

DNA VISION

La carte gagnante de l'ADN

La firme DNAvision de Gosselies a remporté le prix «Enterprize 2007», la cinquième édition du concours national des entrepreneurs innovants.

Plus de 400 entreprises avaient déposé leur candidature au prix «Enterprize 2007», une organisation conjointe du réseau de *business angels* (Business Angels Connect), la Vlerick Leuven Gent Management School et le salon Entreprendre, prix qui s'inscrit dans la continuité du «Fonds des jeunes entrepreneurs» de la Fondation Roi Baudouin.



PHOTO NEWS

JEAN-POL DETIFFE, CEO DE DNAVISION
L'infrastructure immobilière, le matériel, les gens et l'argent étaient là. Il ne manquait finalement qu'un projet fédérateur...

Lauréate de l'édition 2007, DNAvision, une jeune société située sur le site de l'aéroport de Gosselies, qui a vu le jour au printemps 2004 de part la volonté de Jean-Pol Detiffe de quitter une voie toute tracée comme cadre dans l'industrie pharmaceutique pour lancer sa propre affaire. «C'est en visitant l'incubateur et le centre de recherche de BioVallée que mon projet a vraiment démarré, explique Jean-Pol Detiffe,

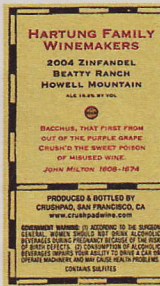
cofondateur de l'affaire. L'infrastructure immobilière, le matériel, les gens et l'argent étaient là. Il ne manquait finalement qu'un projet fédérateur...» Vu la présence d'un séquenceur ADN dernier cri et les travaux en cours sur la carte d'identité génétique, le *business plan* de Jean-Pol Detiffe reposait en fait sur le développement d'un laboratoire d'analyse ADN dans le domaine de la pharmacogénomique. Concrètement, l'entreprise s'est spécialisée dans la fourniture aux firmes pharmaceutiques d'analyse de réactions à leurs médicaments auprès des très nombreux patients. «Sur base des profils génétiques, les réactions des malades sont différentes alors que le médicament et le dosage sont à la base les mêmes», poursuit le lauréat. L'entreprise s'est très vite développée et des capitaux frais ont bien entendu été nécessaires pour financer la croissance.

Aux cinq associés du départ sont venus s'adjoindre, entre autres, l'ULB, Sambrinvest et la SRIW dans le tour de table. Aujourd'hui, l'entreprise compte dans sa clientèle le top 5 de l'industrie pharmaceutique mondiale et près de 80% du chiffre d'affaires est réalisé à l'exportation. «Une de nos priorités est à présent de nous implanter aux Etats-Unis, ajoute Jean-Pol Detiffe, car l'importation des prélèvements pour analyse nous pose effectivement pas mal de difficultés d'ordre pratique.»

A côté de son *core business*, DNAvision mène présentement une recherche en collaboration avec la sécurité sociale, les pouvoirs publics wallons et des firmes pharmaceutiques. L'idée étant d'imaginer ce que pourrait être un jour une véritable carte d'identité thérapeutique pouvant, le cas échéant, figurer sur la carte SIS de tout un chacun. Et ce n'est là qu'un projet parmi bien d'autres...

Une firme comme DNAvision pourrait susciter bien des convoitises. «J'en suis conscient, conclut Jean-Pol Detiffe, mais nous avons toujours été prudents dans l'ouverture de notre capital aux tiers. Nos actionnaires ne sont pas entrés dans l'affaire avec l'idée de se retirer à moyen terme, plus-value planétaire à la clef. Comme nous, ils pensent à long terme...»

Jean-Marc Damry ■



AVOIR SON PROPRE VIGNOBLE

Si vous rêvez de produire votre propre vin, visitez le site web de Crushpad, producteur viticole de San Francisco, clients qui le chargent de produire leur vin sont impliqués dans les quelque 30 opérations qu'il faut prendre dans le processus de fabrication du vin comme le mélange des raisins et le temps de stockage. Ils peuvent aussi concevoir l'étiquette de leurs bouteilles et commercialiser leur vin en ligne. Pour son travail, Crushpad reçoit entre 15 et 40 dollars par bouteille produite.

www.crushpadwine.com

Source: Trendletter.

VESTIAIRES MOBILES POUR FESTIVALS

L'entreprise britannique Cloakroom loue des vestiaires mobiles pour festivals, concerts et événements. Elle gère des vêtements et objets personnels de ses clients avec toute sécurité. Le personnel est présent dans la location. L'entreprise fournit également un service supplémentaire : si un client oublie un vêtement ou un objet, elle le leur fait parvenir pour peu.



lui aient signalé leur oubli via l'application. Ces vestiaires sont surtout utilisés lors de festivals ou concerts de plein air, de grandes fêtes de jardin. L'organisateur ne doit rien payer à l'entreprise. Cloakroom réclame par contre une contribution d'un livre à la personne qui lui confie la garde de ses affaires. Pour 2008, Cloakroom projette une extension sur le continent européen par le biais d'une franchise.

www.cloakroom.com

Source: Die Geschäftsidee.