

### **Exemple de développement d'une petite entreprise chimique**

*V-LABS, INC. a été fondée en 1979 en tant que laboratoire spécialisé dans les glucides avec pour vision de mettre à la disposition des chercheurs en biotechnologie, en biochimie et dans le domaine en développement rapide de la glycobiologie des produits et des services disponibles avec ses approches potentiellement révolutionnaires pour résoudre les problèmes biomédicaux. Il y avait à cette époque tout un domaine émergent de la recherche biochimique fondé sur le métabolisme omniprésent des glucides qui couvre toute la gamme de la pharmacologie, des réponses immunitaires, de la médecine du cancer, de la science des matériaux, de la nutrition humaine et de la bioénergie renouvelable. Grâce à un partenariat mondial, l'entreprise a construit un réseau pour fournir aux chercheurs des structures glucidiques complexes rares qui sont des normes authentiques en instrumentation analytique, enzymologie et immunologie.*

# Chapitre 7 : Le guide pour le chimiste entrepreneur

## 1. La naissance de l'idée d'entreprise

L'une des meilleures choses qui rend un chimiste fier, c'est le sentiment de joie inhérent à la résolution d'un problème majeur grâce à un travail acharné. C'est la sensation qu'il a lorsqu'il réalise quelque chose de nouveau pour la première fois, comme la synthèse d'une nouvelle molécule ou la résolution d'une structure complexe ; le fameux *Eureka* d'Achimède. Pourtant, une aventure encore meilleure et de loin plus fascinante consiste à mettre l'invention sur le marché. Tout au long de ce voyage intrigant mais épuisant, de nombreux nouveaux concepts doivent être appris et appliqués, tels que la structure des coûts, le flux de revenus, la propriété intellectuelle, la proposition de valeur ; concepts auxquels les chimistes ne sont pas souvent très familiers. De nombreuses contraintes surgissent tout au long de ce défi et les chimistes entrepreneurs se doivent d'être préparés afin de contourner les inconvénients majeurs qui pourraient entraver et porter atteinte à la réussite de la commercialisation de leur nouveau produit.

## 2. Le besoin d'entreprendre en chimie (de l'universitaire à l'industrie et inversement)

Il existe une quantité importante d'excellentes recherches développées dans les universités et les centres de recherche. Dans le même temps, il existe d'énormes besoins du marché qui recherchent des solutions efficaces. Les chaînons manquants entre ces deux mondes sont des entrepreneurs prêts à relever le défi de mettre leur invention sur le marché afin que la société puisse en bénéficier. Afin de combler efficacement le fossé entre l'industrie et le milieu universitaire, les entrepreneurs doivent combiner un ensemble complémentaire d'attributs, tels que des connaissances scientifiques approfondies et un instinct commercial, la rigueur et le sens de l'urgence, la curiosité et la capacité à livrer. Ce sont ceux qui divulguent des moyens de commercialiser les idées du milieu universitaire en créant des nouvelles valeurs.

## 3. Facteurs clés pour une idée d'entreprise réussie

En tant que chimistes, nous développons de nombreuses compétences qui peuvent être utilisées à bon escient lors de la commercialisation de notre technologie. Notre pensée critique et notre formation fondée sur des preuves sont des compétences très précieuses, mais nous devons

garder à l'esprit que la mise sur le marché d'une technologie n'est pas un projet de recherche. Il convient de souligner que proposer un seul produit ne suffit pas pour créer une entreprise, car les concurrents peuvent facilement proposer une solution alternative. C'est une erreur typique des entrepreneurs universitaires. Idéalement, notre entreprise devrait s'appuyer sur une plateforme technologique nous permettant de réaliser divers produits répondant à un besoin que le marché n'a pas encore satisfait. Cette condition préalable nous aide davantage à être polyvalents et à nous adapter aux changements rapides du marché. La concurrence est vigoureuse et ce n'est pas parce que nous produisons le meilleur produit que les concurrents ne mettront pas sur le marché quelque chose qui fonctionne encore mieux à un prix plus compétitif. Il est essentiel de nous rappeler que ce sont les clients qui déterminent notre stratégie commerciale. Une vision est donc cruciale pour avoir une image plus large au-delà d'un seul produit ou même d'une plateforme technologique entière.

Avoir une idée est définitivement la première étape dans la vie de tout entrepreneur. Pourtant, nous devons garder à l'esprit que c'est la manière dont nous mettons en œuvre cette idée qui compte vraiment. L'opportunité de marché est un aspect clé qui doit être pris en compte. Ainsi, le premier test que notre idée doit passer est sa capacité à produire suffisamment de revenus pour soutenir notre entreprise. Nous devrions être pleinement en mesure de répondre à la question : comment allons-nous créer des revenus et quelle est la structure de coûts de notre entreprise ? La taille et la force de notre entreprise dépendent du prix auquel nous pouvons vendre notre produit, du nombre d'acheteurs et du coût de fonctionnement de l'entreprise. Avoir une idée et connaître le marché sont des attributs essentiels qui doivent être évalués avant toute considération réaliste de réalisation de l'entreprise. Pourtant, le processus de constitution de l'entreprise est délicat, car de nombreuses trappes imprévisibles existent. Une erreur typique commise par de nombreux entrepreneurs universitaires est de croire qu'ils sont autosuffisants. Il est donc important de reconnaître nos limites et de partager les tâches en formant une équipe très solide. Cela peut aller jusqu'à l'embauche d'un PDG qui lui-même n'a rien à voir avec la conception de notre idée initiale, mais qui est capable de mener l'équipe vers le succès. Les besoins financiers d'une entreprise évoluent en fonction de son évolution. De même, les sources de financement devraient s'adapter. Chaque entrepreneur doit être conscient des besoins et des opportunités de son entreprise et proposer un plan solide.

