

Comment le média spécialisé LaBiotech a sélectionné son repreneur

Le média en ligne LaBiotech, qui informe depuis dix ans les acteurs au sujet des actualités du secteur, a été racheté en janvier 2022 par la startup Inova, à l'origine d'un logiciel de CRM permettant aux laboratoires de gérer leurs contrats de licences technologiques. Deux activités qui semblent différentes à première vue, mais entre lesquelles les deux parties ont entrevu les opportunités de créer des synergies.

Temps de lecture : minute

24 février 2022

C'est le fruit de la volonté d'étudiants de Sup'Biotech de mieux s'informer au sujet de cette industrie. Le média en ligne [LaBiotech](#), co-fondé et encore dirigé par Joachim Eeckhout, a vu le jour en 2012 sur la base du constat que l'offre médiatique "n'était, à l'époque, pas en phase" avec les attentes de la jeune génération. "Il n'existait presque que des magazines, au format papier, comme *Biotech Finances* ou *Industrie Pharma*" , explique à Maddyness Joachim Eeckhout, qui suivait en parallèle de ses études d'ingénierie en biotechnologies une formation au management. Sans attendre d'obtenir ses diplômes, il co-fonde alors un site d'information destiné aux acteurs du secteur.

Dix ans après, cette proposition de valeur a séduit la startup lyonnaise Inova, à l'origine d'un CRM permettant aux groupes pharmaceutiques de gérer leurs contrats de licences technologiques, qui a racheté le média en janvier 2022 – le montant de l'opération n'est pas communiqué – et entend préserver son indépendance.

Construire un média paneuropéen

Dans les mois qui ont suivi sa création, LaBiotech a rapidement compté 5 000 visiteurs mensuels en France. Le développement de son audience a longtemps été son principal chantier, autour duquel s'est axé sa stratégie. *"En constatant que la situation était la même dans les autres pays européens, avec des magazines et peu d'information en ligne sur le secteur, nous avons élargi notre activité en choisissant de paraître en anglais"* , raconte Joachim Eeckhout, soulignant le fait que *"la maîtrise de la langue anglaise est un pré-requis"* pour travailler dans le secteur des biotechnologies. Ce recentrage a permis de créer un média paneuropéen, se plaçant au-dessus des titres édités dans chaque pays. *"Le site a ainsi pu décoller pour atteindre les 150 000 visiteurs mensuels uniques"* , pointe le dirigeant. Cette performance a été rendue possible par un renforcement de la rédaction, qui a compté jusqu'à dix membres – six personnes travaillent actuellement à LaBiotech.



À lire aussi

Buster.Ai et ses algorithmes luttent contre les fausses informations

L'entreprise a un modèle basé sur de multiples sources de revenus. Elle a choisi de conserver la gratuité de ses articles, et repose pour se financer sur deux autres piliers : la publicité et la rédaction d'articles sponsorisés, que des clients peuvent commander sans interférer avec la ligne éditoriale du média. *"Pour nous permettre de ne pas instaurer de paywall, nous avons préféré nous démarquer de la concurrence en proposant des produits média sur-mesure à nos clients [ce qu'on qualifie de native advertising, N.D.L.R.] "* , détaille le chef d'entreprise, indiquant que c'est ainsi que cette dernière tire 95 % de ses revenus.

Cette pratique commerciale est complétée par la production de rapports quant à l'état des lieux du secteur ou encore la monétisation de certains contenus premium depuis 2020. *"C'est une fierté de pouvoir être récompensé directement par nos lecteurs, et pas que par la publicité" ,* estime Joachim Eeckhout, qui a aussi reçu le soutien d'investisseurs privés.

Favoriser la diffusion de l'information

Pendant plusieurs années, le fonds allemand WestTech Ventures et des family offices ont permis à LaBiotech d'*"accélérer son développement et de mettre la main sur son marché"* selon son fondateur. *"Cela signifiait, de fait, qu'il fallait anticiper une sortie à terme"* , relève Joachim Eeckhout, dont le premier contact avec Inova remonte à l'année 2020. Le logiciel de CRM édité par la jeune pousse, qui avait 60 millions d'euros en poche depuis la levée qu'elle a réalisée auprès de Carlyle Europe Technology Partners à l'été 2021, sert à suivre les opérations d'achat de technologies ayant cours dans la BioTech.

"On remplit la même mission, mais de manière différente. Ce logiciel a, lui aussi, une mission d'information aux entrepreneurs du secteur. LaBiotech a, de son côté, permis à des liens de se nouer entre certains de ces derniers" , argue ainsi Joachim Eeckhout, qui loue la *"construction d'un*

écosystème" comprenant son média et le logiciel d'Inova - le premier pourrait pousser des informations dans le logiciel du second. Ce qui ne remet pas en cause leur indépendance.



À lire aussi

Epsilon, le magazine scientifique des anciens journalistes de Science et Vie

"L'acquisition n'a pas eu lieu pour des raisons publicitaires, assure le dirigeant. LaBiotech continuera à tourner séparément du reste d'Inova. Physiquement, car nous ne sommes pas dans les mêmes locaux. Et au niveau managérial, car je reste chargé de la rédaction." Pour le fondateur, il s'agit de "garder une crédibilité journalistique" et de ne pas "mettre en péril ce qui a été construit" par ses équipes avant le rachat.

Le média, qui a fait le choix de ne publier qu'un article par jour pour privilégier l'analyse à l'actualité pure, note par ailleurs qu'Inova a également fait l'acquisition d'In-Part, à l'origine d'une plateforme de rencontre entre les acteurs des milieux universitaire et industriel. De quoi "créer un hub" du domaine grâce à des synergies entre les trois entités, selon lui. *"Quelques autres médias nous ont approchés. Mais, chez eux,*

on serait devenu une simple verticale de plus. En choisissant une formule audacieuse, on se donne le pouvoir d'explorer de nouveaux horizons" , veut-il croire, se lançant en quête d'un nouveau rédacteur en chef pour concrétiser ces projets.

Article écrit par Arthur Le Denn