξύ ΗΠΑ και ΕΕ, τα lobbies των φαρμακευτικών και στις δύο πλευρές του Ατλαντικού επιτυγχάνουν το στόχο τους.

4.4. Περιπτώσιολογικές Μελέτες (Case Studies)

Οι κάτωθι περιπτώσιολογικές μελέτες παρατίθενται προκειμένου να αποδειχθεί ο τρόπος με τον οποίο οι φαρμακοβιομηχανίες ασκούν αποτελεσματικό lobbying στην πολιτική ηγεσία και, ουσιαστικά, διαμορφώνουν την πολιτική φαρμάκου και τις εμπορικές πολιτικές προς το συμφέρον τους τόσο στις ΗΠΑ όσο και στην ΕΕ.

4.4.1. Περιπτωσιολογικές μελέτες lobbying Φαρμακευτικών Πολυεθνικών στις ΗΠΑ

Οι εταιρείες που αναφέρονται στις περιπτωσιολογικές μελέτες κατέχουν από τις πρώτες θέσεις στα ποσά που δαπανούν για lobbying στις ΗΠΑ. Η Pfizer το 2019, βάσει του Center of Responsive Politics (CRP), σε μέγεθος δαπάνης σε lobbying βρίσκεται στη δεύτερη θέση με 11 εκ. δολάρια, η Roche στην πέμπτη με 10.2 εκ. δολάρια και η Novartis στην όγδοη με 6.1 εκ. δολάρια (OpenSecrets, 2020).



Πίνακας 10: Ετήσιες δαπάνες Lobbying Pfizer στις ΗΠΑ

Πηγή: <https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/clients/summary?cycle=2019&id=D000000138>

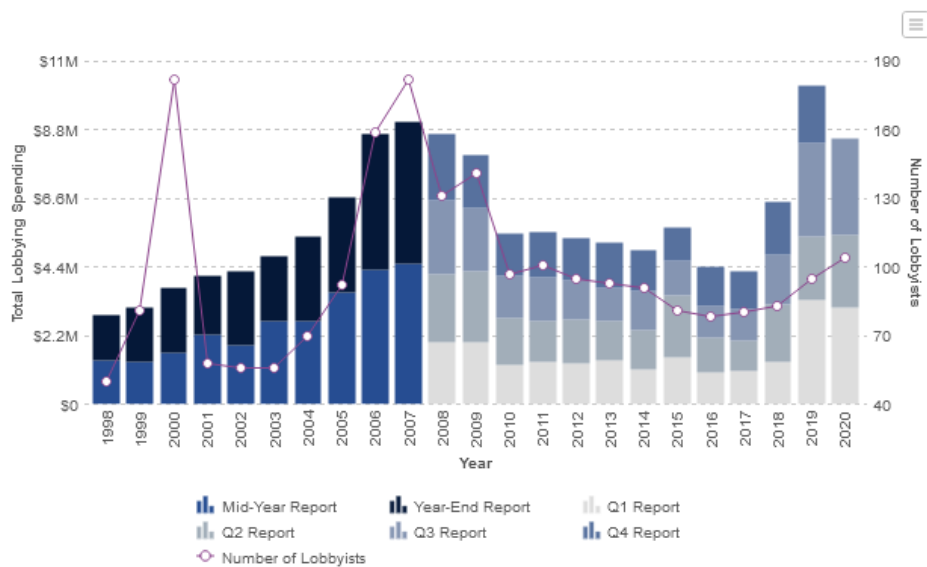
\$10,235,000

Total Lobbying Expenditures, 2019

\$10,235,000

Subtotal for all subsidiaries

Annual Lobbying by Roche Holdings



Πίνακας 11: Ετήσιες δαπάνες Lobbying Roche στις ΗΠΑ

Πηγή: [https://www.opensecrets.org/federal-](https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/clients/summary?cycle=2019&id=D000042474)

[lobbying/clients/summary?cycle=2019&id=D000042474](https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/clients/summary?cycle=2019&id=D000042474)

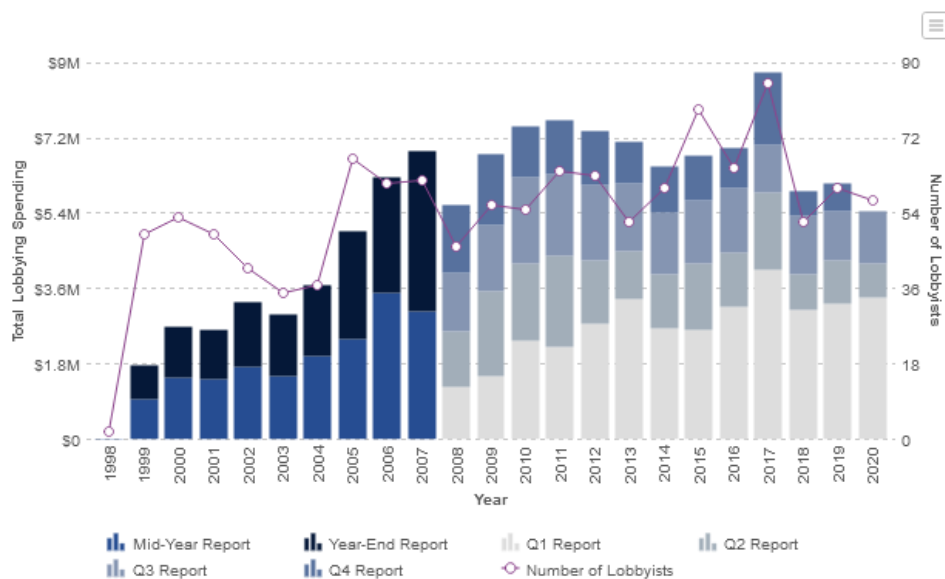
\$6,130,000

Total Lobbying Expenditures, 2019

\$6,130,000

Subtotal for all subsidiaries

Annual Lobbying by Novartis AG



Πίνακας 12: Ετήσιες δαπάνες Lobbying Novartis στις ΗΠΑ

Πηγή:<https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/clients/summary?cycle=2019&id=D000022163>

4.4.1.1 Η περίπτωση της Pfizer

Η φαρμακοβιομηχανία έχει στην ιστορία της πάνω από τρεις δεκαετίες επιτυχούς lobbying, για ισχυρότερα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, που αρχίζει με την εισήγηση στον 8^ο Γύρο πολυμερών εμπορικών διαπραγματεύσεων της Ουρουγουάης, ο οποίος κατέληξε στη συγκρότηση του Διεθνούς Οργανισμού Εμπορίου (World Trade Organization–WTO, 1995) (Lexchin, 2018).

Η Pfizer και ο τότε διευθύνων σύμβουλός της, Edmund Pratt, έπαιξαν βασικό ρόλο στο να πείσουν την κυβέρνηση των ΗΠΑ να θέσει το ζήτημα των

δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας στο τραπέζι των διαπραγματεύσεων (Drahos, 2003, p. 3).

Το αποτέλεσμα ήταν η Συμφωνία για τις σχετιζόμενες με το Εμπόριο Πτυχές των Δικαιωμάτων Πνευματικής Ιδιοκτησίας του 1994 (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights – TRIPS), που επέβαλε ομοιόμορφες ρυθμίσεις για τις πατέντες σε όλα τα κράτη-μέλη του Π.Ο.Ε., που σήμαιναν 20ετούς διάρκειας εμπορικές πατέντες για τα φαρμακευτικά προϊόντα και περιορισμό της χρήσης των υποχρεωτικών αδειοδοτήσεων ως μέσα για την επιτάχυνση της κυκλοφορίας γεννοσήμων στην αγορά (Lanjouw & William, 2004, p. 2).

Ο στόχος του lobby της βιομηχανίας φαρμάκων ήταν να υποχρεώσει όλες τις χώρες να υιοθετήσουν στα νομικά τους συστήματα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας αντίστοιχα με εκείνα που προβλέπονταν στις ΗΠΑ, ανεξάρτητα από το επίπεδο της ανάπτυξής τους ή τη δυνατότητα τους να παρέχουν στους πληθυσμούς τους φαρμακευτικές θεραπείες σε προσιτή τιμή. Ο Πρόεδρος της Pfizer, ο Bod Neimeth, ήταν μέλος της επιτροπής επιχειρησιακών συμβούλων στον ΟΟΣΑ ως εκπρόσωπος των ΗΠΑ. Ο Pratt διορίστηκε από τον Πρόεδρο των ΗΠΑ Jimmy Carter, ως Πρόεδρος στη Συμβουλευτική Επιτροπή για Εμπορικές Διαπραγματεύσεις (Advisory Committee on Trade Negotiations), η οποία δημιουργήθηκε το 1974 από το Κογκρέσο και ουσιαστικά χάραξε την εμπορική πολιτική των ΗΠΑ. Ο πρόεδρος Reagan, το 1986, ανακοίνωσε σε λόγο του στο Κογκρέσο, ότι το μέλλον της Αμερικής ήταν η προστασία της Αμερικανικής πνευματικής ιδιοκτησίας στο εξωτερικό (Drahos & Braithwaite, 2004, pp. 208-210).

