

'Deze markt biedt enorme kansen. De volgende jaren gaat dat ontploffen'

Interview Stijn Van Rompay, ceo en oprichter van Hyloris

VERGEEF ONS DAT WE enthousiast zijn, maar het is echt heel lang geleden dat we nog eens een nieuwe notering van een veelbelovend Belgisch bedrijf konden begroeten in Brussel. Natuurlijk moet Hyloris, dat zeven jaar geleden werd opgericht met zijn concept van 'verbeterde geneesmiddelen' nog veel bewijzen. Succes noch financiële opbrengst is gegarandeerd. Maar met de kapitein van dit nieuwe Belgische torpedootje, Stijn Van Rompay, zit het zeker goed. Hij viel in zijn heel jonge jaren in een vat met ondernemersdrank. Zijn vader Leon stichtte Docpharma en bracht het enkele jaren later naar de beurs, met zijn zoon als cfo. Stijn was toen 24. Na de overname door het Indische Matrix en later Mylan, bleef Stijn Van Rompay tot 2008 aan boord als ceo. Daarna volgden een hele reeks andere ondernemingen in de farmasector, waaronder de start van Hyloris. We spreken Stijn Van Rompay terwijl nog wordt afgetast of een beursgang erin zit. Een paar dagen later is de kogel door de kerker.

VFB *Wat doet Hyloris precies?*

VAN ROMPAY Hyloris is een Belgische speciality farmacompany. Wij herformuleren bestaande geneesmiddelen en bieden toegevoegde waarde aan de healthcaremarkt.

Ik geef toe, dat is een complexe businessbeschrijving. Wat we doen is: uitgaan van wat er vandaag bestaat op de markt. Welke geneesmiddelen worden gebruikt, wat is er goedgekeurd? Dan gaan we kijken of we dat beter kunnen maken door bijvoorbeeld een combinatie van producten aan te bieden, een herformulering te doen van bijvoorbeeld een tablet naar een injectie, toepassingen zoeken voor andere indicaties, enzovoort.

Vandaag worden 40 procent van alle geneesmiddelen in de VS in hospitalen worden gebruikt voor zaken waar ze nooit voor

"In ons geval kunnen we meteen beginnen met productpromotie: wij kunnen zeggen, dit product gebruik je al jaren, en je kent dit probleem, wel dat is hoe wij het oplossen."

zijn goedgekeurd. Dat is ongelooflijk. We zien dat er veel geneesmiddelen zijn waar toegevoegde waarde mogelijk is, maar dat het niet aangeboden wordt. Dat willen wij dus doen.

We hebben vandaag 14 producten in onze portefeuille, een is er recent goedgekeurd door de FDA, eentje momenteel in enkele landen buiten de Verenigde Staten en twaalf zijn in verschillende stadia van ontwikkeling of goedkeuring. Onze focus ligt op cardiovasculaire producten. Die producten gaan we zelf promoten, commercialiseren en verkopen in de VS. De niet-cardiovasculaire gaan we uitbesteden aan partners, die de producten op de markten kunnen brengen; ook buiten de VS zullen we voor bepaalde producten met partners werken.

Onze ploeg heeft decennia ervaring. Samen zijn we al betrokken geweest in de ontwikkeling of commercialisering van meer dan 200 geneesmiddelen.

VFB *Bestaat er een officiële benaming voor het soort producten dat Hyloris ontwikkelt?*

VAN ROMPAY Hyloris is gespecialiseerd in wat we 505(b)(2) noemen. Dat is de herformulering van bestaande geneesmiddelen waarmee dan een extra toegevoegde waarde wordt geboden. Aan de ene kant heb je de generische middelen, een zeer competitieve markt. Aan de andere kant nieuwe chemische entiteiten en dan spreek je over 100 miljoen tot 1 miljard om een geneesmiddel te ontwikkelen. Dat is

A man with a shaved head, wearing a blue suit jacket over a white shirt, is shown in profile, talking on a mobile phone. He is outdoors, with a blurred background of green trees and foliage. The lighting is natural, suggesting daytime.

