

ARTICLE DE FOND

[La prospérité naturelle au sein d'une mauvaise conjoncture](#)

POINT CULMINANTS

[Profil de l'entreprise – Origin Biomed Inc.](#)

[Les affaires en bref](#)

[Événements à venir](#)

LES ÉCHOS D'AVRIO

QUOI DE NEUF À AVRIO

Si vous désirez commenter ce numéro, communiquez avec le rédacteur en chef à support@avrioventures.com. Pour avoir accès à la version anglaise, [cliquez ici](#).

Le 26 février 2009

Aujourd'hui, la société Botaneco Specialty Ingredients Inc. (« Botaneco ») a annoncé qu'elle a reçu des paiements d'étape d'AVAC au titre de financement non dilutif totalisant 1 173 000 \$ CAN. [Lire l'article complet...](#)

Le 22 janvier 2009

Origin BioMed Inc., une société canadienne privée spécialisée en produits de santé pour consommateurs, a annoncé aujourd'hui qu'elle a été classée au rang des 100 meilleures entreprises au monde par Red Herring. [Lire l'article complet...](#)

ARTICLE DE FOND

La prospérité naturelle au sein d'une mauvaise conjoncture

Les entreprises qui misent sur la tendance dernier cri et intègrent des ingrédients naturels à leurs produits ne se tireront pas seulement bien d'affaire, mais pourront même en venir qu'à prospérer malgré la mauvaise conjoncture économique. Les produits de santé naturels, les aliments fonctionnels et l'industrie des soins personnels naturels devraient surmonter les difficultés qui s'annoncent, tant dans le cas d'entreprises possédant des marques éprouvées que dans le cas de nouvelles entreprises dotées de produits innovateurs et de plans d'affaires efficaces.

Créativité et bonne planification sont de mise

Selon John Barrymore, fondateur et directeur général de [6Pacific Partners](#), l'obstacle le plus grand que le secteur de la santé naturelle doit surmonter, c'est l'absence d'innovation à l'étape de l'investissement. « Ce n'est pas un manque d'argent, mais plutôt un manque d'inspiration », déclare John Barrymore. Il ajoute qu'il « y a l'équivalent de dix ans de capital investissable sur le marché », capital qui sera accessible aux entreprises qui feront vraiment preuve d'innovation.

« Il y a plus d'argent de disponible qu'avant : de 400 à 800 milliards de dollars en financement par capitaux propres », précise Brent Knudsen, associé directeur général et fondateur de [Partnership Capital Growth Advisors](#). « Cela dit, il faudra adopter une démarche créative pour faire face aux incertitudes du marché. »



340 – 2618 Hopewell Place NE
Calgary, AB
T1Y 7J7
p: 403.215.5490
f: 403.123.1234
e: support@avrioventures.com

TORONTO:
850-36 Toronto Street
Toronto, ON
M5C 2C5
p: 416.364.8122

MONTREAL:
1155 Rene Levesque Blvd. W.
Suite 2500
Montreal, QC
H3B 2K4
p: 514.868.1079

D'après lui, les investisseurs sont présentement à la recherche de trois types d'entreprises :

1. les entreprises en détresse qui ont besoin de capital;
2. les entreprises qui ont un bon fondement mais qui n'ont pas accès au capital; et
3. les entreprises qui préconisent une stratégie révolutionnaire visant à « changer le monde ».

Aki Georgacacos, associé [d'Avrio Ventures](#), s'entend pour dire que les entreprises qui sont à la recherche d'investisseurs doivent posséder un plan solide relativement à leur marque et qu'elles doivent être capables de prouver qu'elles sont en mesure de se distinguer sur le marché. Cela signifie donc que les entreprises doivent être capables de différencier leurs produits de ceux de la masse.

Steve Allen, vice-président de [New Ventures Nestlé](#), partage ce même avis et ajoute que les emballages écologiques, la responsabilité environnementale et la durabilité constituent des composantes-clés pour donner lieu à un gain de la part du marché. Pour sa part, Grant Ferrier, chef de la direction et cofondateur de [Nutrition Capital Network](#) (NCN), laisse entendre qu'un marketing avant-gardiste aide à obtenir un excellent retour sur les ventes.

