Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 1

Canadian Healthcare Marketing Hall of Fame

Temple de la renommée canadien du Marketing des Soins de Santé

Membres 2018 Inductees

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 3

Les lecteurs de la revue *Chronicle of Healthcare Marketing* ont soumis l'an dernier des douzaines de nominations en vue de la sélection des membres du **Temple de la renommée canadien du marketing des soins de santé.** Des prix seront ainsi décernés aux spécialistes en marketing de soins de santé qui ont grandement contribué à notre cause et se sont révélés une source d'inspiration pour autrui.

Les personnes honorées ont été choisies parmi cet éventail de candidats méritoires, mais personnifient surtout, aux yeux du comité de sélection, un échantillon représentatif des qualités qui définissent le caractère unique et motivant de notre secteur d'activité. Au nom de tous nos lecteurs, nous tenons à exprimer à chacun et chacune de ces membres nos félicitations les plus cordiales.

Cette année, la cérémonie d'intronisation a eu lieu le 24 Octobre 2018 au Mississauga Convention Centre à Mississauga, en Ontario. L'événement était animé par Mme. Jennifer Meldrum et M. Lorne Markowitz.

Veuillez rendre visite au Temple de la renommée, à Pharmacongress.info/halloffame

Readers of *The Chronicle of Healthcare Marketing* last year placed several dozen names in nomination for consideration for entry as members of **The Canadian Healthcare Marketing Hall of Fame.** The awards were established to honour healthcare marketers who have contributed to our avocation and are an inspiration to others.

These honourees were chosen from this field of deserving candidates, but stand for, in the view of the selection committee, a representative cross-section of the qualities that make our business unique and fulfilling. On behalf of our readers, we extend to each honouree our warm congratulations.

This year's induction ceremony was held on October 24, 2018 at the Mississauga Convention Centre in Mississauga, Ont. Hosts for the Event were Jennifer Meldrum and Lorne Markowitz.

Please visit the Hall of Fame at Pharmacongress.info/halloffame

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 5

Sybil Dahan is a self starter. What she learned in her time working for multinational pharmaceutical companies, she applied to establishing her own local, privately held pharmaceutical company—twice. Now, as her latest endeavor, Altius Healthcare, has merged with Devonian, she has shifted her sights globally.

After graduating from the University of Montreal with a Bachelor of Science in Biochemistry, she quickly moved to the field of pharmaceutical marketing as a sales representative with Hoechst in 1989. Shortly thereafter, she moved to Abbott Laboratories, where, while moving up the ranks, she became involved in the global pharmaceuticals market as the director of Latin America and Canada. That was followed by a move to Sweden where she became a managing director of the company's Scandinavian affiliate. In both roles she worked to prepare and launch the company's major product, Humira. She returned to Canada to become Commercial Director of Abbot Laboratories in 2008 before becoming the president of Triton Pharma in 2010.

"Coming back home, I wanted to do things for Canada as a Canadian. I had done what I had to do internationally," she said.

While at Triton, she achieved her mandate of growing the company to sell—to Paladin Labs in 2013.

It was then that Dahan was inspired to start her own company. The first time around, it was Aspri Pharma, where she became co-owner and president of the company that would import and distribute pharmaceuticals throughout Canada.

"When you're starting up, you're doing everything. I'll answer the door, I'll answer the phone, just like I'll make the big decisions and take one for the team if necessary," she said.

Business was going well and they quickly gained the attention of a company that would end up buying most of the Aspri assets in 2017.

"So now we figured, ok, what do we do? Let's do it again."

For the second time, Dahan would start a new company applying the same approach, this time called Altius Healthcare. Now, with the company's recent acquisition by Devonian, Altius has become a fully integrated Canadian pharmaceutical company. She believes that her guiding principles—to only ask of people what you would do yourself and to treat everybody fairly—got her to where she is now.

Reflecting on her career, she recognizes the mentors who guided her through challenging times—while appreciating the challenges as the learning experiences they were.

"I've always had great mentors. I've always had individuals supporting me, allowing me to move forward. There were times when I thought I was frustrated, things weren't going my way, but in fact I understood after, that they were the right things for me."

All along the way, her family, her husband Vick Trieu and son Audric, have been her biggest fans and greatest supporters.

"We constantly thank each other. I thank him for the life we have and had, and he thanks me."

Sybil Dahan

Altius Healthcare Inc.

Montreal

Sybil Dahan est une personne ayant l'esprit d'initiative. L'expérience qu'elle a acquise en travaillant au sein de multinationales pharmaceutiques, elle l'a mise en pratique pour fonder sa propre entreprise pharmaceutique locale privée, et ce, à deux reprises. À présent, tandis que sa dernière entreprise, Altius Healthcare, a été fusionnée avec Devonian, elle a globalement modifié sa vision.

Après avoir obtenu son baccalauréat ès sciences avec spécialisation en biochimie de l'Université de Montréal, elle s'est rapidement dirigée vers le domaine de la commercialisation des produits pharmaceutiques en tant que représentante commerciale à Hoechst en 1989. Peu après, elle est partie chez Abbott Laboratories, où tout en gravissant les échelons, elle s'est impliquée dans le marché pharmaceutique mondial en tant que directrice de l'Amérique latine et du Canada. Il s'en est suivi un déménagement en Suisse où elle est devenue directrice générale de la filiale scandinave de la société. Dans le cadre de ces deux postes, elle a travaillé à la préparation et au lancement du principal produit de la société, Humira. Elle est retournée au Canada pour occuper le poste de directrice commerciale chez Abbott Laboratories en 2008 avant de devenir présidente de Triton Pharma en 2010.

« De retour chez moi, je voulais travailler pour le Canada en tant que Canadienne. J'avais accompli ce que je devais accomplir à l'international », explique-t-elle.

Lors de son travail à Triton, elle a réalisé son mandat de faire croître l'entreprise pour en permettre la vente – à Paladin Labs en 2013.

C'est à ce moment que madame Dahan a eu l'inspiration de fonder sa propre entreprise. Au début, il y a eu Aspri Pharma, où elle est devenue copropriétaire et présidente de cette entreprise qui devait importer et distribuer des produits pharmaceutiques à travers le Canada.

« Lorsqu'on démarre une entreprise, on doit tout faire soi-même. Je répondais à la porte, je répondais au téléphone, autant que je prenais les décisions importantes et je me sacrifiais pour l'équipe au besoin », dit-elle.

L'entreprise allait bien et elle a rapidement attiré l'attention d'une autre entreprise qui a finalement acheté la plupart des actifs d'Aspri en 2017.