Waarom laten anderen dat liggen? “Dat is een hele goede vraag. En bij sommige van onze producten heb ik mij die vraag ook al tweehonderd keer gesteld.”

Eindelijk een interessante beursnieuweling in Brussel

10 tot 15 jaar ontwikkelen, zeer risicovol en met een binaire uitkomst: ofwel lukt het ofwel niet. Veel geld uitgeven is dus geen garantie voor opbrengst. Wat wij doen met 505(b)(2) is aan bestaande producten die een bewezen werking hebben en die veilig zijn, een extra waarde toevoegen. Die mag niet beperkt zijn. Veel spelers denken na over een aanpassing die het mogelijk maakt om van vier tabletten per dag te gaan naar drie. Dat is het gebruiksgemak verhogen, maar dat verandert de uitkomst van het geneesmiddel niet. Wij willen de uitkomst verbeteren, kosten besparen of de veiligheid verhogen.

VFB *Hoe uniek is het model van Hyloris?*

VAN ROMPAY Er zijn nog andere spelers natuurlijk. De laatste 5 jaren zijn er ongeveer 60 à 70 goedkeuringen geweest in 505(b)(2) in de VS per jaar. Daarvoor werd dat principe weinig gebruikt. Wie doet zo'n ding? Aan de ene kant de grote biochemische bedrijven die de levenscyclus van hun product willen verlengen. Bedrijven die weten dat hun patent over een aantal jaar vervalt, proberen het te verlengen door toegevoegde waarde te zoeken voor hun eigen product. Die doen dat enkel op hun eigen producten en om hun positie te beschermen. Aan de andere kant heb je generische spelers, die hoger op de waardeketen willen klimmen door te kijken wat ze kunnen doen om grotere marges te realiseren. Wat zij aanbieden is vrij beperkt. Zij gaan dikwijls vooral het gebruiksgemak proberen verhogen.

Dan heb je de echte 505(b)(2)-spelers, maar er zijn er niet veel. En 90% van de spelers in onze markt hebben vier of minder producten. Wij hebben er al veel meer. Wie zijn de bekende spelers: Pacira, Heron, Eton, en nog een aantal andere. Die focussen zich op een beperkt aantal producten, een beperkt gamma. Maar ze hebben wel dikwijls een goede marketcap (beurswaarde, red.) van 1 à 2 miljard dollar. Dat is zowat hun sweet spot. Maar iemand met 14 producten in portefeuille en met de ambitie om er daar vier per jaar aan toe te voegen, bestaat bij mijn weten nog niet. Als we vandaag nog geen marktleider zijn, gaan we het snel worden aangezien we er volgend jaar 18 willen hebben, een jaar later 22, enzovoort. Maar eigenlijk zijn we nu al een grote speler in termen van producten, en capaciteit om die te ontwikkelen.



“Veel geld uitgeven is geen garantie voor opbrengst. Wat wij doen, is aan bestaande producten die een bewezen werking hebben en die veilig zijn, een extra waarde toevoegen.”

VFB *Als iemand een molecule ontwikkeld heeft, waar relatief makkelijk ook andere toepassingen voor te vinden zijn, waarom laten bedrijven dat liggen?*

VAN ROMPAY Dat is een hele goeie vraag. En bij sommige van onze producten heb ik mij die vraag ook tweehonderd keer zelf gesteld. Je moet rekenen, voor heel kleine spelers is het te duur om dit te ontwikkelen. Een product kost ons tot 7 miljoen euro. Dat is het maximum dat we willen investeren om een product naar de markt te brengen. Dat duurt 5 tot 7 jaar om het op de markt te brengen. Dat zijn onze directieven. Wat we zien is dat de heel kleine spelers, ondernemers met ideeën, hebben dat geld vaak niet hebben. Een tweede element is dat er gewoon enorm veel producten zijn waar er iets mee kan gebeuren. Er zijn ongeveer zestig 505(b)(2)-goedkeuringen per jaar. Een aantal daarvan bieden echt toegevoegde waarde, maar er zijn dus duizenden moleculen. Daarmee zijn nog ontzettend veel mogelijkheden.

