

Hvordan springer en idé ut?

Jo Klaveness, Professor i farmasi, Farmasøytisk Institutt, UiO og Daglig leder i Drug Discovery Laboratory AS, Forskningsparken i Oslo

«Innovasjon» er i likhet med «grunder», «entreprenør», «verdiskapning» og «start-ups» moteord som vi i dag finner daglig i aviser og på nettet.

«Norges Turistråd» og «Eksportrådet» skiftet navn for 10 år siden til «Innovasjon Norge». Ikke alle som påberoper seg innovasjon, driver med innovasjon.

Hva er nå egentlig «innovasjon»? Hva er det som driver innovasjonen framover?

1. Markedsdrevet innovasjon – basert på behov identifisert i markedet, i samspill med kunder.
2. FoU drevet innovasjon-basert på resultater skapt gjennom FoU (forskning og utviklings) aktiviteter.
3. Kostnadsdrevet innovasjon – basert på behovet for å redusere kostnader i fremstilling og leveranser av produkter og tjenester.

Farmasi/Legemidler er nok et av de områdene som er mest avhengig av innovasjon.

Innovasjonen kan her, blant annet, dokumenteres i det enorme antall patenter som eksisterer innenfor legemiddelområdet.

Legemidler er generelt svært billige å produsere, men dyre å utvikle. Det er innovasjonen relatert til utviklingen av legemidlene du betaler for, og ikke produksjonskostnadene, når du kjøper moderne legemidler på apoteket (fortjenesten til apotek-kjedene og andre aktører er ikke tatt med).

Uten innovasjon i legemiddelbransjen vil ikke få nye legemidler og medisinen vil utvikle seg videre.

En ide til et nytt legemiddel springer ut av et medisinsk/kommersielt behov og resultater skapt gjennom FoU. Noen ganger er det resultatene fra FoU som er spirene til ideene (Viagra, penicilliner, cisplatin), mens andre ganger starter innovasjonen med et medisinsk/kommersielt behov (Ebola, HIV). I alle tilfelle må det være et slikt behov tilstede for at innovasjonen skal skape økonomiske verdier.

Utgangspunktet for ulike innovasjoner innen farmasien, heriblant egne innovasjoner, vil bli nærmere belyst i foredraget.