



Bilcare Technologies Singapore Pte Ltd

Bilcare Technologies Singapore Pte Ltd (wcześniej Singular ID Pte Ltd)¹ jest prywatną spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą główną w Singapurze, we Włoszech - w Padwie ulokowano jej spółkę zależną Bilcare Technologies Italia. Firma zajmuje się produkcją nano-znaczników zabezpieczających produkty przed podrabianiem, a także usługami w tym zakresie. Celem Bilcare Technologies jest osiągnięcie pozycji technologicznego lidera w ochronie marek, własności oraz ludzi. Bilcare Technologies należy do grupy Bilcare.

System ochrony marek, w oparciu o który działa firma został wynaleziony przez dr. Petera Morana i dr. Adriana Burdena – pracowników naukowych Instytutu Badań Materiałowych i Inżynierii (*Institute of Materials Research and Engineering*) w Singapurze² w ramach rządowego projektu B+R. Prowadzili tam badania w ramach projektów aplikacyjnych nastawionych na uzyskanie konkretnych rezultatów do zastosowań rynkowych.

Dr Moran wraz z zespołem badawczym pracował nad materiałami o bardziej uporządkowanej i poddającej się kontroli strukturze do wykorzystania w twardych dyskach. W trakcie badań naukowcy zauważyli, że niektóre kompozyty magnetyczne mogą być zrobione w taki sposób, że ich cechą jest wrodzony nieporządek, który jest trudny do reprodukcji i kontroli. Wywnioskowali, że dzięki temu możliwe jest stworzenie unikalnego, ale możliwego do odczytania wzoru, który można określić, jako „magnetyczny odcisk palca”. Co więcej, ponieważ magnesy są ekstremalnie małe, „odcisk” staje się bardzo trudny, o ile nie niemożliwy do zduplikowania. Uznali, że daje to możliwość oznakowywania wszelkich jednostek w celu zapobiegania fałszerstwom.³ To odkrycie zbiegło się z zainteresowaniami Adriana Burden i Petera Morana dotyczącymi fałszowania produktów i zapobiegania temu zjawisku, na które natknęli się zapoznając się z zagadnieniami dotyczącymi identyfikacji. Odkrywanie kolejnych informacji na temat oszustw popełnianych przy pomocy kart identyfikacyjnych i kart kredytowych, doprowadziło ich do danych dotyczących fałszerstw w wielu dziedzinach, jak np. produkcja części do samolotów, samochodów, przemysł farmaceutyczny, produkcja sprzętu gospodarstwa domowego itd. Okazało się, że imitacja produktów jest wielkim ogólnoswiatowym problemem. Naukowcy uświadomili sobie wówczas, że ich wynalazek można wykorzystać do zapewnienia identyfikacji i ochrony.

Naukowcy skupili się na stworzeniu systemu potwierdzającego autentyczność produktów, odpornego na sfalszowanie, który można łatwo i niedrogo wdrażać w różnych przemysłach, odpowiadając tym samym na istotną potrzebę przedsiębiorstw i jednocześnie rozwiązując narastający w skali globalnej problem.

Po odkryciu „magnetycznego odcisku”, tak szybko, jak to było możliwe przygotowano dokumentację niezbędną do opatentowania wynalazku. Koszty związane z opracowaniem całej dokumentacji, zgłoszeniem patentu obejmującego podstawową technologię w Stanach

¹ www.singular-id.com

² www.imre.a-star.edu.sg

³ A*STAR's Nano-Magnetic "Fingerprint" Technology to be Commercialised by Singular ID Pte Ltd to Fight Counterfeiting, Press Release, May 11th, 2005, www.singular-id.com, s. 1.



Zjednoczonych i utrzymaniem go w trakcie trwania projektu badawczo-rozwojowego ponosił IMRE. W lipcu 2003 r. patent został przyznany agencji A*STAR⁴ (jednostce nadrzędnej nad IMRE). W grudniu 2004 r., po ponad 2 latach prowadzenia prac badawczo-rozwojowych, Peter Moran i Adrian Burden założyli spółkę *high-tech* Singular ID Pte Ltd, aby skomercjalizować wynalezioną technologię. Jej udziałowcem był także IMRE. Była to naturalna droga postępowania z wynalezioną technologią. Trzeba zaznaczyć, że równolegle z procedurą patentowania podstawowej technologii przez agencję A*STAR, trwały dalsze prace rozwojowe, a ich rezultaty były już własnością intelektualną Singular ID. W maju 2005 r. firma podpisała umowę licencyjną na wyłączność, od czerwca 2005 r. już mogła prowadzić działalność operacyjną.

