

Υπουργείο Δικαιοσύνης

Ηνωμένων Πολιτειών

Ομοσπονδιακό Γραφείο

Ερευνών

Παρακολούθηση: 181287124
Υπηρεσία

Νομική

Φάκελος: ΝΚ-2057320 s.130
Ηνωμένων Πολιτειών

Πρεσβεία

Προτεραιότητα: Συνήθης
Αθήνα, Ελλάδα

Ημερομηνία: 07-Νοε-2017

Γενική Εισαγγελέας Ελένη Τουλουπάκη

Γραφείο Εισαγγελέως

Μονάδα κατά της Διαφθοράς

Υπουργείο Δικαιοσύνης της Ελλάδας, Τμήμα κατά
της Διαφθοράς

Με την επιφύλαξη τυχόν (ειδικής) πρόβλεψης ή κατόπιν χορήγησης αδειας από το Αρχηγείο του Ομοσπονδιακού Γραφείου Ερευνών, οι πληροφορίες του παρόντος εγγράφου προορίζονται μόνο για πληροφοριακούς και καθοδηγητικούς σκοπούς και δεν δύνανται να χρησιμοποιηθούν από την Κυβέρνησή σας σε οιοσδήποτε ποινικές διαδικασίες ούτε να προωθηθούν σε άλλη Κυβέρνηση, πρόσωπο ή οντότητα ή να χρησιμοποιηθούν σε ανοιγείσες ποινικές διαδικασίες (περιλαμβανομένης αλλά όχι μόνο σε σχέση με επίσημη ποινική διαδικασία ή απευθείας επαφή με τα προαναφερόμενα πρόσωπα

ή οντότητες ή τους συνεργάτες τους) έχοντας ως βάση τις πληροφορίες του παρόντος εγγράφου.

Αιτηθείσα πληροφορία LEGAT (Ελλάδα).

Με την επιφύλαξη τυχόν (ειδικής) πρόβλεψης ή κατόπιν χορήγησης αδειάς από το Αρχηγείο του Ομοσπονδιακού Γραφείου Έρευνών, οι πληροφορίες του παρόντος εγγράφου προορίζονται μόνο για πληροφοριακούς και καθοδηγητικούς σκοπούς και δεν δύνανται να χρησιμοποιηθούν από την Κυβέρνησή σας σε οιοσδήποτε ποινικές διαδικασίες ούτε να προωθηθούν σε άλλη Κυβέρνηση, πρόσωπο ή οντότητα ή να χρησιμοποιηθούν σε ανοιγείσες ποινικές διαδικασίες (περιλαμβανομένης αλλά όχι μόνο σε σχέση με επίσημη ποινική διαδικασία ή απευθείας επαφή με τα προαναφερόμενα πρόσωπα ή οντότητες ή τους συνεργάτες τους) έχοντας ως βάση τις πληροφορίες του παρόντος εγγράφου χωρίς την ρητή έγκριση του FBI (Ομοσπονδιακού Γραφείου Έρευνών).

Οι πληροφορίες του παρόντος εγγράφου βασίζονται σε εξέταση μαρτύρων, έγγραφα και λοιπό υλικό που αποκτήθηκε από το FBI, όπως και σε πληροφόρηση παρασχεθείσα από την NVG (Novartis Greece), η οποία συνεργάζεται κατά την έρευνα. Η έρευνα είναι εν εξελίξει και το FBI, όπως και οι εισαγγελείς των ΗΠΑ δεν έχουν καταλήξει σε πραγματικά ή νομικά συμπεράσματα. Έτσι, το περιεχόμενο (του παρόντος εγγράφου) αποτελεί πληροφόρηση για την οποία το FBI έχει στην κατοχή του αποδεικτικό υλικό και δεν θα έπρεπε να εκληφθεί σαν τελικό πραγματικό συμπέρασμα.

Με βάση τις πληροφορίες που έχουν αντληθεί κατά την έρευνα μέχρι τώρα, εμφανίζεται ο Sandoz να έχει συμμετάσχει σε τέσσερα σχέδια δωροδοκίας με τα οποία χρηματίσθηκαν ιατροί. Τα σχέδια δωροδοκίας είναι τα ακόλουθα:

1. Εθνικό συνέδριο και πολυτελή ταξίδια.
2. Ηλεκτρονικά πάνελ.
3. Δημιουργία απατηλών τιμολογίων υπό την καθοδήγηση του Προέδρου του Sandoz.
4. Απευθείας πληρωμή στους ιατρούς.

Σχέδιο Δωροδοκίας 1: Εθνικό Συνέδριο και Πολυτελή Ταξίδια.

Ο Sandoz παρείχε στους γιατρούς τα έξοδα εγγραφής για το Εθνικό Συνέδριο και πολυτελή ταξίδια ως εργαλείο διαπραγμάτευσης περισσότερων συνταγογραφήσεων της Novartis. Ο Sandoz διοργάνωνε ομάδες συζήτησης που παρείχαν στους γιατρούς πληροφορίες για την εταιρία, μαζί με ένα σαββατοκύριακο ψυχαγωγίας. Ο σκοπός του ταξιδιού ήταν να εξασφαλίσουν περισσότερη συνταγογράφηση προϊόντων της Novartis από τους γιατρούς. Αν ο γιατρός δεν συμφωνούσε να συνταγογραφήσει περισσότερα σκευάσματα της Novartis, τότε δεν του επιτρεπόταν να λάβει μέρος στο ταξίδι.

Το έτος 2010 ή το 2011, έλαβε χώρα ένα συνέδριο στη Νέα Υόρκη, όπου μία ομάδα 50-60 γιατρών, που ειδικότερα συνταγογραφούσαν το Onbrez, συμμετείχαν. Οι γιατροί που συμμετείχαν προέρχονταν από την Ελλάδα. Η ημερήσια διάταξη προωθούνταν μόνο

στο προσωπικό που συμμετείχε με σκοπό να 'τους λαδώσουν' στο Μανχάταν. Τα ονόματα των ιατρών είχαν καταχωρηθεί στα περιφερειακά σχέδια. Οι εργαζόμενοι στην Sandoz είχαν μία πιστωτική κάρτα American Express, η οποία χρησιμοποιούνταν για όλα τα γεύματα και την ψυχαγωγία των ιατρών. Υπήρχε περίπτωση οι γιατροί να προκαταβάλουν τα χρήματα για το συνέδριο και να αποζημιωθούν από την Sandoz μέσω απατηλών τιμολογίων. Η Sandoz ήταν προσεκτικός με τα συνέδρια και τις ομάδες συζήτησης στις ΗΠΑ καθώς οι ΗΠΑ είχαν την φήμη του αυστηρού.

Το 2012, ο Δρ Αλέξανδρος Καλκάνης παρακολούθησε το Παγκόσμιο Συνέδριο για το Άσθμα και COPD στη Νέα Υόρκη. Ο Καλκάνης συνταγογραφόυσε το Onbrez για τη Novartis. Η Sandoz δεν πλήρωσε για το ταξίδι του ιατρού (εισιτήρια ή ξενοδοχείο) γιατί ο γιατρός ήταν ήδη στις ΗΠΑ για μία προσωρινή αποστολή εκπαίδευσης. Η Novartis έστειλε τον Καλκάνη στο συνέδριο γιατί τα έξοδα εγγραφής ήταν υψηλά και η Novartis ήθελε να διατηρήσει τον αριθμό συνταγογραφήσεων του Καλκάνη. Ήταν κοινή πρακτική για τη Novartis να πληρώνει τα έξοδα εγγραφής για τους γιατρούς προκειμένου να συμμετάσχουν στο συνέδριο εξαιτίας της επιστημονικής φύσης της πληροφορίας που παρουσιαζόταν. Ο Καλκάνης παρακολούθησε το συνέδριο και δεν ήταν ομιλητής. Ο Καλκάνης είχε στενή σχέση με τον Σταύρο Ντογιάκο (Σταύρο), πλέον εκτελεστικό διευθυντή του οφθαλμολογικού τμήματος της Novartis στις ΗΠΑ.

Ο Σταύρος ήταν ο απευθείας αναφέρων στον Jan Schluechter, τον γενικό διευθυντή εμπορικής προώθησης της Novartis. Ο Γεώργιος Ζαρκαλής,

Διευθυντής Πωλήσεων, απευθείας αναφερόταν στον Σταύρο. Ο Σταύρος κατήρτιζε όλα τα σχέδια με τα οποία χρήματα δίδονταν στους γιατρούς. Το 2009 ο Σταύρος ήταν ο διευθυντής σχεδίου για το Diovan και μετά ανέλαβε για το Onbrez.