« On s'est alors dit : " qu'est-ce qu'on fait à présent? " On le refait. »

Pour la deuxième fois, Mme. Dahan a démarré une nouvelle entreprise en utilisant la même approche. Cette fois, l'entreprise s'appelait Altius Healthcare. À présent, avec la récente acquisition de l'entreprise par Devonian, Altius est devenue une entreprise pharmaceutique canadienne entièrement intégrée. Elle croit que ses principes directeurs – d'exiger uniquement des autres ce qu'on exigerait de soi-même et de traiter chacun de manière équitable – lui ont permis de se rendre où elle est.

En réfléchissant à sa carrière, elle reconnaît les mentors qui l'ont guidée lors des moments difficiles, tout en considérant ces moments difficiles comme les occasions d'apprentissage qu'ils sont.

« J'ai toujours eu d'excellents mentors. Il y a toujours eu des personnes pour me soutenir et me permettre d'avancer. Il y a eu des moments où je me sentais frustrée, où les choses n'allaient pas comme je voulais, mais en réalité, j'ai compris par la suite que ce qui arrivait était la bonne chose pour moi. »

Tout au long de son parcours, sa famille, son mari, Vick Trieu, et son fils, Audric, ont toujours été ses plus grands admirateurs et ses plus grands partisans.

« Nous nous remercions constamment. Je le remercie pour la vie que nous avons eue et que nous avons, et il me remercie. »

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 6

A passion for science and biology, and a will to understand them, is what led Frédéric Fasano to the pharmaceutical industry. After earning his PharmD degree from the University of Paris-Sud and his Masters in Business Administration from ESSEC Business School, Fasano embarked on a career that would lead him from his hometown in France, to Italy, and eventually Montreal.

Originally from the city of Annecy, France he and his family relocated to Montreal in 2011 when he moved to the position of CEO of Servier Canada.

Throughout his career in the industry, Fasano has travelled and done business all over the world. Coming face to face with different business cultures in Europe, Latin America, and North America, helped him formulate some of his own ideas about how a business should operate and how to develop a winning business culture.

"The common point of all of those foreign experiences is diversity and how diversity of people can bring different perspectives of the same business questions," he said.

"You have to make sure, first and foremost, that different people from different cultures are working together."

"Fostering an environment in which employees feel they themselves can make a difference is a good guideline for managing my team."

Now, as a proud resident of Montreal, Fasano and his family have developed a new passion: hockey.

"I came to Canada seven years ago and I didn't know anything about hockey, and seven years after, we are probably one of the French families most supporting the Les Canadiens de Montréal."

Frédéric Fasano

Servier Canada

Montreal

Passionné de science et de biologie tout en souhaitant les comprendre, c'est ce qui a poussé Frédéric Fasano à travailler dans l'industrie pharmaceutique. Après avoir obtenu son doctorat de premier cycle en pharmacie (Pharm. D.) à l'Université de Paris-Sud ainsi que sa maîtrise en administration des affaires de l'lSSEC Business School, M. Fasano a amorcé une carrière au cours de laquelle il irait travailler dans sa ville natale, en France, en Italie, et éventuellement, à Montréal.

Originaires de la ville d'Annecy en France, sa famille et lui ont déménagé à Montréal, en 2011, pour occuper celui de directeur général à Servier Canada.

Tout au long de sa carrière dans l'industrie, M. Fasano a voyagé et a fait des affaires partout dans le monde. Puisqu'il a eu l'occasion de travailler avec des collaborateurs de cultures différentes en Europe, en Amérique latine et en Amérique du Nord, cette expérience lui a permis de formuler certaines de ses propres idées relatives à la manière dont une entreprise devrait être exploitée ainsi que de créer une culture d'entreprise gagnante.

« Le point commun de toutes ces sortes d'expériences étrangères est la diversité ainsi que la manière dont les gens peuvent apporter différentes perspectives par rapport aux mêmes questions commerciales », a-t-il expliqué.

« Vous devez avant tout vous assurer que différentes personnes de différentes cultures travaillent ensemble. »

« Pour bien gérer mon équipe, il faut créer une atmosphère dans laquelle les employés sentent qu'ils peuvent apporter leur contribution. »

Puisque sa famille et lui sont désormais de fiers résidents de Montréal, ils ont bien entendu, développé une nouvelle passion : le hockey.

« Il y a sept ans, j'ai emménagé avec ma famille au Canada et nous ne connaissions rien au hockey. Nous sommes probablement à présent, la meilleure famille française qui encourage les Canadiens. »

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 7

During Brian Hilberdink's 23-year-long pharmaceutical career he's stuck with one company: Novo Nordisk—the world's largest diabetes treatment company, headquartered in Copenhagen, Denmark. In that time, he has moved from a sales rep position to president of Novo Nordisk Canada. Shortly after graduating from Queen's University in 1992, he began with the pharmaceutical company as a sales rep in Ontario's Niagara peninsula. Early on he began to appreciate the purposefulness of what he saw as more than just a sales job.

"This is not banging on doors trying to sell products to people who may or may not need them. This is actually helping to enable clinicians to make better decisions that ultimately improve and save the lives of patients. To be able to have that purposefulness in a job . . . that really appealed to me."

His mentors included district sales manager Colleen Moody, national sales manager George Gilraine, and Rick Podsiadlo, president of Novo Nordisk at the time, who took a chance and hired him without any previous pharma experience. He says Podsiadlo created a culture where, according to Hilberdink, "every employee had a strong voice and could contribute ideas."

Soon, he embarked on what would be an international career; moving back and forth from Copenhagen to Toronto, with a stint in Princeton, N.J. mixed in, and finally back to Toronto again. In Copenhagen he took on the role of Corporate Vice President of Global Marketing, where he was responsible for the commercialization of the company's future insulin portfolio, which includes brands like Tresiba, Xultophy, and Ryzodeg.

As president of Novo Nordisk Canada—whose office is located in Mississauga, Ont.—one of his guiding principles has been the concept of entrepreneurialism.

"It means we're more interested in outcomes than we are metrics," he says. He applied that principle, in collaboration with his VP of sales, by eliminating most sales metrics in favor of empowering sales reps to manage their territories like it was their own business.

At the same time, he recognizes the importance of work-life balance.

"I do believe that I have a good balance and extend to the employees here. You're obligated to your deliverables, not to a clock, and that's a philosophy that I often embrace," he says. "It means if my kid has an important function at school at 2 o'clock in the afternoon, I'm going to be there if at all possible."

To achieve this level in his career, which required living outside of his home country for 11 years and has included five international moves in 13 years, it obviously required a degree of sacrifice from him and his family, including his wife Lynn and his two sons, Charlie and Russell. When speaking to Hilberdink, his appreciation and love for his family stands out above all.

"My career would not be possible without having an incredibly supportive family."

Brian Hilberdink

Novo Nordisk

Mississauga, Ont.

