

Le coaching et le financement de start-up sont devenus des ingrédients indispensables et incontournables pour garantir un avenir à long terme de l'industrie biotechnologique.

Coaching et financement: des ingrédients indispensables

Il faut offrir aux entrepreneurs une infrastructure appropriée, un accompagnement spécialisé et le financement de la preuve de concept sur les 18 à 24 premiers mois. L'objectif est de mettre l'innovation sur les rails conduisant au marché.

BENOÎT DUBUIS

Aux deux missions traditionnelles de nos hautes écoles que sont la recherche et la formation est venue s'ajouter une troisième: la valorisation des résultats de recherche ou en d'autres termes, la concrétisation de l'innovation en biens, produits et services. Recherche et innovation, deux missions stratégiques au service de notre croissance économique, propres à assu-

rer notre prospérité future et renforcer notre positionnement international.

Pourtant, un excellent niveau scientifique ne conduit pas obligatoirement à un niveau équivalent en matière d'innovation commerciale. Encore faut-il un environnement favorable insufflant un véritable esprit d'entreprendre, et des entrepreneurs capables non seulement de reconnaître les opportunités d'innovation mais de les traduire en actes. Nourries de la nécessité d'une politique d'innovation, de nombreuses initiatives virent le jour ces dernières années: nouveaux cours, renforcement et professionnalisation du transfert de technologie, mise sur pied de capacités d'hébergement pour jeunes pousses.

La création d'un environnement propice est d'autant plus nécessaire en sciences de la vie, en particulier dans le domaine des biotechnologies. En effet, si ce secteur a un très fort potentiel de croissance, notamment en pharmaceutique, il se caractérise par des

besoins importants en capitaux et par la complexité du processus de développement de ces produits.

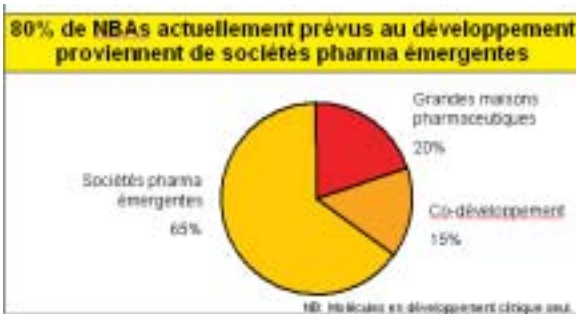
Deux grandes options stratégiques

Pour simplifier, les jeunes entreprises de biotechnologie choisissent entre deux grandes options d'orientation stratégique:

► La plus lucrative mais également la plus risquée, consiste à développer des produits pharmaceutiques. Au vu du nombre d'années qui s'écoulent entre la conception et la mise sur le marché, les contraintes réglementaires et le coût des phases précliniques et cliniques, ces projets requièrent sur le long terme de solides partenaires financiers, scientifiques et spécialistes des affaires réglementaires.

