

• TROIS QUESTIONS À

APPIM. « Faciliter les accès au marché »

Daniel Sfecci, président de l'APPIM (Association des partenaires pour la promotion de l'industrie méditerranéenne).

Le 30 octobre s'est tenu la première université de l'APPIM durant laquelle 40 adhérents ont travaillé sur 4 problématiques majeures : le financement, les ressources humaines, le modèle économique et l'accès au marché. L'industrie est une entreprise comme une autre...

Absolument. La question est alors de savoir ce que l'industriel de ce territoire peut amener comme réponse à ces problématiques communes. Le but de cette université était d'exposer les solutions potentielles de chacun, de les confronter pour en proposer de concrètes et cibler qui de l'APPIM ou de ses partenaires (CCI, UPE, UIMM...) était le plus à même de les porter.

Par exemple ?

Les banques ont été mises à mal dans les discussions mais mises à contribution dans les solutions. La notation des entreprises, par exemple. Comment pouvons-nous perdre du crédit chez nos fournisseurs pour une notation dont personne ne comprend rien ? Nous sommes exclus du débat. Il conviendrait que les banques, organismes de notation et industriels se retrouvent une fois par an pour que les règles du jeu (qui ne se limitent pas à nos résultats, c'est bien plus fin que cela) soient clairement énoncées et qu'on sache comment avancer.

Vous avez également imaginé un comptoir de l'offre et de la demande. Expliquez-nous.

Sous prétexte du secret, du risque de perdre un marché, rien ne se dit. Donc rien ne se fait. On va à droite, on va à gauche, on bouffe du carbone pour trouver des contrats alors qu'ils existent ici. À l'instar des programmes " Cap Indus " ou des " Rencontres Business ", ce comptoir est une réponse qui vise à mettre en relation les donneurs d'ordres et les sous-traitants. En temps réel et via le Web. Les premiers postent un besoin, les seconds y répondent. Il s'agit de faciliter le point de départ du marché, et cela tient parfois à quelques minutes. C'est Jean-François Lasaille de Thales Underwater Systems qui a pris ce sujet en main, dont la difficulté tient principalement au référencement des compétences de chacun, les industriels de l'APPIM et les autres, car l'objectif est de faire adhérer le maximum d'entreprises à la démarche pour que le réseau se tisse davantage et ainsi obtenir une base de données la plus exhaustive possible.

Propos recueillis par Gaëlle Cloarec

• EN BREF

GreenLeaf. La start-up étoffe son réseau de distributeurs

La start-up sophilopolitaine, spécialiste des solutions logicielles et matérielles facilitant l'implémentation de solutions domotiques, vient de signer avec deux nouveaux grossistes en matériel électrique. Frei Sodiam, implanté à Exincourt, couvre la Franche-Comté, le Haut-Rhin et les Vosges (15 M€ de CA). Comptoir Commercial du Languedoc (CCL), compte, lui, plus de 700 collaborateurs répartis sur 42 implantations dans 11 départements entre le Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon et l'Aquitaine (200 M€ de CA). Avec ces deux partenariats, GreenLeaf étend son réseau de distribution hors des frontières régionales où la jeune pousse est déjà bien implantée via Balitrand. Elle vise la signature d'une vingtaine de contrats distributeurs en 2015 pour un CA de 500 K€.

11 M€

C'est le montant des commandes enregistrées par l'entreprise sophilopolitaine Median Technologies en 2014, soit une hausse de 134 % par rapport à l'exercice précédent (4,7M€). En outre, l'éditeur de logiciels pour l'imagerie médicale et l'interprétation des essais cliniques en oncologie annonce avoir été sélectionné en tant que fournisseur de solutions et de services d'imagerie dans cinq nouvelles études cliniques en oncologie pour un montant cumulé de 3,24 M€.

Ineldea. Le challenger accélère son développement

• **SANTÉ.** Après avoir opéré sa première croissance externe en 2012, l'entreprise spécialisée dans les compléments alimentaires vise le cap des 30 M€ de CA.

Dans le petit monde des compléments alimentaires, le challenger Ineldea accélère. De 14,8 M€ de chiffre d'affaires réalisé en 2010, le laboratoire carrossois a clôturé l'exercice 2014 avec un total de 27 M€ de facturations. Et l'entreprise de franchir un gap de plus de 12 M€, porté par une croissance organique régulière, boostée en 2012 par l'acquisition du laboratoire Copmed (21 salariés, 4,6 M€ de CA). Un premier rachat pour lequel la PMI azuréenne a levé 2,5 M€ auprès du fond de collecte ISF Audacia.

