

INNOVASJON TIL INSPIRASJON

Betydningen av å tenke
“stakeholders” tidlig
i utviklingsfasen



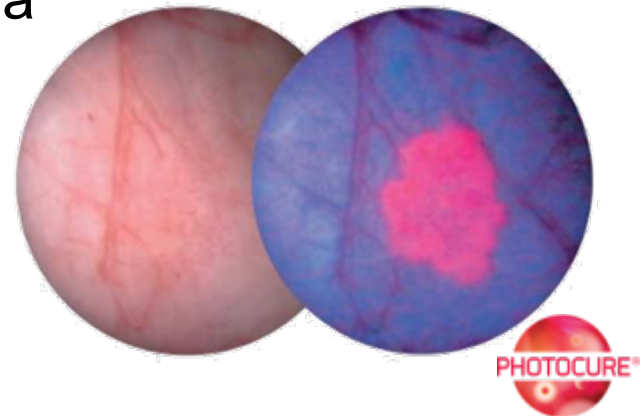
Grete Hogstad, VP Strategic Marketing, Photocure asa

Farmasidagene, 5.november 2015



KORT OM PHOTOCURE ASA

- Fotodynamisk terapi – “legemiddel som aktiveres med lys”
- Utviklet og kommersialisert 2 produkter for EU og USA
 - Metvix® - ikke-melanom hudkreft - solgt til Galderma i 2009
 - Hexvix®/Cysview® - forbedret deteksjon og behandling av blærekreft
- To produkter under utvikling, begge klare for fase 3
- Egen salgsorganisasjon for Hexvix®/Cysview® i Norden/USA, partnere i resten av EU, Australia, Canada
- Totalt 50 ansatte
 - 35 i Norden og 15 i USA
- Salgsinntekter 2014: ca.100 mill NOK



PHOTOCURE 1997



BEHANDLING AV HUDKREFT - METVIX®

Photodynamic Therapy with Metvix®



PROSEDYRE SOM UTFØRES HOS HUDLEGE



Lesion preparation



Metvix application

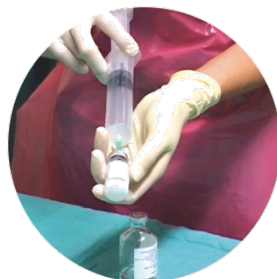


Aktelite illumination

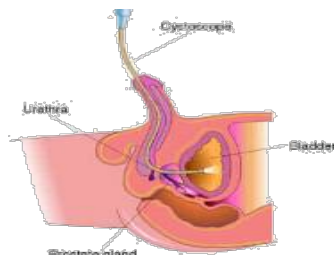
HEXVIX® - FØRSTE OG ENESTE GODKJENTE LEGEMIDDEL TIL BEDRE DIAGNOSE OG BEHANDLING AV BLÆREKREFT



