



## **Du Développement aux Marchés : 10 Zones d'Attention et 5 Recommandations... ... pour présenter un Business Case à des investisseurs et lever des fonds**

Lever des fonds que ce soit au travers d'institutions publiques, privées ou même de Business Angels et crowdfunding est un métier à part entière qui couvre des disciplines complémentaires et très différentes. C'est un acte de communication fort où les 3 dimensions Apparence, Discours et Message doivent être en harmonie pour une communication efficace et vont déterminer ou non le succès de l'initiative. Le propos de cet article est le contenu de la présentation du message : ce que les anglo-saxons appellent « the reason to believe ».

Il faut comprendre l'enjeu unique de ce moment : lever des fonds et uniquement lever des fonds en donnant confiance à vos futurs investisseurs.

Il est souvent très difficile, voire frustrant pour les scientifiques de parler de marchés à la place d'Innovation, mais le but d'un investisseur est de garantir un retour sur investissement conforme aux attentes du fond. D'autre part ces investisseurs ayant, comme dans une entreprise à étudier plusieurs projets, ceux qui apparaîtront les plus solides globalement seront les gagnants.

La qualité de l'innovation et de ses applications seront fondamentales, mais aussi la compréhension de son eco-system et de ses challenges et surtout l'apparence et solidité de l'équipe managériale ainsi que sa capacité d'adaptation à toutes les situations imprévisibles qui apparaîtront obligatoirement au fil des années. Une innovation de haute qualité supportée par les leaders d'opinions n'est pas forcément gage de succès comme le rappelle le format vidéo Sony Bétamax (le choix des pros de l'audiovisuels à la fin des années 80) contre VHS qui apportait à la fois un meilleur prix et une durée d'enregistrement conforme aux attentes du marché de masse mondial.

Basé sur des cas réels traités par BioNautilus Consulting

### **10 Zones d'Attention pour votre présentation**

***Faites un bon équilibre entre la science, les marchés, la finance et les hommes***

#### ***Science :***

- 1- Donnez des informations sur les aspects fondamentaux de l'innovation à la portée de votre auditoire
- 2- Anticipez des applications claires, différentiantes et à valeur ajoutée

#### ***Marchés :***

- 3- Investiguez votre l'eco-system global (chaine de valeur, concurrence, standards)
- 4- Segmentez et ciblez les marchés pour l'innovation ou le projet
- 5- Capturez les besoins (exprimés ou non) des clients finaux en plus des leaders d'opinion

**Finance :**

- 6- Elaborez plusieurs modèles financiers (agressif, conservateur, réaliste) basés sur un ensemble d'hypothèses et testez les variables choisies
- 7- Identifiez les risques internes et externes avec l'étude de leur impact et plan d'atténuation
- 8- Travaillez les indicateurs financiers attendus par les investisseurs

**Les hommes et l'équipe de management**

- 9- Développez une équipe complémentaire dans les différents métiers et adaptative aux changements
- 10- Discutez des scénarios de sorties ou souhaits des acteurs après la période couverte par l'investissement

**5 Recommandations pour convaincre:**

- 1- Soyez à la fois innovants, enthousiastes et concrets dans les applications
- 2- Montrez une équipe complémentaire et adaptative aux défis qui viendront
- 3- Identifiez vos risques vous-mêmes et proposez plusieurs scénarios
- 4- Parlez sans complexe finance, marchés et sorties pour votre projet
- 5- Challengez votre plan/projet avec « sparring partners » externes

**Ecrit par Philippe Grandjean**  
**Founder and President BioNautilus Consulting**



*Detect and Boost Business Opportunities in Life Sciences*

**[contact@bionautilus.com](mailto:contact@bionautilus.com)**  
**[www.bionautilus.com](http://www.bionautilus.com)**