4.4.1.2 Η περίπτωση της Roche

Το lobby των φαρμακευτικών κερδίζει προκαλώντας φόβο στο κοινό για κάποια ασθένεια. Για παράδειγμα, το 2008 ξεκίνησε στις ΗΠΑ μια εκστρατεία με χιλιάδες άρθρα σχετικά με τους κινδύνους της πανδημίας της γρίπης των πτηνών (bird flu). Μέσω των ΜΜΕ οι φαρμακευτικές επηρέασαν την κοινή γνώμη και οι φόβοι του κοινού που τροφοδοτήθηκαν με αυτόν τον τρόπο επηρέασαν την πολιτική. Πολλοί γερουσιαστές, επηρεασμένοι και από τους lobbyists, προειδοποίησαν τον τότε Πρόεδρο George Bush για πιθανή πανδημία (Schulz,

2005). Ο ίδιος ο George Bush σε λόγο του δήλωσε: “...ζητώ από το Κογκρέσο 1 δις δολάρια για να έχουμε παρακαταθήκη σε αντικά φάρμακα όπως το Tamiflu...”. Ως αποτέλεσμα, η αμερικανική κυβέρνηση έδωσε παραγγελίες για το φάρμακο Tamiflu της Roche αξίας 1 δις δολαρίων. Αποτέλεσμα ήταν μείνουν αδιάθετα εκατομμύρια εμβόλια όταν δεν εκδηλώθηκε η πανδημία, ενώ το Tamiflu δεν είχε προλάβει να δοκιμαστεί επαρκώς (Moskowitz, 2020).

Στο πλαίσιο αυτό, το lobby των πολυεθνικών επηρέασε τις πολιτικές διαδικασίες στις ΗΠΑ. Η Roche, ακόμη, χρησιμοποίησε τους lobbyists και τους ghostwriters για να προωθήσει τις πωλήσεις του Tamiflu, ενώ έκρυβε τα στοιχεία για τις παρενέργειές του. Η Cochrane Collaboration, μια ΜΚΟ με αναγνωρισμένο έργο που θεωρείται ότι διενεργεί τις πιο αξιόπιστες έρευνες και βελτιώνει την επιστήμη στη μετά την επιδημία εποχή, αποκάλυψε ότι πολλές από τις παρενέργειες του Tamiflu κάνουν μεγαλύτερο κακό από την προστασία από τη γρίπη (Moskowitz, 2020).

Κάποιοι δημοσιογράφοι αποκάλυψαν ότι το εγχειρίδιο του Π.Ο.Υ. για την πανδημία είχε συγγραφεί από ειδικούς, οι οποίοι είχαν λάβει αμοιβή από την Roche για άλλο project και η σύγκρουση συμφερόντων παρέμεινε μυστική από τον Π.Ο.Υ. (Vilhelmsson & Mulinari, 2017, p. 2).

4.4.1.3. Η περίπτωση της Sandoz

Ενώπιον της αμερικανικής Δικαιοσύνης βρέθηκε η Sandoz, θυγατρική εταιρεία της Novartis, καθώς και ακόμη 18 φαρμακευτικές εταιρείες, όπως οι Teva, Mylan, Pfizer κ.ά, οι οποίες ειδικεύονται στην παραγωγή γενόσημων φαρμάκων. Οι αμερικανικές αρχές ερεύνησαν κατά πόσο οι εταιρείες αυτές συνεργάστηκαν παρανόμως μεταξύ τους για «την τεχνητή διόγκωση και χειραγώγηση των τιμών σε περισσότερα από 100 διαφορετικά γενόσημα φάρμακα» την περίοδο 2013-2015.

Όπως προέκυψε από έρευνα αμερικανικών αρχών, τα στελέχη της Sandoz επικοινωνούσαν με συναδέλφους τους από άλλες ανταγωνιστικές φαρμακευτικές, προκειμένου να διατηρηθούν οι τιμές των φαρμάκων σε υψηλά επίπεδα και να μην μειωθούν μέσω του ανταγωνισμού. Οι παράνομες συμφωνίες αύξησαν τις τιμές, τις διατήρησαν τεχνητά διογκωμένες και εμπόδισαν μέσω του lobbying το στόχο του Κογκρέσου να τις μειώσει. Η συνεργασία απέφερε αυξήσεις σε 112 διαφορετικά

γενόσημα φάρμακα. Το μέγεθος των αυξήσεων ποικίλλει, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις ξεπέρασε ακόμη και το 1.000% (Τριαντής, 2019).

Τελικά επεβλήθη πρόστιμο 195 εκ. δολαρίων στην εταιρεία, το οποίο είναι από τα υψηλότερα που έχει επιβάλει η αμερικάνικη δικαιοσύνη. Η Sandoz παραδέχθηκε ότι οι πωλήσεις που επηρεάστηκαν από τη συννομωσία ανήλθαν στα 500 εκ. δολάρια. Σε μια δηλωσή του ο Makan Delrahim, ο διευθυντής της Αντιμονοπωλιακής Υπηρεσίας Δικαιοσύνης, υποστήριξε ότι μετά τη διευθέτηση με το μεγαλύτερο κατασκευαστή γενόσημων φαρμάκων, είναι ένα μεγάλο βήμα που διαβεβαιώνει ότι ο προσδιορισμός των τιμών θα είναι αποτέλεσμα ανταγωνισμού και όχι συμπαιγνίας. Η Sandoz δήλωσε ότι, οι εμπλεκόμενοι υπάλληλοι δεν εργάζονταν πλέον στην εταιρεία και ότι η εταιρεία εφεξής συνεργαζόταν με τις αρχές. Τα 9 από τα 10 συνταγογραφούμενα φάρμακα στην Αμερική είναι γενόσημα. Υποστηρίζεται ότι ο παράνομος συντονισμός προσδιορισμού τιμής γενοσήμων έχει κοστίσει δις δολάρια στα ομοσπονδιακά προγράμματα υγείας (Mc Laughlin & Griffin, 2020).

4.4.2. Περιπτωσιολογικές Μελέτες lobbying Φαρμακευτικών Πολυεθνικών στην ΕΕ

Οι εταιρείες που αναφέρονται στις περιπτωσιολογικές μελέτες κατέχουν από τις πρώτες θέσεις στα ποσά που δαπανούν για lobbying. Η Novartis κατέχει την 2^η θέση με δαπάνη ύψους 2.2 εκ. ευρώ, η Roche κατέχει την 3^η θέση με δαπάνη ύψους 1.5 εκ. ευρώ και η Gilead κατέχει την 10^η θέση με δαπάνη να ξεπερνά τα 700.000 ευρώ (Lobby facts, 2020).

Novartis International AG

 Tweet



[How to read and use](#) this data card.