1 Hexvix®
kit per
patient



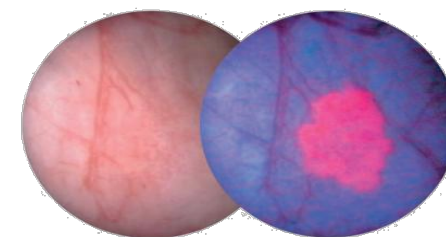
Preparation
of Hexvix®
solution



Instillation of
Hexvix®,
cystoscopy after
1 hour

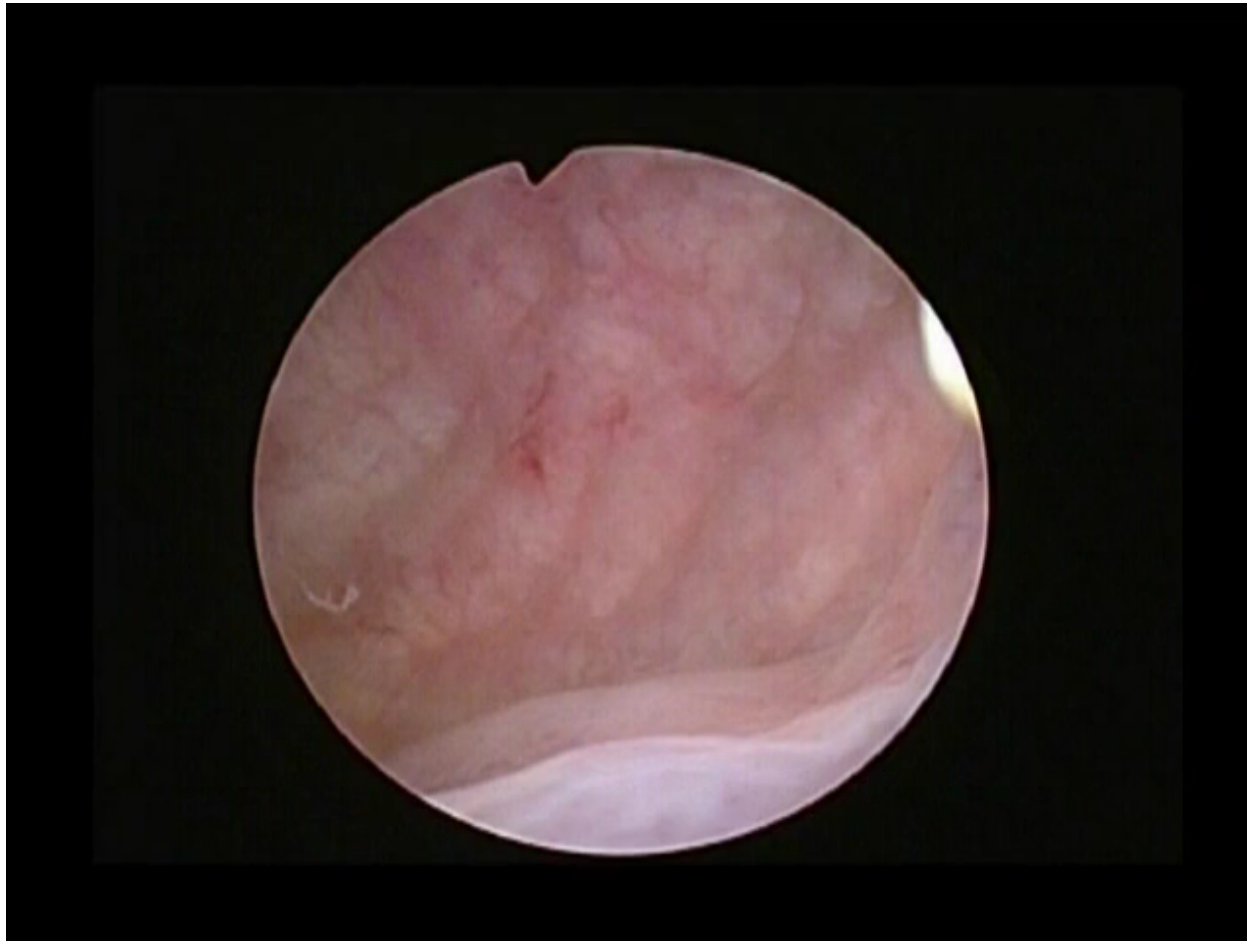


Blue light
enabled
cystoscopy
equipment



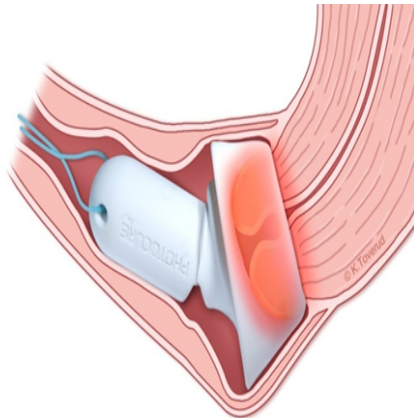
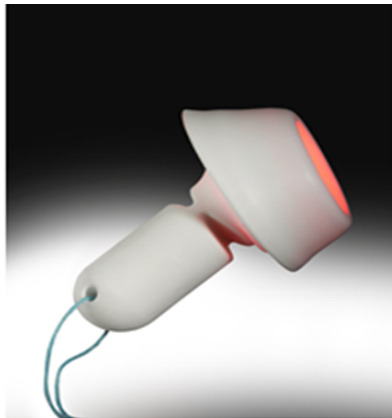
Mapping of the
bladder in white and
blue light, biopsies
and tumour
resection

CYSTOSKOPI-PROSEDYRE MED HEXVIX®



PRODUKTER UNDER UTVIKLING – «FIRST IN CLASS»

- Cevira® for HPV og precancerøse tilstander i livmorhals
- Integrert lys og legemiddel