“Er zijn 130 doden per dag in de VS door opioïden-gebruik en dat start dikwijls in het ziekenhuis. Als je erge pijn hebt, dan wil je iets strafs dat werkt. We hebben iets dat geen opioïde is en toch erg de pijn stilt.”

VFB *Liggen de kansen of onderbenutte moleculen dan voor het rapen?*

VAN ROMPAY Ik heb hier continu 15 tot 20 dossiers op mijn bureau liggen. We vinden dus heel veel producten. Maar om nu

te zeggen dat ze maar voor het oprapen liggen, neen. Je moet relevante ervaring hebben, kennis en een netwerk. Dan is het een markt die zeer veel mogelijkheden biedt. De volgende jaren gaat dat ontploffen. Langs de andere kant moet je wel due diligence doen en de mogelijkheden kunnen inschatten, en daar ervaring in hebben. De grote jongens, dus Pfizer, Merck, Novartis... die zoeken naar wereldwijde verkopen van vele miljarden. Die zitten ook niet in ons vaarwater. Langs de ene kant van de markt zitten dus te

kleine spelers, aan de andere kant te grote. Spelers met de juiste omvang zijn er wel, maar die focussen dus op drie tot vier producten, terwijl ze er misschien 20 of 30 zouden kunnen doen.

VFB *Hoe verloopt het proces? Vertrekken jullie vanuit een molecule waarop het patent is verlopen of vanuit een ziektebeeld waar jullie een oplossing willen voor zoeken?*

VAN ROMPAY Het is een combinatie natuurlijk. Het uitgangspunt is dat er een bestaand probleem moet zijn. Een ‘adressable market need,’ met elk van onze producten moeten wij kunnen binnenkomen bij de arts of ziekenhuis en op een paar minuten tijd kunnen uitleggen wat we hebben en wat het precies oplost. De dokter kent een bestaande nood en ontdekt: met dit product kan ik het oplossen. Dus niet zoals andere bedrijven bij een dokter gaan om een probleem te signaleren en dan een product te promoten. In ons geval kunnen we meteen beginnen met productpromotie: wij kunnen zeggen, dit product gebruik je al jaren, en je kent dit probleem, wel dat is hoe wij het oplossen.

VFB *Kan u een voorbeeld geven?*

VAN ROMPAY Wij hebben twee goedgekeurde producten. Die in de zeer nabije toekomst zullen worden gecommercialiseerd. Het eerste is Sotalol IV. Dat is een product voor voorkamerfibrilaties. Een hart is een pomp en om goed te pompen heb je een elektrisch signaal nodig. Als dat signaal ongecontroleerd of chaotisch is, dan gaat uw hart niet pompen maar flodderen, een 300-tal contracties per minuut en dat zorgt ervoor dat uw bloed niet meer circuleert, dan gaat het stollen en zo riskeer je klonters, die naar de hersenen kunnen gaan en een beroerte veroorzaken. Dat is een gekend probleem. In de VS alleen zijn er 454.000 hospitalisaties per jaar voor voorkamerfibrilaties, maar er zijn 6,1 miljoen patiënten en dat gaat groeien naar

12,1 miljoen. De markt gaat dus verdubbelen de volgende tien jaar. Wat gebeurt er? Als een patiënt naar het ziekenhuis gaat en daar eerst bloedverdunners krijgt om klonters op te lossen, dan moet ook dat hartprobleem opgelost worden. Dat wordt doorgaans gedaan met een pil. Die pilletjes komen met een grote waarschuwing, zoals op een pakje sigaretten, dat er zoveel bijwerkingen zijn dat er een hartstilstand kan voorkomen. Daarom moet je in het ziekenhuis blijven en in een bed liggen wachten, want als er een probleem is, moet er een dokter in de buurt zijn. De eerste drie à vier dagen ligt een patiënt dus in een ziekenhuis en neemt tweemaal per dag een pil om voor de rest gewoon dagen in een ziekenhuisbed te liggen. Dat ziekenhuisverblijf kan ongeveer 12.000 dollar kosten. Dat is veel geld om in een bed naar het plafond te liggen kijken. En niet plezant. Plus: elke pil kan leiden tot problemen. Wat hebben wij gedaan? Een IV-solutie gemaakt, een product dus dat je rechtstreeks kan inspuiten.