Przez cały czas poszukiwano zarówno inwestorów, jak i partnerów technologicznych. Na początku twórcy Singular ID nastawili się na kilka obszarów niszowych, jak na przykład obrót diamentami i przedmiotami luksusowymi oraz na przemysł lotniczy, później zmieniali biznes plan, zależnie od zainteresowania potencjalnych partnerów. Naukowcy typowali potencjalnych inwestorów, wśród których był m.in. inkubator, fundusz wspierający innowacyjne *start-up* w Singapurze, a także międzynarodowe fundusze *venture capital* i *joint venture*. Oddzielenie się nowej spółki od IMRE było możliwe dzięki znalezieniu miejsca w inkubatorze i pozyskaniu kapitału początkowego od BioVenture Centre Pte Ltd (spółki *joint-venture*), firmy zależnej od Becton, Dickinson and Company. BVC było udziałowcem Singular ID przez około 2,5 roku – do czasu przejęcia firmy przez Bicare. Kilka miesięcy po przeniesieniu się do inkubatora BVC, Advance Nanotech Inc. (firma zajmująca się finansowaniem i doradztwem w komercjalizacji odkryć w dziedzinie nanotechnologii) przejął 10% udziałów Singular ID od Instytutu Badań Materiałowych i Inżynierii (IMRE). W tym czasie spółka rozpoczęła współpracę z partnerami technologicznymi, pierwszym była firma Adampak – jeden z wiodących w Azji południowo-wschodniej producentów etykiet dla różnych branż, kolejnym partnerem był IMS Corporation Pte Ltd⁵. W ciągu pół roku od rozpoczęcia działalności operacyjnej, pojawił się też pierwszy kontrakt z Sanden International (Singapore) Pte Ltd (spółką zależną od japońskiej Sanden Corporation), wiodącym producentem części dla przemysłu samochodowego - na dostawę systemu ochrony marek, który przyniósł pierwsze wpływy. Twórcy Singular ID pozyskali kolejnych dwóch partnerów produkcyjnych, a także trzech inwestorów – fundusze *venture capital*. Ponadto, na podstawie umowy z właścicielem podstawowej technologii, spółka mogła przekazywać licencję zainteresowanym firmom, co umożliwiło rozwijanie działalności na szerszą skalę i ułatwiło poszukiwanie poważnych klientów⁶.

Ważnym elementem w marketingu nowej technologii był udział w różnych konkursach promujących najnowsze technologie. Singular ID był wyróżniającym się projektem - zdobył wiele nagród jako finalista lub zwycięzca konkursów, co wpływało na nawiązywanie nowych kontaktów, pozyskiwanie nagród, m.in. funduszy i w rezultacie – na przyśpieszenie komercjalizacji. Dzięki wygranej w konkursie *Nanochallenge*⁷ organizowanym przez włoski klaster nanotechnologiczny

⁴ www.a-star.edu.sg

⁵ IMS Corporation Pte Ltd to firma zależna od grupy Advanced Integrated Manufacturing (AIM) notowanej na giełdzie w Singapurze. *Singular ID Signs Agreement with IMS Corporation*, Press Release, October 12th, 2005, www.singular-id.com

⁶ *Exploit signed License Agreements with 6 SMEs in October 2006*, www.exploit-tech.com, 12 October 2006.



Veneto Nanotech, spółka mogła rozpocząć działalność operacyjną w Europie wcześniej, niż to przewidywał biznes plan. W maju 2006 r. ogłoszono, że wspólnie z Veneto Nanotech SCPA w Padwie utworzono Singular ID Italia Srl.⁸ W posiadaniu Veneto Nanotech znalazło się 7,5% akcji nowej spółki, reszta pozostała własnością Singular ID Pte Ltd.

W grudniu 2007 r. Singular ID został przejęty przez międzynarodową grupę Bilcare (wiodącego producenta opakowań dla przemysłu farmaceutycznego oferującego również usługi badawcze, kliniczne i w zakresie opakowań setkom klientów na całym świecie), stając się tym samym jednym ze sztandarowych przykładów udanej komercjalizacji wyników badań naukowych w Singapurze.