Le climat des investissements

En janvier de cette année, NCN a réalisé un sondage dans le but de connaître le point de vue des investisseurs à l'égard des nouvelles tendances se dessinant au sein des entreprises spécialisées en nutrition, en bien-être et en santé à la lumière des difficultés financières survenues en 2008. Les résultats du sondage de même qu'une discussion de groupe ont été présentés à l'occasion d'une téléconférence le 5 février dernier, téléconférence portant sur les injections de capitaux par temps difficile.

En général, les sondages ont donné lieu à des réponses assez optimistes. La plupart des gens croyaient que le marché reprendrait son ancien cours d'ici 2011-2012, et bien des répondants étaient toujours intéressés à investir dans des entreprises dotées d'un bon modèle d'entreprise. Les répondants ont avoué avoir un intérêt plus marqué pour les entreprises mûres et rentables, et un intérêt moins marqué (baisse d'environ 50 %) pour les entreprises débutantes affichant des revenus allant de 1 à 5 millions de dollars. Environ le tiers (36 %) des répondants ont indiqué qu'ils s'intéressaient moins aux jeunes entreprises en prérevenu.

« Le Canada n'est pas un bon pays pour recueillir des capitaux destinés à la phase précommerciale », affirme M. Georgacacos, « ce qui signifie qu'il faudra encore plus d'investissements de la part d'amis, de membres de la famille et d'anges de toutes sortes ». Il ajoute qu'il y a de l'argent de disponible aux étapes de la croissance et de la commercialisation des entreprises qui ont un bon produit et un

bon plan. Il prévoit une pénurie de plus en plus grande de bons co-investisseurs, ce qui forcera les sociétés à capital de risque à regrouper leurs investissements dans des segments verticaux définis du secteur.

Financement disponible malgré les dévaluations

D'après le tiers (33 %) des répondants, les évaluations ont enregistré un déclin remarquable de 20 à 30 % dans certains secteurs, et près de la moitié (46 %) des répondants croient que les évaluations chuteront d'un autre 5 à 15 % au cours de l'année qui vient. M. Georgacacos déclare avoir assisté à des taux d'actualisation plus élevés et des évaluations plus faibles au Canada, mais il ajoute que les évaluations des sociétés fermées ne diminuent pas aussi rapidement que celles des sociétés ouvertes.

Pour sa part, Steve Allen précise que les entreprises devraient « être honnêtes envers elles-mêmes » en ce qui a trait aux évaluations. Il ajoute que seules les meilleures entreprises ayant une cote de crédit impeccable seront en mesure de recueillir du capital au cours de l'année qui vient, mais qu'il y a néanmoins de l'argent à investir quand les occasions sont bonnes. Il laisse entendre qu'il existe différents groupements disposant de capitaux propres de l'ordre allant de 2 à 10 millions de dollars, groupements composés de particuliers et de groupes ayant une valeur nette élevée. Toutefois, pour avoir accès à ces fonds, il faudra consacrer temps, préparations et efforts.

Peu de renonciations au droit de propriété en 2009

M. Barrymore laisse entendre que les évaluations du marché des capitaux de croissance ne sont pas aussi importantes que les structures qui sont en place, comme en cas de renonciation au droit de propriété. Pour 2009, les investisseurs ayant répondu au sondage ont prédit qu'il y aurait très peu de renonciations au droit de propriété, voire pas du tout. M. Georgacacos est du même avis et ajoute qu'il faudra plus de temps avant qu'on assiste à de telles renonciations.