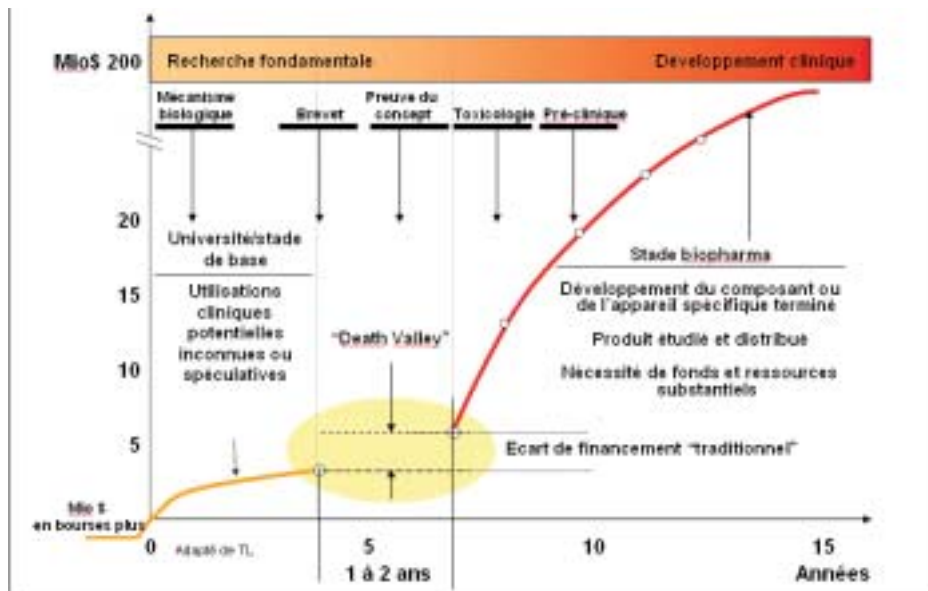
► La deuxième option consiste à se concentrer sur le développement de technologies dites de «plate-forme». Il s'agit ici de commercialiser l'innovation sous forme de services novateurs destinés à

Contribution des sociétés émergentes au développement du secteur pharma



Financement cumulé du développement d'un médicament

Un petit écart de financement entre la recherche fondamentale et l'application clinique porte préjudice au succès de nouveaux médicaments



des sociétés pharma et/ou biotech. Cette voie est moins risquée et permet d'atteindre plus rapidement la zone bénéficiaire. Mais on ne tire profit que d'une partie de la chaîne de valeur, de sorte que les revenus potentiels sont moindres. Idéalement un portefeuille incluant produits et plates-formes permet une réduction des risques et une rentabilité élevée.

La traversée de la «Death Valley»

Une phase critique pour l'émergence de nouvelles sociétés est le passage de l'innovation du monde de la recherche au monde commercial. Les projets, qui ont été financés et conduits jusqu'alors dans le cadre de travaux de recherche au sein de hautes écoles, doivent être traduits en produits commerciaux dans le cadre de plans de développement, de positionnement et de financement privés.

Les phases initiales de développement, qui permettent cette «traduction» de l'innovation

en opportunités commerciales, sont souvent chères et difficiles à financer. L'entrepreneur doit convaincre des investisseurs peu enclins à parier sur des projets encore embryonnaires, nécessitant un suivi opérationnel intense et grevés de grands incertitudes scientifiques et commerciales.

Pour désigner cette discontinuité de financement, les Américains ont introduit la notion de «Death Valley» illustrée par le graphique en première page.

La traversée de la «Death Valley» requiert de la part de l'innovation une «preuve de concept», ou une démonstration de ses fortes chances de pouvoir être traduite en un produit compétitif sur le marché. Dans tous les cas, la réussite de cette phase exige une définition précise des objectifs, de la rapidité, et un financement adéquat.

C'est précisément sur ces trois facteurs que se concentrent les nouvelles initiatives de valorisation dans le domaine des sciences de la vie (voir

l'article «*Eclosion: du concept à la jeune pousse*»), en offrant aux entrepreneurs une infrastructure appropriée, un accompagnement spécialisé et le financement de la preuve de concept sur les 18 à 24 premiers mois. L'objectif est de mettre l'innovation sur les rails conduisant au marché, et de l'amener à un stade d'avancement où les investisseurs en capital risque puissent prendre le relais de son financement.

Phase de transition de plus en plus attractive

Bien qu'encore très en amont d'une commercialisation, cette phase de transition devient de plus en plus attractive du fait des progrès technologiques permettant de compresser les temps de développement, et d'autre part d'une compétition croissante qui a fortement dopé la valorisation de la recherche au stade préclinique, ceci d'ailleurs pour le bénéfice tant des jeunes pousses que du monde pharmaceutique. (voir la graphique ci-dessus). ■

Benoît Dubuis

Doyen de la faculté des sciences de la vie, EPFL.