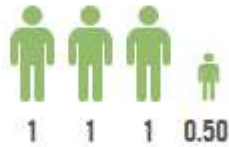
LOBBYING COSTS:

2,250,000€ - 2,499,999€

Financial year: 1 Jan 2019 - 1 Dec 2019

LOBBYISTS DECLARED:

3.5 FTE (10)



LOBBYISTS WITH EP ACCREDITATION:

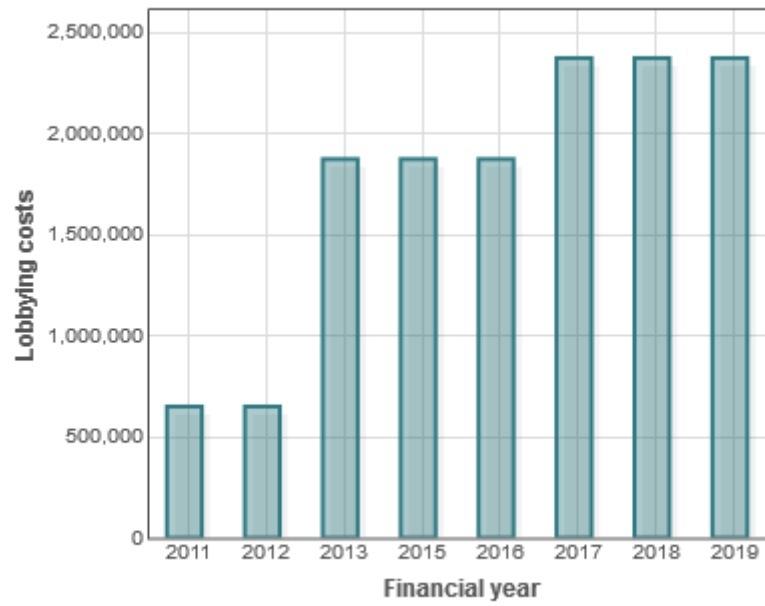
6



MEETINGS WITH EUROPEAN COMMISSION:

22

LOBBYING COSTS OVER THE YEARS:



Πίνακας 13: Ετήσιες δαπάνες lobbying Novartis στις ΕΕ

Πηγή: <https://lobbyfacts.eu/representative/de04d5267cda489c98d48d77b45>

[7aa48/novartis-international-ag](https://lobbyfacts.eu/representative/de04d5267cda489c98d48d77b457aa48/novartis-international-ag)

F. Hoffmann-La Roche Ltd (Roche)

 Tweet



[How to read and use this data card.](#)

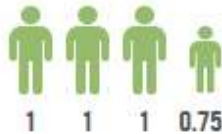
LOBBYING COSTS:

1,250,000€ - 1,499,999€

Financial year: 1 Jan 2019 - 1 Dec 2019

LOBBYISTS DECLARED:

3.75 FTE (9)

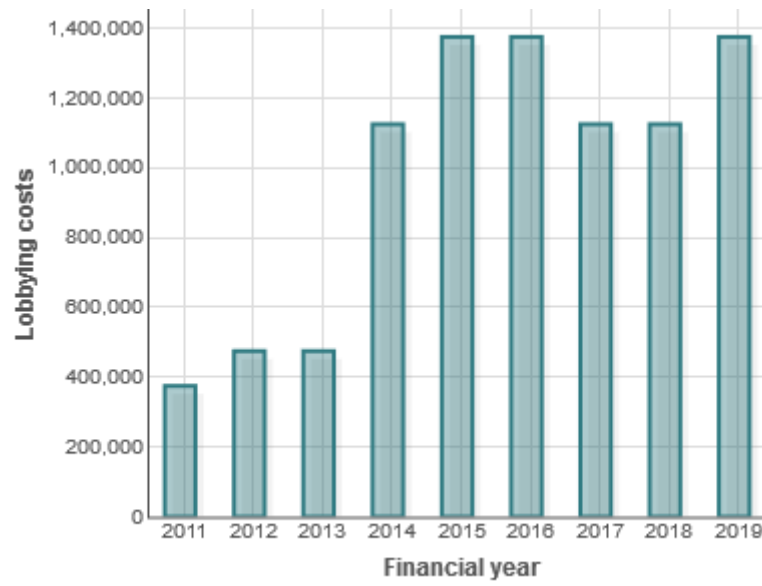


LOBBYISTS WITH EP ACCREDITATION:

0

MEETINGS WITH EUROPEAN COMMISSION:

1



Πίνακας 14: Ετήσιες δαπάνες lobbying Roche στην ΕΕ

Πηγή: <https://lobbyfacts.eu/representative/d679f136ba9f41bb98c231576378fbe3/f-hoffmann-la-roche-ltd>

Gilead Sciences (GILD)

 Tweet



[How to read and use](#) this data card.

LOBBYING COSTS:

700,000€ - 799,999€

Financial year: 1 Jan 2019 - 1 Dec 2019

LOBBYISTS DECLARED:

1.75 FTE (3)

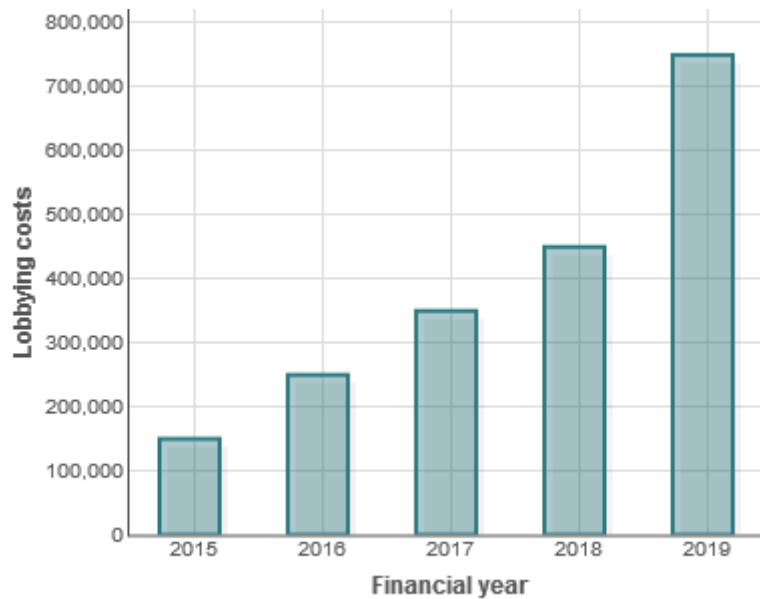


LOBBYISTS WITH EP ACCREDITATION:

0

MEETINGS WITH EUROPEAN COMMISSION:

8



Πίνακας 15: Ετήσιες δαπάνες lobbying Gilead στην ΕΕ

Πηγή: <https://lobbyfacts.eu/representative/d48f5c8185334ba4973e948f17070a64/gilead-sciences>

4.4.2.1. Η περίπτωση της Gilead

Το lobbying των φαρμακευτικών στις Βρυξέλλες πέτυχε μία μικρή αλλαγή στις Ευρωπαϊκές ειδικές επεκτάσεις πατέντας, που ονομάζονται Supplementary Protection Certificates (SPCs) και επέτρεψαν στις εταιρείες να χρεώνουν υψηλότερες μονοπωλιακές τιμές για μεγαλύτερο διάστημα. Οι φαρμακευτικές συμμετείχαν στην αντίστοιχη επιτροπή της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Οι πατέντες διαρκούν συνήθως 20 έτη και τα SPCs τις παρατείνουν για ακόμη 5 έτη. Τα SPCs είναι κατασκεύασμα της ΕΕ, με την αιτιολογία ότι οι εταιρείες αγωνίζονται να ανακάμψουν από τα R&D κόστη. Με αυτό τον τρόπο αργεί να μπει ένα γενόσημο στην αγορά και διατηρούνται υψηλά οι τιμές των πρωτοτύπων.

Η γαλλική εταιρεία Gilead, η οποία παράγει το Truvada, ένα φάρμακο για θεραπευτική αγωγή για τον HIV, αύξησε τόσο πολύ την τιμή του φαρμάκου λόγω των SPCs, που υπολογίζεται ότι θα κοστίσει στο Γαλλικό δημόσιο σύστημα Υγείας πάνω από 815 εκ. ευρώ, γεγονός το οποίο απειλεί τη γαλλική προληπτική πολιτική για τον HIV (CEO, 2019, p. 15).

4.4.2.2. Η περίπτωση της Novartis

Το 2009 το lobby των φαρμακευτικών επηρέασε και τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (Π.Ο.Υ.) ο οποίος εξέδωσε ανακοίνωση για πανδημία της γρίπης των χοίρων (swine flu), ενώ ήταν ακόμη επιδημία. Αυτό εφόσον δεν είχε φτάσει το στάδιο 6 της γρίπης, δηλαδή «Αυξημένη και συνεχιζόμενη μετάδοση του νέου υποτύπου του ιού στο γενικό πληθυσμό». Το γεγονός αυτό συνέβη καθώς είχε αλλάξει ο Π.Ο.Υ. τα πανδημικά κριτήρια, με την προτροπή του European Scientific Working Group of influenza (EWSI), μία ομάδα η οποία, υποτίθεται ότι ήταν ανεξάρτητη, αλλά τελικά χρηματοδοτούταν από φαρμακευτικές.