Circuit de distribution

« Basé à Niort, Copmed est positionné dans le même domaine d'activité, les produits de santé naturelle, mais dispose d'un circuit de distribution que nous n'avons pas, celui des médecines non conventionnelles prodiguées par des praticiens de santé type naturopathes, ostéopathes et autres phytothérapeutes », explique Nicolas Cappelaere, dirigeant d'Ineldea. Une cible d'autant plus intéressante que pour se différencier, le laboratoire carrossois a dès le départ pris l'option de s'adresser aux consommateurs initiés, « non pas à la recherche d'une promesse, mais philosophiquement convaincus des bienfaits des produits de santé naturelle que sont les compléments alimentaires ». « Il s'agissait de capter ce circuit complémentaire qui tend à se développer », précise le dirigeant qui a récupéré au passa-



« Le marché français des compléments alimentaires représente 1,3 Md€ alors qu'en Allemagne, il dépasse les 2 Md€ », regrette Nicolas Cappelaere, fondateur en 2003 du laboratoire Ineldea.

ge une centaine de références supplémentaires, à ajouter aux quelque 300 produits estampillés Ineldea commercialisés essentiellement en pharmacie au travers de 6 gammes.

Lever les freins administratifs

« Après une première année d'observation, la croissance externe est digérée et Copmed de nouveau sur le chemin de la croissance », reprend Nicolas Cappelaere. Le laboratoire de Niort a en effet généré en 2014 un chiffre d'affaires de 5,6 M€ et présente des perspectives de progression à deux chiffres. Tout comme sa maison-mère qui profite « d'une

équation à deux variables », le nombre de points de vente à conquérir (à ce jour, les produits Ineldea sont distribués dans 3.000 officines en France), et le nombre de références placées. Au national comme à l'international. Ineldea est ainsi présent dans 22 pays et réalise 23 % de son chiffre d'affaires à l'export. Mais l'absence d'agrément accordé par l'administration française pour ce type de produits freine son déploiement. « Les entreprises françaises exportent pour moins de 100 M€ dans le monde alors que le chiffre d'affaires du marché des compléments alimentaires est estimé à 70 Md€ », relè-

ve le dirigeant. Nommé récemment vice-président du SYNA-DIET, syndicat national des compléments alimentaires qui œuvre notamment à faciliter l'export, il entend bien travailler à lever les freins pour tenir ses objectifs : franchir le cap des 30 M€ de chiffre d'affaires à moyen terme.

Gaëlle Cloarec

INELDEA

(Carros)

Dirigeant : Nicolas Cappelaere

CA 2014 (consolidé) : 27 M€

126 personnes

Tél. : 04 97 02 24 70

cappelaere.n@ineldea.com

Genbiotech. La biotech met à disposition ses salles blanches

• **R & D.** La filiale R & D des Laboratoires Génévrier souhaite ainsi optimiser son Centre européen de culture cellulaire à visée thérapeutique.

Genbiotech cherche des relais de croissance. Et trouve... La filiale R & D des Laboratoires Génévrier (110 M€ de chiffre d'affaires en 2014 pour 285 personnes) a en effet décidé d'optimiser son Centre européen de culture cellulaire à visée thérapeutique en mettant à disposition son plateau technique aux industriels ou biotechs de la région. Soit 330 m² de salles blanches, classe B essentiellement, comprenant 7 suites de 20 à 50 m² équipées de poste de sécurité microbiologique de classe A, entièrement sécurisées. Le tout certifié ISO 9.001, 14.001 et 13.485 (pour les dispositifs médicaux), accrédité par l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé. En PACA, seuls trois autres centres disposent de tels équipements, « mais à notre connaissance, aucun n'est ouvert à la location », avance Émilie Kurkdjian, responsable Industrialisation des Process chez Genbiotech.

Un produit sur le marché, cinq autres en développement

Née en 2013, Genbiotech développe des projets innovants sur deux des trois thématiques majeures de sa maison mère, la rhumatologie et la dermatologie. « Notre stratégie est de proposer de nou-



Une des salles blanches du Centre européen de culture cellulaire à visée thérapeutique de Genbiotech. (DR)

veaux produits biotechnologiques adaptés au besoin des patients et proches de la routine du médecin », souligne Fabrice Letimier, Chef de produit innovation. Le premier dispositif médical issu de Genbiotech est commercialisé en France depuis janvier par Génévrier. Des discussions sont en cours avec d'autres distributeurs pour l'export. Baptisé Vitecell, il tient en un kit dermatologique permettant de repigmenter les tâches de vitiligo et les cicatrices dépigmentées. S'il a été développé en autofinancement, d'autres projets pour-

raient bien bénéficier de financements extérieurs. Car, en séparant l'activité R & D portée par Genbiotech de l'offre médicamenteuse signée Génévrier, « on se donne la possibilité d'ouvrir notre portefeuille de produits à des investisseurs », explique Fabrice Letimier. Histoire de maintenir la dynamique d'innovation en dépit des difficultés de financement que connaît l'industrie pharmaceutique. À ce jour, cinq projets sont en cours de développement, plus ou moins avancés, deux en phase d'industrialisation. Parmi eux, un dispositif médical destiné au traite-

ment de l'arthrose qu'il sera également possible de décliner en dermatologie pour combler les rides. Mise sur le marché prévue en 2016.

Gaëlle Cloarec

GENBIOTECH

(Sophia Antipolis)

Dirigeants :

Anne-Emmanuelle Lugin

et Jean-Noël Gouze

CA : NC

12 personnes

Tél. : 04 92 91 32 23

aelugin@genbiotech.com