Nie doszłoby do udanej komercjalizacji nowej technologii, gdyby nie praktyczne podejście do badań realizowanych w IMRE – instytucie, w którym Adrian Burden i Peter Moran realizowali projekt B+R. Sukces został poparty również ciężką pracą naukowców i założycieli spółki oraz zgodną, wzajemną współpracą, co warto podkreślić, ponieważ sprzyjało to efektywnemu rozpatrywaniu pojawiających się spraw i szybkiemu podejmowaniu decyzji. Partnerzy działali zgodnie z przemyślanym i wiarygodnym biznes planem oraz strategią, konsekwentnie podejmując kolejne kroki. Stale rzetelnie monitorowali kwestie finansowe i budżet, co uchroniło firmę przed brakiem płynności finansowej i pozwoliło spokojnie pokonywać kolejne etapy wdrożenia technologii do produkcji. Przez cały okres – od założenia spółki do jej przejęcia przez Bilcare – wspólnicy dbali o właściwą komunikację zewnętrzną, m.in. prowadzili konsekwentną politykę informacyjną (na stronie internetowej spółki często umieszczali komunikaty zawierające informacje o wszelkich postępach i osiągnięciach na drodze do komercjalizacji, ponieważ inwestorzy obserwują *spin-off* od początku ich działalności), wzorcowo przygotowywali informacje prasowe (stosując jednolitą szatę graficzną, zapewniając szeroki zakres informacji: komunikat główny, wypowiedzi kluczowych osób, informacje o podmiotach, które występowały w danym komunikacie), a także wygłosili kilkadziesiąt referatów uczestnicząc w dyskusjach panelowych na wielu konferencjach, forach, kongresach, sympozjach oraz innych spotkaniach nie tylko w Singapurze, ale też w różnych częściach świata. Istotne było również to, że osobą zajmującą się *public relations* był niezmiennie Adrian Burden. Do sukcesu Singular ID przyczyniło się także uczestnictwo w wielu konkursach i rankingach,

⁷ *Nanochallenge* jest międzynarodowym konkursem zorganizowanym przez Veneto Nanotech po raz pierwszy w 2005 r., w którym oceniane są biznes plany w dziedzinie nanotechnologii. Organizatorzy zachęeni entuzjazmem środowiska i zgłoszeniem do I edycji ok. 70 projektów z najważniejszych obszarów nanotechnologii reprezentujących 30 krajów, postanowili kontynuować przedsięwzięcie. Jego głównym celem jest kojarzenie firm rozpoczynających działalność z inwestorami, dlatego w konkursie wyłaniane są pomysły o największym potencjale rynkowym. Udział w konkursie jest otwarty dla wszystkich, którzy mają pomysł na innowacyjny, o wysokim potencjale wzrostu biznes w dziedzinie nanotechnologii. Najlepszy projekt otrzymuje nagrodę w wysokości 300 tys. euro, w tym 200 tys. euro w formie *seed capital* i 100 tys. euro w formie usług i infrastruktury. W listopadzie 2008 r. w Padwie rozstrzygnięto IV edycję konkursu, w której było dwóch laureatów – jeden w kategorii nanotechnologii oraz jeden w kategorii polimerów, ponieważ rozszerzono zakres konkursu. Organizatorzy nie tracą kontaktu ze zwycięzcami po ogłoszeniu wyników i pomagając w pozyskaniu finansowania dalszej działalności oraz inwestorów prezentują najbardziej obiecujące projekty większości przedstawicieli włoskich oraz międzynarodowych funduszy *venture capital* oraz innym potencjalnym inwestorom. Na podst.: *The era of nano-writing and of super-polymers begins*, www.venetonanotech.it/en/news-events/nanotech-news/the-era-of-nano-writing-and-of-super-polymers-begins,3,8111, 1 December 2008; *Veneto Nanotech Launches the 2nd Edition of Nanochallenge*, www.azonano.com/news.asp?newsID=1968, 13 March 2005; *Singular ID Wins Nanochallenge 2005*, Press Release, November 14th, 2005, www.singular-id.com, www.venetonanotech.it, www.nanochallenge.com

⁸ *Singular ID Launches Italian Subsidiary*, Press Release, May 17th, 2006, www.singular-id.com



co nadało międzynarodowy rozgłos nowej technologii, a także było wyraźnym sygnałem dla partnerów biznesowych, inwestorów, udziałowców, ale również całego zespołu firmy, że obrana strategia komercjalizacji i rozwoju przynosi oczekiwane rezultaty i warto nadal współpracować z tak zarządzaną firmą i w nią inwestować. Równie istotnym czynnikiem sukcesu przekształcania nowej technologii od stadium laboratoryjnego prototypu do gotowego produktu było ogromne wsparcie Singular ID ze strony partnerów produkcyjnych, a także ze strony pierwszego klienta, z którym firma przeszła etapy eksperymentowania z kolejnymi prototypami.