

• LA STRATÉGIE

Biom'Up. À l'assaut des majors du biomédical

• **L'ENJEU.** Concentrée sur un ambitieux programme de R&D, qui absorbe plus de la moitié de ses ressources, cette medtech experte dans les collagènes s'apprête à lever 5 M€. Un nouveau tour de table qui devrait donner un coup d'accélérateur à sa stratégie d'internationalisation.

Du cash... Biom'Up en dépense (presque) sans compter. « Ce sont des millions d'euros que nous engloutissons régulièrement », reconnaît sans peine Sylvain Picot, un "ex" de l'INSA et de l'EM Lyon ; cofondateur en 2005, avec Patricia Forest, de cette biotech experte du domaine des collagènes. Des millions « vite brûlés », dicit... Pour cause : dans ses laboratoires de Saint-Priest - où ses équipes de laborantins conçoivent et fabriquent l'ensemble des produits maison - Biom'Up développe à grands frais et dans le plus grand secret " sa " technologie. Un produit, s'il est homologué, qui pourrait faire entrer Biom'Up dans le Panthéon du biomédical, aux côtés - qui sait ? - de Sanofi Biosurgery, Bard ou encore Johnson & Johnson, références de la filière des collagènes. De quoi s'agit-il au jus-

te ? « Du premier spray hémostatique contenant un principe actif à destination des chirurgiens ». Soit une petite révolution annoncée dans les blocs. « Il s'agit en effet d'une technologie inédite qui va permettre de mieux contrôler les saignements », insiste l'ingénieur-entrepreneur. Technologie que « nous devrions pouvoir lancer sur le marché européen dans 18 mois et 36 mois environ aux Etats-Unis ». En attendant, l'entreprise reste, reconnaît-il, « sur une logique forte de levées de fonds ». Biom'Up boucle d'ailleurs pour mars un nouveau tour de table de 5 M€, qui s'ajoutent aux 7 M€ déjà levés fin 2012 pour un total, depuis la création de l'entreprise, de 20 M€.

Séduire les « KOL »

Des montages successifs qui ont particulièrement dilué l'actionariat, que se partagent le



Biom'Up devrait lancer en 2016 le premier spray hémostatique contenant un principe actif

fonds d'investissement Aquasourça, Mérieux Développement, Sham ou encore CDC entreprises, mais n'ont pas rompu la stratégie de développement de la structure.

Une stratégie « à deux vitesses », détaille Sylvain Picot. Stratégie R & D d'abord avec ce spray hémostatique qui mobilise plus de la moitié des salariés de l'entreprise (55 début 2015). En parallèle, Biom'Up

déploie également une stratégie industrielle, laquelle permet de dégager un chiffre d'affaires encore modeste (3,2 M€ en 2014), avec la production et la commercialisation d'une gamme en propre de produits collagènes. L'enjeu désormais, passées les étapes réglementaires et cliniques souvent longues et coûteuses, étant d'imposer la gamme Biom'Up auprès des « KOL » - les « Key Opinion

Leaders » ou leaders d'opinion -, en l'occurrence les plus renommés des chirurgiens.

Filiales à l'étranger

« Les produits font de la valeur quand ils sont entre les mains des chirurgiens. C'est même la clé pour percer le marché, à l'international en particulier », relève le cofondateur de l'entreprise, qui a recruté l'été dernier son nouveau DG, Etienne

Binant, qui a créé Global SAS (conseil en stratégie). Un homme de réseau dont l'une des missions est de faire connaître auprès des « KOL » les plus influents, le portefeuille de produits Biom'Up. « Nous n'avons aucun sous-traitant et maîtrisons parfaitement l'ensemble des processus de fabrication. Notre savoir-faire est là », complète Sylvain Picot. Savoir-faire que la marque cherche à valoriser aux Etats-Unis et en Allemagne en particulier, pays où ont été créées en 2014 les premières filiales à l'international de Biom'Up. Objectif sur place pour les équipes commerciales : gérer les distributeurs et séduire les leaders d'opinion. Un impératif aux Etats-Unis, pays qui concentre « plus de 50 % du marché des collagènes », précise le cofondateur de la medtech. Prochaines étapes en Asie ? « Le Japon, la Chine et même l'Inde sont des pays très compliqués d'un point de vue réglementaire », estime-t-il. « Mais nous regardons avec attention ce qui se passe en Turquie. C'est un marché particulièrement dynamique... »

Pierre Tiessen

BIOM'UP
(Saint-Priest)
DG : Etienne Binant
55 salariés
CA 2014 : 3,2 M€