Ο Σταύρος επινόησε το πρόγραμμα της Novartis 'ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ' (EXACTLY). Το EXACTLY ήταν ένα από τα μέσα πληρωμής ιατρών. Το πρόγραμμα ξεκίνησε ως μία ΦΑΣΗ 4 μιας ψευδούς κατάρτισης-σπουδής, που κατέβαλε στους γιατρούς 3.000-4.000 Ευρώ για κάθε πρόγραμμα. Το πρόγραμμα ήταν για κάθε ένα ξεχωριστό σκεύασμα της Novartis. Για παράδειγμα, στο πρόγραμμα EXACTLY, τρεις αντιπρόσωποι πωλήσεων πήγαν στον ίδιο γιατρό για τρία διαφορετικά φάρμακα.

Οι γιατροί έπρεπε να συνταγογραφήσουν φάρμακα της Novartis για να πληρωθούν. Τα χρήματα που δίδονταν στους γιατρούς από το πρόγραμμα EXACTLY ερχόντουσαν απευθείας από το επιτελείο της Novartis στη Βασιλεία της Ελβετίας, γνωστά ως B-Money. Ομοίως, σε σχέση με τα ηλεκτρονικά πάνελ, οι αντιπρόσωποι πωλήσεων συμπλήρωναν ερωτηματολόγια έρευνας αγοράς για τους γιατρούς, ώστε να πληρωθούν. Η Ελένη Βάρδη, μία εργαζόμενη στο τμήμα προώθησης (marketing), επιθεωρούσε και ενέκρινε τις συμπληρωθείσες έρευνες και προωθούσε τις πληρωμές στους γιατρούς.

Το πρόγραμμα EXACTLY σταμάτησε αιφνιδίως και ο Σταύρος διηύθυνε τον επαναπροσδιορισμό όλων των εγγράφων του EXACTLY. Ο Αντώνης Werner Σαρλικιώτης σχεδίαζε να καταστρέψει έγγραφα ερευνών ώστε να αποκλείσει τυχόν αποκαλύψεις. Ένας κατάλογος καταρτίστηκε από το Τμήμα

Πληροφορίας της Τεχνολογίας της Sandoz. Το Τμήμα αυτό ανέλυσε τα έγγραφα που είχαν αποθηκευθεί σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές αντιπροσώπων πωλήσεων και διευθυντών πωλήσεων. Ο Αλέξανδρος Μπούλλιας και ο FNU Κοντανίκος ήταν υπεύθυνοι για τον κατάλογο της ηλεκτρονικής πληροφορίας.

Τα έγγραφα καταστράφηκαν καθώς το EXACTLY ήταν το μεγαλύτερο σχέδιο πληρωμής μαύρων χρημάτων στους γιατρούς που εκπονήθηκε από την Novartis. Το σχέδιο ήταν τόσο μεγάλο και γιγαντώθηκε τόσο γρήγορα. Τα αποτελέσματα και η αύξηση του μεγέθους δεν είχαν βάσιμη εξήγηση και ήταν λιγότερο υπερασπίσιμα, γεγονός που οδήγησε στην καταστροφή του αποδεικτικού υλικού. Το πρόγραμμα EXACTLY επέτρεπε στους αντιπροσώπους και στους διευθυντές πωλήσεων να 'σπρώχνουν' τρία σκευάσματα της Novartis σε κάθε γιατρό. Το κεντρικό επιτελείο της Novartis προέβλεπε τα χρήματα που θα καταβάλλονταν στους γιατρούς στο πλαίσιο του σχεδίου EXACTLY. Η καταστροφή των εγγράφων στόχευε στην απόκρυψη του προγράμματος από τους Έλληνες ρυθμιστές, όχι από το επιτελείο της Novartis.

Η Μαριάνθη Ψάχα πήγε στο Κιότο της Ιαπωνίας μαζί με 120 γιατρούς για επτά ημέρες. Οι οικογένειες των γιατρών δεν παρακολούθησαν το συνέδριο. Δεν υπήρχε καμία εκπαίδευση ή γνώση κατά την διάρκεια του συνεδρίου. Οι γιατροί επισκέφθηκαν το συνέδριο την πρώτη ημέρα για να λάβουν το πρόγραμμα του συνεδρίου και την τελευταία ημέρα για να παραλάβουν το πιστοποιητικό παρακολούθησης. Η Sandoz πλήρωσε περίπου 5.000 Ευρώ για κάθε γιατρό που αναλυόταν

σε 3.000 Ευρώ για μετάβαση και ξενοδοχείο και 2.000 Ευρώ για δραστηριότητες. Το κόστος επιμεριζόταν μεταξύ διαφόρων κέντρων εξόδων στα οικονομικά αρχεία της Sandoz. Η Sandoz έλαβε περισσότερες από 100 συνταγογραφήσεις από καθένα εκ των γιατρών που συμμετείχαν στο συνέδριο του Κιότο.

Ο Sandoz πλήρωσε για μία εβδομαδιαίας διάρκειας ομάδα συζήτησης για ένα επιλεγέν γκρουπ ιατρών και έκανε όλες τις συμφωνίες. Ένας ψυχολόγος παρουσίαζε μία δίωρη παρουσίαση στους γιατρούς. Ο ψυχολόγος ήταν εκεί για να εκτιμήσει συμπεριφορές και χρησιμοποιήθηκε ως δικαιολογία για να έρθουν οι γιατροί σε ένα θέρετρο. Τα επιστημονικά αποτελέσματα και αναφορές της δίωρης παρουσίασης επικοινωνούνταν ώστε η Sandoz να αποφύγει εντοπισμό από τον ΕΟΦ. Οι εναπομείνασες δραστηριότητες του σαββατοκύριακου ήταν διαφορετικοί τύποι ψυχαγωγίας για τους γιατρούς που πληρώνονταν από την Sandoz. Η Sandoz παρείχε όλα τα γεύματα για τα μέλη της ομάδας συζήτησης. Τα σαββατοκύριακα οργανώνονταν σε διαδραστικά γκρουπ και οι γιατροί ενθαρρύνονταν να φέρουν και τις οικογένειές τους. Οι λογαριασμοί και τα τιμολόγια που σχετίζονται με τις ομάδες συζήτησης αποδεικνύουν ότι δεν υπήρχαν επιστημονικά γεγονότα.

Οι γιατροί που μετείχαν στις ομάδες συζήτησης εκτός πόλης συμφωνούσαν στον ορισμό αριθμού συνταγογραφήσεων που έπρεπε να εξασφαλισθεί εκ των προτέρων. Οι διάλογοι για τις αναμενόμενες συνταγογραφήσεις

γίνονταν προσωπικά στα γραφεία του κάθε γιατρού. Κάποιες εκ των συνταγών έπρεπε να γραφούν πριν τις ομάδες συζήτησης και οι υπόλοιπες γράφονταν μετά.

Σχέδιο 2-Ηλεκτρονικά πάνελ

Τα ηλεκτρονικά πάνελ ήταν ένα πρόγραμμα που εκπόνησε η Novartis. Ο στόχος του προγράμματος ήταν η συγκέντρωση πληροφοριών για ιατρικούς σκοπούς και την διεύθυνση έρευνας marketing. Οι επιλεγέντες ιατροί που συμμετείχαν στην έρευνα προώθησης αποζημιώνονταν. Τα ηλεκτρονικά πάνελ δημιουργήθηκαν ώστε να δίνονται χρήματα σε γιατρούς ως δωροδοκία επί σκοπώ αύξησης των συνταγογραφήσεων. Αυτό το πρόγραμμα χρησιμοποιήθηκε για την αύξηση πωλήσεων των σκευασμάτων της Novartis. Στους γιατρούς γνωστοποιούνταν ότι θα λάμβαναν μία έρευνα για διερεύνηση αγοράς και όταν ολοκληρωνόταν η έρευνα, θα γινόταν και η πληρωμή.

Οι γιατροί γενικά πληρώνονταν εντός χρονικού διαστήματος ενός μηνός από την ολοκλήρωση της έρευνας. Οι χειρόγραφες έρευνες μερικές φορές συμπληρωνόντουσαν από τους αντιπροσώπους πωλήσεων. Οι αντιπρόσωποι πωλήσεων συμβούλευαν τους γιατρούς στην συμπλήρωση των ηλεκτρονικών ερευνών. Οι αντιπρόσωποι πωλήσεων της Sandoz πήγαιναν στους γιατρούς (στα ιατρεία) και συζητούσαν για τις παραμέτρους των δωροδοκιών. **Οι αντιπρόσωποι ενημέρωναν** τους γιατρούς ότι θα έπαιρναν 500-1000 Ευρώ για συγκεκριμένο αριθμό συνταγογραφήσεων φαρμάκων της Novartis. Ο μέσος όρος που πληρωνόταν σε κάθε γιατρό την φορά ήταν 500 Ευρώ. Ο λόγος ήταν ότι

τα 1000 Ευρώ θα φάνταζαν ιδιαίτερα μεγάλο και ύποπτο ποσό για έρευνα αγοράς. Η συνταγογράφηση για κάθε γιατρό ήταν ένας μέσος όρος 1.5 κουτιά.

