

Newsletter 1/2015

1. Closed Suction System (CSS)

Ochrona własności intelektualnej

W grudniu 2014 r., Airway Medix S.A. („Spółka”, „Airway Medix”) otrzymała zawiadomienie o przyznaniu w Chinach 10-letniej ochrony wzoru użytkowego (ang. *utility model patent*) dla urządzenia CSS. Ochrona została przyznana w ramach Układu o współpracy patentowej (ang. *PTC - Patent Cooperation Treaty*).

Ochrona wzoru użytkowego przyznawana jest na 10 lat w przeciwieństwie do 20-letniego okresu ochronnego przysługującego standardowej ochronie patentowej. Jednak ochronę wzoru użytkowego uzyskuje się szybciej i jest ona znacznie trudniejsza do podważenia, w całości bądź części, przez konkurencję.

Aplikacja ochronna wzoru użytkowego dla CSS określa urządzenie, jako o szerokim spectrum działania i definiuje je jako urządzenie obejmujące funkcję 3 w jednym (ssania, płukania i wyposażone w balon). Taka definicja powoduje skuteczniejszą ochronę oraz dodatkowe zabezpieczenie przed próbą kopiowania urządzenia w Chinach.

Uznaje się, że wzór użytkowy jest zdecydowanie skuteczniejszą formą ochrony wartości intelektualnej w Chinach w porównaniu do standardowej, lokalnej ochrony patentowej.

Współpraca z AMBU A/S („AMBU”)

Zgodnie z informacją przedstawioną w poprzednim Newsletterze (grudzień 2014), dnia 22 grudnia 2014 r. Spółka otrzymała pierwsze zamówienie od strategicznego partnera – firmy AMBU. W związku z pracami nad wydłużeniem okresu przydatności do użycia urządzenia CSS, spółka planuje częściową realizację zamówienia do 16 stycznia 2015 r.

Równocześnie, w grudniu 2014 roku sukcesem zakończyło się szkolenie przeprowadzone dla kierownictwa firmy AMBU, w tym menadżerów produktu, menadżerów sprzedaży oraz country menedżerów. Szkolenie przedstawicieli handlowych we Włoszech i Hiszpanii rozpocznie się w tym miesiącu.

Przygotowano także dodatkowe materiały marketingowe dla AMBU, w tym *White papers* zawierające informacje o przeprowadzonych testach klinicznych dotyczących urządzenia CSS.

W międzyczasie Airway Medix zakończyło przygotowywanie swojej części wniosku skierowanego do Ministerstwa Zdrowia Australii, dotyczącego dopuszczenia produktów Spółki na tamtejszym rynku. W najbliższym czasie pracownicy australijskiego oddziału AMBU sfinalizują swoją część wniosku, co pozwoli na dopuszczenie sprzedaży urządzenia CSS na Antypodach.

Research and Development (R&D)

Zespół Biovo Technologies, Ltd („Biovo”), spółka zależna Airway Medix odpowiedzialna za rozwój produktów, pracuje nad ostatecznym zakończeniem prac nad budową urządzenia (design freeze stage) i redukcją kosztów produkcji CSS. Obydwa cele są bliskie osiągnięcia. W poprzednich miesiącach zespół Biovo koncentrował się na ulepszeniu systemu płuczącego i modyfikacji końcówki urządzenia. Wszystkie działania prowadzone są w bliskiej współpracy z kluczowymi specjalistami w branży.

W najbliższych tygodniach przewidziane jest zakończenie badań klinicznych w Izraelu. Do dnia dzisiejszego w badaniu wzięło udział 62 z planowanych 80 pacjentów. Wstępne, nieoficjalne jeszcze wyniki badań są bardzo obiecujące. Oficjalne dane zostaną opublikowane w drugim kwartale 2015 roku.

2. Oral Care (OC)

Koordynator projektu OC

Spółka zatrudniła nowego koordynatora projektu Oral Care, Panią Inbal Escholi, która będzie ściśle współpracowała w wynalazcami – Oronem Zacharem i Eladem Einavem, w celu jak najszybszego zakończenia prac na prototypem i rozpoczęciu badań ewaluacyjnych, co planowane jest w pierwszym kwartale 2015 r. Także, w ramach projektu OC, Biovo Technologies rozpoczęło współpracę z nowym studium prototypowym.

Współpraca strategiczna

Na drugą połowę stycznia zaplanowane zostały wideo konferencje z potencjalnymi partnerami strategicznymi, rozpoznanymi w trakcie kongresu American Association for Respiratory Care („AARC”), który odbył się w Las Vegas w grudniu 2014 r. Wideo konferencje mają na celu wybranie partnera strategicznego, którego celem jest rozwój produktów do zachowania higieny jamy ustnej na oddziałach intensywnej opieki medycznej.

Ponadto zespół Airway Medix pracuje nad definicją potrzeb rynkowych oraz strategią produktową, które pozwolą na podpisanie umowy strategicznej w zakresie OC z najbardziej odpowiednim partnerem.