- Visonac® for moderat til alvorlig akne
- Prosedyre med krem og lampe

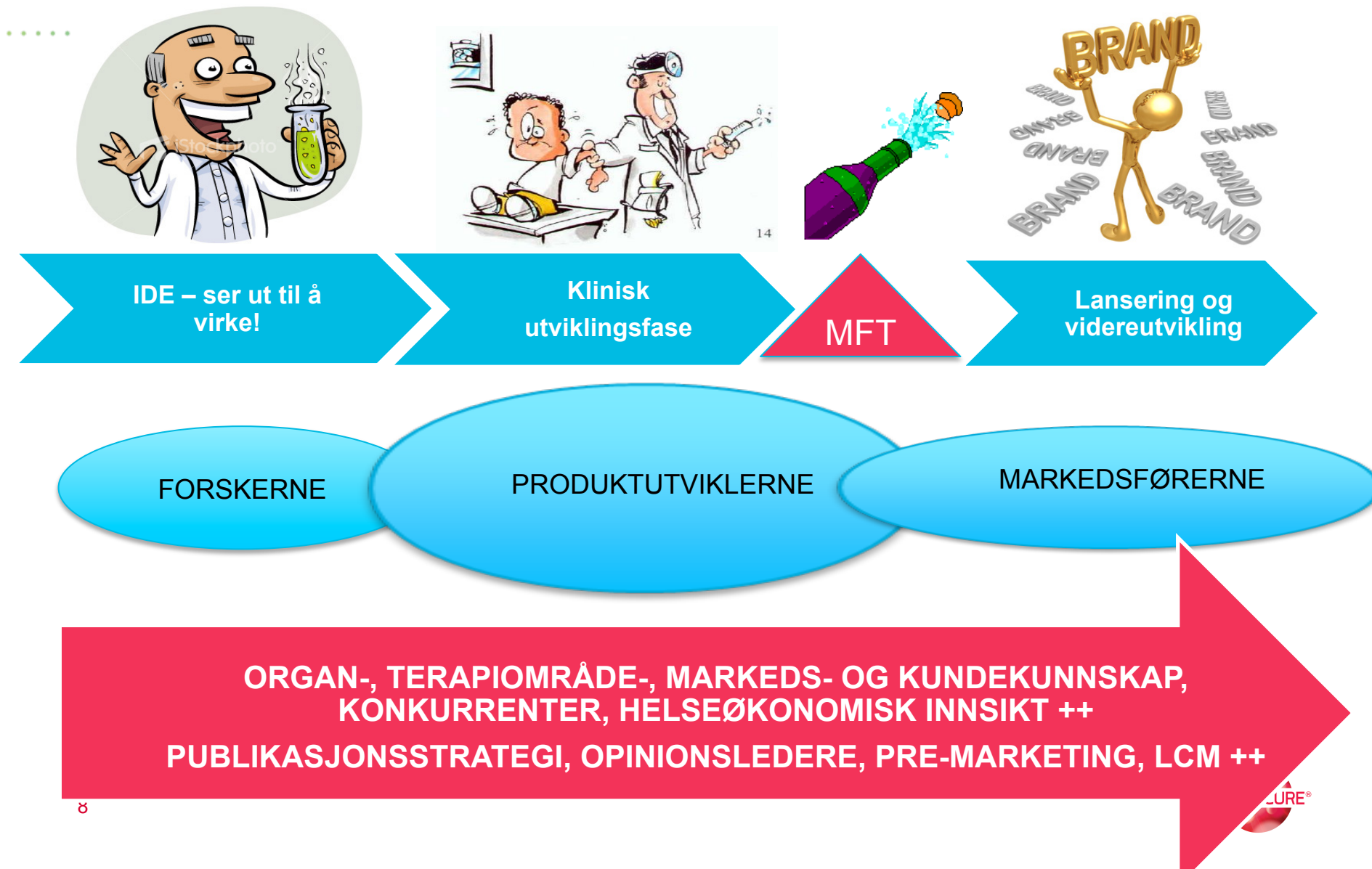


Week 12
6 weeks after last treatment



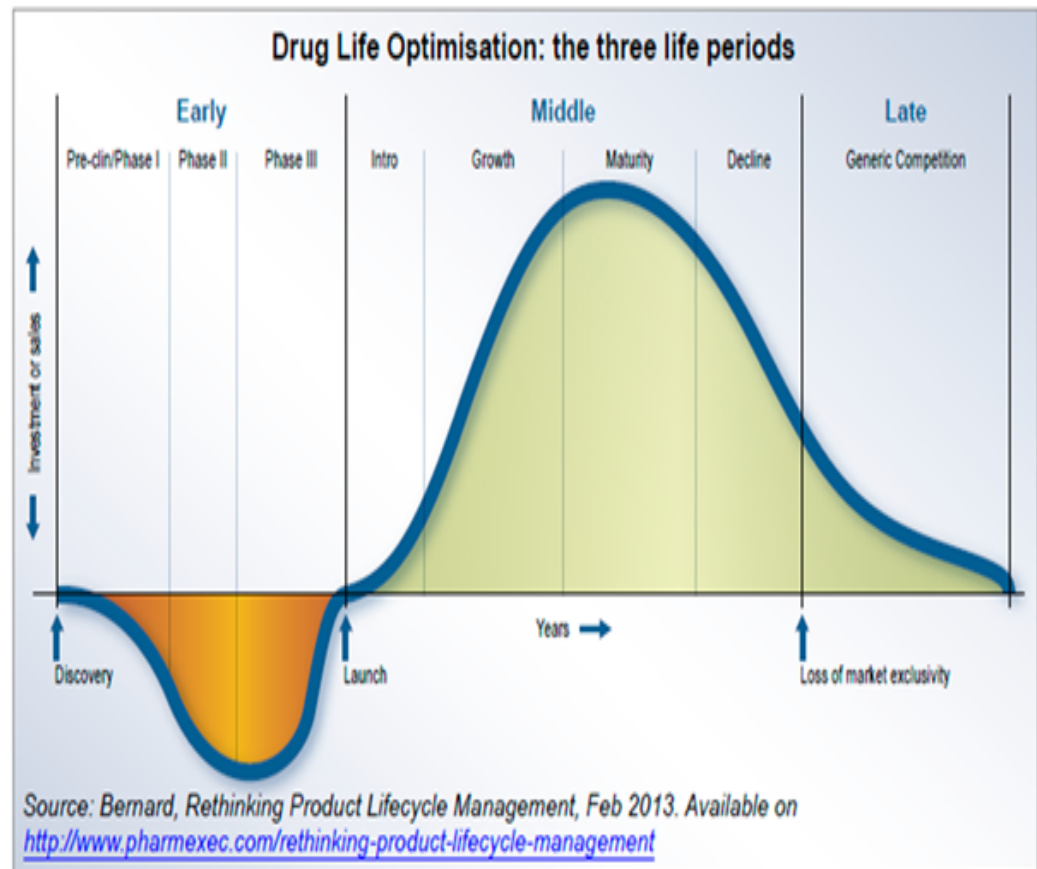
FRA IDE TIL SUKSESS I MARKEDET

FRA ET OPPSTARTSSELSKAPS PERSPEKTIV

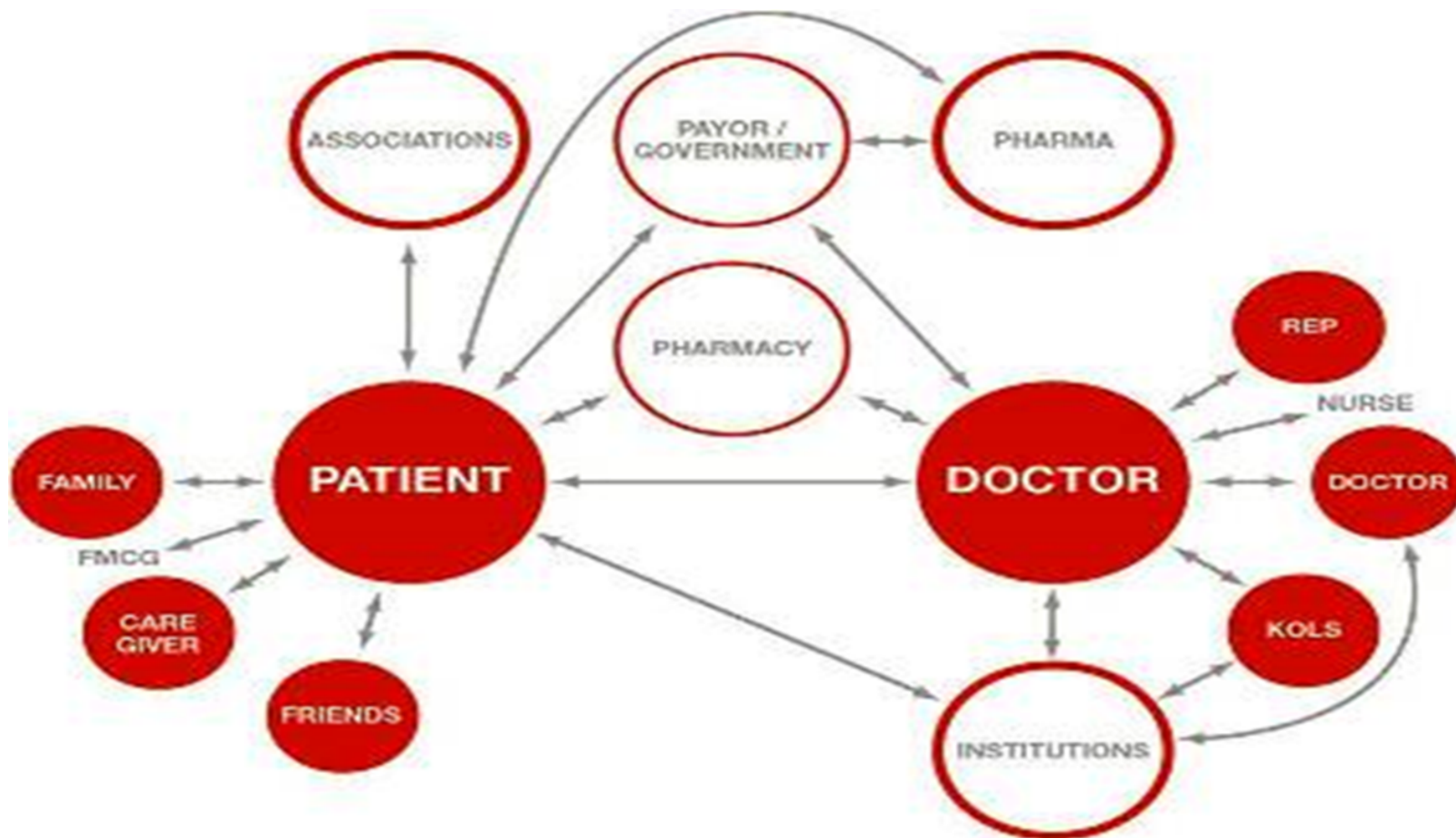


MANGE SPØRSMÅL SOM MÅ BESVARES I TIDLIG UTVIKLINGSFASE, OG GJENTAS MANGE GANGER

- Hvilket problem skal det nye produktet løse
- Pasienter i målgruppen