Η Sandoz επικοινωνήσε τον λόγο των ηλεκτρονικών πάνελ σε ένα τακτικό σχέδιο που έδειξε ότι τα ηλεκτρονικά πάνελ προορίζονταν να παράσχουν έρευνα από την ελληνική αγορά φαρμάκων για τα γενόσημα. Τα γενόσημα απειλούσαν την αγορά των φαρμάκων της Novartis. Δεν υπήρχε καμία αξία στις πληροφορίες που ελήφθησαν μέσω των ερευνών.

Η Sandoz αρχικά ήθελε να δωροδοκήσει 400 γιατρούς κατά την πραγμάτωση του προγράμματος ηλεκτρονικού πάνελ. Αυτό έγινε με διάφορους τρόπους. Το πρώτο κύμα περιελάμβανε 100 γιατρούς και το δεύτερο κάτι περισσότερο από 100 γιατρούς. Οι γιατροί είχαν την δυνατότητα να λαμβάνουν πολλαπλές πληρωμές σε κάθε κύμα. Οι αντιπρόσωποι πωλήσεων λάμβαναν ένα ποσό για το σύνολο που θα δίδονταν στους γιατρούς.

Η Sandoz διέκρινε ελκυστικούς γιατρούς εφαρμόζοντας ένα σύστημα κατάταξης. Οι γιατροί χωρίζονταν σε κατηγορία Α, Β ή Γ με βάση τον αριθμό των ασθενών που κάθε γιατρός θεραπεύε με φάρμακα της Novartis. Οι γιατροί με τα χωρίζονταν σε υποκατηγορία 1, 2 ή 3. Η υποκατηγορία βασιζόταν στη σχέση που είχε ο γιατρός με την Novartis. Στην πρώτη κατηγορία ανήκαν οι γιατροί 'φίλοι' της Novartis, στη δεύτερη αυτοί που ήταν στη μέση και στην τρίτη, ανήκαν αυτοί που δεν ήταν φίλοι με την Novartis. Οι γιατροί της κατηγορίας 1 είχαν την δυναμική της αύξησης των προϊόντων της Novartis. Όπως και να χει, οι γιατροί αυτοί

γενικά συνταγογραφούσαν περισσότερα προϊόντα της Pfizer ή της Bayer. Το πρόγραμμα ηλεκτρονικού πάνελ επικεντρωνόταν κυρίως στους γιατρούς της κατηγορίας A1, A2 και A3.

Η Sandoz χρησιμοποίησε έναν πωλητή, τον Zeincro, για το πρόγραμμα ηλεκτρονικού πάνελ. Η συνήθης διαδικασία έρευνας προώθησης περιελάμβανε την επιλογή από τον Zeincro ιατρών χωρίς η εταιρία να γνωρίζει τις ταυτότητές τους και αποστολή σε αυτούς μίας τυχαίας έρευνας. Πάντως η Sandoz όριζε τα ποσά που θα καταβάλλονταν και προωθούσε τη λίστα στον Zeincro. Η Sandoz κοινοποιούσε τη λίστα των επιλεγέντων ιατρών και τα ποσά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Οι αντιπρόσωποι πωλήσεων βοηθούσαν τους γιατρούς στην συμπλήρωση της έρευνας ή το 80% περίπου συμπληρωνόταν από τους ίδιους τους αντιπροσώπους. **Ο Zeincro γνωστοποιούσε στους αντιπροσώπους πωλήσεων του Sandoz ότι ο συγκεκριμένος γιατρός είχε πληρωθεί.** Ο αντιπρόσωπος πωλήσεων θα πίεζε τον γιατρό για τις συνταγογραφήσεις μετά την προώθηση της πληρωμής. Η διαπραγμάτευση επέιχε θέση συμφωνίας μεταξύ του Zeincro και του γιατρού αντί του Sandoz και του γιατρού.

Ο Zeincro χρησιμοποιούνταν ως όχημα δωροδοκίας. Τα ποσά που ο Zeincro πλήρωνε στους πωλητές (εμπόρους) δεν ήταν μαύρα χρήματα γιατί τα χρήματα δίδονταν στους γιατρούς για έρευνα προώθησης. Η έρευνα δεν άξιζε 500-1000 Ευρώ και χρειάζονταν μόνο δέκα λεπτά για να συμπληρωθεί από τους γιατρούς.

Τα συμπληρωθέντα στοιχεία από τους γιατρούς χρησιμοποιούνταν προς επιβεβαίωση του

αριθμού των συνταγογραφήσεων του κάθε γιατρού. Οι γιατροί δεν είχαν την δυνατότητα να καθορίσουν τον αριθμό συνταγογραφήσεων που περιέγραψαν. Ήταν παράνομο υπό το Ελληνικό Δίκαιο για τους γιατρούς να παρέχουν πληροφορίες συνταγών στους αντιπροσώπους πωλήσεων αφ'ής στιγμής περιλαμβάνοντο και πληροφορίες των πελατών. Από την στιγμή που η διαπραγμάτευση συνιστούσε συμφωνία, ο γιατρός υποχρεούνταν να επιδείξει στον αντιπρόσωπο πωλήσεων τον αριθμό συνταγογραφήσεων. Το 2009, όταν η Novartis ήταν κάτω από τεράστια πίεση, οι αντιπρόσωποι πωλήσεων υποχρέωσαν τους γιατρούς να δώσουν τηλεφωνικούς αριθμούς ασθενών στους αντιπροσώπους. Οι αντιπρόσωποι επικοινωνούσαν με τους ασθενείς για να επιβεβαιώσουν ότι οι τελευταίοι λάμβαναν φάρμακα της Novartis. Οι αντιπρόσωποι μιλούσαν με τους ασθενείς χωρίς την έγκριση των ιατρών.

Το πρόγραμμα ηλεκτρονικού πάνελ διευθύνονταν από τον Γεώργιο Σιμεολόρδη, διευθυντή του Sandoz. Όλες οι επαφές με τον Zeincro γίνονταν μέσω Σιμεολόρδη. Δεν υπήρχαν επιστημονικοί διευθυντές ή ιατρικοί σύμβουλοι που να ασχολούνται με αυτό το πρόγραμμα.

Τα αποτελέσματα ερευνών ηλεκτρονικού πάνελ αποστέλλοντο στο Διευθυντή Marketing στην Sandoz με την μορφή αναφοράς. Η αναφορά γινόταν για κάλυψη των ιχνών του σχεδίου δωροδοκίας. Δεν υπήρχε απόδειξη ότι τα αποτελέσματα της έρευνας ελέγχονταν. Σαν γενική πρακτική, ο Διευθυντής Marketing έβαζε την αναφορά στην άκρη, καθώς δεν υπήρχε κέρδος από αυτή. Τα

αποτελέσματα δεν γνωστοποιούνταν ποτέ σε άλλους εργαζόμενους του Sandoz ή εντός του τμήματος. Ένα παράδειγμα μίας αρμόζουσας εταιρικής πρακτικής θα ήταν η γνωστοποίηση των αποτελεσμάτων.

Η Novartis διεξήγαγε μία νόμιμη έρευνα για υπέρταση COPD. Τα αποτελέσματα αυτής συζητήθηκαν σε συναντήσεις πωλήσεων. Η Sandoz δεν είχε σε ισχύ σπουδές marketing. Οι μόνες σπουδές που έγιναν για τον Sandoz ήταν μέσω ηλεκτρονικών πάνελ και ήταν 'βρώμικες έρευνες'. Όλες οι σπουδές έρευνας που πραγματοποιήθηκαν μέσω πωλήσεων ήταν ψευδείς.

Ο Zeincro θα έπρεπε να εκδώσει τιμολόγια πληρωμής στους γιατρούς για τις έρευνες προώθησης αλλά η Sandoz εξέδιδε τιμολόγια προς τους γιατρούς.

Υπάρχουν περισσότεροι από 57,000 εν ενεργεία γιατροί στην Ελλάδα. Μία οπτική όλου του χρήματος που εισήλθε στην αγορά και οπιθανός έλεγχος της αγοράς ήταν σε μία αναφορά. Η αναφορά ήταν δυναμική και όλοι οι αντιπρόσωποι πωλήσεων είχαν πρόσβαση στο σύστημα. Οι αντιπρόσωποι πωλήσεων δεν είχαν πρόσβαση στο να επεξεργασθούν τα νούμερα του εγγράφου κατά τη διάρκεια του τριμήνου. Στο τέλος του τριμήνου το σύστημα SRM άνοιξε το έγγραφο προς επεξεργασία για μία εβδομάδα. Οι αντιπρόσωποι και διευθυντές πωλήσεων ενημέρωναν το έγγραφο εντός της εβδομάδας για να επιβεβαιώσουν ότι τα χρήματα πήγαν στους κατάλληλους γιατρούς.