Σύμφωνα με τον Wolfgang Wodarg, τότε προεδρεύοντα της Επιτροπής Υγείας του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, από τον Ιούνιο του 2009, δεν ήταν πλέον απαραίτητο κριτήριο για την ανακήρυξη μίας πανδημίας ένας μεγάλος αριθμός ανθρώπων να κολλήσουν τη νόσο ή να πεθαίνουν. Έπρεπε απλά να υπάρχει ένας ιός που να μεταδίδεται εκτός συνόρων σε σχέση με τον οποίο οι πληθυσμοί δεν έχουν ανοσία. Και αυτό ακριβώς έγινε, γιατί ο Π.Ο.Υ. σκοπίμως άλλαξε τα πανδημικά κριτήρια προκειμένου η συγκεκριμένη κατάσταση να αναβαθμισθεί σε απειλητική πανδημία με υψηλά επίπεδα συναγερμού δημόσιας υγείας (Foulkes, 2010).

Την 1^η Μαΐου υπήρχε στον ιστότοπο του Π.Ο.Υ. ο παλιός ορισμός της πανδημίας και στις 4 Μαΐου ο νέος. Ο Π.Ο.Υ., επίσης, έδωσε έμφαση στη χρήση εμβολίων σε αντιδιαστολή με αποτελεσματικές και ανέξοδες μεθόδους, όπως το πλύσιμο των χεριών. Τα ονόματα της επιτροπής των επιδημιολόγων του Π.Ο.Υ. δεν έγιναν δημοσίως γνωστά για να μην ασκηθεί πίεση όταν έπαιρναν σημαντικές αποφάσεις, οι οποίες θα επηρέαζαν την κοινωνία και την οικονομία. Η έλλειψη διαφάνειας, όπως και η προτροπή του Π.Ο.Υ. να ξεκινήσουν οι χώρες τους εμβολιασμούς, δημιούργησε υποψίες για επιρροή των φαρμακευτικών εταιρειών.

Η Novartis αύξησε το μερίδιο της κατά 8% το 2009 εξαιτίας των πωλήσεων του εμβολίου της γρίπης. Η Γαλλία αγόρασε 600 εκ. ευρώ για 94 εκ. εμβόλια, τα περισσότερα από τα οποία έμειναν αδιάθετα. Μόνο οι φαρμακοβιομηχανίες επωφελήθηκαν πραγματικά. Οι φαρμακοβιομηχανίες, όμως, υποστήριξαν ότι οι εθνικές κυβερνήσεις τους πίεζαν να αποστείλουν εμβόλια. Οι κυβερνήσεις, με τη σειρά τους, είχαν επηρεαστεί από τις ανακοινώσεις του Π.Ο.Υ. για επερχόμενη πανδημία. Ο Klaus Stohr, επικεφαλής του επιδημιολογικού τμήματος του Π.Ο.Υ.,

έγινε κατόπιν μεγάλο στέλεχος (τώρα Vice President Global Head Influenza Franchises) της Novartis (Foulkes, 2010).

4.4.2.3. Η περίπτωση της Roche

Το 2009, με την εμφάνιση της γρίπης H1N1, η Roche απευθείας άσκησε lobbying στην πολιτική ηγεσία και την ηγεσία της δημόσιας υγείας της Δανίας. Στη Δανία το Υπουργείο όρισε επιτροπή για την προετοιμασία αντιμετώπισης της πανδημίας υπό την εποπτεία του εθνικού συμβουλίου με 7 μέλη από διάφορους δημόσιους φορείς υγείας. Δύο από αυτά τα μέλη γνώριζαν τη διαδικασία προμήθειων εμβολίων. Τα μέλη αυτά πλησίασε η Roche και τα παρότρυνε να υπογράψουν σύμβαση για την προμήθεια εμβολίων. Η Roche, σε επιστολή της προς το Γενικό Διευθυντή του Συμβουλίου Υγείας με κοινοποίηση στον Υπουργό Υγείας, ισχυριζόταν ότι το φάρμακο θα διατεθεί first come-first served, υπονοώντας ότι εάν δεν υπογραφόταν συμβόλαιο σε συγκεκριμένη ημερομηνία, τότε η εταιρεία δεν μπορούσε να εγγυηθεί σημαντικές ποσότητες στο άμεσο μέλλον, εφόσον προτεραιότητα θα δινόταν στις χώρες οι οποίες είχαν υπογράψει. Η Roche διενήργησε απευθείας lobbying με την πολιτική ηγεσία (Vilhelmsson & Mulinari, 2017, p. 3).

Η Roche προωθούσε το Tamiflu, ανάφεροντας ότι σε περίπτωση πανδημίας η Δανία διέτρεχε αυξημένο κίνδυνο, καθώς διέθετε πολύ μικρότερο απόθεμα Tamiflu σε σχέση με άλλες χώρες. Εάν κάποια από τις γειτονικές χώρες της Δανίας είχε αγοράσει μία μεγάλη ποσότητα, τότε η Roche το χρησιμοποιούσε σαν επιχείρημα για να πιέσει και τη Δανία να αγοράσει, τακτική που ακολούθησε και σε άλλα κράτη-μέλη. Στην περίπτωση της Δανίας χρησιμοποίησε τη Νορβηγία (Vilhelmsson & Mulinari, 2017, p. 3).

Η άλλη τακτική την οποία χρησιμοποίησε η Roche για να κάνει lobbying ήταν η χρήση του Ινστιτούτου Υγείας, το οποίο είναι δημόσιος οργανισμός και διεξάγει ανεξάρτητες έρευνες, για να πραγματοποιήσει μία συμβουλευτική έκθεση εκ μέρους της. Η έκθεση ανέφερε ότι η Δανία είχε προμηθευτεί Tamiflu μόνο για το 19% του πληθυσμού της, ενώ η Νορβηγία, η Αγγλία και η Γαλλία κάλυπταν το 30%, 25% και 23% αντίστοιχα. Η έκθεση του Ινστιτούτου δείχνει πως η Roche προσπάθησε να επηρεάσει τις πολιτικές αποφάσεις διαμέσου τρίτου φορέα. Κάποια μέλη της κύριας ομάδας σχεδιασμού του πλάνου της πανδημίας υποπετεύθηκαν

συγκεκριμένους γιατρούς, οι οποίοι ήταν υπέρ της αποθήκευσης μεγάλων ποσοτήτων Tamiflu, ότι δρούσαν εκ μέρους της εταιρείας. Οι γιατροί αυτοί προσπάθησαν να αποκτήσουν υποστήριξη και από το Κοινοβούλιο της Δανίας για την προμήθεια Tamiflu σε εθνικό επίπεδο και σε μεγάλη κλίμακα. Η Roche ήταν επιτυχημένη στο lobbying της κυβέρνησης, εφόσον η Δανία αγόρασε αρκετή ποσότητα Tamiflu και πολύ γρήγορα (Vilhelmsson & Mulinari, 2017, p. 3).

Το φαρμακευτικό lobby χρησιμοποιεί τρίτους φορείς, όπως επαγγελματίες υγείας και συλλόγους ασθενών, για να προωθήσει τα προϊόντα του με τις εγκρίσεις τους. Ακόμη, το lobby των φαρμακευτικών ενδυναμώνει τις σχέσεις με ομάδες και έξω και μέσα από την κυβέρνηση για να επηρεάσει πολιτικές, νόμους και κανονισμούς σχετικούς με τη φαρμακευτική αγορά. Το φαρμακευτικό lobbying μπορεί να θεωρηθεί τόσο παγκόσμιο όσο και εθνικό, εφόσον οι εταιρείες χρησιμοποιούν επιχειρήματα και τακτικές που είναι προσεκτικά σχεδιασμένες για να ταιριάζουν με τις τοπικές περιστάσεις (Vilhelmsson & Mulinari, 2017, pp. 4-5).

Συμπεράσματα

Δεν επιδέχεται καμία αμφισβήτηση το γεγονός ότι το φαρμακευτικό lobbying συμβάλλει συνεχώς και με τρόπο συχνά καθοριστικό στην πολιτική των εθνικών και υπερεθνικών κυβερνήσεων. Πρόκειται για μία καταρχήν καθόλα νόμιμη διαδικασία και στις δύο πλευρές του Ατλαντικού.