Tout au long des 23 ans qu'a duré sa carrière dans le domaine pharmaceutique, Brian Hilberdink est demeuré au sein de la même entreprise : Novo Nordisk, la plus grande entreprise de traitement du diabète au monde, dont le siège social est situé à Copenhague, au Danemark. Durant cette période, il est passé de représentant commercial à président de Novo Nordisk Canada. Peu de temps après avoir obtenu son diplôme de l'Université Queen's en 1992, il a commencé à travailler pour cette entreprise pharmaceutique à titre de représentant commercial dans la péninsule du Niagara, en Ontario. Très vite, il a commencé à entrevoir un sens derrière ce qu'il faisait comme étant beaucoup plus qu'un simple travail de représentant commercial.

« Il ne s'agit pas de cogner aux portes pour essayer de vendre des produits aux gens qui en ont besoin ou pas. Il s'agit plutôt d'aider les médecins à prendre de meilleures décisions afin de pouvoir améliorer le sort des patients et à sauver leur vie. D'être capable d'avoir un travail qui a du sens . . . était un aspect qui m'interpellait beaucoup ».

Parmi ses mentors, il y a eu la directrice commerciale de district Colleen Moody, le directeur des ventes nationales George Gilraine et Rick Podsiadlo, le président de Novo Nordisk à l'époque; des personnes qui lui ont donné une chance et qui l'ont embauché même s'il n'avait aucune expérience dans le domaine pharmaceutique. Il dit que M. Podsiadlo a créé une culture où, selon M. Hilberdink : « chaque employé a une voix importante et peut contribuer en partageant ses idées ».

Rapidement, il a entamé une carrière internationale en déménageant entre Copenhague et Toronto, avec un bref passage entre les deux à Princeton, au New Jersey, pour finalement retourner à Toronto. À Copenhague, il a occupé le poste de vice-président administratif de la commercialisation mondiale, où il était chargé de la commercialisation du portefeuille d'insuline futur de l'entreprise, qui est composé de marques comme Tresiba, Xultophy et Ryzodeg.

À titre de président de Novo Nordisk Canada – dont le bureau est situé à Mississauga, en Ontario –, l'un de ses principes directeurs a été le concept d'entrepreneuriat.

« Cela signifie que les résultats nous intéressent plus que les paramètres de rendement », explique-t-il. Il a mis en pratique ce principe, en collaboration avec son vice-président des ventes, en éliminant la plupart des paramètres de rendement des ventes afin d'amener les représentants commerciaux à gérer leurs territoires comme s'il s'agissait de leur propre entreprise.

En même temps, il reconnaît l'importance de l'équilibre travail-vie personnelle.

« Je crois vraiment avoir un bon équilibre, que je partage avec les employés ici. Nous avons une obligation envers les réalisations attendues, et non l'horloge, et c'est la philosophie que j'adopte souvent », dit-il. « Cela signifie que si mon enfant a une activité importante à l'école à 14 h, je vais faire tout mon possible pour y être. »

Pour atteindre ce niveau de carrière, qui a exigé qu'il s'exile à l'extérieur de son pays natal pendant 11 ans et qu'il déménage cinq fois à l'international en 13 ans, sa famille, dont sa femme, Lynn, et ses deux fils, Charlie et Russell, ont bien évidemment dû faire des sacrifices. Ce qui ressort le plus lorsqu'on discute avec M. Hilberdink est sa reconnaissance et son amour pour sa famille.

« Ma carrière n'aurait pas été possible sans le soutien indéfectible de ma famille. »

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 8

Manny Kapur ventured into the pharmaceutical industry as a way to earn money to further his academic studies. "I got a job at 3M Pharmaceuticals quite quickly, right out of university after my exams. At the time, I needed money since I had been accepted into an MHSc in Sports Medicine in the U.S., looking into biomechanical design," said Kapur. "It was a great job. It was a small and struggling pharmaceutical company but they trained us really well. I liked it so much I stayed."

As the years went by, Kapur transformed his initial position as a sales representative at 3M Pharmaceuticals into a successful career in the pharmaceutical industry, specializing in cardiovascular specialty sales. After five years at 3M, he worked as regional manager of Fournier Pharma Canada, where he managed partnerships with companies such as Roche, Solvay, and Bayer Pharma. He ventured into aesthetics in 2001 when he was approached by Rob Seguin, the director of skincare at Allergan, mentor, and great friend.

"They were trying to launch Botox. Initially I laughed. I said, 'Who would ever inject a product like that into their face?' But then the more research I did, I realized that it was an excellent product with numerous medical indications. I took it on and that's how I got into the aesthetics industry," said Kapur.

He created a new Skin Care Business unit that launched Botox in Canada and the global market. His campaign led to the U.S. and global approvals of the product for cosmetic use, and is now one of the more recognized brands in the world.

"We took a more commercial approach to the marketing strategy. We did the same thing for dermal fillers with Medicis Pharma. After two years of launching in Canada we launched dermal fillers in the U.S. and we made $150 million in the first year in the U.S., using the launch model we used in Canada," added Kapur.

Kapur is now the managing director of Croma-Pharma's Canadian division. He was influential in building the Croma Division in Canada as well as launching dermal fillers, Universkin bespoke skin care, and Arthrex PRP for aesthetics use. Currently, he is designing the first introduction of polydioxanone (PDO) threads to the Canadian market.

"The pharmaceutical business when I left it was changing quite a bit. It was highly regulated," said Kapur. "Aesthetics allowed me to be more creative. I feel like an entrepreneur and as an entrepreneur, I always wanted to create and try new ways of doing business. In aesthetics I have been able to build out many new companies, multiple product introductions, and launch a lot of new and exciting novel modalities."

In recent years, Kapur has been actively mentoring young marketing and sales professionals, and has built a very strong team, most of whom have been together for 10 to 15 years through all the companies.

"I always remind them to build relationships and approach HCPs and partners with a lot of integrity and appreciation and teamwork being a hallmark. Having really good customer service is the foundation," he said. "Then, in terms of marketing just always try to do different things and bring value to your customers. For example, there are some really great ideas in social media. Be creative, and remind yourself always of the privilege of doing something you love doing."

Manny Kapur

Croma Canada

Toronto

Manny Kapur s'est d'abord aventuré dans l'industrie pharmaceutique dans le but de gagner de l'argent pour poursuivre ses études. « J'ai obtenu assez rapidement un poste chez 3M Pharmaceuticals, dès la fin de mes études universitaires, après mes examens. À cette époque, j'avais besoin d'argent puisque j'avais été accepté dans un programme de maîtrise en sciences de la santé, en médecine sportive axée sur la conception biomécanique, aux États-Unis », mentionne M. Kapur. « C'était un excellent emploi. Il s'agissait d'une petite entreprise en difficulté, mais qui formait très bien ses employés. J'ai tellement aimé l'entreprise que j'y suis resté. »

Au fil des années, M. Kapur a transformé son poste initial de représentant commercial chez 3M Pharmaceuticals en une carrière fructueuse dans l'industrie pharmaceutique, se spécialisant dans la vente de produits cardiovasculaires. Après cinq ans chez 3M, il a travaillé comme directeur régional de Fournier Pharma Canada, où il a géré des partenariats avec des entreprises comme Roche, Solvay et Bayer Pharma. En 2001, il s'est lancé dans le secteur de l'esthétique après avoir été sollicité par Rob Seguin, directeur des soins de la peau d'Allergan, son mentor et grand ami.

