

Strategidokument

Biopeople –Innovationsnetværket for bio- og life science

5. december 2018

Godkendt af Biopeople styregruppe

Vores hovedfokus er på bioteknologi, biomedicin og lægemidler

Biopeoples **faglige fokusområde og målgruppe** er **den farmaceutiske- og bioteknologiske branche**, den prækliniske- og kliniske del af lægemiddeludvikling samt de relaterede områder af Informations- og Kommunikationsteknologi / digitalisering. Det er virksomheder, hospitaler samt uddannelses- og videninstitutioner, der beskæftiger sig med forskning, udvikling, kliniske forsøg, bioteknologisk og industriel produktion eller markedsføring af lægemidler og relaterede produkter og services baseret på bio- og sundhedsvidenskab.

Målgruppen er endvidere den del af **medicoindustrien**, der udvikler udstyr, produkter og services, der er relateret til bioteknologi, biomedicin og lægemidler, samt **virksomheder**, der forsker, udvikler og/eller markedsfører fødevaringredienser, produkter og services, som har en snitflade til lægemidler.

Vores behovsorienterede strategi udspringer af et nationalt fokus

Biopeople orienterer sig mod det **nationale fokus inden for life science** (Vækstplan for life science 2018, FORSK2025, marts 2018) og **virksomheders behov**.

Vi tilbyder små og mellemstore virksomheder i hele Danmark og forskere på de danske videninstitutioner behovsorienterede services af høj kvalitet, der øger potentialet for samarbejde mellem de offentlige og private parter på de nationale fokusområder.

Innovationsnetværket indgår i tværdisciplinære, nationale samarbejdsrelationer, der retter sig mod små og mellemstore virksomheders behov for optimering og udvikling.

Biopeople har fem strategiske tematiske fokusområder, der afspejles i de årlige handlingsplaner fra 2019:

- 1) Personlig medicin med biomarkører – fra forskning til kommerialisering*
- 2) Innovation og nye samarbejder mellem akademisk forskning og virksomheder, der arbejder med inflammatoriske og autoimmune sygdomme*
- 3) Industrielle og akademiske samarbejder mod den prækliniske og kliniske forskning*
- 4) Kompetenceudvikling*
- 5) Bioimaging i bio- og life science*

Virkemidler, der bygger broer

Videnspredning, matchmaking og etablering af nye samarbejder hører sammen. Bio- og life science er forskningsorienteret og deling af viden er særlig essentiel for denne branche. Når der er gensidigt behov, skal forskere og virksomheder mødes. Er mødet succesfuldt opstår nye samarbejder. Samarbejde har oftest en international dimension. De nye samarbejder fører til resultater, nye jobs og øget eksport, der kan måles på længere sigt. I størstedelen af Biopeoples projekter og arrangementer kombineres derfor de fire overordnede aktivitetstyper.

Biopeople arbejder med videndeling og matchmaking, hvor offentlig-private samarbejder opstår, når forskere og virksomheder mødes. De deler viden og får kendskab til hinanden, og derved finder de rigtige potentielle samarbejdspartnere sammen. Effekten af de indledende møder, initieret af Biopeople viser sig først efter nogen tid. Der kan gå fra måneder til år, da udviklingshorisonten inden for bio- og life science er lang og effekt af videndeling kan være svær at måle.

Der kan dog godt opstilles visse indikatorer. Succesfulde effekter af Biopeoples aktiviteter er når:

- Potentielle samarbejdspartnere har kontinuerlig kontakt efter deres indledende møde.
- Der indgås egentlige samarbejdsaftaler.
- Samarbejdet resulterer i resultatorienterede aktiviteter (fx afprøvning af et produkt/evt. virksomhedsdannelse/ansættelser/ultimativt kommercialisering af et produkt)

Regeringens prioriteringskatalog over løfterige forskningsområder FORSK2025 fokuserer på fire hovedområder med i alt 19 forskningstemaer. Bio- og life science går på tværs af disse temaer i FORSK2025. Vi har fokus på væsentlige temaer inden for området *Bedre Sundhed* – i form af aktiviteter og samarbejdsprojekter inden for temaet Individuel behandling (personlig medicin).

Fra temaet personlig medicin er der en snitflade og sammenhæng til temaerne vedr. det *Borgernære og teknologi-understøttede sundhedsvæsen* (sundheds- og plejeområdet med fx selvregulering og monitorering af egen tilstand herunder også brugeroplevelsen) på de områder, hvor det drejer sig om at få den "personlige medicin" anvendt i samfundet.

Vi arbejder her på følgende områder:

- Bedre patientinddragelse
- Bedre diagnostik
- Digitale løsninger og Informations- og Kommunikationsteknologi inden for personlig medicin

Bio- og life science bidrager endvidere væsentligt til temaet *Nye teknologiske muligheder*.

En internationaliseringsstrategi, der gavner virksomheder

Biopeoples internationaliseringsstrategi fokuserer på tre områder:

- Nærområdet - Greater Copenhagen - med svenske samarbejdspartnere, bio- og life science virksomheder og de sydsvenske videninstitutioner, herunder det dansk-svenske samarbejde omkring European Spallation Source og MAX IV
- Interregionale (EU) og europæiske samarbejder
- Samarbejde med de danske innovationscentre i bl.a. USA, Israel og Sydkorea.

Biopeople har en portefølje af internationale projekter med tredjepartsfinansiering, og vi deltager løbende i nye ansøgninger sammen med internationale samarbejdspartnere. Formålet med disse projekter er at:

- Tilbyde services til danske virksomheder og forskere
- Etablere nye videnbroer og samarbejder på tværs af nationale grænser
- Hjembringe nyttig viden og netværk

En kommunikationsstrategi, der øger synligheden

Kommunikationen skal bidrage til at sikre omtale og synlighed af Biopeople som et solidt landsdækkende innovationsnetværk inden for bio- og life science.

For kommunikationsindsatser beskriver Biopeople konkrete og målbare mål og skræddersyr metoder, medier m.v. for at nå målgrupperne.

Vi har strategisk fokus på tre områder:

- 1) Branding af fagligt fokus og aktiviteter - Skærpe Biopeoples identitet som Denmark's Life Science Cluster i forhold til relevante personer, virksomheder og organisationer
 - Klar og synlig sammenhæng mellem mission, identitet og resultater
 - Øget og synlig interaktivitet mellem Biopeople og interessenter
 - Øget og synlig interaktivitet mellem Biopeoples interessenter
 - Klar synergieffekt mellem aktiviteter og målgrupper
 - Optimere og synliggøre partneres, medlemmers og interessenters udbytte af Biopeoples indsats
- 2) Branding af Biopeoples kerneydelser - Øge opmærksomheden på værdien af Biopeoples kerneydelser i forhold til målgrupperne og andre innovationsklynger
 - Formidling af sammenhæng mellem Biopeoples identitet og kerneydelserne
 - Formidling af matchmaking som fag/kompetence
 - Formidling af, hvordan Biopeoples kerneydelser er relateret til målgruppens behov og hvilke resultater dette giver
- 3) Branding af Biopeoples partnerpotentiale
 - Synliggørelse af succesfulde partnerskaber på Biopeoples og partneres kommunikationsplatforme
 - Brandingmateriale, med eksempler på samfinansierede projekter, projektpartnerens udbytte, Biopeoples rolle etc.