Daarmee hoeftje dus geen drie tot vier dagen in het ziekenhuis te blijven. Het product is goedgekeurd. Het kost meer dan 2.000 dollar. We hebben een enquête gedaan samen met onze partner in de VS, waarin we vroegen aan cardiologen hoeveel ze het zouden gebruiken. Daaruit bleek dat ongeveer 19 procent van de patiënten die hartritmegeneesmiddelen krijgen in principe Sotalol IV zouden krijgen. We weten dus 19 procent marktaandeel, 2000 dollar, we kennen de marktomvang, de dokters zijn er enthousiast over, het bespaart ook geld, dat is belangrijk. De overheid bespaart, de ziekteverzekering, de hospitalen, en de patiënt bespaart drie dagen. De feedback was dan ook heel positief.

VFB *Is dit product al volledig op de markt?*

VAN ROMPAY Het is goedgekeurd in maart voor die indicatie. Het product had wel al goedkeuring gekregen. De indicatie voordien was een spuitje voor mensen die geen tabletten kunnen nemen, maar bon, dat zijn er niet geweldig veel. Dat werd niet echt gepromoot. Nu moeten we gaan promoten. Nu hebben we hard gewerkt om die nieuwe indicatie goedgekeurd te krijgen en de promotie start vanaf het derde kwartaal van dit jaar echt met *'Boots on the ground.'*

VFB *Wat is potentieel? Spreken we hier van blockbusterpotentieel?*

VAN ROMPAY Ik hou me aan de cijfers die in de prospectus staan. Het product kost ongeveer 2.060 dollar, waar we theoretisch op een markt van meer dan 450.000 patiënten een marktaandeel van 19 procent kunnen nemen. Omdat het een bestaand probleem is, moet je geen zware promotie doen. Dit



“40 procent van alle geneesmiddelen in de VS in hospitalen worden gebruikt voor zaken waar ze nooit voor zijn goedgekeurd. Dat is ongelooflijk.”

eerste product in onze cardio portfolio promoten we via onze partner Alta Thera en die kan een substantiële omzet realiseren.

VFB *Wat met andere middelen in de pijplijn. Hebben die een vergelijkbaar potentieel? Of nicheproducten?*

VAN ROMPAY Wij focussen op de VS. Dat is sowieso een grote markt met interessante prijzen. Maar om nog een voorbeeld te geven. Wij hebben een pijnstiller die gebruikt zal worden in ziekenhuizen die niet op basis van opioïden gemaakt wordt.

Wat gebeurt er vandaag? De patiënt gaat naar het ziekenhuis, waar hij na een operatie een pijnstiller krijgt op basis van opium die zeer verslavend zijn. Mensen die het ziekenhuis verlaten kunnen verslaafd zijn, en sommige maken de switch naar heroïne. Er zijn 130 doden per dag in VS door Opioïden-gebruik en dat start dikwijls in het ziekenhuis. Het probleem is dat het erg goed werkt. Als je erge pijn hebt, dan wil je iets strafs dat werkt. Opioïden zijn het strafste. De alternatie-