« Ils essayaient de lancer le Botox. Au début, j'ai ri. Je me suis demandé : qui injecterait un tel produit dans son visage? Mais, plus je faisais des recherches, plus je réalisais qu'il s'agissait d'un excellent produit avec de nombreuses indications médicales. J'ai accepté et c'est ainsi que je suis entré dans l'industrie de l'esthétique », a dit M. Kapur.

Il a créé une nouvelle unité fonctionnelle des soins de la peau qui a lancé le Botox au Canada et sur le marché mondial. Sa campagne a mené aux approbations américaines et mondiales du produit pour une utilisation à des fins esthétiques; ce produit est désormais une des marques les plus reconnues au monde.

« Nous avons adopté une approche plus commerciale pour la stratégie de marketing. Nous avons fait la même chose pour les charges dermiques avec Medicis Pharma. Deux années après lancement au Canada, nous avons lancé les charges dermiques aux États-Unis. La première année, les ventes nous ont rapporté 150 millions de dollars aux États-Unis grâce à un modèle de lancement similaire à celui utilisé au Canada », a ajouté M. Kapur.

M. Kapur est maintenant le directeur de la division canadienne de Croma-Pharma. Il a contribué à l'établissement de la division Croma au Canada et au lancement des charges dermiques, des soins pour la peau sur mesure Universkin et d'Aethrex PRP pour une utilisation à des fins esthétiques. À l'heure actuelle, il travaille à la conception de l'entrée sur le marché canadien des fils de polydioxanone (PDO).

« Lorsque j'ai quitté le secteur pharmaceutique, il subissait beaucoup de changements. Il était très réglementé », mentionne M. Kapur. « L'industrie esthétique m'a permis d'être plus créatif. Je me sens comme un entrepreneur et, à ce titre, j'ai toujours voulu créer et essayer de nouvelles façons de faire des affaires. Dans l'industrie esthétique, j'ai pu bâtir plusieurs nouvelles entreprises, développer de nombreuses entrées sur le marché de produits et lancer plusieurs nouvelles modalités intéressantes et novatrices. »

Depuis quelques années, M. Kapur sert activement de mentor à de jeunes professionnels de la vente et du marketing. Il a également constitué une équipe très solide, dont la plupart des membres travaillent ensemble depuis 10 à 15 ans dans toutes les entreprises.

« Je leur rappelle toujours de développer des relations ainsi que de solliciter les fournisseurs de soins de santé et les partenaires avec une grande intégrité et beaucoup de reconnaissance, le travail d'équipe étant une caractéristique distinctive. Un excellent service à la clientèle est la base », a dit M. Kapur. « Ensuite, sur le plan du marketing, essayez toujours de faire des choses différentes et de procurer de la valeur à vos clients. Par exemple, il y a de très bonnes idées dans les médias sociaux. Soyez créatifs et n'oubliez jamais que faire quelque chose qu'on aime est un privilège. »

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 9

Not every success story takes the form of a lifelong dream realized. For Richard Lajoie, President of Bausch Health Canada, the road to his current position has been something of an indirect one, though no less rewarding.

Earlier in his life Lajoie had an interest in the performance of the human body, which led him into hockey, competitive snowboard and canoe racing, but also into a study of the sciences (kinesiology). At the same time, while running a small snowboard shop, he developed a strong interest in business.

After finishing his science degrees, he sought an education in the business side, a quest that took him through his MBA and other executive certifications from Harvard and Columbia business schools.

"It was really a sort of merger of two passions," Lajoie said. "The human body and performance, and business. But I would not pretend it was 'meant to be' or designed from the beginning."

After joining Novartis Pharma in 2001, Lajoie began to rise through roles of increasing responsibility. The journey took his family to Calgary, where his first son was born, and then to Copenhagen and the role of General Manager for Novartis Oncology for Denmark, Norway, and Iceland.

Richard Lajoie
Bausch Health
Laval, Que.

"I had a good time going through all the roles in Canada, but at one point you have to challenge yourself to see to what extent you can export your leadership brand," he said. "In Canada you can manage diversity, but when you move to the Nordic countries, and are responsible for three countries with different currencies, different languages, and different cultures, it is a true test of leadership. You cannot rely on your friends and your network. You need to reinvent yourself and get to the next level from a culture perspective and from a diversity perspective."

In 2013 Lajoie moved to Valeant Canada—now Bausch Health—as Vice-President in charge of the pharmaceutical business unit. That, he said, has been an invaluable experience for his new position as President. "For the last five years I was on the executive board locally, so I have been exposed to the full business."

"When you have a thousand employees, and you have two large manufacturing plants . . . your previous commercial sales and marketing reflexes are not enough to lead to another level."

Not long ago, Bausch Health launched Jublia, which has become the number one onychomycosis treatment in Canada. "We are the market leader locally and recognized internationally," said Lajoie. "For me, to beat the numbers locally is not an achievement itself. The goal was to be the best launch in the world, and the team has been able to deliver to that mandate so far."

In addition of his current role, Lajoie is still active in his hometown as a board member and co-owner of the Shawinigan Cataractes in the Quebec Major Junior Hockey League. He is proudly contributing to the team's aspiration of winning championships and developing NHL-level players, but also remains extremely committed in supporting the players throughout their academic endeavors in order to mold them into responsible and educated citizens.

Ce ne sont pas toutes les histoires de réussite qui prennent la forme d'un rêve de vie qui se réalise. Pour Richard Lajoie, président de Bausch Health Canada, le chemin jusqu'à son poste actuel a été plutôt indirect, mais non moins enrichissant. Très jeune, M. Lajoie avait un intérêt pour la performance du corps humain, ce qui l'a mené vers le hockey, la planche à neige de compétition et la course de canot, mais également vers l'étude des sciences (la kinésiologie). Au même moment, tandis qu'il gérait une petite boutique de planche à neige, il a développé un grand intérêt pour le domaine des affaires.

Après avoir obtenu son diplôme en sciences, il a poursuivi ses études dans le domaine des affaires, une quête qui l'a mené à réaliser une MBA et d'autres certificats en administration dans les écoles de commerce d'Harvard et de Columbia.

