

INITIATIVE

Research2Market à l'USJ : un tremplin pour la recherche

L'Université Saint-Joseph de Beyrouth et Berytech ont lancé la première édition du programme, hier, mercredi 11 février, au campus de l'innovation et du sport. Celui-ci qui vise à transformer la recherche appliquée en innovation, répondant aux besoins du marché.

Chantal EDDÉ

Désormais, chercheurs et doctorants de l'USJ auront l'opportunité de bénéficier d'un programme qui leur permettra de transformer leurs innovations issues de la recherche appliquée en produits viables commercialement en solutions destinées à l'industrie, quels que soient les domaines d'activité, ou aussi de créer leur propre start-up et d'accéder à une visibilité internationale. Initié conjointement par le vice-rectorat à la recherche de l'USJ et par le pôle technologique de cette université, Berytech, le programme Research2Market proposera aux candidats, sélectionnés suite à l'appel à projets, un accompagnement spécialisé en entrepreneuriat et en commercialisation. Il les formera ainsi à la concrétisation de leurs travaux et au transfert de technologies qui implique non seulement la création d'entreprise, mais aussi le dépôt de brevets ou la mise en place de licences.

« Les chercheurs et les doctorants sont des académiciens qui ne possèdent pas en général le côté managérial ou entrepreneurial indispensable pour passer du laboratoire vers le marché, mis à part ceux venant des facultés liées à ces domaines », note Richard Maroun, vice-recteur à la recherche. Malgré les avancées scientifiques apportées par beaucoup de chercheurs et doctorants libanais, « il est rare que

leurs travaux se matérialisent au niveau du marché, d'où cette initiative avec le vice-rectorat à la recherche pour voir comment accélérer cette conversion. Le programme est un début, et même à petite échelle, son potentiel est énorme », affirme Nicolas Farhat, directeur général adjoint de Berytech.

Du bootcamp à l'accélération et l'incubation

Research2Market vise ainsi un double objectif. En plus d'accompagner les chercheurs dans l'acquisition de compétences entrepreneuriales leur ouvrant l'accès à des partenariats et des financements, il s'agit également de relancer l'innovation dans des secteurs émergents et de réduire la dépendance aux importations, en développant des technologies locales, grâce à la valorisation de la recherche appliquée. « Au lieu de garder les résultats des recherches dans les tiroirs, nous avons voulu permettre à la société d'en bénéficier », souligne Richard Maroun.

À travers un bootcamp intensif et des phases d'accélération et d'incubation, le programme Research2Market prodiguera par conséquent les compétences nécessaires à la découverte des opportunités du marché, la construction puis la validation du modèle économique, les techniques de pitch et le développement des prototypes et du business plan, entre autres.

« Les chercheurs que nous accompagnerons dans l'élaboration de leur stratégie d'accès au marché, de leur modèle économique, de leurs prévisions financières et d'autres éléments-clés bénéficieront également d'un véritable package de préparation à l'investissement. Ils apprendront notamment à préparer un pitch deck, à présenter leur projet devant des investisseurs et à réaliser la valorisation de leur entreprise », explique Nicolas Farhat. Évoquant le réseau, national et international, de partenaires et d'investisseurs que possèdent Berytech et l'USJ, le directeur général adjoint de Berytech ajoute que malgré les problèmes liés à la conjoncture économique, le pôle technologique de l'USJ a conclu l'année dernière des transactions d'investissement, comblant le fossé entre les attentes des investisseurs et celles des entrepreneurs. « Lorsqu'une opportunité prometteuse se présente, les investisseurs sont prêts à la saisir », assure-t-il.

Par ailleurs, et afin qu'ils soient sélectionnés parmi les quatre équipes à la première phase du programme Research2Market et participer au bootcamp entrepreneurial puis aux sessions de coaching collectif, les candidats doivent répondre à différents critères. « Le cœur de ce programme, c'est qu'il y ait une idée fiable, consistante et innovante, d'un projet qui puisse, dans un premier temps, nous convaincre qu'il pourra se concrétiser par la

suite sur le marché, à travers une collaboration avec une entreprise, une industrie ou autre », affirme Richard Maroun. Celui-ci ajoute que le candidat doit expliquer « la finalité de son idée, comment la société pourrait en bénéficier et comment il va pouvoir répondre à un besoin bien précis pour avoir sa place sur le marché ». Le vice-recteur à la recherche met en lumière en outre le potentiel de valorisation que doit porter l'idée proposée, à travers un brevet, un contrat de recherche-développement avec une entreprise, une licence ou la création d'une start-up, en réponse à un besoin spécifique de la société.

D'ailleurs, selon Nicolas Farhat, décrivant Research2Market comme un programme bottom-up (qui se base sur les travaux des porteurs de projets), « le jury va vérifier pour effectuer sa sélection la faisabilité des recherches sur le marché, et évaluer les besoins des industries, ce qu'on appelle l'étude préliminaire du marché et l'adéquation problème-besoin. Si l'idée peut être adoptée sur le marché, nous allons voir si d'un point de vue commercial elle est viable. Nous travaillerons alors avec les chercheurs sur le modèle économique et la faisabilité commerciale, au niveau de la stratégie marketing ou de l'analyse de la rentabilité », explique-t-il.

Suite au bootcamp et à l'accélération, le jury sélectionnera deux équipes pour participer à la phase

d'incubation, avant de désigner le projet lauréat.

Contribuer au développement de l'économie

Face à la multitude de problèmes auxquels il fait face, le pays a besoin de solutions « qui convertissent nos idées en valeur ajoutée immatérielle, à la fois économique et sociale. Ce programme arrive à un moment où l'écosystème de l'entrepreneuriat est en train de se renouveler, surtout après ces dernières années où le pays se concentrait sur les besoins basiques, tels que la sécurité alimentaire », note Nicolas Farhat, soulignant au passage que « notre plus grand atout, en tant que libanais chercheurs et doctorants, c'est notre cerveau ».

Pour sa part, Richard Maroun estime que, bien que le Liban soit un petit pays, son marché est preneur. « Malgré les crises qu'on traverse

depuis 2019, on a constaté qu'on ne peut pas se baser uniquement sur l'importation. Parce qu'on a les possibilités, le savoir-faire et l'expertise pour répondre aux besoins du marché libanais. Il n'y a que les Libanais qui connaissent le mieux le langage de nos industriels et entreprises ». Le vice-recteur à la recherche ajoute que le partenariat académie-entreprise constitue « une niche importante à développer », et que les collaborations qui ont été menées dans ce sens « ont montré qu'il est possible d'innover et de contribuer au développement de l'économie du pays ». Ainsi, à travers ce programme, l'USJ et Berytech entendent faire émerger la recherche académique hors des campus, afin de la mettre au service du marché. « Il y a beaucoup à développer, et c'est notre devoir de le faire, pour notre pays », conclut Richard Maroun.