Εντός των εγγράφων Excel της Microsoft, υπήρχαν κρυμμένα, φύλλα, στήλες και σειρές (ταξινομήσεις). Τα κρυμμένα φύλλα, στήλες, σειρές περιείχαν

φόρμες και υπολογισμούς καθορισμού κατά πόσο το συνολικό ποσό κατανομής (διασποράς) ήταν το ορθό. Οι κρυμμένες φόρμες επίσης μετέδιδαν τους αριθμούς σε άλλα φύλλα Excel της Sandoz. Αυτό το έγγραφο επιβεβαίωνε ότι οι γιατροί κατηγορίας A1, A2 και A3 είχαν έναν ικανό αριθμό επισκέψεων από διευθυντές και αντιπροσώπους πωλήσεων εντός του τριμήνου. Σε κάθε περιφερειακό σχέδιο, υπήρχε μία κρυφή ετικέτα στο έγγραφο του Excel με την ονομασία 'γιατροί' που αποτελούσε σύνδεσμο ανάμεσα σε διαφορετικά Excel. Αυτό υπήρχε προς διασφάλιση ότι υπήρχε μία κοινή γλώσσα ανάμεσα στα διαφορετικά φύλλα Excel.

Το σύστημα Φαράω περιελάμβανε πληροφορίες πωλήσεων για εμφάνιση αγορών και αναλυόταν ώστε να καταστεί βέβαιο ότι κάθε αντιπρόσωπος πωλήσεων άγγιζε τον στόχο. Ο ετήσιος στόχος της Sandoz ήταν 12% ως μερίδιο αγοράς. Αν ο αντιπρόσωπος πωλήσεων δεν πετύχαινε τον στόχο, λάμβανε μία φτωχή αναφορά δράσης.

Ο Ευθύμιος Νικολόπουλος, (γνωστός στον συντάκτη ως Ευθύμιος Νικολόπουλος) Διευθυντής Πωλήσεων και Λειτουργικού Marketing της Novartis, μπορεί να επιβεβαιώσει τις πολιτικές της εταιρίας και τις διαδικασίες για το προαναφερθέν σχέδιο.

Η Susanne Gruber ήταν η επικεφαλής του Τμήματος Πωλήσεων και Λειτουργικού Marketing της Novartis, μέχρι το 2010. Το τμήμα αυτό συμπεριέλαβε δεδομένα, marketing και σχέδια τακτικής και περιφερειακά σχέδια για την Sandoz. Η Gruber προώθησε τον χαράλαμπο Γιαννούλη να την αντικαταστήσει.

Επιπλέον των ερευνών marketing με ηλεκτρονικά πάνελ, οι αντιπρόσωποι πωλήσεων προμήθευαν τα νοσοκομεία με εξοπλισμό δωρεάν ως αντάλλαγμα για τις αυξημένες συνταγογραφήσεις.

Σχέδιο Δωροδοκίας 3. Ψευδή Τιμολόγια.

Κατά το δεύτερο τρίμηνο του 2016, η Sandoz ξόδεψε 15.000 Ευρώ σε ψευδή τιμολόγια για την παραγωγή διαφημιστικών εντύπων. Ο πωλητής κρατούσε το 10% και χρησιμοποιούσε το υπόλοιπο για να πληρώσει τους γιατρούς που η Sandoz αναγνώριζε. Η ηγετική ομάδα ήθελε τον Αθανασιάδη να καλύπτει τις δωροδοκίες ως νόμιμα έξοδα (ελευθερημετάφραση).

Σχέδιο 4. Απευθείας πληρωμών γιατρών

Το πρώτο άγνωστο όνομα, ο Πιτσιλίδης, κρατούσε όλα τα αρχεία και ενέκρινε όλες τις πληρωμές. Ο Πιτσιλίδης ζητούσε από τους διευθυντές πωλήσεων την λίστα όλων των γιατρών που έπρεπε να πληρωθούν. Τον Σεπτέμβριο του 2013 η Sandoz σταμάτησε την προώθηση με ηλεκτρονικά πάνελ. Η ηγετική ομάδα της Sandoz, (που) αποτελούνταν από τον Γεώργιο Στεφανάκο, τον Νικόλαο Δημητριάδα (γνωστό στον συντάκτη ως Νίκο Δημητριάδη), Γιάννα Σωτηράκου και Χρήστο Γκάλλη. Η ηγετική ομάδα είχε μία επαφή κατά την οποία ζήτησε από όλους τους περιφερειακούς διευθυντές πωλήσεων να παρέχουν λίστα των γιατρών της κατηγορίας Α. Τους ενημέρωσε ότι τα ηλεκτρονικά πάνελ ήταν μία παράνομη μέθοδος και ότι οι γιατροί θα πληρώνονται απευθείας από τον Πιτσιλίδη. Κατά την συνάντηση η Σωτηράκου πήγε σε ένα γραφείο και πήρε έναν φάκελο με όλες

τις αποδείξεις και την λίστα των γιατρών που πληρώθηκαν.

Πώληση της Sandoz.

Η Novartis σκόπευε να πωλήσει την Sandoz. Η εταιρία δωροδότησε γιατρούς ώστε μελλοντικοί αγοραστές να έχουν την εντύπωση ότι η Sandoz ήταν πιο επικερδής. Η εταιρία ήθελε να αυξήσει το μερίδιο αγοράς στην Ελλάδα (και) να φανεί πιο ελκυστικό.

Προϋπολογισμός

Η Βασιλεία ενέκρινε τον προϋπολογισμό της Novartis σε μία προσέγγιση προς τα κάτω. Η Ελλάδα είχε μεγαλύτερα διαφημιστικά έξοδα από την Γαλλία ή την Γερμανία. Ο προϋπολογισμός του τμήματος επικοινωνίας ενισχύθηκε σημαντικά, ιδίως για έξοδα προώθησης. Το αρχικό ποσό για τον προϋπολογισμό ήταν περίπου 40,000 Ευρώ. Το ποσό αυξήθηκε στα 500,000 Ευρώ, επιπλέον στα 500,000 Ευρώ για την πρόσβαση στην αγορά με ένα επιπρόσθετο κονδύλιο για πρόσβαση αγοράς στον τομέα της ογκολογίας. Ο προϋπολογισμός αναθεωρούνταν κάθε έξι μήνες σύμφωνα με την πολιτική της εταιρίας. Η εταιρία είχε συναντήσεις επιθεώρησης επιχειρηματικότητας κατά τις οποίες κάθε επικεφαλής τομέα συνομιλούσε με τον Eric Cornut, επικεφαλής του Περιφερειακού Τμήματος Φαρμάκων της Ευρώπης και Γενικό Εμπορικό Διευθυντή, για τη γενική εικόνα των δράσεων που λάμβαναν χώρα και οργανώνονταν για κάθε τομέα. Γίνονταν συζητήσεις για τις μεθόδους που απέδιδαν και για ζητήματα που έπρεπε να επιλυθούν για κάθε τμήμα.

PUBLICIS HELLAS

Μία παγκόσμια συμφωνία προμήθειαςπραγματώθηκε η οποία επικεντρώθηκε στις επαφές με πωλητές μέσων (media). Η παγκόσμια συμφωνία δημιούργησε έναν κεντρικό πωλητή, την Publicis Hellas, την οποία όλες οι φαρμακευτικές εταιρίες κάθε χώρας χρησιμοποιούσαν για διαφημίσεις. Ο Πρόεδρος της Publicis ήταν ο Αντόας Πασσάς (γνωστός στον συντάκτη ως Αντώνης Πασσάς). Η Publicis Hellas ήταν η πατρική εταιρία της Zenith Media. Η Αντιγόνη Γαλάνη ήταν η Αντιπρόεδρος της Zenith Media. Σύμφωνα με τη διάρθρωση της εταιρίας, κάτω από την Zenith Media, ήταν η INKAN. Η INKAN στόχευε στις ψηφιακές διαφημίσεις και αργότερα, πτώχευσε. Ο ιδιοκτήτης της Publicis Hellas ήταν ο Θωμάς Αντωνιάδης. Το ιδανικό αποτέλεσμα ήταν οι φαρμακευτικές εταιρίες να αποκτήσουν καλύτερες τιμές για διαφήμιση.

Το 2014, το Τμήμα Αγοράς της Novartis πίεζε ώστε να κατέχει όλα τα μέσα μέσω της Publicis Hellas. Υπήρχε μία φήμη ότι η Publicis Hellas χρησιμοποιούσε την Zenith Media σαν όχημα ώστε να χειραγωγεί την αγορά χρησιμοποιώντας μικρότερες εταιρίες για επιχειρήσεις. Οι μικρότερες εταιρίες λάμβαναν στο τέλος του έτους επιστροφές χρημάτων. Η Zenith Media χρέωσε την Novartis με τέλος διεκπεραίωσης 6%. Η Zenith Media απευθύνθηκε στις άλλες εταιρίες media και ζήτησε ποσοστό 20%. Αυτή ήταν κοινήπρακτική στη βιομηχανία μέσων στην Ελλάδα. Η Publicis Hellas επίσης ζήτησε σημαντική παρακράτηση αμοιβών (προμηθειών) ύψους 12.000-15.000 Ευρώ τον μήνα.