« C'était en quelque sorte une fusion entre deux passions », explique M. Lajoie. « Le corps humain et la performance, et les affaires. Mais je ne prétendrai pas que cela était prédestiné ou prévu depuis le début. »

Après s'être joint à Novartis Pharma en 2001, M. Lajoie a commencé à accéder à d'autres postes aux responsabilités croissantes. Ce parcours l'a mené, lui et sa famille, à Calgary, où son premier fils est né, puis à Copenhague; et son poste de directeur général à Novartis Oncology l'a mené au Danemark, en Norvège et en Islande.

« J'ai apprécié tous les postes que j'ai occupés au Canada, mais il vient un moment où on a besoin de défi pour voir jusqu'où on peut exercer son leadership », dit-il. « Au Canada, on peut gérer la diversité, mais lorsqu'on déménage dans les pays nordiques et qu'on a la responsabilité de trois pays ayant des devises différentes, des langues différentes et des cultures différentes, ça permet réellement de mettre son leadership à l'épreuve. On ne peut plus se fier à ses amis et à son réseau. Il faut apprendre à se réinventer et à atteindre un autre niveau d'un point de vue culturel et d'un point de vue de la diversité. »

En 2013, M. Lajoie a commencé à travailler pour Valeant Canada – aujourd'hui Bausch Health – en tant que vice-président responsable de l'unité fonctionnelle pharmaceutique. Ce poste, affirme-t-il, lui a permis d'acquérir une expérience inestimable pour entreprendre son nouveau poste de président. « Au cours des cinq dernières années, j'ai fait partie du comité de direction local, j'ai donc été exposé à l'organisation en entier.

Lorsque vous êtes responsable de milliers d'employés et de deux grandes usines de fabrication . . . vos anciens réflexes de ventes et de commercialisation ne sont pas suffisants pour vous permettre de diriger à un autre niveau. »

Récemment, Bausch Health a lancé Jublia, qui est devenu le meilleur traitement de l'onychomycose dermatophytique au Canada. « Nous sommes le chef de file dans le marché local et nous sommes reconnus à l'échelle mondiale », dit M. Lajoie. « Pour moi, d'obtenir les meilleurs chiffres sur le marché local n'est pas une réalisation en soi. L'objectif était d'offrir le meilleur lancement au monde, et l'équipe a été en mesure de réaliser ce mandat jusqu'ici. »

En plus de son poste actuel, M. Lajoie est toujours actif dans sa ville natale en tant que membre du conseil d'administration et copropriétaire des Cataractes de Shawinigan, une équipe de hockey de la Ligue junior majeure du Québec. Il est fier de contribuer au rêve de l'équipe de remporter les championnats et de former des joueurs du niveau de la LNH, mais il demeure également très engagé à soutenir les joueurs dans leurs efforts académiques afin d'en faire des citoyens responsables et éduqués.

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 10

The blend of science and business is what drew Eric Tse to the pharmaceutical industry. "My dad is a physician so he introduced me to the industry. I just learned from there," says Tse, General Manager at Shire Canada. After graduating from Queen's University, Tse came into the industry as a sales representative for CIBA Vision, which eventually became part of Novartis. During his time at Novartis, he worked his way up to Brand Director for the company's blockbuster drug Lucentis, all while studying to earn his MBA in General Management from the University of Toronto Rotman School of Management.

During his time at Novartis and more recently at Shire, he has faced some of his biggest challenges and greatest accomplishments. The launch of Lucentis, which was at the time the most successful product launch Novartis has seen, is what Tse considers one of his greatest accomplishments.

Another significant accomplishment was leading the relocation of Shire's offices from Mississauga and Montreal to a single location in Toronto, all while maintaining the organizational focus on the patients and the business.

As general manager at Shire, Tse says that one of his keys to success is to nurture the right work culture.

"It's really important to me. We're a very flat organization. Not just in terms of structure, but also philosophy. One thing that people comment on when they join Shire is that it's not a hierarchical organization. People don't wear their egos here. It's about how do we get together and accomplish our objectives."

He developed these principles from mentors like Debbie King, who he worked with at Novartis.

"Her culture of developing people, counselling people, coaching people, has had a big impact on me not just from a personal perspective but it has also inspired how I work with others as well."

At the end of the day, his top priority is his family—his wife Jennifer and their two children—and that's what enables and motivates him to perform better at work, he says.

Eric Tse

Shire Pharma Canada ULC

Toronto

Le mélange entre le domaine des sciences et des affaires est ce qui a mené Eric Tse vers l'industrie pharmaceutique. « Mon père est médecin, il m'a donc fait connaître l'industrie. C'est à partir de cela que j'ai appris », affirme M. Tse, directeur général à Shire Canada.

Après avoir obtenu son diplôme de l'Université Queen's, M. Tse a débuté sa carrière dans l'industrie en tant que représentant commercial pour CIBA Vision, qui a plus tard été intégrée à Novartis. Lors de son passage à Novartis, il a gravi les échelons pour devenir directeur de marque pour le médicament vedette de la société, Lucentis, tout cela en poursuivant ses études pour obtenir sa MBA en gestion générale de la Rotman School of Management de l'Université de Toronto.

Lors de son travail à Novartis et plus récemment à Shire, il a relevé certains des plus grands défis et assuré certaines des plus grandes réalisations. Le lancement de Lucentis, ce qui était à l'époque le lancement le plus réussi de l'histoire de Novartis, est selon M. Tse l'une de ses plus grandes réalisations.

Une autre réalisation importante a été de diriger la relocalisation des bureaux de Shire entre Mississauga et Montréal en un seul bureau à Toronto, tout en maintenant l'orientation organisationnelle sur les patients et l'entreprise.

À titre de directeur général à Shire, M. Tse explique que l'un de ses facteurs clés de succès est d'entretenir la bonne culture de travail.

« C'est très important pour moi. Nous sommes une organisation très horizontale. Pas seulement en ce qui a trait à la structure, mais également à la philosophie. L'un des commentaires que font les nouveaux employés qui arrivent à Shire est que ce n'est pas une organisation hiérarchique. Ici, les personnes n'ont pas à mettre leur égo de l'avant. Nous nous concentrons sur la manière de nous rassembler et de réaliser nos objectifs. »

Il a développé ses principes auprès de mentors comme Debbie King, avec qui il a travaillé à Novartis.

« Sa culture qui visait à développer les individus, à les conseiller et à les encadrer, a eu un un fort impact sur moi, pas seulement d'un point de vue personnel, mais également en inspirant ma manière de travailler avec les autres. »

Ultimement, sa priorité est sa famille – sa femme Jennifer et ses deux enfants – et, selon lui, c'est ce qui le motive et lui permet d'être meilleur au travail.