***Quelques astuces à prendre en compte :***

*Lorsque vous songez à commercialiser votre technologie, gardez à l'esprit :*

- 1) *le coût de production ;*
- 2)  *votre protection IP ;*
- 3)  *quelle est la probabilité que la concurrence puisse trouver une meilleure solution ;*
- 4)  *le prix que le client est prêt à payer et ;*
- 5)  *le nombre d'unités que vous devez vendre au prix pour que votre entreprise continue de fonctionner.*

#### **4. Raisons pour lesquelles de nombreuses entreprises échouent**

Un certain nombre d'entreprises échouent à leurs débuts principalement en raison d'erreurs évitables. De nombreux chimistes ont une idée idéalisée de la commercialisation de leur technologie ou de leur produit et ne sont pas conscients du vent qui souffle dans le monde des affaires. Une erreur typique des entrepreneurs issus du milieu universitaire est de créer une entreprise par amour pour la technologie ou par simple désir de faire progresser la technologie. Créer une entreprise n'est pas un projet de recherche. Émus par la pression croissante pour soutenir la recherche et les difficultés toujours croissantes à obtenir des financements, nous pourrions être tentés de lancer une entreprise pour soutenir nos recherches. Pourtant, il ne faut en aucun cas tenter de financer un projet de recherche par l'intermédiaire d'investisseurs. Nous devons être conscients que les investisseurs s'attendent à être remboursés plusieurs fois le montant d'argent qu'ils ont investi ; par conséquent, nous devons être convaincus que notre technologie a la capacité de générer des revenus pour être autosuffisante et rembourser nos investisseurs.

Un autre écueil typique est l'idée que le lancement d'une entreprise pourrait être bénéfique pour améliorer notre CV. Démarrer une entreprise représente des années de travail acharné et de dévouement intense au cours desquelles nous publierons à peine des articles scientifiques. Si notre objectif est de booster notre CV académique, nous devons nous concentrer sur nos recherches et essayer de publier des articles de haute qualité. Devenir chercheur indépendant est en effet très difficile de nos jours et de nombreux jeunes scientifiques sont frustrés de ne pas pouvoir accéder à un poste fixe au sein du milieu universitaire. A cet égard, la création d'entreprise représente une alternative intéressante. En effet fonder une entreprise est une expérience très gratifiante et nous permet de réaliser plusieurs de nos aspirations nous permettant en même temps de prendre nos propres décisions. Pourtant, être le fondateur d'une entreprise donne rarement l'impression d'être "le patron" mais plutôt de faire partie d'une équipe avec un objectif commun.

**Astuce : Comment mettre sur pieds une équipe :**

*L'équipe est l'atout le plus important de votre entreprise. Lors de la création d'une équipe, pensez à la façon dont les tâches sont réparties et s'il y a des rôles manquants ou si trop de membres de l'équipe ont des compétences/expériences très similaires. Utilisez votre réseau pour attirer les meilleurs talents et fidélisez vos talents en responsabilisant vos collaborateurs.*

## **5. Comment évaluer si notre idée d'entreprise est prometteuse pour la création d'une entreprise ?**

Les chercheurs en chimie doutent souvent qu'une idée ait ce qu'il faut pour se transformer en une entreprise prospère. La première question à laquelle nous devons pouvoir répondre est : y a-t-il une demande pour notre produit ? En d'autres termes, les clients sont-ils prêts à payer et à quel prix ? Pour répondre à ces questions, nous devons identifier un marché cible et, plus important encore, nos clients. Ensuite, nous devons être sûrs de comprendre si notre technologie est unique et exempte de toute implication juridique. La meilleure façon de répondre à cette question est en fait de parler à des clients potentiels.

## **6. Le business plan**

Le concept de business plan a beaucoup évolué ces dernières années. Auparavant, un plan d'affaires était censé être un document très élaboré et long auquel l'entreprise devait adhérer rigoureusement et qui ne serait pas modifié après son approbation. Cette conception rigoureuse du business plan ne permet pas la flexibilité nécessaire pour s'adapter au fur et à mesure. En effet, de nos jours la notion de business plan a radicalement changé. Un plan d'affaires réussi vise à clarifier et à cristalliser notre idée, à définir nos objectifs à long terme et à fournir un plan directeur pour le financement de notre entreprise. Le plan d'affaires doit inclure un concept d'entreprise valide, divulguer les marchés et les concurrents, définir la stratégie de vente et de marketing, rédiger l'équipe de direction et les exigences financières et enfin évaluer le risque possible que notre entreprise court à l'échec.

Ici, nous utiliserons le modèle proposé par Steve Blank connu sous le nom de *Lean LaunchPad*. Ce modèle se compose de neuf éléments distincts qui déterminent l'élaboration du plan d'affaires tels que résumés :

**1) identifier le segment de clientèle (c'est-à-dire qui sont nos clients)**

**2) définir la proposition de valeur (c'est-à-dire notre vision)**