Αφορά μία αμφίδρομη σχέση, όπως είναι η θεωρία της ζήτησης και προσφοράς αγαθών. Βάσει αυτής της θεωρίας, ο κρίσιμος παράγοντας για τη διαδικασία λήψης αποφάσεων είναι η πληροφόρηση. Η διαδικασία του lobbying μπορεί να περιγραφεί ως μία αγορά όπου το αγαθό που διακυβεύεται είναι η πληροφορία. Έτσι, όπως κάθε άλλη αγορά, αυτό συνεπάγεται ότι κάποιος ζητάει κάτι και κάποιος άλλος το προσφέρει με ένα αντάλλαγμα. Τα θεσμικά όργανα επιθυμούν πληροφορίες για να διεκπεραιώσουν τις δραστηριότητές τους και τα lobbies επιθυμούν την πρόσβαση σε αυτά τα όργανα για να επηρεάσουν τις αποφάσεις τους. Και οι δύο πλευρές κερδίζουν, εφόσον τα όργανα αποκτούν την πληροφόρηση και τεχνογνωσία για να διαμορφώνουν πολιτικές και τα lobbies έρχονται σε επαφή με τους λήπτες αποφάσεων. Σημασία έχει και το προϊόν για το οποίο δίνεται η πληροφόρηση. Όσο πιο κριτικής σημασίας είναι για τη λειτουργία των θεσμών τόσο μεγαλύτερη πρόσβαση δίνεται στο corporate lobby (Balosin M., 2010, pp. 1186-1187). Το φάρμακο αποτελεί ένα προϊόν το οποίο συνδέεται άμεσα με τη ζωή των πολιτών και, για το λόγο αυτό, το φαρμακευτικό lobby απολαμβάνει τόσο μεγάλη πρόσβαση στα κυβερνητικά όργανα λήψης αποφάσεων.

Η Ουάσινγκτον και οι Βρυξέλλες κατακλύζονται από lobbyists. Στις Βρυξέλλες ο αριθμός των εγκατεστημένων lobbyists δεν είναι ακριβής επειδή δεν υπάρχει υποχρεωτική εγγραφή στο Μητρώο. Οι πιο κερδοφόρες Αμερικάνικες εταιρείες lobbying έχουν εγκατασταθεί και στις Βρυξέλλες. Επίσης, πολλές φαρμακευτικές Αμερικάνικες εταιρείες έχουν προσλάβει in-house lobbyists για να διαχειρίζονται τις κανονιστικές πολιτικές της ΕΕ και να κερδίζουν κυβερνητικά συμβόλαια. Η φαρμακοβιομηχανία έχει την πρωτοκαθεδρία στις δαπάνες για πολιτική επιρροή και σε Αμερική και σε Ευρώπη.

Η διαφάνεια του lobbying, ακόμη και στις ΗΠΑ, είναι σχετικά νέο φαινόμενο και επιτεύχθηκε ουσιαστικά με το LDA το 1995. Πριν υπήρχαν σημαντικά

ελλείμματα. Για να υπάρχει διαφάνεια η εγγραφή των lobbyists θα πρέπει να είναι υποχρεωτική. Ο νόμος για το lobbying θα πρέπει να ορίζει σαφώς ποιος είναι lobbyist και ποιες δραστηριότητες πρέπει να αναφέρονται. Ένας μόνο φορέας θα πρέπει να συλλέγει και επεξεργάζεται τις αναφορές, να ελέγχει τη συμμόρφωση με το νόμο (Holman, 2007, pp. 14-17). Εάν γίνει υποχρεωτικό το κοινό Μητρώο Διαφάνειας, χωρίς να έχει προηγηθεί σημαντική βελτίωση της ποιότητας των πληροφοριών που παρέχει, η Επιτροπή διατρέχει τον κίνδυνο να θεσμοθετήσει ένα αναποτελεσματικό κανονιστικό καθεστώς, το οποίο θα ενισχύσει το δημοκρατικό έλλειμμα αντί να το διορθώσει (Bunea, 2017, p. 24). Η φαρμακοβιομηχανία θα πρέπει να δηλώνει τις πραγματικές της δαπάνες για lobbying στην ΕΕ, ώστε να ενισχυθούν οι δημοκρατικοί θεσμοί.

Το lobbying είναι μία νόμιμη διαδικασία. Διαχωρίζεται από τη διαφθορά, αλλά σε κάποιες περιπτώσεις εμπεριέχεται στις δραστηριότητες του. Στις αναπτυγμένες χώρες, η φαρμακοβιομηχανία επιλέγει το lobbying με το οποίο επιτυγχάνονται πιο μόνιμες λύσεις, που επηρεάζουν όλο τον κλάδο και όχι μεμονωμένες επιχειρήσεις για βραχυπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα.

Υπάρχουν μεγάλες διαφορές μεταξύ του lobbying στις ΗΠΑ και στην ΕΕ λόγω διαφορών στην κουλτούρα, στο πολιτικό σύστημα και στη δομή των θεσμών. Όμως, οι σκοποί του lobby των πολυεθνικών φαρμακευτικών εταιρειών είναι οι ίδιοι. Οι ίδιες φαρμακευτικές δραστηριοποιούνται και στην Αμερική και στην Ευρώπη. Λόγω διαφορετικών διαδικασιών στις δύο πλευρές του Ατλαντικού προσαρμόζονται στο εκάστοτε νομοθετικό πλαίσιο και το επηρεάζουν με ό,τι μέσο διαθέτουν. Γενικά, οι τακτικές και η στρατηγική που ακολουθούν θεωρούνται παρόμοιες (Gerti, 2015, p. 76).

Το lobbying είναι μία δύσκολη δραστηριότητα, η οποία απαιτεί όχι μόνο χρηματικούς και ανθρώπινους πόρους, αλλά και βαθιά γνώση της λειτουργίας των νομοθετικών και εκτελεστικών οργάνων (Balosin M. , 2010, p. 1187). Η φαρμακευτική βιομηχανία χρησιμοποιεί in-house lobbyists που έχουν προσληφθεί από τις φαρμακευτικές εταιρείες σαν υπάλληλοι, υπαλλήλους εμπορικών συλλόγων που αντιπροσωπεύουν τα μέλη τους που είναι οι ίδιες οι φαρμακευτικές και third-party lobbyists που προέρχονται από εταιρείες που προσφέρουν αποκλειστικά υπηρεσίες lobbying. Αυτό το ανθρώπινο δυναμικό είναι εξειδικευμένο και γνωρίζει τους τρόπους πρόσβασης και επηρεασμού των φορέων χάραξης πολιτικής.

Η φαρμακοβιομηχανία τόσο στην Αμερική όσο και στην Ευρώπη διενεργεί lobbying στη νομοθετική εξουσία, ήτοι στο Κογκρέσο και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Συμβούλιο και το Κοινοβούλιο αντίστοιχα. Στη Βουλή και τη Γερουσία, συνήθως, μέσω χορηγιών σε προεκλογικές εκστρατείες και μέσω του φαινομένου της περιστρεφόμενης πόρτας. Ενώ στα θεσμικά Ευρωπαϊκά όργανα κυρίως μέσω της συμμετοχής σε συμβουλευτικές επιτροπές. Στόχος είναι η διατήρηση υψηλών τιμών στα φάρμακα. Στην εκτελεστική εξουσία ασκεί πίεση το φαρμακευτικό lobby, κυρίως στις ρυθμιστικές αρχές FDA και EMA. Η πρόσβαση σε αυτές τις αρχές πραγματοποιείται είτε μέσω revolvers είτε μέσω ειδικών επιστημονικών επιτροπών. Πρωταρχικό σκοπό αποτελεί η γρήγορη χορήγηση άδειας κυκλοφορίας των σκευασμάτων. Στους διεθνείς οργανισμούς, όπως τον Π.Ο.Ε., το lobby των φαρμακευτικών αποβλέπει στη διατήρηση των 20ετών δικαιωμάτων ευρεσιτεχνίας, κυρίως μέσω της κινητικότητας στελεχών του οργανισμού προς τις ιδιωτικές εταιρείες φαρμάκου. Τα στελέχη των διεθνών οργανισμών λαμβάνουν αποφάσεις υπέρ των πολυεθνικών φαρμάκου με την προσδοκία ότι στο άμεσο μέλλον θα καταλάβουν μία υψηλά αμοιβόμενη θέση στις τελευταίες.