ven zoals paracetamol IV of ibuprofen IV zijn niet sterk genoeg. Dat is een gigantische markt. 1,2 miljard spuitjes per jaar die verkocht worden wereldwijd. We zijn gaan kijken wat we kunnen doen om een niet-opioïde te maken die sterk is. We hebben een combinatie gevonden van twee bestaande moleculen die als ze in de juiste verhouding samengevoegd worden elkaar versterken. We hebben twee klinische testen gedaan, die aangetoond hebben dat dit product in vergelijking met de marktleider paracetamol IV twee keer zo sterk pijn verlicht. We hebben goedkeuring in Australië, Nieuw-Zeeland en de Emiraten. Europa volgt deze zomer. In de vs dienen we volgend kwartaal het dossier in. Het product gaat dus globaal. Zijn dat dure producten? Nee, wij spreken van single digit prijzen in euro in de meeste landen. Er is een slimmerik die paracetamol IV heeft gelanceerd in de vs met gebruik van de 505(b)(2) route. Wel, na een paar jaar heeft de slimmerd zijn bedrijf verkocht voor 1,4 miljard dollar. Terwijl het product al generisch was in Europa.

VFB Vier nieuwe producten per jaar betekent ook vier producten per jaar op de markt brengen. Hoe lang duurt het voor ze effectief op de markt zijn?

VAN ROMPAY Wij mikken op vier productontwikkelingen per jaar bijkomend op te starten vanaf 2021. Dat mag ook meer zijn natuurlijk. Maar het mag nooit meer dan vijf jaar duren om te ontwikkelen en nooit meer dan 7 jaar om te lanceren. Dat zijn de maxima. De gemiddelde 505(b)(2) is 3 tot 4 jaar. En effectief, als we er vier per jaar beginnen, zouden we er op termijn ook gemiddeld vier per jaar moeten kunnen lanceren.

VFB Komen bij de ontwikkeling ook toponderzoekers kijken in hoogtechnologische labo's?

VAN ROMPAY Wij als bedrijf hebben een aantal partners waar we mee werken. Wij zijn 'highly virtual,' dus wij besteden heel veel uit. De managers in het bedrijf hebben vooral ervaring in de ontwikkeling van generische geneesmiddelen, waardoor we weten met wie we moeten samenwerken om een formulering te doen, bij wie we moeten gaan om producten te ontwikkelen, waar je grondstoffen kan kopen enzovoort. De bedrijven waar we nu mee samenwerken, daar hebben we dikwijls in andere bedrijven al eens mee samengewerkt. Dat zijn gespeciali-

seerde bedrijven. Mensen denken soms dat een pil een pil is. Zo eenvoudig is het niet. In een pil kunnen verschillende technologieën zitten. Je moet dus zeer goed weten waar je naartoe moet gaan voor efficiënte producten, waar de juiste voorwaarden vervuld zijn, de juiste kwaliteit, betrouw-

baarheid. Elk product heeft bij ons doorgaans wel een andere partner, maar de echte uitdaging zit in het begin van proces. Stel dat je voor een product in de vorm van een pil echt nood ziet voor een spuit, dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan. Het is niet omdat je een product hebt, dat

het oplost in water. Dan moet je daarvoor een manier vinden om het op te lossen met producten die al goedgekeurd zijn door de FDA. Wij hebben producten in de pijplijn, waarvan ik weet dat de oorspronkelijke ontwikkelaar het al geprobeerd heeft, maar het heeft opgegeven. Vandaag bestaat er misschien andere technologie voor, dus wij kunnen dat nu wel ontwikkelen. Soms is de uitdaging heel technisch en werken wij met toppers in de domeinen die we nodig hebben.

VFB Waarom komt u nu naar de beurs?

VAN ROMPAY Wij willen graag naar de beurs omdat we de ambitie hebben om sterker te groeien. Vandaag hebben we wel al de middelen om verder te kunnen doen. En als het nodig is zijn de bestaande aandeelhouders bereid mee te investeren in de IPO. Ik zal zelf ook mee investeren. Niemand verkoopt bestaande aandelen. We moeten en kunnen nog heel veel doen en veel producten toevoegen.