Σύμφωνα με την πολιτική, η Zenith προβλεπόταν να εκδίδει τιμολόγια με ένα αντίγραφο της διαφήμισης ή μία λήψη από την ιστοσελίδα

απευθείας προς το λογιστήριο της Novartis. Το λογιστήριο αντιστοιχούσε τα τιμολόγια στο πακέτο της Zenith. Η Zenith παρείχε στιγμιότυπα οθόνης ιστοσελίδων που δεν υπήρχαν στη Novartis.

Υπήρχε μία εξαίρεση στην τροποποίηση της παγκόσμιας συμφωνίας. Η Novartis μπορούσε να επιλέγει μικρότερους πωλητές εάν υπήρχε συνεργασία με μέσα ειδικευόμενα στην υγειονομική περίθαλψη. Οι μικροί πωλητές ζητούσαν να πληρώνονται απευθείας από την Novartis από την στιγμή που ο μέσος κύκλος πληρωμής προς τους πωλητές διαρκούσε εννέα μήνες όταν η πληρωμή προωθούνταν μέσω της Publicis Hellas αντί τεσσάρων μηνών, οσάκις η πληρωμή προωθούνταν απευθείας μέσω της Novartis.

Η ευθύνη της Publicis Hellas συνίστατο στο αναζητά ψεύτικες ιστοσελίδες και απατηλές διαφημίσεις, που δεν υπήρχαν. Ειδικοί πωλητές λάμβαναν τιμολόγια μέσω της Publicis Hellas χωρίς τον πρόπονα διαγνωστικό έλεγχο. Η Publicis ήταν υπεύθυνη να επαληθεύει τους πωλητές. Σε κάθε περίπτωση λάμβαναν 6% επιστροφή από όλες τις συναλλαγές. Η Publicis ανέβαζε στιγμιότυπα οθόνης των συγκεκριμένων διαφημίσεων και δεν έκανε περαιτέρω έρευνα στα μέσα ενημέρωσης ή περαιτέρω ανάλυση. Ο Πασσάς ήταν γνώστης της κουλτούρας της Publicis και αναβαθμίστηκε σε Πρόεδρο του γκρουπ. Ήταν πιθανό οι οικονομικοί διευθυντές της Publicis Hellas και της Novartis να έχουν μία εμπιστευτική συμφωνία ότι αν ορισμένοι πωλητές είχαν κοκκινήσει, να επιτρέπουν την προώθηση των πληρωμών.

Η διαδικασία έγκρισης της Novartis για την πληρωμή των τιμολογίων είχε ως εξής:

1. Οι υπεύθυνοι αγοράς εισήγαγαν την πληροφορία στο σύστημα της Novartis.
2. Πρώτο στάδιο έγκρισης από τον διευθυντή του τμήματος αγοράς. Ο διευθυντής αυτός ήταν υπεύθυνος για άσκησης επίβλεψης, επικύρωση σχέσης πωλητών και εισοδο παραμέτρων στο σύστημα.
3. Δεύτερο στάδιο έγκρισης από τον διευθυντή του τμήματος εξόδων ή τον υπεύθυνο του τμήματος επικοινωνίας. Οι διευθυντές δεν δύναντο να εγκρίνουν τις δικές τους εισαγωγές.
4. Επόπτης διευθυντή κέντρου εξόδων.
5. Έγκριση από γενικό οικονομικό διευθυντή αν το ποσό υπερέβαινε τα 25.000 Ευρώ.

REAL MEDIA

Ιδιοκτήτης της REAL MEDIA ήταν ο Νίκος Χατζηνικολάου, δημοφιλής δημοσιογράφος με σημαντική πολιτική επιρροή. Ο Χατζηνικολάου μεγάλωσε σε μία συντηρητική πολιτική οικογένεια. Ο Χατζηνικολάου συναντήθηκε με τον Κωνσταντίνο Φρουζή, Αντιπρόεδρο της Novartis, 3-4 φορές στο γραφείο του Φρουζή κατά την περίοδο 2012-2014. Ο Χατζηνικολάου είχε εύκολη πρόσβαση στο υπουργείο οικονομικών, υπουργείο άμυνας, υπουργείο παιδείας, υπουργείο υγείας και υπουργείο ανάπτυξης. Ο Νίκος κανόνιζε συναντήσεις μεταξύ αυτών των υπουργείων και του Φρουζή. Σε αντάλλαγμα, η Novartis εξέδιδε τιμολόγια για την Real Media. Για παράδειγμα, χωρίς την χάρη, μία διαφήμιση που

γινόταν στη Real Media θα κόστιζε περίπου 2.000 Ευρώ. Η Novartis πλήρωνε 3.000 Ευρώ για τη διαφήμιση. Η διαφήμιση ήταν νόμιμη. Όμως το τιμολόγιο ήταν προσαυξημένο. Η Novartis τιμολογούσε απευθείας στη Real Media έτσι ώστε η Real Media πληρωνόταν εντός τεσσάρων μηνών αντί του πλαισίου των εννέα μηνών και η Real Media δεν χρειαζόταν να πληρώσει την έκπτωση (επιστροφή) 20% στη Zenith.

Οι εταιρίες μέσω ενδημέρωσης χρησιμοποιήθηκαν από τη Novartis για πληρωμή δωροδοκιών και ξέπλυμα χρήματος. Οι μικρότερες εταιρίες μέσω ενδημέρωσης και η Publicis Hellas είχαν ενταχθεί στο σχέδιο δωροδοκίας. Ο Φρουζής ενέκρινε τις αιτιολογίες για τις δωροδοκίες.

PRESTIGE COMMUNICATION

Η PRESTIGE COMMUNICATION χρησιμοποιήθηκε σαν όχημα για τους δημοσιογράφους ώστε να πληρώνονται τα ποσά του σχεδίου δωροδοκίας. Η PRESTIGE ιδρύθηκε το 2011 με ένα σύνολο δημοσιογράφων φροντίδας υγείας. Η Novartis παρείχε το κεφάλαιο για να εδραιωθεί η PRESTIGE. Η PRESTIGE χρειαζόταν 4.500 Ευρώ για την έναρξη της επιχείρησης. Η Novartis ήταν ο μόνος προμηθευτής και πελάτης της PRESTIGE. Η PRESTIGE είχε τρεις προτεραιότητες:

1. Στήριξε τον Φρουζή, τον Πρόεδρο της Novartis EOF, στις εκλογές για πρόεδρο της ΣΒΙΕΕ. Ο Φρουζής χρειαζόταν την υποστήριξη και έπρεπε να είναι πιο αναγνωρίσιμος στη βιομηχανία υπηρεσιών υγείας.
2. Παρήγαγε στήλες άρθρων για ανταγωνιστικά προϊόντα.
3. Δημιούργησε ένα γκρουπ μέσω ενδημέρωσης χωρίς να είναι στον χώρο των media, που

επέτρεπε στους δημοσιογράφους να παίρνουν χρήματα από την PRESTIGE.

Δεν υπήρχε ροή έγκρισης για αντικείμενα που κινούνταν μέσω της PRESTIGE. Η Novartis πλήρωνε για τις ιστοσελίδες που δεν είχαν κίνηση μέσω media, δημοσιευμένες διαφημίσεις κλπ. Η Prestige δημιούργησε μία ιστοσελίδα με ονομασία 'υγεία 360' που ήταν μία ιστοσελίδα φροντίδας υγείας για να βοηθήσει τους δημοσιογράφους. Οι δημοσιογράφοι συγκεντρώναν ένα ορισμένο τέλος από την Novartis για έκδοση της ιστοσελίδας, που ήταν σε κυμαινόμενη κλίμακα. Η ιστοσελίδα στην κλίμακα της Google αξιολογήθηκε με 3 στα 10 και δεν ανέφερε στατιστικά επισκεψιμότητας. Η αξία της ιστοσελίδας κυμαινόταν στα 1.200 Ευρώ. Σε κάθε περίπτωση η Novartis πλήρωσε 30.000 Ευρώ για εικονικές διαφημίσεις στην ιστοσελίδα. Τα διαφημιστικά πλαίσια δεν βρέθηκαν στην ιστοσελίδα. Η Prestige και ο Βουλκίδης χρησιμοποιούσαν την ίδια μέθοδο για να ξεπλένουν χρήματα. Πάντως, δεν υπήρχαν δωροδοκίες πληρωτέες σε κυβερνητικούς αξιωματούχους μέσω της PRESTIGE.