- Konkurrentlandskapet
- Behandlingsretningslinjer
- Passer det i klinikken/praktisk bruk
- Dokumentasjon
- Kostnad, tid
- Risiko
- Produksjon, kostnad
- Refusjon



MANGE «STAKEHOLDERS»



BETALERNE FÅR STØRRE MAK



...BIG CHANGES TO COME IN DRUG PRICING... HVA ER *VERDIEN* AV EN NY BEHANDLING?

Can Payers and Drug Industry Agree on Real Value?

By Ed Schoonveld

payers and industry are struggling to understand what represents "value" to our customers. The epicenter ... constitute value to patients, physicians and payers? Particularly, the value to patients should be a critical driver in decision making. Payers and physicians should ideally have only patient value in mind when ...

Mar. 28th, 2015

Pay for
performance

«Pharmaceutical companies must engage payers to develop a **value story**, optimal price and reimburseability

Communication should start as early as Phase 1 and 2 of clinical trials

Payers want to know how decisions to develop a certain drug are made.....»

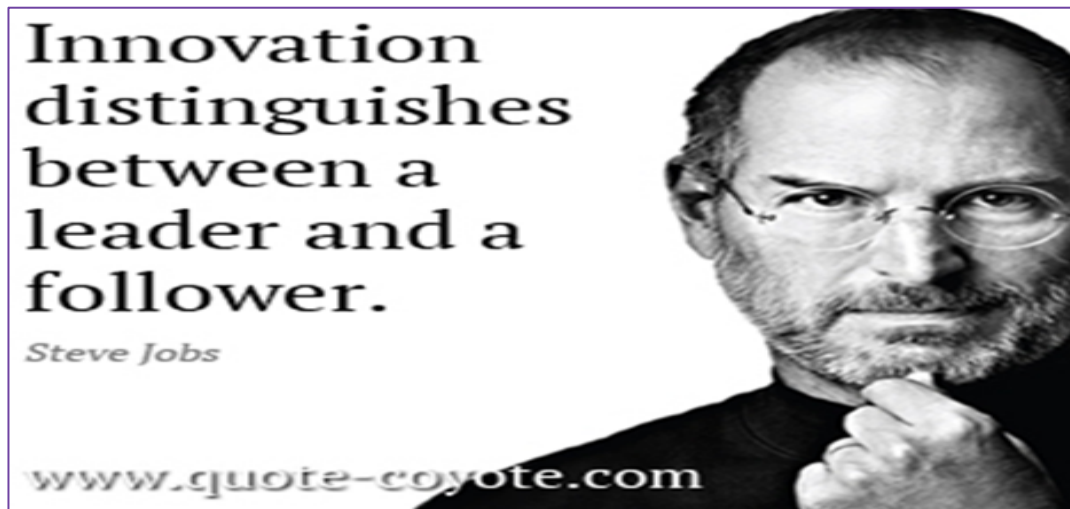
John J. Doyle, SVP global market access and commercialization for Quintiles

Dokumentere verdien – inn tidlig i utviklingsprogrammet

TENK HELHET OG VERDI FRA START



- Det krever MYE å bringe et produkt fra ide til suksess i markedet
- Marketing/medical/market access med fra start





THE POWER TO *transform*

Thank you for your attention