Regroupements d'entreprises difficiles à prévoir malgré les nombreuses occasions

À propos des regroupements possibles d'entreprises en 2009, les opinions étaient variées. Certains croient qu'il y aura plus de regroupements d'entreprises en raison des dévaluations et du besoin de liquidités, tandis que d'autres croient qu'il y aura moins de regroupements d'entreprises ou qu'il n'y en aura pas plus que d'habitude en raison de la prudence excessive des investisseurs et du faible crédit. Les investisseurs qui ont accès à suffisamment d'argent pourront se procurer de nouveaux actifs pour pas grand-chose. M. Knudsen en convient, et ajoute que « les meilleurs rendements se manifestent dans des moments comme ceux-ci pour ceux qui sont capables de saisir les occasions ».

Des débouchés bien ciblés

Les investisseurs continuent de s'intéresser aux entreprises qui sont à l'épreuve de la récession, comme les entreprises évoluant dans l'industrie des soins personnels. En effet, mettre l'accent sur les éléments naturels d'un produit peut être avantageux malgré la mauvaise conjoncture économique. Le consommateur moyen a accès à un nombre sans cesse croissant de produits de soins personnels variés et abordables dotés d'ingrédients inspirés par la nature ou pseudo-naturels. Bien que ces produits à plus bas prix renferment des extraits naturels, leur rendement fonctionnel dépend d'ingrédients synthétiques.

Dans un rapport publié récemment, l'entreprise de recherche [Kline & Company](#) prévoit que les marges d'exploitation de plus en plus grandes finiront par mettre de la pression sur les entreprises qui fournissent des produits haut de gamme, comme Estée Lauder, tandis que les ventes de sociétés comme Avon, Johnson & Johnson et Procter & Gamble, dont les articles coûtent moins cher, continueront d'aller bon train.

« Les entreprises qui continueront de faire preuve d'efficacité sur le plan du marketing et de l'exploitation, d'investir en recherche et développement et de faire preuve d'innovation soutenue demeureront rentables et feront office de chef de file malgré les incertitudes ayant cours sur le marché », affirme Laura Mahecha, chef des industries pour la division de la recherche des marchés de Kline.

Allégations prouvées des produits naturels

La demande sans cesse croissante des consommateurs pour des produits « naturels » se traduit par des recherches plus approfondies afin de justifier les allégations associées aux ingrédients dérivés de sources naturelles, comme les ingrédients botaniques, les protéines, les peptides, les enzymes et les actifs marins. Les produits contenant des actifs dont les allégations ont été prouvées permettent d'obtenir des prix qui sont jusqu'à dix fois plus élevés que les produits dont les allégations n'ont pas été prouvées. Les actifs botaniques composent la plus grande part du marché américain, soit 30 %, ce qui devrait augmenter de 8 % par année au cours des prochaines années d'après un rapport publié récemment par Kline & Company.

Au sein des segments des produits naturels et des produits inspirés par la nature de l'industrie des soins personnels, les ventes augmentent constamment et ne donnent pas l'impression de vouloir ralentir. La demande des consommateurs pour des ingrédients naturels, alliée à une plus grande sensibilisation à l'environnement, sera un gage de succès pour ce segment.

Demande d'aliments naturels et biologiques à la hausse

La prise de conscience qui aiguillonne l'industrie des soins personnels naturels a également cours au sein de l'industrie des aliments naturels et biologiques. Dans ce secteur, on s'attend à ce que les taux de croissance augmentent en 2009 et ce, d'après la firme [Organic Monitor](#), une entreprise de recherche et de consultation du Royaume-Uni. La demande d'ingrédients biologiques à la baisse a entraîné une chute des prix, ce qui pourrait favoriser la stabilisation de ce secteur puisque la demande cadrera désormais avec les approvisionnements.

[Mintel](#), un cabinet d'études de marché, a signalé que l'appellation « naturel » était la description la plus courante sur les étiquettes de l'industrie de l'alimentation et des boissons en 2008, plus précisément en ce qui a trait au lancement de nouveaux produits dans le monde. Cela représente une augmentation de 9 % par rapport à 2007, et la catégorie des produits naturels devrait continuer à augmenter en 2009. « De nos jours, les producteurs d'aliments et de boissons se rendent compte que les produits naturels et purs sont devenus des idéaux de santé en matière d'alimentation car les consommateurs sont en quête d'une nutrition holistique et authentique, leur inspirant confiance », déclare Lynn Dornblaser, l'experte en chef des nouveaux produits de Mintel.