ETHOS MEDIA

Ιδιοκτήτης της ETHOS MEDIA ήταν ο Κωνσταντίνος Ουζούνης. Η ETHOS MEDIA ήταν μία από τις εταιρίες που χρησιμοποιήθηκε στο σχέδιο δωροδοκίας. Ο Νίκος Μαναδίκης (γνωστός στον συντάκτη ως Νίκος Μανιαδάκης), σύμβουλος υγείας, πρότεινε η Novartis να συνεργαστεί με την ETHOS MEDIA.

M I NDWORK

Ιδιοκτήτης της MINDWORK ήταν η Σταυρούλα Νικολοβούλου (Λίνα) (γνωστή στον συντάκτη ως

Σταυρούλα Νικολοπούλου). Η Λίνα ήταν η σύζυγος του πρώην Υπουργού Οικονομικών και κεντρικού τραπεζίτη της Ελλάδας Γιάννη Στουρνάρα (γνωστός στον συντάκτη ως Γιάννης Στουρνάρας). Ο Στουρνάρας ήταν ο κεντρικός τραπεζίτης στην Ελλάδα από τον Ιούνιο του 2012 έως το τέλος του 2013. Ο Στουρνάρας ίδρυσε την IOBE, που ήταν ινστιτούτο που ανέλυε τις οικονομικές τάσεις και παρείχε ακριβές σπουδές στη ΣΒΙΕ φαρμακευτικών τάσεων. Η MINDWORK πραγματοποίησε πληρωμές σε φαρμακευτικές εταιρίες για την Novartis. Η MINDWORK χρησιμοποιήθηκε για παροχή συμβουλών, έρευνα αγοράς και άλλες υπηρεσίες. Για παράδειγμα, μία εκδρομή οργανώθηκε σε ελληνικά νησιά για δημοσιογράφους. Υπήρχαν φωτογραφίες που λήφθηκαν κατά το ταξίδι και κύριος ομιλητής ήταν ο FNU ΚΥΡΙΟΠΟΥΛΟΣ, διευθυντής της Εθνικής Σχολής Δημόσιας Υγείας (γνωστός στον συντάκτη ως Γιάννης Κυριόπουλος). Το ταξίδι περιελάμβανε αυξημένη τιμολόγηση ποσών μέσω της MINDWORK. Το αληθές ποσό του ξενοδοχείου και των γευμάτων ήταν το μισό από την αξία τιμολόγησης. Η MINDWORK ήταν ο οργανωτής και αποζημιώθηκε για την συμμετοχή στο συνέδριο. Το ποσό των 4.000 Ευρώ ήταν χαμηλό σε σχέση με τα ποσά προηγούμενων ετών.

NEW MEDICAL DEVELOPMENT

Ιδιοκτήτης της NEW MEDICAL DEVELOPMENT ήταν ο Μανώλης Βουλκίδης (γνωστός στον συντάκτη ως Εμμανουήλ Βουλκίδης). Ο Βουλκίδης ήταν το κεντρικό σημείο επαφής για το ξέπλυμα χρήματος για λειτουργίες της αγοράς. Η προηγούμενη εταιρία του Βουλκίδη ήταν η M E D I C A L D E V E L O P M E N T, η οποία χρεοκόπησε.

Μετά την πτώχευση της MEDICAL DEVELOPMENT, η NEW MEDICAL DEVELOPMENT ιδρύθηκε από τον γιο του Βουλκίδη, Θεόδωρο Βουλκίδη.

Η Novartis προσκάλεσε έναν αναγνωρισμένο δημοσιογράφο να συμμετάσχει σε ένα πάνελ κατά την προεκλογική περίοδο με κυβερνητικούς αξιωματούχους. Ο Λιαρόπουλος ήταν μέλος του πολιτικού κόμματος ΔΡΑΣΗ. Ο Λιαρόπουλος συστήθηκε σαν πολιτική οντότητα που έκανε εκστρατεία κατά την διάρκεια του πάνελ. Ήταν άλλα τρία άτομα που συμμετείχαν στο πάνελ: Μανώλης Αγγέλακας (γνωστός στον συντάκτη ως Μανώλης Αγγελάκης), Υφυπουργός της Νέας Δημοκρατίας, Βασίλης Κοντοζαμάνης, υποψήφιος με τη Νέα Δημοκρατία, Αθηνά Δρέττα, Γενική Γραμματέας του Υπουργείου Υγείας. Ο Κοντοζαμάνης δεν έλαβε κάποιο ποσό για την συμμετοχή του. Η Δρέττα ήταν υπεύθυνη για την αποζημίωση φαρμακευτικών προϊόντων.

ΠΙΤΣΙΛΙΔΗΣ

Οι πωλητές του Πιτσιλίδη ήταν ιατρικοί αρθρογράφοι. Ο Πιτσιλίδης είχε ένα σύνδεσμο να πληρώνει τους γιατρούς για την BAYER και υπήρχε ένας συγκεκριμένος προϋπολογισμός για τον Πιτσιλίδη. Ο Φρουζής κατηύθυνε τον Πιτσιλίδη. Ο πωλητής πήγε στους γερμανούς εισαγγελέεις για να συζητήσει ισχυρισμούς για ξέπλυμα χρήματος και πρακτικές της BAYER. Ο Πιτσιλίδης αποκλείστηκε από την εσωτερική ομάδα ελέγχου. **Στον Πιτσιλίδη επιβλήθηκε πρόστιμο 1 εκατομμυρίου Ευρώ και η εταιρία του πτώχευσε.** Λίγο μετά απεβίωσε ο ίδιος.

Η δραστηριότητα με την DIAGNOS PRESS επαναλήφθηκε στις οικονομικές ενημερώσεις σε μηνιαία βάση. Η έγκριση της δραστηριότητας γινόταν την ίδια ημέρα κάθε μήνα. Η εταιρία αυτή ήταν η μόνη εταιρία μέσω των ενημέρωσης που είχε το δικό της κονδύλιο προϋπολογισμού. Οι δραστηριότητες (ποσά τιμολογίων) με την DIAGNOS PRESS αυξήθηκαν. Σε κάθε περίπτωση η DIAGNOS PRESS παρείχε υπηρεσίες στη Novartis. Για παράδειγμα η DIAGNOS PRESS έκανε μία διαφήμιση για την Novartis στην οποία η δίκαιη αγοραία αξία για το διαφημιστικό πλαίσιο ήταν 200 Ευρώ και η Novartis της κατέβαλε 1200 Ευρώ. Το ποσό τιμολογίου γενικά ήταν προσαυξημένο κατά έξι φορές σε σχέση με την αγοραία αξία της παρεχόμενης υπηρεσίας. Η Novartis και η DIAGNOS PRESS είχαν απευθείας σχέση τιμολόγησης που επέτρεπε ειδική μεταχείριση. Μέσω της απευθείας έκδοσης τιμολογίου δεν υπήρχε επιστροφή (χρέωση) 20% σε έναν ενδιάμεσο πωλητή και οι όροι πληρωμής ήταν εντός 60 ημερών αντί εντός 140 ημερών. Η πολιτική των όρων πληρωμής της Novartis κυμαίνονταν στις 120 ημέρες.

MEDIAHOUSE

Η MEDIAHOUSE τραβούσε την κυκλοφορία οιαδήποτε διαφήμισης στο διαδίκτυο. Η MEDIAHOUSE παρείχε υπηρεσίες μέσω των ενημέρωσης στην ανάλυση διαφήμισης σε σύγκριση με άλλες μεγάλες φαρμακευτικές εταιρίες. Η Novartis δεν πλήρωνε για ανάλυση μέσω των καθώς οι διαφημίσεις καθορισμένης τιμής ήταν σπάνιες και υπήρχαν πλασματικές αγορές (εκροές). Η Novartis λάμβανε δωρεάν ανάλυση από τις εταιρίες για να καθορίσει την επίδραση της διαφήμισης.

Οι πωλητές παρείχαν στη Novartis καταλόγους τιμών που ήταν αυξημένοι. Η Novartis πλήρωνε το τιμολόγιο του πωλητή και την τιμή χωρίς να εκπονεί περαιτέρω έρευνα για την αξία της διαφήμισης. Το τμήμα πηγών της Novartis ήταν υπεύθυνο για την επαλήθευση της ακρίβειας των δεδομένων και την αναζήτηση της συμβουλής της MEDIAHOUSE στη διαχείριση ασυμφωνιών (αποκλίσεων).