Het bedrijf is opgericht door mezelf en Thomas Jacobson. Wij zijn nog altijd meerderheidsaandeelhouders. Ikzelf voor 36 procent, Thomas 19 procent, mijn broer, mijn zus en andere familieleden hebben ook aandelen. We hebben eens 5,7 miljoen opgehaald bij vermogende ondernemers waaronder bekende namen als Anthony Declerck, trustcapital (Christian Dumoulin), Saffelberg (Jos Sluys). Dan hebben we enkele weken geleden nog een kapitaaloperatie gedaan van 15,15 miljoen euro met een aantal bestaande aandeelhouders, maar ook een aantal nieuwe partijen. Zij zijn allemaal akkoord om voor minstens 22,5 miljoen euro mee te doen aan de beursgang. Maar het kan dat ze nog meer inschrijven. Er is heel veel enthousiasme voor de beursgang. Maar we willen ook andere mensen de kans



“We hebben bij de start alles: een bestaande nood, een bestaande molecule met een bewezen werking die al miljoenen keren is gebruikt en feedback van de toezichthouder.”



geven om mee te doen en natuurlijk ook om liquiditeit te creëren.

VFB *Waarom nu de beurs, u had ook privé kunnen blijven?*

VAN ROMPAY De jongste geldronde hebben we gedaan midden maart, toen de VIX op 70 stond (lacht). Dat was het dieptepunt. Het leek alsof de wereld stopte met draaien en toch is de operatie toen goed gelukt. Dus de vraag was er. Waarom toch de beurs? Ten eerste: we like it. Je moet dat graag doen, niet voor de exposure van mijn privépersoon maar voor de bekendheid van het bedrijf. We geloven dat we een globaal potentieel hebben met onze producten. De juiste zichtbaarheid maakt dat we makkelijker producten zullen kunnen ontwikkelen en aantrekken. Een beursgenoteerd bedrijf heeft toch altijd een andere reputatie dan een privaat bedrijf. Je kan meer doen en meer middelen inzetten. Dat is natuurlijk een grote troef, de markt is open en beschikbaar.

VFB *Hoeveel geld wil u ophalen?*

VAN ROMPAY We spreken indicatief van 50 miljoen die verhoogd kan worden. Dat zullen we nog aankondigen.

VFB *Waarvoor moet het geld dienen?*

VAN ROMPAY Voor de ontwikkeling van het volledige gamma, de commerciële uitrol in de VS en om nieuwe producten op te starten. Dus zelfs als er geen inkomsten zouden komen van de bestaande twee produc-



“Ik zeg beleggers niet graag dat we het bedrijf gaan verkopen, want dat creëert verwachtingen, terwijl ik wil dat verwachtingen gebaseerd zijn op onze resultaten en de verkoop van onze producten.”

ten, dan nog hebben we hiermee genoeg om alles te ontwikkelen.

VFB *Wat is jullie risicoprofiel, dat van een biotechbedrijf of farma?*

VAN ROMPAY Ik ben geen gokker van nature. Ik denk liever 15 keer na, zelfs nadat

een beslissing is genomen om zeker te zijn dat we niets zijn vergeten. Wij willen geen producten ontwikkelen waar er een groot risico is. Bij biotech begin je aan iets, maar het product waarop je uitkomt, is nooit wat je ervan verwacht. Dat is typisch. Niet bij ons. Wij gaan vooraf naar de FDA. We leggen voor welk product we willen ontwikkelen, laten de testen zien die we hiervoor willen doen en vragen hun zegen. Zijn we dan 100 procent zeker? Absoluut niet. Maar ze geven wel sterke aanwijzingen en feedback van wat ze willen zien. Dan heb je eigenlijk alle ingrediënten: een bestaande nood, een bestaande molecule met een bewezen werking die al miljoenen keren is gebruikt en feedback van de toezichhouder. Je kan patenten nemen op producten die potentieel even lang kunnen lopen als de patenten op nieuwe chemische moleculen. Bovendien ontwikkelen we sneller, dus kunnen we potentieel het product langer commercialiseren zonder rekening te moeten houden met generieken. Ons patent begint te lopen vanaf de ontwikkeling. Volgens een studie hadden producten volgens 505 (b)(2) gemiddeld exclusiviteit voor 11,5 tot 13,5 jaar. En het kost veel minder. Het voordeel is dat je zo veel meer producten kunt doen. Is het vingers in de neus? Bij elke ontwikkeling zijn er uitdagingen. Dat is altijd zo. Maar we hebben een heel goed trackrecord en in het verleden hebben we met veel succes producten kunnen ontwikkelen. Het risicoprofiel is voor mij dus absoluut niet te vergelijken met biotech.