Dans un autre rapport, Mintel prévoit que les produits verts, ce qui comprend les aliments biologiques, continueront à afficher une croissance pouvant atteindre 19 % jusqu'en 2013. Marcia Mogelonsky, analyste de recherche principale, précise : « La valeur des produits écologiques se traduit en réalité par des bienfaits en matière de santé et de sécurité de même que par des produits de qualité qui sont pratiques, attrayants et inspirent confiance, tout cela à un prix raisonnable. Les entreprises qui sont en mesure de fournir ces avantages, en plus de satisfaire aux besoins des consommateurs dits écologiques, remporteront du succès malgré la récession. »

Hausse de popularité des aliments fonctionnels

Tout comme les produits naturels, les aliments fonctionnels gagnent en popularité. Ces aliments procurent des bienfaits autres que nutritifs, comme les aliments fortifiés ou les aliments enrichis.

D'après un rapport récent du [Hartman Group](#), un groupe d'experts-conseils en alimentation (rapport intitulé *Opportunities in Functional Foods*), le consommateur doit percevoir que ces enrichissements sont intrinsèquement fonctionnels pour qu'ils aient leur place au soleil sur le marché, comme c'est le cas de l'ajout de probiotiques au yogourt ou de vitamine B au jus de canneberge.

Le rapport poursuit en affirmant qu'un des points forts supplémentaires de cette approche, c'est « une meilleure possibilité d'aboutir à des distinctions uniques sur le plan de la marque d'une catégorie car un ingrédient très particulier peut alors servir de nutriment ajouté ».

La simplicité est de mise

« Plus la formule est scientifique et opaque, et plus le bienfait sur la santé est grand, plus les consommateurs préféreraient prendre une pilule et faire appel au médecin », déclare le Hartman Group.

[Tate & Lyle](#), une entreprise de production d'ingrédients, partage cet avis. Cette société a réalisé un sondage auprès de plusieurs entreprises d'aliments et de boissons et en a conclu que « les aliments dotés d'ingrédients fonctionnels et reconnaissables, comme la fibre alimentaire, sont à la mode sur les étiquettes. Par contre, les ingrédients qui exigent des études en biochimie pour pouvoir les lire ne sont pas populaires ».

Selon cette entreprise, les aliments fonctionnels, surtout ceux qui aident sur le plan de la digestion, de la fonction immunitaire et de la gestion du poids, s'avéreront l'une des plus grandes tendances de consommation en 2009.

Un nouveau segment important du marché : les aliments agissant sur le moral

Tandis que les aliments fonctionnels ont des effets sur la santé physique, les aliments agissant sur le moral sont des produits qui revendiquent la bonne humeur, atténuent le stress et améliorent la fonction cognitive en stimulant les neurotransmetteurs du cerveau. [Fortitech](#), fournisseur de prémélanges nutritifs, estime que les aliments agissant sur le moral, de même que les aliments favorisant la santé digestive et ceux qui améliorent le sommeil, figurent au titre des trois catégories à la hausse.

« Puisque la catégorie des aliments agissant sur le moral n'est pas bien définie et que le marché mondial en est à ses débuts, l'ampleur de l'industrie mondiale des aliments agissant sur le moral n'est pas bien connue. Toutefois, étant donné que les ventes sont faibles à l'heure actuelle, il s'agira d'un marché qui continuera de prendre beaucoup d'expansion ». C'est ce qu'a affirmé Kline & Company dans son rapport intitulé *Mood-Enhancing Foods and Beverages: The 'Fun' in Functional Foods*.

À long terme, les preuves d'efficacité seront le gage du succès des nouveaux aliments fonctionnels et des aliments agissant sur le moral, sans compter qu'il faudra également sensibiliser les consommateurs à ces produits et bien les positionner sur le marché. Dans l'ensemble cependant, ce secteur devrait enregistrer des taux de croissance avantageux au cours de l'année qui vient.