ΒΟΥΛΚΙΔΗΣ

Μεταξύ 2009-2014 ο Βουλκίδης ήταν η βασική εταιρία που ξέπλυνε χρήματα για το τμήμα πρόσβασης αγοράς της Novartis. Ο Βουλκίδης είχε μία μικρή εταιρία και παρείχε απατηλές υπηρεσίες ή παρήγαγε (εξέδιδε) αυξημένα τιμολόγια για την Novartis. Για παράδειγμα, ο Βουλκίδης έκανε μία ποδοσφαιρική διαφήμιση σε μία ιστοσελίδα για την Novartis. Ο Βουλκίδης τράβηξε μία φωτογραφία και την χρησιμοποίησε για πέντε συναπτά έτη. Αυτά τα χρήματα χρησιμοποιούνταν για την δωροδοκία κυβερνητικών αξιωματούχων.

Αυτό ήταν ένα μακροπρόθεσμο σχέδιο και υποστηρίζεται ότι η Novartis γνώριζε ότι αυτή η δραστηριότητα συνεχιζόταν για πέντε χρόνια.

Η κύρια επαφή του Βουλκίδη ήταν με τον Φρουζή. Ο Βουλκίδης ξέπλενε χρήματα με την ίδια ικανότητα για το τμήμα διαβήτη της Novartis. Ο Σπύρος Σπυρόπουλος ήταν ο επικεφαλής του τμήματος διαβήτη. Διαχειρίστρια του διαβήτη ήταν η Ελένη Βαρδή. Ο Βουλκίδης έγινε δεκτός σαν πωλητής. Ο Σπυρόπουλος εναλλάχθηκε στο τμήμα οφθαλμολογίας υπό την Μαριάνθη Ψάχα, Διευθύντρια Οφθαλμολογίας. Ο Σπυρόπουλος ζήτησε από τον Βουλκίδη να ξεπλένει χρήματα

για την οφθαλμολογία και η POSHA (;) ενέκρινε τον Βουλκίδη. Ο εμπορικός διευθυντής για τον διαβήτη Νικόλαος Τσενεκίδης (γνωστός στον συντάκτη ως Νίκος Τσενεκίδης) γνώριζε επίσης για το ξέπλυμα χρήματος μέσω Βουλκίδη.

Ο Βουλκίδης εκτύπωσε ενημερωτικά φυλλάδια μία φορά και η τιμή διαμορφώθηκε με βάση τις ανάγκες του Φρουζή. Ο Βουλκίδης άλλαξε το ποσό τιμολογίου ή την τιμή των φυλλαδίων με βάση την απαίτηση του Φρουζή. Τα φυλλάδια αφορούσαν ένα ορφανό σκεύασμα για την ελονοσία και για την κλινική ογκολογία.

MSPS

Η MSPS ήταν η εταιρία που αντικαταστάθηκε από την PRESTIGE. Ιδιοκτήτρια της εταιρίας ήταν η Christina Hohlakidan, που ήταν φίλη του Φρουζή. Η MSPS καθιέρωσε την αύξηση πωλήσεων για την Novartis και προσέφερε παρακολούθηση μέσω ενήμερωσης με ένα μηνιαίο τέλος. Η παρακολούθηση μέσω ήταν μία ξεχωριστή συμφωνία. Η Novartis δεν συμμετείχε σε αυτή την συμφωνία, παρά μόνο σε μία περίπτωση ενός γεγονότος διαβήτη.

MAVIRKIOS

Το 2013, ο Φρουζής ήθελε τον Μαυίρκιο (γνωστό στον συντάκτη ως Παναγιώτης Μαυρίκος) να γίνει η επόμενη εταιρία ξέπλυματος χρήματος. Ο Μαυίρκιος είχε εμπλακεί στο σχέδιο δωροδοκίας. Ο Μαυίρκιος έβαλε διαφημιστικό χώρο σε ιστοσελίδες για την Novartis. Η Zenith Media ήταν υπεύθυνη για την παροχή ανάλυσης όλων των διαφημίσεων στα media.

Ο Μαυίρκιος ήταν η γέφυρα ανάμεσα στη Novartis και τους κυβερνητικούς αξιωματούχους. Ο Μαυίρκιος είχε πρόσβαση σε 3-4 υπουργούς υγείας (OUZIOUS, KTENDIS, MUROKOY και PISTILITY).

VIJAY IYENGAR (VIJAY)

Ο VINJAY ήταν ένας πρώην απασχολούμενος στην Novartis και ήταν γνώστης του μεγάλου προϋπολογισμού. Ο VIJAY ήρθε στη Novartis στην Ελλάδα το 2009 και μεταφέρθηκε στις ΗΠΑ τον Φεβρουάριο του 2011. Ο VIJAY ήταν ο επικεφαλής της ογκολογίας. Ο VIJAY είχε γνώση των μεθόδων που χρησιμοποιούνταν για το ξέπλυμα χρήματος της Novartis που χρησιμοποιούνταν για τις δωροδοκίες.

Για μία συνάντηση προϋπολογισμού το 2010, ο προϋπολογισμός ορίστηκε στο 1 εκατομμύριο Ευρώ συν 100.000-150.000 για πρόσβαση αγοράς για την ογκολογία. Ο VIJAY γνώριζε ότι ο Βουλκίδης ήταν ο κύριος πωλητής και ο VIJAY συναίνεσε στην έγκριση. Τα χρήματα που ο VIJAY ενέκρινε να ξεπλυθούν ήταν για εξασφάλιση προστασίας τιμής για τα σκευάσματα για την ογκολογία και τα ορφανά φάρμακα.

Ο VIJAY και ο Φρουζής είχαν εβδομαδιαίες συναντήσεις. Ο VIJAY είχε συναντήσεις με επικεφαλείς όπως ο GUIDO GUIDI, επικεφαλής της ογκολογίας στην Ευρώπη, Φρουζής και MIGUEL BERNABEU, επικεφαλής της πρόσβασης αγοράς στην Ευρώπη, οι οποίοι συζητούσαν τον προϋπολογισμό για την Ευρώπη, όρια έγκρισης και πρόσβαση αγοράς για την ογκολογία.

Η NOVARTIS και η ελάττωση τιμών

Οι κυβερνητικοί αξιωματούχοι και ο Υπουργός Υγείας πληρώνονταν για την εγγραφή νέων προϊόντων στην αγορά και την προστασία έναντι ελάττωσης τιμών. Το 2011-2012 η φαρμακευτική βιομηχανία είχε μεγάλες μειώσεις τιμών. Η Novartis δεν είχε τέτοια μείωση στα φάρμακα ογκολογίας και πολύ μικρές μειώσεις σε άλλα φάρμακα. Το πρώτο τρίμηνο του 2012, ο Φρουζής είχε μία συνάντηση με τον Υπουργό Υγείας στο γραφείο του. Ο Φρουζής παρακολούθουσε συναντήσεις εβδομαδιαίας πρόσβασης στην αγορά που καθόριζαν την καμπάνια. Ο Φρουζής συμβούλευε ώστε το τμήμα να καθορίζει, προϋπολογίζει και να καθορίζει την καμπάνια. Η θέση της εταιρίας ήταν ότι μία επένδυση της τάξης των 150.000 Ευρώ σε έναν κυβερνητικό αξιωματούχο, είχε την δυνατότητα να σώσει πολλά εκατομμύρια Ευρώ (που θα χανόντουσαν) για την Novartis. Ο Φρουζής έλαβε 120.000 Ευρώ και 30.000 Ευρώ πήγαν στην ψευδή καμπάνια.

Ερωτηματολόγιο αντι-δωροδοκίας

Το ερωτηματολόγιο προωθούνταν σε όλους τους πωλητές που ακολούθουσαν τους νόμους ισότητας και τους εργατικούς νόμους. Οι πωλητές κατά της δωροδοκίας δεν είχαν την κουλτούρα της εταιρίας να δίνουν στους πελάτες ή τους κυβερνητικούς αξιωματούχους παράνομες πληρωμές. Το ερωτηματολόγιο δίνονταν από το τμήμα πηγών στον πωλητή, όταν ο πωλητής ήταν στη διαδικασία να γίνει ένας προτιμώμενος προμηθευτής. Τα ερωτηματολόγια δεν πήγαζαν απόμια συναλλαγή ενός τιμολογίου.

Το τμήμα πηγών διηύθυνε έναν έλεγχο οικονομικής υγείας (ευρωστίας) μέσω ενός εργαλείου ICAP που αποτιμούσε την οικονομική υγεία (φόροι,

αποδοτικότητα, δικαστικές αποφάσεις, χρέη κλπ) των πωλητών. Η Novartis χρησιμοποιούσε έναν πωλητή και εργαζόμενους σε τρίτα μέρη προκειμένου να εκτιμηθεί η οικονομική υγεία των πωλητών. Μία κοινή πρακτική για τους γιατρούς, κυβερνητικούς αξιωματούχους και αρθρογράφους και την δωροδοκία τους ήταν να επιλέγουν μικρής αξίας εταιρίες ως πωλητές για ξέπλυμα χρήματος.