Τα φαρμακευτικά lobbies αποτελούν σημαντικό δρώμενο στην χάραξη πολιτικής, καθώς μπορούν να επηρεάσουν με πολλούς τρόπους όσα άτομα εμπλέκονται στη νομοθετική διαδικασία και, γενικότερα, τις πολιτικές διεργασίες που λαμβάνουν χώρα στους θεσμούς. Σε γενικές γραμμές η συμβολή τους μπορεί να θεωρηθεί θετική και ευεργετική, ειδικά για τους βουλευτές, καθώς μπορούν να παράσχουν πληροφορίες σχετικά με τους νόμους που είναι προς συζήτηση. Όταν, όμως, χρησιμοποιούν άθεμιτα μέσα για να επηρεάσουν την πολιτική προς όφελος τους, ειδικά όταν το όφελος τους σημαίνει ότι αδικούνται άλλα μέρη, πρέπει να υπάγονται σε ένα ρυθμιστικό πλαίσιο που να θέτει αρχές και κανόνες, με σκοπό να τηρηθεί η διαφάνεια και να ελεγχθεί η δράση τους. Οι φαρμακευτικές δεν παύουν να είναι κερδοσκοπικές επιχειρήσεις και η υγεία δεν παύει να είναι ένα παγκόσμιο ανθρώπινο δικαίωμα. Πολλές φορές αυτές οι δύο επιδιώξεις έρχονται σε σύγκρουση. Η χάραξη δημόσιων πολιτικών θα πρέπει να εξυπηρετεί πάνω από όλα το δημόσιο συμφέρον (CEO, 2019, p. 28).

Υπάρχουν τρόποι προκειμένου να ελεγχθεί η αγορά του φαρμάκου και, πρωτίστως, οι υψηλές τιμές. Ένα τέτοιο εργαλείο είναι η Αξιολόγηση Τεχνολογιών Υγείας (Health Technology Assessment-ΗΤΑ). Είναι η επιστημονική ανάλυση της

προστιθέμενης αξίας μιας θεραπευτικής αγωγής. Στην πραγματικότητα ελέγχει εάν ένα νέο φάρμακο είναι καλύτερο, το ίδιο ή χειρότερο από τις υφιστάμενες εναλλακτικές του. Η ΗΤΑ υποδεικνύει εάν ένα νέο φάρμακο δικαιολογεί την υψηλή τιμή σε σχέση με την αποτελεσματικότητά του. Με αυτή την αξιολόγηση από ανεξάρτητους οργανισμούς δίνεται στις εθνικές κυβερνήσεις των κρατών-μελών καλύτερη διαπραγματευτική θέση απέναντι στις πολυεθνικές φαρμάκου. Αυτό μπορεί να κάμψει την υπερβολική ισχύ των τελευταίων να εξασφαλίζουν αδικαιολόγητα υψηλές τιμές (CEO, 2019, pp. 20-21).

Τα φαρμακευτικά lobbies επηρεάζουν ακόμη και διεθνείς οργανισμούς, όπως τον Π.Ο.Υ και τον Π.Ο.Ε., και εκείνοι με τη σειρά τους επηρεάζουν τις πολιτικές των χωρών. Η κυβερνητική πολιτική δεν επηρεάζει απλά μια συγκεκριμένη κατηγορία ανθρώπων, αλλά επηρεάζει τη ζωή όλων. Οι νόμοι είναι εφαρμόσιμοι σε όλους τους πολίτες. Όλοι έχουν δικαίωμα στην υγεία. Δεν θα πρέπει το lobbying της φαρμακοβιομηχανίας να οδηγεί σε αύξηση των τιμών των φαρμάκων και μειωμένη δυνατότητα χρήσης από συγκεκριμένες κατηγορίες ανθρώπων. Ειδικά σε περιόδους παγκόσμιας έκτακτης ανάγκης το ποιος ελέγχει τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, τις τιμές και την είσοδο των φαρμάκων στην αγορά μεταφράζεται σε ανθρώπινες ζωές. Οι φαρμακευτικές έχουν ένα παρελθόν που δείχνει ότι τοποθετούν το κέρδος πάνω από την ανθρώπινη ζωή.

Η τρέχουσα επειγούσα κατάσταση με την εξάπλωση της πανδημίας του covid-19 ξυπνάει μνήμες του παρελθόντος αναφορικά με το lobbying της Novartis στις εθνικές κυβερνήσεις και στον Π.Ο.Υ.. Η εταιρεία μέσω του Π.Ο.Υ. κατάφερε να προωθήσει την πώληση εκατομμυριών εμβολιών για την αντιμετώπιση της γρίπης των χοίρων του 2009. Σήμερα, 11 χρόνια μετά η ιστορία, επαναλαμβάνεται και τη θέση της Novartis έχει πάρει άλλος φαρμακευτικός κολοσσός, η Pfizer.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

1. Ελληνικά Βιβλία

- Καραπλή, Ε., Ολλανδέζος, Μ., Γείτονα, Μ., & Κυριόπουλος, Γ. (2016). *Πολιτικές Ρύθμισης της Αγοράς Φαρμάκων*. Αθήνα: Παπαζήση.
- Πετρουλάκος, Π. (1995). *Το πολίτευμα των ΗΠΑ*. Αθήνα: Κριτική.

2. Ελληνικά Άρθρα/τύπος

- Αγγελοπούλου Α., «Στο 1,2 τρισ. δολ. η παγκόσμια αγορά φαρμάκου», *Ναυτεμπορική*, 17/12/2019.
<https://www.naftemporiki.gr/afieromata/story/1543680/sto-12-tris-dol-i-pagkosmia-agora-farmakou>
(Πρόσβαση 10.09.2020)
- Ζακυνθινός, Κ., «Οι κορυφαίες φαρμακευτικές επιχειρήσεις του 2019», *Healthpharma*, 13/05/2019.
<https://www.healthpharma.gr/business/oi-koryfaies-farmakeytikes-epicheiriseis-toy-2019-to-top-10-pagkosmios/#>
(Πρόσβαση 10.09.2020)
- Τράγκα, Α., «Οι Πολυεθνικές Επιχειρήσεις ως μοχλός προώθησης των εθνικών συμφερόντων», *Κέντρο Διεθνών Στρατηγικών Αναλύσεων (ΚΕΔΙΣΑ)*, 26/10/2017.
- Τριαντής, Β., «Novartis_Gate: Η θυγατρική της Novartis σε καρτέλ φαρμάκου στις ΗΠΑ», *Documento*, 22/05/2019.
<https://www.documentonews.gr/article/novartis-gate-h-thygatrikh-ths-novartis-se-kartel-farmakoy-stis-hpa>
(Πρόσβαση 13.09.2020)
- Lexchin, J. «Οι φαρμακοβιομηχανίες στο σύγχρονο καπιταλισμό». *Antapocrisis*, 14.10.2018.
<https://www.antapocrisis.gr/%CE%BF%CE%B9-%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B2%CE%B9%CE%BF%CE%BC%CE%B7%CF%87%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CE%B5%CF%82/>

(Πρόσβαση 06.09.2020)

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

1. Ξενόγλωσσα βιβλία

- Gilpin, R. (2007). *Παγκόσμια Πολιτική Οικονομία: Η διεθνής Οικονομική Τάξη*. Εκδόσεις: Ποιότητα.
- Newton, K. (2018). *Συγκριτική Πολιτική*. Εκδόσεις: Τζιόλα.
- Road, H., & Harrop, M. (2011). *Συγκριτική πολιτική και διακυβέρνηση*. Εκδόσεις κριτική.
- Roskin, M., Cord, R., & Medeiros, J. (2008). *Εισαγωγή στην πολιτική επιστήμη*. Εκδόσεις: Επίκεντρο.
- Zetter, L. (2008). *Lobbying: The Art of Political Persuasion*. Harrimon House Ltd.

2. Ξενόγλωσσες επιστημονικές μελέτες/paper

- Abraham, J. (2002). "The pharmaceutical industry as a political player". *The lancet, Center for research in Health and Medicine, University of Sussex*, vol 360. pp. 1498-1502.
- Balosin, M. (2016). "Lobbying in the European Parliament 2016". *Journal modelling the new Europe, issue no. 19*, pp. 78-89.
- Balosin, M. (2010). "Analysing EU's Lobbying", *Universitatea, Babes-Bolyai*, pp. 1180-1192.
- Beyers, J. (2008). "Policy Issues, Organisational Format and the Political Strategies of Interest Organisations". *West European Politics*, pp. 1188-1211.
- Bunea, A. (2017). "Legitimacy through targeted transparency? Regulatory effectiveness and sustainability of lobbying regulation in the European Union". *European Journal of Political Research*, pp.1-26.
- Campos, N. F., & Giovannoni, F. (2006). "Lobbying, corruption and political influence". *Springer Science, Public Choice*, 131:pp. 1-21.
- CEO (2019). "High prices, poor access: What is Big Pharma fighting for in Brussels?", pp.1-33.

https://corporateeurope.org/sites/default/files/2019-05/High%20Prices%2C%20Poor%20Access_Full%20report.pdf

(Πρόσβαση 11.10.2020) .