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 11

Working for companies big and small, and with a background as a licensed pharmacist, Arima Ventin has seen many different perspectives of the pharmaceutical industry. All along, her passion for improving patient outcomes and making an impact on their lives has been her driving force.

"I think one of the reasons I've been successful—and I truly enjoy my job every day—is because I really do believe that we make a difference," she said.

In 1994, Ventin graduated from the University of Toronto with a Bachelor of Pharmacy. With a desire to go into health sciences, she became a clinical pharmacist, following her mother's path. That path eventually veered toward the business end of things, a path maybe slightly more influenced by her father; an immigrant and entrepreneur, from whom she says she learned the value of hard work.

"I loved patient care, but I wanted to get more involved in terms of understanding and positioning products appropriately for clinical use," she said.

After earning her MBA in Business Administration and Management from the IESE Business School at the University of Navarra in Barcelona, Spain, she soon moved into the pharmaceutical marketing world, breaking into sales marketing and sales management with Eli Lilly in Canada. From there, she went to Wyeth Pharmaceuticals, which later became Pfizer, before moving to a series of small start-ups including Basilea Pharmaceuticals, where she became the Vice President of Marketing and Market Access, and then Forest Laboratories, which was based in Toronto.

Forest Laboratories was eventually purchased by Actavis, and soon after that, Actavis bought Allergan and adopted that name.

She says she was drawn to these smaller companies because she liked the fast-paced environment where decisions can be made quicker. Healthcare is changing fast and she believes that as a critical stakeholder, pharmaceutical companies need to be able to respond quickly to meet the changing needs of all types of customers.

"At Allergan, even though we're larger now, we still have that same philosophy. We strive to work collaboratively by building bridges with key stakeholders and customers, and we take action quickly. Above all, we do what is right. We call it 'being bold.'"

Now, as Executive Director of Market Access, Pricing and Government Relations at Allergan, she recognizes that, simply put, her goal is to make the lives of patients better.

"This has to be the guiding principle in pharmaceuticals and in healthcare," she said. "If you stray from that, you won't be successful."

At the end of the day, the number one thing in her life is her family.

"I would never sacrifice my family for my career. I think for most career women, or most women who are working with a family, you just find a way to get it done."

Arima Ventin

Allergan

Markham, Ont.

Ayant travaillé pour de petites et de grandes entreprises, et avec une expérience en tant que pharmacienne titulaire d'une licence, Arima Ventin a connu différents aspects de l'industrie pharmaceutique. Tout au long de sa carrière, son désir d'améliorer le sort des patients et d'avoir une incidence sur leur vie a été un moteur important pour elle.

« Je crois que l'une des raisons qui expliquent mon succès – et j'apprécie réellement mon travail chaque jour – est que j'ai la certitude que nous faisons une différence », dit-elle.

En 1994, Mme. Ventin a obtenu son baccalauréat en pharmacie de l'Université de Toronto. Aspirant à faire carrière dans le domaine des sciences de la santé, elle est devenue pharmacienne clinicienne, suivant ainsi le chemin de sa mère. Ce chemin l'a finalement menée dans le domaine des affaires, un chemin peut-être plus influencé par son père : un immigrant et entrepreneur qui, selon elle, lui a appris la valeur du travail acharné.

« J'ai aimé les soins aux patients, mais je voulais m'impliquer davantage en ce qui a trait à la connaissance et au positionnement des produits de façon convenable à des fins d'utilisation clinique », explique-t-elle.

Après avoir obtenu sa MBA en administration et gestion des affaires de l'IESE Business School à l'Université de Navarra à Barcelone en Espagne, elle s'est rapidement orientée vers le monde de la commercialisation des produits pharmaceutiques, en perçant dans le domaine de la commercialisation et de la gestion des ventes à Eli Lilly au Canada. Par la suite, elle a travaillé pour l'entreprise Wyeth Pharmaceuticals, qui est plus tard devenue Pfizer, avant de travailler pour une série de petites entreprises en démarrage, dont Basilea Pharmaceuticals, où elle a occupé le poste de vice-présidente de la commercialisation et de l'accès au marché, et Forest Laboratories, une entreprise de Toronto.

Plus tard, l'entreprise Forest Laboratories a été achetée par Actavis, et peu de temps après, Actavis a été achetée par Allergan, qui a adopté ce nom.

Elle explique qu'elle était attirée par les plus petites entreprises, car elle appréciait leur environnement dynamique qui permettait de prendre des décisions plus rapidement. Le domaine des soins de santé évolue rapidement et elle croit qu'en tant que parties prenantes essentielles, les entreprises pharmaceutiques doivent être en mesure de réagir rapidement pour répondre aux besoins changeants de tous les types de clients.

« Chez Allergan, même si l'entreprise est plus grande, nous avons conservé cette philosophie. Nous nous efforçons de travailler en collaboration en établissant des ponts entre nos principales parties prenantes et nos clients, et nous agissons rapidement. Par-dessus tout, nous faisons ce qui est bien. Nous appelons cela : " Être audacieux " ».

À présent, à titre de directrice administrative de l'accès au marché, tarification et relations gouvernementales chez Allergan, elle reconnaît qu'en bref, son objectif est d'améliorer la vie des patients.

« Ça devrait être le principe directeur du domaine pharmaceutique et des soins de santé », dit-elle. « Si vous vous écartez de ce principe, vous allez échouer. »

En fin de compte, le plus important dans sa vie est sa famille.

« Je ne sacrifierais jamais ma famille au profit de ma carrière. Je crois que la plupart des femmes de carrière ou la plupart des femmes qui travaillent tout en ayant une famille trouvent une façon d'y arriver. »

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 12

When Greg Glenn learned that he was being honoured with the Phil Diamond Award for Community Service, he was especially moved, because Diamond was one of the people who helped spark his interest in charitable works.

"I first met Phil in approximately 1979. He was a very good friend of mine. He was one of my advertising agency guys when I was a project manager at Eli Lilly," he said. "I was also involved in the start up of his famous charity golf tournament called Walk in the Park which ran for over 30 years in support of various children's health organizations."

Over the span of his more than 40-year-long career as a senior executive handling health policy, government relations, and market access issues for the Canadian pharmaceutical industry, Greg always found time to volunteer with non-profit groups. Now enjoying his retirement, he has more time to dedicate toward his charitable works. He is currently a Board Director at Children's Mental Health Ontario and Chair of Kinark Child and Family Services. Both initiatives champion the mental health needs of children and their families.

"I'm still doing what I was trained to do," he explained. "Only now I lobby on behalf of our kids and our families. I go to the government, politicians, and bureaucrats and talk with them about the needs of these families. I try to convince them of appropriate funding and appropriate programming changes to allow these kids and their families to get proper treatment."