Οι εταιρίες δημοσίων εκδηλώσεων και σχέσεων ήταν το κυρίως χρησιμοποιούμενο όχημα για τις δωροδοκίες. Η ομάδα προσφοράς παρουσίαζε στον Φρουζή τα αποτελέσματα και τις συστάσεις των ερωτηματολογίων και ο Φρουζής τα ενέκρινε. Η πλειοψηφία της ομάδας προσφοράς περιελάμβανε τον Χρήστο Μπέλλο, Φαφίλα, Μαριλένα Σαλίχου και Ταμιολάκης.

Οι δύο τρόποι για να πληρώνονται οι αρθρογράφοι ήταν να τιμολογούν για υπηρεσίες και να δίνουν μαύρα χρήματα σε αυτούς. Ο Φρουζής ήταν σε επαφή με τους ιδιοκτήτες της PRESTIGE. Έτσι, υπήρχε πιθανότητα τα χρήματα να επιστρέψουν στον Φρουζή.

ΜΑΡΙΑ ΜΑΡΑΝΓΓΕΛΗ

Η υπάλληλος του Φρουζή, Μαρία Μαραγγέλη, γνώριζε το σχέδιο δωροδοκίας. Η Μαραγγέλη έστειλε ηλεκτρονικά μηνύματα για λογαριασμό του Φρουζή και υπήρχε πιθανότητα να έχει ημερολόγια των χρημάτων που κατέχονταν από τον Βουλκίδη. Η Μαραγγέλη κρατούσε όλες τις σημειώσεις-ηλεκτρονικά μηνύματα του Φρουζή και ήξερε τα πάντα για τον Φρουζή.

Ο Αντώνης Werner Σαρλικιώτης και ο Riccardo Cavenari ήταν γνωστές των παράνομων πληρωμών. Ο Σαρλικιώτης χρησιμοποίησε τον Cavenari για να οργανώσει τις πληρωμές.

ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΙ

Υπήρχαν δύο κατηγορίες χονδρέμπορων: Απευθείας στα ελληνικά νοσοκομεία και στα ιδιωτικά φαρμακεία. Υπήρχε ένας σύνδεσμος μεταξύ των φαρμακοποιών και των χονδρεμπόρων της Novartis παρά το ότι τα φάρμακα είχαν διαφορετικές τιμές. Υφίστατο ένα ξεχωριστό τμήμα μέσα στη Novartis που ήταν επιφορτισμένο με την αύξηση πωλήσεων για τα προς εξαγωγή φάρμακα σε τοπικές θυγατρικές. Υπό το Ελληνικό Δίκαιο, στους χονδρεμπόρους επιτρεπόταν να εξάγουν φάρμακα. Πάντως έπρεπε να υπάρχει επαρκές απόθεμα για τους φαρμακοποιούς στην αγορά. Οι χονδρέμποροι δεν επιτρεπόταν να προκαλέσουν έλλειψη στη χώρα. Οι χονδρέμποροι λάμβαναν 5-6% κέρδος από τα φαρμακεία. Σε κάθε περίπτωση, το περιθώριο κέρδους του χονδρέμπορου από τις εξαγωγές ήταν σε τριπλάσιό μισο.

Ήταν πιθανόν ο Φρουζής να επέτρεπε στους χονδρέμπορους να εξάγουν φάρμακα και να δίνουν μία προμήθεια στον Φρουζή. Ο Νικόλαος Σκανδρέας, διευθυντής διαχείρισης εμπορίας, είχε δυνατότητα γνώσης εάν σχέδια δωροδοκίας υπήρχαν μεταξύ των χονδρεμπόρων. Ο Φρουζής επέβλεπε το τμήμα διαχείρισης εμπορίας. Το 2014, ο Cavenari προσάρμοσε την οργανωτική διάρθρωση της Novartis. Ο Cavenari μετακίνησε το τμήμα διαχείρισης εμπορίας από τον Φρουζή και το έδωσε στην Μαριάνθη Ψάχα, επικεφαλής της Οφθαλμολογίας. Αυτό προκάλεσε μία σύγκρουση συμφερόντων καθώς

η Ψάχα ευνοούσε την οφθαλμολογία σε σχέση με άλλα τμήματα.

ΤΣΕΝΕΚΙΔΗΣ

Ο Τσενεκίδης εισήλθε στην Novartis στην Ελλάδα το 2010 ως ο εμπορικός διαχειριστής (υπεύθυνος) του Galvus, ενός φαρμάκου για τον διαβήτη, που ήταν και το πιο δημοφιλές στην Ελλάδα. Το 2011 ο Τσενεκίδης αναβαθμίστηκε σε διάφορες θέσεις στη Βασιλεία και κατέληξε ως ο Ευρωπαίος επικεφαλής σπάνιας ασθένειας. Ο Τσενεκίδης ενεπλάκη στη δωροδοκία γιατρών, που μεταφραζόταν σε τακτικές στρατηγικής και συγκεκριμένες παρουσιάσεις με Powerpoint. Για κάθε γιατρό, υπήρχε μία επιστροφή στην επένδυση που χρησιμοποιούσε για ψευδείς σπουδές. Οι γιατροί πληρώνονταν με μαύρα χρήματα.

Ο Τσενεκίδης αναφερόταν στον JAN SCHLUECHTER, επικεφαλής αγοράς πρωτοβάθμιας περίθαλψης στη Βασιλεία. Η ομάδα διαχείρισης επικοινωνούσε την επένδυση στους γιατρούς, σε δωροδοκίες και ψευδείς σπουδές με σκοπό την αύξηση πωλήσεων. Τηρούσαν πρακτικά σε ορισμένες συναντήσεις. Υπήρχαν δύο τύποι προγραμμάτων, Α και Β. Τα προγράμματα Α πληρώνονταν από ελληνικές πηγές και τα προγράμματα Β πληρώνονταν από τη Βασιλεία. Για παράδειγμα το 2008 και το 2009 οι γιατροί έλαβαν μαύρα χρήματα από την συμπλήρωση (παρακολούθηση) ψευδών σπουδών. Στις περισσότερες περιπτώσεις, ήταν κοινή πρακτική για τους αντιπροσώπους πωλήσεων να συμπληρώνουν τις έρευνες.

ΚΑΘΑΡΕΣ ΜΕΡΕΣ

Ο Σαρλικιώτης ρώτησε όλους τους εργαζόμενους που βρίσκονταν όλα τα έγγραφα και τα laptop που σχετίζονταν με τις ψευδείς σπουδές ώστε να τα καταστρέψει. Τα έγγραφα που ανακτήθηκαν μεταφέρθηκαν στη Βασιλεία καθώς η πηγή της πληρωμής ήταν του σχεδίου Β και η Βασιλεία ήταν αρμόδια για όλες τις εγκρίσεις. Ο σκοπός ήταν να αποφευχθεί εσωτερικός έλεγχος και αναφοράς ΒΡΟ. Ο πανικός κράτησε δύο ή τρεις ημέρες και άνθρωποι κατέστρεψαν (;) έγγραφα. Όλοι οι εργαζόμενοι της Novartis είχαν πρόσβαση σε έναν ηλεκτρονικό φάκελο στον κοινόχρηστο δίσκο (G Drive). Είχε την ικανότητα απομακρυσμένα να κάνει τον κοινόχρηστο δίσκο να εξαφανισθεί. Το τμήμα τεχνολογίας της πληροφορίας κατέστρεψε τον φάκελο G Drive. Αντίγραφο μνήμης σκληρού δεν κυκλοφόρησε για καταστροφή εγγράφων.

Η Novartis διηύθυνε τις καθαρές ημέρες. Οι καθαρές ημέρες αποτελούνταν από οδηγίες προς τους εργαζόμενους ώστε να καταστρέψουν συγκεκριμένα έγγραφα από το τμήμα πληροφορίας της τεχνολογίας. Οι καθαρές ημέρες ξεκίνησαν ως λαμβάνουσες χώρα μία φορά το χρόνο και επεκτάθηκαν σε δύο και τρεις φορές ετησίως. Οι διευθυντές του τμήματος πληροφορίας της τεχνολογίας πήγαιναν από γραφείο σε γραφείο και κατηύθυναν τους εργαζόμενους στην καταστροφή συγκεκριμένων στοιχείων. Κανείς δεν αμφισβήτησε τις οδηγίες του τμήματος. Οι εργαζόμενοι παρέλαβαν ένα ηλεκτρονικό μήνυμα με τον τίτλο 'καθαρή ημέρα' από το τμήμα τεχνολογίας της πληροφορίας της Ελλάδας. Οι καθαρές ημέρες έτρεχαν στην Ελλάδα έως και τον Ιούλιο του 2017. Το θέμα της εκκαθάρισης είχε να

κάνει με έγγραφα σχετιζόμενα με τις πληρωμές
γιατρών.

Νομική Υπηρεσία

Πρεσβεία Ηνωμένων

Πολιτειών, Αθήνα, Ελλάδα

Αριστείδης Παπαδάκος