Au bout du compte

Les entreprises s'enorgueillissant d'un produit innovateur dans le secteur de la santé naturelle et qui peuvent fournir, à leurs investisseurs éventuels, un plan

d'affaires solide, donneront un bon rendement malgré la mauvaise conjoncture en 2009. Tant les investisseurs que les petites entreprises pourront saisir les occasions qui existent afin de miser sur la demande croissante du grand public pour des produits, naturels, biologiques et verts. L'efficacité du marketing et de l'exploitation, voilà qui seront des facteurs-clés pour déterminer la longévité des entreprises en temps d'incertitude.

PROFIL DE L'ENTREPRISE – ORIGIN BIOMED INC.

Notre ENTREPRISE

[Origin BioMed Inc.](#), sise à Halifax, au Canada, est une entreprise innovatrice de médicaments en vente libre. Elle prend de l'ampleur sur les marchés de l'Amérique du Nord grâce à sa gamme exclusive de médicaments en vente libre qui permettent de traiter la douleur neuropathique.

Origin BioMed a réussi à se doter d'un conseil d'administration et d'une équipe de gestion solides, comprenant notamment du personnel chevronné spécialisé en médicaments en vente libre et en produits pharmaceutiques, de même que des gens des secteurs public et privé se consacrant au financement biotechnologique. Son effectif est actuellement composé de 26 employés à plein temps et de huit employés à temps partiel au siège social de l'entreprise ainsi que de 12 représentants des ventes au Canada et aux États-Unis. Par ailleurs, cette entreprise jouit d'un vaste marché international de même que d'un réseau consultatif réglementaire et technique.

Notre MANDAT

Neuragen[®], la marque brevetée de l'entreprise, cible le marché de la douleur neuropathique qui relève principalement des sections des pharmacies qui sont consacrées aux diabétiques. Neuragen est l'ordonnance ou le médicament en vente libre le plus efficace sur le marché en ce moment.

L'entreprise est titulaire de 18 brevets ou brevets en instance, de même que de 14 marques de commerce aux États-Unis et au Canada. Plusieurs autres demandes de brevets ont été déposées à la lumière des travaux de recherche et de développement de l'entreprise. Ces demandes serviront à protéger les produits actuels ou à octroyer des licences au sein de l'industrie pharmaceutique.

Le revenu actualisé actuel d'Origin BioMed dépasse les 7 millions de dollars (en fonction du revenu actuel annualisé jusqu'à ce jour), et il grimpe plus de trois fois par année. La société prévoit enregistrer un revenu de plus de 50 millions de dollars par année d'ici l'an 2011.

Nos CLIENTS

Neuragen est le premier médicament en vente libre visant à soulager la neuropathie diabétique (un état affligeant 50 % des diabétiques). Neuragen cible

le marché des médicaments en vente libre (représenté par 6,6 millions de diabétiques atteints de neuropathie à la recherche active d'un traitement) qui est évalué, de manière conservatrice, à 400 millions de dollars et fait partie du plus grand marché du traitement de la douleur neuropathique d'une valeur totale de 4 milliards de dollars, où il existe peu de médicaments topiques à action rapide.

La société continue de percer le marché des chaînes de pharmacies américaines grâce à l'aide de plusieurs personnes influentes de l'industrie. Un lancement national complet avec CVS/pharmacy et Rite Aid (11 500 magasins en tout) et d'autres grandes chaînes a eu lieu en juin 2008. Walgreens et d'autres chaînes ont par ailleurs procédé au lancement de ses produits en février 2009, pour un total de 28 000 pharmacies nord-américaines en mars 2009. Des ententes ont été conclues avec tous les principaux grossistes pharmaceutiques, dont McKesson, Cardinal Health et Amerisource Bergen.