Looking back on his career, Greg says that he is most proud of starting The Glenn Group, his own market access and government relations consulting firm, which was then merged with the JBL Associates to form The JBL Group.

"I'm proud of what we accomplished in getting hundreds of drugs covered appropriately for patients across the country during that time period," he said.

For Greg, using his expertise for non-profit initiatives is a way of giving back the good fortune that he has received throughout the years.

"I worked with some really fantastic people. It was the people I worked with that really motivated me and helped me along the way," he said.

Aside from his volunteer commitments, he is also making time for his two lifelong interests: golf and travel.

"My wife and I have a number of plans, places to go, and things we want to do. At Christmas we are going to Costa Rica and in the spring, we will be going to Palm Springs. In the fall of next year, we are going to Italy and Doha, Qatar—we have a daughter and her family who live there."

Gregory J. Glenn

Stouffville, Ont.

Phil Diamond Award for Community Service

Lorsque Greg Glenn a appris qu'il avait l'honneur de recevoir le prix *Phil Diamond Award* pour service communautaire, il était surtout ému, parce que monsieur Diamond a été l'une des personnes qui ont contribué à susciter son intérêt pour les œuvres de charité.

« J'ai rencontré Phil pour la première fois en 1979 environ. C'était l'un de mes très bons amis. Il travaillait pour l'une de mes agences publicitaires lorsque j'étais gestionnaire de projet à Eli Lilly », dit-il. « J'ai également participé au démarrage de son célèbre tournoi de golf caritatif *Walk in the Park* qui s'est tenu pendant plus de 30 ans pour venir en aide à divers organismes de santé dédiés aux enfants. »

Au cours de sa longue carrière de plus de 40 ans en tant que cadre supérieur responsable de la politique de santé, des relations gouvernementales et des difficultés d'accès au marché pour l'industrie pharmaceutique canadienne, Greg a toujours trouvé du temps pour faire du bénévolat au sein de groupes sans but lucratif. Profitant maintenant de sa retraite, il a plus de temps à consacrer à ses œuvres de charité. Il est actuellement un directeur du conseil à Santé mentale pour enfants Ontario et président aux Services d'aide aux enfants et aux familles de Kinark. Ces deux initiatives visent à soutenir les besoins en matière de santé mentale pour les enfants et leur famille.

« Je fais toujours ce pour quoi j'ai été formé », explique-t-il. « Sauf qu'à présent, je milite au nom de nos enfants et de nos familles. Je rencontre le gouvernement, les politiciens et les fonctionnaires pour discuter des besoins de ces familles. J'essaie de les convaincre d'accorder les fonds nécessaires et d'apporter les changements de programme appropriés pour permettre à ces enfants et à leur famille d'obtenir des traitements adéquats. »

En prenant du recul sur sa carrière, Greg affirme que ce dont il est le plus fier est d'avoir fondé The Glenn Group, sa propre société d'experts-conseils en relations gouvernementales et accès au marché, qui plus tard a été fusionnée avec JBL Associates pour former The JBL Group.

« Je suis fier que nous ayons réussi à obtenir une couverture adéquate pour des centaines de médicaments pour des patients à la grandeur du pays lors de cette période », dit-il.

Pour Greg, le fait d'utiliser son expertise au profit d'organismes sans but lucratif est une façon de redonner pour toute la chance qu'il a eue au cours des années.

« J'ai travaillé avec des personnes vraiment géniales. Ce sont les personnes avec qui j'ai travaillé qui m'ont réellement motivé et qui m'ont aidé tout au long de mon parcours », dit-il.

À part ses engagements bénévoles, il consacre également son temps à ses deux intérêts de longue date : le golf et le voyage.

« Ma femme et moi avons de nombreux plans, endroits à visiter et choses à faire. À Noël, nous partons au Costa Rica et au printemps, nous allons à Palm Springs. À l'automne l'an prochain, nous allons en Italie et à Doha, au Qatar, où notre fille et sa famille vivent. »

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 13

Inductees • Membres

Doug Ballingall AstraZeneca Mississauga Ontario
Angelo Botter Abbott Labs Montreal Quebec
Phil Diamond Diamond Strategic Advertising Toronto Ontario
Clifford K. Goodman Keith Health Care Mississauga Ontario
J.R. Marcotte Berlex St-Laurent Quebec
Percy Skuy Janssen-Ortho Don Mills Ontario
Sylvia Vogel Canderm Pharmacal St-Laurent Quebec
Ted Wise Pharmascience Montreal Quebec

Jimmy Ghadiali Aventis Pharma Laval Quebec
Mary Layton Media Director Toronto Ontario
Sandi Leckie Chronicle Companies Toronto Ontario
Paul Lucas Glaxosmithkline Toronto Ontario
Richard J. MacKay Stiefel Canada Montreal Quebec
Gerry McDole AstraZeneca Mississauga Ontario
Claude Perron Shire Biochem Laval Quebec
Christine Whatley Janssen-Ortho Don Mills Ontario

Donna Day Solvay Pharma Markham Ontario
Rudy Fernandes Global Health Strategy Mississauga Ontario
Sheila Gittelman Sudler & Hennessey Canada Montreal Quebec
Jean-Michel Halfon Pfizer Canada Kirkland Quebec
Gilles Lachance Council for Continuing Pharmaceutical Education Saint-Laurent Quebec
Robert Lavoie Dermtek Pharmaceuticals Dorval Quebec
David Rimell Medifacts Ottawa Ontario
John Stewart Purdue Pharma Pickering Ontario

Roy Chernoff Troutbeck Chernoff Toronto Ontario
Janet Chlebo Janssen-Ortho Don mills Ontario
Michael Cloutier AstraZeneca Mississauga Ontario
Rob Hamilton Biogen Idec Mississauga Ontario
André Marcheterre Merck Frosst Kirkland Quebec
Manon Richer Rogers Media Montreal Quebec
Sheila Rivest Integrated Healthcare Communications Toronto Ontario
John Suk Altana Pharma Oakville Ontario
Cialis Team Eli Lilly Canada Toronto Ontario
Lipitor Team Pfizer Canada Kirkland Quebec

Philip Blake Bayer Toronto Ontario
Susanne Cookson Boehringer Ingelheim Inc. Burlington Ontario
Daryl Erickson Medical Communications Group Montreal Quebec
Terry Johnson Allard Johnson Toronto Ontario
Joseph Knott Pangaea Group of Companies Toronto Ontario
Liette Landry Schering Canada Pointe Claire Quebec
Pierre Montanaro Pharmascience Montreal Quebec
Jacqueline Shan CV Technologies Edmonton Alberta
BOTOX Cosmetic Team Allergan Markham Ontario
Gardasil Team Merck Frosst Canada Kirkland Quebec