VFB *Waar moet Hyloris over vijf jaar staan?*

VAN ROMPAY Dan zou ons volledig gamma ontwikkeld moeten zijn, met alle 14 producten op de markt via een goed uitgebouwd commercieel netwerk. Daarnaast zouden er ook 16 tot 20 producten in de pijnpijn moeten zitten. En we zullen een marktleider zijn, als we dat vandaag al niet zijn.

VFB *Wat zijn de belangrijkste lessen van uw eerdere ondernemingen?*

VAN ROMPAY Voor mij is dat focus op producten, zien dat die goed zijn en goed verkopen en dan komt de rest wel in orde. Dat klinkt heel simpel, maar zo'n eenvoudige focus is belangrijk. Zorg dat je een realistisch plan hebt, uitvoerbaar, met haalbare deadlines en budgetten. En zorg dat je ook iets realiseert, want als beursgenoteerd bedrijf kijken er heel veel mensen mee. Vertrek met een duidelijke visie, een duidelijk proces, guidelines, en focus op uw product. Zorg dat de ontwikkeling loopt zoals verwacht. Als je twijfelt of iets haalbaar is, dan moet je misschien niet naar de beurs gaan. De beurs is een fantastisch in-

Hoe het begon twintig jaar geleden

IK WERKTE IN DE VS en mijn vader vroeg mij om te helpen met starten van een bedrijf in generische middelen. We zijn begonnen met 62.500 euro familiekapitaal. Natuurlijk hadden we snel wat meer geld nodig, en dat hebben we binnengehaald via vrienden en familie. Dat was in '99. Toen we onze eerste factuur uitschreven, het was 150 euro, geloof ik, zei mijn vader: 'en nu moet je ons naar de beurs brengen.' Wij hebben daarvoor een strategie opgesteld en uitgevoerd. Dat is een fantastisch verhaal geworden. Wij zijn naar de beurs gegaan in 2001, het bedrijf was 2,5 jaar oud en het liep goed.

Naar de beurs aan 9 euro, een jaar later noteerde het aandeel 30 euro. In 2001 werd Docpharma de op een na beste beurslancering in Europa. In 2005 hebben we verkocht met een marketcap van 218 miljoen euro. De koper was Matrix, een bedrijf met een gelijkaardig verhaal als Docpharma. Pas opgericht in 2000 en in 2007 grotendeels verkocht met

een marktwaarde van 1,5 miljard dollar. Dat nieuwe bedrijf (Mylan, red.) werd een mastodont met een grote structuur en ik ben meer ondernemer, dus ben ik weggegaan. Toen ben ik opnieuw gestart met Uteron, met producten voor vrouwen, dit werd verkocht aan Actavis, ik ben gebleven, tot ze zeiden dat ze minder R&D zouden doen en meer aandacht voor Bottom line. Toen hebben we de te ontwikkelen producten teruggekocht en dat is vandaag Mithra. Ik ben niet operationeel betrokken. Francois Fornieri heeft dat fantastisch gedaan. Ik heb zelf iets nieuws opgericht, Alterpharma, waarvan het meerderheidsbelang verkocht is in 2017 aan het Amerikaanse The Riverside Company. Ondertussen heb ik nog een paar dingen opgericht in biotech en farma. Mijn dagelijkse job vandaag is Hyloris, omdat ik denk dat dat het meeste potentieel heeft. Mijn vader is nog adviseur, maar ik denk niet dat hij nog kan volgen waar ik allemaal mee bezig ben.

strument, maar er is een wisselwerking. De ondernemer moet resultaten boeken, want de investeerder neemt risico.