LES AFFAIRES EN BREF

Le 6 mars 2009

Le ministre fédéral de l'Agriculture, Gerry Ritz et Rick Casson, député de Lethbridge, ont annoncé un investissement de 15,5 millions de dollars dans le réseau de recherche de l'Initiative canadienne de bioraffinage du triticales. [Lire l'article complet...](#)

Le 5 mars 2009

SunOpta, le groupement canadien d'aliments naturels et biologiques, a enregistré des revenus record malgré la mauvaise situation économique. SunOpta attribue cette augmentation à sa stratégie commerciale de même qu'à l'intérêt soutenu qu'elle porte aux aliments santé. [Lire l'article complet...](#)

Le 24 février 2009

Santé Canada procède au lancement de Solution Produits de santé naturels en direct, un système électronique et sécurisé en direct pour le traitement des demandes de licence en vue d'autorisations de mise en marché, d'exploitation de site et d'essais cliniques pour des produits de santé naturels au Canada. [Lire l'article complet...](#)

Le 23 février 2009

Le gouvernement de l'Ontario dépose sa nouvelle *Loi sur l'énergie verte* afin de donner un coup de pouce à l'énergie renouvelable, de favoriser la croissance économique et de créer une culture de conservation. [Lire l'article complet...](#)

Le 18 février 2009

TorQuest Partners et Cameron Capital ont annoncé qu'elles ont toutes deux fait un nouvel investissement dans Herbal Magic Inc., le plus grand franchiseur et exploitant de centres commerciaux d'amaigrissement au Canada. [Lire l'article complet...](#)

Le 18 février 2009

NanoBio Corp., une entreprise biopharmaceutique mettant au point des produits dermatologiques, des traitements anti-infectieux et des vaccins intranasaux, a annoncé aujourd'hui qu'elle a fait l'acquisition d'un financement par actions de série B d'une valeur de 12 millions de dollars auprès de Perseus LLC et d'autres investisseurs actuels. [Lire l'article complet...](#)

Le 11 février 2009

SinoVeda, une entreprise de l'Alberta, reçoit un investissement de 2,9 millions de dollars pour le développement précommercial d'une gamme unique de produits phytomédicinaux humains. [Lire l'article complet...](#)

ÉVÉNEMENTS À VENIR

Du 23 au 25 mars 2009

L'Algae Biofuels World Summit qui aura lieu à San Francisco, en Californie, constituera la première plateforme d'envergure permettant à tous les intervenants de la chaîne de valeur des biocarburants algaux de se rassembler pour discuter de la formation d'une nouvelle industrie fondée sur ces biocarburants.

[Pour plus d'information](#)

Le 25 mars 2009

dicentra Inc., en collaboration avec le WCFN, organise un Webinaire intitulé « **Bringing Products to Canada for Beginners: Understanding Basic Regulatory Requirements for Natural Health Products** ».

[Pour plus d'information](#)

Les 25 et 26 mars 2009

Wellness '09: At the Forefront of Food & Health aura lieu à Chicago, Illinois.

[Pour plus d'information](#)


Du 4 au 7 avril 2009

Food Update 2009 aura lieu à Ponte Vedra Beach, en Floride. Diverses questions critiques pour les personnes travaillant dans l'industrie alimentaire, de près ou de loin, y seront abordées.

[Pour plus d'information](#)

Le 21 avril 2009

La quatrième réunion d'investisseurs de Nutrition Capital Network aura lieu dans la ville de New York et présentera des entreprises qualifiées à des investisseurs financiers et stratégiques motivés provenant des domaines de la nutrition, de la santé, du bien-être de même que des produits naturels,



biologiques et verts. Les entreprises à la recherche de capital de développement sont invitées à soumettre une demande jusqu'au **20 mars 2009**.

[Pour plus d'information](#)

Du 27 au 29 mai 2009

Canada's Venture Capital and Private Equity Association sera l'hôte de sa conférence annuelle à Calgary, en Alberta.

[Pour plus d'information](#)

Les 2 et 3 juin 2009

Trace R&D : une conférence sur la recherche et le développement de même qu'un atelier sur la traçabilité de l'agriculture et de l'alimentation aura lieu à Winnipeg, au Manitoba.

[Pour plus d'information](#)