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 14

Inductees • Membres

Cheryl Cann-Critchlow Boehringer Ingelheim Inc. Burlington Ontario
Lorena Di Carlo Lundbeck Canada Montreal Quebec
Neil K. Hutton Canadian Anesthesiologists' Society Toronto Ontario
Graham Jobson Solvay Pharma Inc. Markham Ontario
Ronnie Miller Roche Canada Mississauga Ontario
Isabelle Mongeau Pfizer Canada Montreal Quebec
Brenda Pratscher Ogilvy Montreal Montreal Quebec
Ken Stallman Cundari Health Toronto Ontario
Paladin Labs Montreal Quebec
Diabetes Team Novo Nordisk Mississauga Ontario
Phil Diamond Award for community service Carlo Viola STA Communications Montreal Quebec

Deborah Brown EMD Serono Canada Inc. Mississauga Ontario
Ray Chepesiuk Pharmaceutical Advertising Advisory Board Pickering Ontario
Laurie Dotto Abbott Laboratories Canada Montreal Quebec
Gerard Gregory Boehringer Ingelheim Inc. Burlington Ontario
Sharon Henderson Stiefel Canada Montreal Quebec
Mike Kirkley MarketForce Cambridge Ontario
Dean Michelin Valeo Pharma Kirkland Quebec
Valeant Canada Montreal Quebec
AstraZeneca Mississauga Ontario
Phil Diamond Award for community service Steve Gregory IsaiX Technologies Montreal quebec

Greg Anderson Janssen-Ortho Inc. Toronto Ontario
Larry Falls The Falls Group Toronto Ontario
Theresa Firestone Pfizer Canada Kirkland Quebec
Junne Hinkley-Page McNeil Toronto Ontario
Dr. André Lalonde Society of Obstetricians and Gynaecologists of Canada Ottawa Ontario
Vince Lamanna Novo Nordisk Canada Inc. Mississauga Ontario
Michael Tremblay Astellas Pharma Canada, Inc. Markham Ontario
Vivianne Vinet CME Solutions Montreal Quebec
Phil Diamond Award for community service Mario Daigle Allard Johnson Montreal Quebec

Lorenzo Biondi Hoffmann-La Roche Limited Canada Mississauga Ontario
James Cran Antibody Healthcare Communications Toronto Ontario
Steve Green Novo Nordisk Canada Inc. Mississauga Ontario
Regina Kulikowski Regina K Toronto Ontario
Dan Léger Lundbeck Canada Montreal Quebec
Dr. Stuart Maddin Vancouver British Columbia
Lorne Markowitz Valeant Canada Ltd. Montreal Quebec
Phil Diamond Award for community service Morris Goodman Pharmascience Inc. Montreal Quebec

Wendy Adams Galderma Canada Markham Ontario
Peggy Ahearn Canadian Association of Wound Care Toronto Ontario
Richard Fajzel Pfizer Canada Montreal Quebec
Dominique Gilbert Lundbeck Canada Inc. Montreal Quebec
Dr. Richard M. Gladstone Association of community neurologists Toronto Ontario
Doug Grant Bayer Inc. Toronto Ontario
Barbara Reynolds Astellas Pharma Canada Inc. Markham Ontario
Phil Diamond Award for community service Aaron and Mandy Maresky Aaron's Apple Toronto Ontario

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 15

Inductees • Membres

Glenn Block Merz Pharma Canada Burlington Ontario
Mike Egli Takeda Canada Inc. Oakville Ontario
Joanne Klue Cegedim Relationship Management Scarborough Ontario
Carol Levine Energi PR Montreal Quebec
Mark Lievonen Sanofi Pasteur Limited Toronto Ontario
Jim Shea CCPE/CFPC Montreal Quebec
Phil Diamond Award for community service C. Norman Cook Rogers Publishing Toronto Ontario

Mark Beaudet Paladin Labs St-Laurent Quebec
Roxane Chabot RBC Consultants Montreal Quebec
Paul Cusimano Shoppers Drug Mart Specialty Health Network Mississauga Ontario
Jonathan Goodman Knight Therapeutics Inc. Montreal Quebec
John Helou Pfizer Canada Inc. Montreal Quebec
Dr. Roger McIntyre University of Toronto Toronto Ontario
Kathryn Raymond Purdue Pharma Pickering Ontario
Phil Diamond Award for Community Service Melodie Hicks Cégep Vanier College Nursing Montreal Quebec

Sylvain Chrétien Pediapharm Inc. Verdun Quebec
Joan Chypyha Cipher Pharmaceuticals Mississauga Ontario
Grant Gibson The Gibson Group Aurora Ontario
Dr. Wayne Gulliver NewLab Life Sciences St. John's Newfoundland and Labrador
John Haslam Alexion Pharma Canada Corp. Vaughan Ontario
Robin Hunter Mallinckrodt Pharmaceuticals Mississauga Ontario
Phil Diamond Award for Community Service Barry Fishman Merus Labs Toronto Ontario

Peter Brenders Sanofi Genzyme Mississauga Ontario
Patrick Cashman Lundbeck Canada Montreal Quebec
Ed Dybka AstraZeneca Canada Inc. Mississauga Ontario
Heidi Forman Klick Health Toronto Ontario
Edward Gudaitis Allergan Inc. Markham Ontario
Chris Halyk Janssen Inc. Canada Toronto Ontario
Sylvie Pilon Lundbeck Canada Montreal Quebec
Phil Diamond Award for Community Service Dr. Gary Sibbald Toronto Ontario

James L. Hall Aralez Pharmaceuticals Canada Mississauga Ontario
Kevin Leshuk Celgene Inc. Mississauga Ontario
Pamela Minden Aspen PharmaCare Canada Inc. Toronto Ontario
Paul Petrelli Jazz Pharmaceuticals Toronto Ontario
Allison Rosenthal Otsuka Canada Pharmaceutical Inc. St-Laurent Quebec
Ilona Torontali Roche Canada Mississauga Ontario
Phil Diamond Award for Community Service Stuart Cottrelle Bayshore Healthcare Mississauga Ontario

Hall of Fame supplement 2018_rar10_Hall of Fame supplement 2013_rar7.qxd 10/23/2018 12:07 PM Page 16

2018 Corporate Builders
Associé principals de corporation 2018

CHRONICLE

Allergan

Ashfield

pangaeagroup

Bayshore Specialty Rx

croma For creators of beauty.

Impres Pharma

McKESSON Canada

mediqagraphics Printing packaging & design for the life sciences industry

NATIONAL POST

Patient Diaries

PEAK PEAK PHARMA SOLUTIONS

SpecialtyHealthNetwork SHOPPERS DRUG MART

vanguard pharma

The Chronicle of Healthcare Marketing

A Special Supplement to
The Chronicle of Healthcare Marketing

Un supplément spécial de la publication
The Chronicle of Healthcare Marketing