VFB *Wanneer wordt het eerste product gelanceerd?*

VAN ROMPAY Het pijnproduct wordt dit kwartaal in twee landen gelanceerd, Nieuw-Zeeland en Australië, maar de eerste inkomsten komen pas met de volgende lanceringen. De eerste goedkeuringen in Europa zouden dit jaar moeten komen, in de VS volgend jaar. Bedoeling is wereldwijd uit te rollen. De nieuwe indicatie voor Sotalol IV is ook net goedgekeurd door de FDA. De commercialisering daarvan start in het derde kwartaal.

VFB *Nu gebeurt dat allemaal door distributeurs?*

VAN ROMPAY Deze producten wel. Vanaf 2023 hebben we een aantal cardiovasculaire producten die we zelf willen promoten. Ik weet dat er wel wat Belgische bedrijven zijn die daar moeite mee hebben ondervonden. Voor deze producten kunnen we dat wel doen, omdat de groep te bezoeken dokters beperkt is: een deelgroep van de cardiologen in een beperkt aantal ziekenhuizen. De promotie is ook vrij eenvoudig, want ze kennen het product. Wij zijn geen bedrijf dat een ganse markt op de kop wil zetten met nieuwe technologie, wij bieden alleen een oplossing voor een bestaand probleem.

VFB *Gaan jullie regelmatig naar de markt komen om geld op te halen?*

VAN ROMPAY Niet om de bestaande producten verder te ontwikkelen. Deze 14 kunnen we ontwikkelen en er is zelfs nog geld over om andere producten op te starten. Maar we zijn ambitieus en willen heel veel zaken opstarten. Elk product kost ons tot 7 miljoen. Als je er 4 wil opstarten is dat tot 28 miljoen; als we er nog meer willen opstarten is er natuurlijk kans dat we naar middelen zoeken. Wij zijn ambitieus. Als er zich opportuniteiten aandienen om producten te kopen of bedrijven te kopen,



“De eerste drie à vier dagen neemt de patiënt tweemaal per dag een pil om voor de rest in een ziekenhuisbed te liggen. Dat kan 12.000 dollar kosten. Veel geld om naar het plafond te kijken.”

willen we dat kunnen. Daar kan je gaan strategie van maken, daar geloof ik niet in. Mensen die aankondigen dat hun strategie is om bedrijven te kopen, betalen meestal teveel. Maar als er zich een opportuniteit voordoet, moet je toegang tot financiering hebben.

VFB *Hoeveel werknemers heeft Hyloris?*

VAN ROMPAY Nu zijn we met 11, maar we zijn zwaar aan het recruterend, dus de komende maanden komen daar heel wat

mensen bij. Dat is voldoende om die producten te ontwikkelen, omdat we werken met externe partijen die formulering en productie doen. Wij nemen wel het risico, zetten het profiel uit, doen de coördinatie, de registratie.

VFB *Werkt uw vader mee?*

VAN ROMPAY Mijn vader zit in de Raad van Bestuur van Hyloris, maar heeft geen operationele rol, maar geeft veel raad en helpt waar mogelijk.

VFB *Zou u Hyloris willen verkopen?*

VAN ROMPAY Ik zeg beleggers niet graag dat we gaan verkopen, want dat creëert verwachtingen, terwijl ik wil dat verwachtingen gebaseerd zijn op onze resultaten en de verkoop van onze producten. Daarop wil ik afgerekend worden. En weet dat alle verkopen van bedrijven die ik in het verleden gedaan heb, strategisch waren. Daar was een bedrijfsreden voor. Voor Hyloris is de strategie niet dat het verkocht moet worden, maar elk bedrijf ter wereld is aanspreekbaar en te koop als je de juiste prijs biedt. Maar ik ben heel enthousiast om Hyloris uit te bouwen. Als de kapitein niet weet waar hij naar toe vaart, kan je beter in de haven blijven.



Jan Reyns
Hoofdredacteur



Jasper Vekeman
Redacteur VFB

INTERVIEW APRIL 2020