- De Brycker, I., & Beyers, I. (2018). “European Consortium for political research”. *European Political Science Review*. pp. p.1-18.
- Diestre, L., & Barber IV, B. (2019). “Pushing for speed or scope? Pharmaceutical lobbying and FDA drug review”. *Strategic Management Journal*. vol.40, issue 8, pp. 1-45.
- Drahos, P. (2003). “Expanding Intellectual Property’s Empire: The Role of FTAs”. *International Center for Trade and Sustainable Development*, pp. 1-19.
- Drahos, P., & Braithwaite, J. (2004). “Hegehomy based: the role of intellectual property”, *Australian National University, School of Regulation and Global Governance (REGNET)*, Vol. 21, no. 1, pp. 204-223.
- Dur, A. (2008). “Interest Groups in the European Union: How Powerful Are They?” *West European Politics*, pp. 1212-1230.
- Dur, A., & Mateo, G. (2013). “Gaining access or going public? Interest group strategies in five European countries”. *European Journal of Political Research*, pp. 660-686.
- European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA)* (2019). “The pharmaceutical industry in figures”, pp. 1-28.
- European medicines Agency (EMA)* (2015). “Applying for EU marketing authorization for medical products for human use”, p. 1-6.
- Gerti, S. (2015). “Lobbying in the United States of America and European Union: A Comparative Approach”. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, pp.72-77.
- Grossman, G., & Helpman, E. (1999). “Competing for Endorsements”. *American Economic Review*, vol. 89, pp. 501-254.
- Haeder, S., & Webb Yackee, S. (2015). “Influence and the administrative process: Lobbying the U.S. President’s Office of Management and Budget”, *American Political Science Association*, Vol. 109, No. 3, pp. 507-522.
- Harstad, B., & Svensson, J. (2011). “Bribe or Lobby? It’s a Matter of Development”. *Ameircan Political Science Review*, vol. 105, no. 1, pp. 46-63.

Health Action International (HAI) (2012). “Divide & Conquer: A look behind the scenes of the EU pharmaceutical industry lobby”, pp. 1-41.

<https://haiweb.org/wp-content/uploads/2016/10/Divide-and-Conquer-A-Look-Behind-the-Scenes-of-the-EU-Pharma-Lobby-2012.pdf>

(Πρόσβαση 22.10.2020)

Holman, C. (2007). “Making the U.S. lobbying disclosure act work as intended: implications for the European Transparency Initiative”. *European Parliament, Public Citizen*, pp. 1-18.

<https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/179059/20071219ATT16667EN.pdf>

(Πρόσβαση 01.11.2020)

Institute for Health & Socio-economic policy (IHSP) (2016). “A profitable Stranglehold-The pharmaceutical Industry’s Investment in Lobbying and Politics”, ver.1.1, pp. 1-11.

IQVIA for human data science (2019). “The global use of medicine in 2019 and outlook to 2023”. pp. 1-56.

Jacobzone, S. (2000). “Pharmaceutical Policies in the OECD Countries, Reconciling Social and Industrial Goals”, *OECD*, pp. 1-100.

<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/323807375536.pdf?expires=1602759889&id=id&acname=guest&checksum=B62F1CFCC8553D06E6F255D07E276091>

(Πρόσβαση 03.10.2020)

Kluver, H. (2011). “The contextual nature of lobbying: Explaining lobbying success in the European Union”. *European Union Politics*, pp. 483-506.

Kushel, M. (2004). “Health Care Lobbying: Time to make patients the Special Interest”. *University of California*, pp. 116: 496-497.

Lanjouw, J. O., & William, J. (2004). “Trading Up: How Much Should Poor Countries Pay to Support Pharmaceutical Innovation?”. *Center for Global Development (CGD), brief 4, 4(3)*, pp. 1-7.

Laundy D. (2017). “Lobby Planet Brussels”. *Corporate Europe Observatory*, pp.1-142.

<https://corporateeurope.org/en/lobbyplanet>

(Πρόσβαση 25.10.2020)

- Lehmann, W. (2003). “Lobbying in the European Union current rules and practices”. *European Parliament*, pp.1-68.
- Loewenberg, S. (2001). “Lobbying euro-style”. *The National Journal, Academic research library*, pp.1-7.
- Mack, R. (2005). “Lobbying effectively in Brussels and Washington-Getting the right result”. *Journal of communication Management, vol. 9, no.4*, pp. 339-347.
- Mahoney, C. (2007). “Lobbying Success in the United States and the European Union”. *Cambridge University Press*, pp. 35-56.
- Maitland, I. (2007). “Self-defeating lobbying: How more is buying less in Washington”. *The Journal of Business Strategy*, pp. 67-74.
- Mihut, L. (2008). “Lobbying in the United States and the European Union: New Developments in Lobbying Regulation”. *Romanian Journal of European Affairs*, Vol. 8, No. 4, p. 5-17.
- Murray, A. (2015). “Global Medicines Use in 2020”. *IMS Institute for Health Informatics IQVIA for human data science*. pp.1-47.
<https://www.iqvia.com/-/media/iqvia/pdfs/institute-reports/global-medicines-use-in-2020>
 (Πρόσβαση 09.11.2020)
- OECD (2009). “Revolving Doors, Accountability and transparency-Emerging Regulatory Concerns and Policy Solutions in the Financial Crisis”, pp. 1-162.
[http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/ETH\(2009\)2&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/ETH(2009)2&docLanguage=En)
 (Πρόσβαση 06.11.2020)
- Sehgal, A., & Landers, S. (2004). “Health Care Lobbying in the United States”. *The American Journal of Medicines*, pp. 474-477.
- Tansey, R. (2015). “Policy prescriptions: The firepower of the EU pharmaceutical lobby and implications for public health-Big Pharma”. *CEO*, pp.1-44.
https://corporateeurope.org/sites/default/files/20150904_bigpharma_web.pdf
 f
 (Accessed 23.10.2020)

- Unsal, O. (2018, 10 08). “Two faces of Corporate Lobbying: Evidence from the pharmaceutical industry”. *North America Journal of Economics and Finance*, pp. 1-17.
- Vilhelmsson, A., & Mulinari, S. (2017). “Pharmaceutical lobbying and pandemic stockpiling of Tamiflu: a qualitative study of arguments and tactics”. *Journal of Public Health*, pp. 1-6.
- Wallace, W. (2000). “Policy Making in the European Union: Collective Governance”. *Oxford University Press*, pp. 523-542.
- Wouters, O. (2020). “Lobbying Expenditures and Campaign Contributions by the Pharmaceutical and Health Product Industry in the United States, 1999-2018”. *JAMA Internal Medicine*, 180: pp.1-10.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7054854/?report=printable>
(Πρόσβαση 08.11.2020)
- Yang, Y.-W., Parsley, D., & Chen, H. (2014). “Corporate Lobbying and Firm Performance”. *Journal of Business Finance & Accounting*, pp. 1-41.

3. Ξενόγλωσσα άρθρα/τύπος

- Corporate Europe Observatory (CEO)*. “The transparency facade pharma industry lobbying at the commission”. 26/10/2015.
<https://corporateeurope.org/en/power-lobbies/2015/10/transparency-facade-pharma-industry-lobbying-european-commission>
(Accessed 13.10.2020)
- CEO*. “Big tech lobbying”. 23/09/2020.
<https://corporateeurope.org/en/2020/09/big-tech-lobbying>
(Accessed 02.10.2020)
- Euractive*. “EU and US approaches to lobbying”, 01/03/2005.
<https://www.euractiv.com/section/public-affairs/linksdossier/eu-and-us-approaches-to-lobbying/>
(Accessed 12.10.2020)
- Freund, D. “How many lobists are there in Brusells?” *EU Transparency Register*, 21/09/2016.
<https://transparency.eu/lobbyistsinbrussels/>

(Accessed 02.11.2020)

Foulkes, I. “WHO faces questions over Swine flu policy”. *BBC News*, 20/05/2010.
<https://www.bbc.com/news/10128604>

(Accessed 13.11.2020)

Health Action International (HAI). “Big pharma spends over 40 million per year lobbying in the EU dwarfing public health NGOs”, 28/03/2012.
<https://haiweb.org/media-resource/big-pharma-spends-over-e40-million-per-year-lobbying-in-the-eu-dwarfing-public-health-ngos/>

(Accessed 27.09.2020)

Mc Laughlin, D., & Griffin, R.. “Novartis' Sandoz Settles US Drug Price Fixing Charges”. *Bloomberg*, 02/03/2020.
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-03-02/novartis-sandoz-settles-u-s-generic-drug-price-fixing-charges-k7azdwck>

(Accessed 23.10.2020)

Moskowitz, E. “Lawsuit Claims Roche Duped US for \$1.5 Billion in Tamiflu Sales”. *Organized Crime and Corruption Reporting Project*, 14/01/2020.
<https://www.occrp.org/en/daily/11424-lawsuit-claims-roche-duped-us-for-1-5-billion-in-tamiflu-sales>

(Accessed 28.09.2020)

Schulz, N. “Bird Flu in hand of Bush?”. *The Washington Times*, 11/10/2005.
<https://www.washingtontimes.com/news/2005/oct/11/20051011-092708-3801r/>

(Accessed 11.10.2020)

Tansey, R. “Power and profit during the pandemic”. *Corporate Europe Observatory (CEO)*, 21/09/2020.
<https://corporateeurope.org/en/2020/09/power-and-profit-during-pandemic>

(Accessed 16.09.2020)

The London School of Economics and Political Science, “How firms decide whether to use in-house or external lobbyists”, 8/12/2016.
<https://blogs.lse.ac.uk/businessreview/2016/12/08/how-firms-decide-whether-to-use-in-house-or-external-lobbyists/>

(Accessed 10.09.2020)

Traynor, I. “30,000 lobbyists and counting: is Brussels under corporate sway?”, *The Guardian*, 8/05/2014.

<https://www.theguardian.com/world/2014/may/08/lobbyists-european-parliament-brussels-corporate>

(Accessed 10.10.2020)

4. Άλλες πηγές

Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων (ΕΟΦ), (2020). Βιομοειδή.

http://www.eof.gr/web/guest/press?p_p_id=62_INSTANCE_WZt6&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=2&_62_INSTANCE_WZt6_struts_action=%2Fjournal_articles%2Fview&_62_INSTANCE_WZt6_groupId=12225&_62_INSTANCE_WZt6_articleId=28488&_62_INSTANCE_WZt6_version=1.0

(Πρόσβαση 10.10.2020)

Πανελλήνια Ένωση Φαρμακοβιομηχανίας (ΠΕΦ), (2020). Γενόσημα Φάρμακα.

<https://www.pef.gr/farmaka/genosima/>

(Πρόσβαση 06.11.2020)

Σύνδεσμος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Ελλάδος (ΣΦΕΕ), (2020). Πρωτότυπα Φάρμακα.

<https://www.sfee.gr/prototipa-farmaka/>

(Πρόσβαση 08.10.2020)

Corporate Europe Observatory (CEO), (2020). What we do.

<https://corporateeurope.org/en/what-we-do>

(Accessed 06.10.2020)

Center for Responsive Politics (CRP), (2019). Pharmaceuticals / Health Products: Lobbying.

<https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/industries/summary?cycle=2019&id=H4300>

(Accessed 04.10.2020)

CRP, (2020), Our History.

<https://www.opensecrets.org/about/tour.php>

(Accessed 04.10.2020)

European Medicines Agency (EMA), (2020). Τα βιομοειδή στην ΕΕ.

https://www.ema.europa.eu/en/documents/leaflet/biosimilars-eu-information-guide-healthcare-professionals_el.pdf

(Accessed 15.10.2020)

EU, (2003). Decision Making in the EC.

<https://www.consilium.europa.eu/el/council-eu/decision-making/>

(Πρόσβαση 15.10.2020)

EU, (2011). Transparency Registry.

[https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false
&locale=el](https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false&locale=el)

(Accessed 13.10.2020)

EU, (2014). Official Journal of the European Union. Interinstitutional agreements

[https://eur-lex.europa.eu/legal-
content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014Q0919\(01\)&from=el](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014Q0919(01)&from=el)

(Accessed 26.10.2020)

EU, (2016). Mandatory Register.

[https://ec.europa.eu/greece/news/20160929_ypohreotiko_mitroo_diafaneias
_el](https://ec.europa.eu/greece/news/20160929_ypohreotiko_mitroo_diafaneias_el)

(Accessed 13.10.2020)

EU, (2018). EU lobbyist recorder: people have the right to expect transparency.

[https://www.europarl.europa.eu/news/el/headlines/eu-
affairs/20180522STO04013/mitroo-diafaneias-oi-anthropoi-anamenoun-
diafaneia-apo-tin-ee](https://www.europarl.europa.eu/news/el/headlines/eu-affairs/20180522STO04013/mitroo-diafaneias-oi-anthropoi-anamenoun-diafaneia-apo-tin-ee)

(Accessed 26.10.2020)

EU, (2020). European Council decision making.

<https://www.consilium.europa.eu/el/council-eu/decision-making/>

(Accessed 26.10.2020)

FDA, (2017). Definition of Drug.

[https://www.fda.gov/drugs/information-healthcare-professionals-
drugs/definition-drug-april-2017](https://www.fda.gov/drugs/information-healthcare-professionals-drugs/definition-drug-april-2017)

(Accessed 14.10.2020)

LobbyFacts, (2016). Top 50 company EU lobby spenders 2016 by sector.

[https://lobbyfacts.eu/articles/30-08-2016/biggest-companies-now-spend-40-
more-eu-lobbying-2012](https://lobbyfacts.eu/articles/30-08-2016/biggest-companies-now-spend-40-more-eu-lobbying-2012)

(Accessed 10.11.2020)

LobbyFacts, (2020a). EFPIA Lobbying EU spending 2019.

<https://lobbyfacts.eu/representative/0e0020135cfc4775bb5a4bd0313b120d/european-federation-of-pharmaceutical-industries-and-associations>

(Accessed 04.10.2020)

LobbyFacts, (2020b). PhRMA lobbying EU spending 2019.

<https://lobbyfacts.eu/representative/8b9f779f6f74428e9fa861edfaaf9c5e/pharmaceutical-research-and-manufacturers-of-america>

(Accessed 28.10.2020)

OpenSecrets, (2019). Lobbyists and revolvers.

<https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/industries/lobbyists?cycle=2019&id=H04>

(Accessed 16.11.2020)

OpenSecrets, (2020a). Pharmaceuticals/Health Products: Lobbying 2020.

<https://www.opensecrets.org/industries/lobbying.php?ind=H04>

OpenSecrets, (2020b). Top lobbying industries.

<https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/industries?cycle=2019>

(Accessed 16.11.2020)

OpenSecrets, (2020c). Open secrets pharmaceutical lobbying in the OMB.

<https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/agencies/summary?cycle=2019&id=018>

(Accessed 16.11.2020)

OpenSecrets, (2020d). Novartis AG Contributions & Revolving Door 2019.

<https://www.opensecrets.org/orgs/novartis-ag/summary?all=2020&id=D000022163>

(Accessed 20.11.2020)

OpenSecrets, (2020e). Pfizer Inc Contributions & Revolving Door 2019.

<https://www.opensecrets.org/orgs/summary?id=D000000138>

(Accessed 20.11.2020)

OpenSecrets, (2020f). Roche Holdings Revolving Door 2019.

<https://www.opensecrets.org/orgs/roche-holdings/summary?id=D000042474>

(Accessed 20.11.2020)

Public Disclosure Commission, (2020). Types of lobbying.

<https://www.pdc.wa.gov/learn/publications/lobbyist-instructions/registration/types-lobbyist>

(Accessed 17.09.2020)

Statista, (2018). Pharmaceutical spending per capita in selected countries 2018.

<https://www.statista.com/statistics/266141/pharmaceutical-spending-per-capita-in-selected-countries/>

(Accessed 17.11.2020)

Statista, (2020a). Pharmaceutical sales worldwide 2017-2019 by region.

<https://www.statista.com/statistics/272181/world-pharmaceutical-sales-by-region/>

(Accessed 17.11.2020)

Statista, (2020b). Top pharmaceutical products by sales worldwide 2019.

<https://www.statista.com/statistics/258022/top-10-pharmaceutical-products-by-global-sales-2011/>

(Accessed 17.11.2020)

Statista, (2020c). Number of lobbyists US.

<https://www.statista.com/statistics/257340/number-of-lobbyists-in-the-us/>

(Accessed 22.10.2020)

Statistics and Historical Comparison, (2019). US bills by final status.

<https://www.govtrack.us/congress/bills/statistics>

(Accessed 17.10.2020)