

Capsugel, un exemple de réussite et de développement intelligent

Capsugel. Ce nom ne vous dit peut-être rien et pourtant, nous sommes tous des consommateurs des produits fabriqués par cette entreprise. Grâce à un fort potentiel de recherche et une innovation permanente, Capsugel fabrique et commercialise des gélules vides pour médicaments. Une compétence qui fait de cette société un leader sur le marché mondial.

Pour ses concurrents, la réussite de Capsugel a de quoi agacer. Cette société (appartenant au numéro un mondial de l'industrie pharmaceutique Pfizer depuis 2000) est le symbole d'une réussite et d'un développement à toutes épreuves. Fortement implantée en France avec deux usines à Colmar (Alsace) et Ploërmel (Bretagne), la société ouvrira prochainement un nouveau centre de recherche pharmaceutique à Illkirch (Alsace). Mais Capsugel, c'est aussi plusieurs sites à travers le monde, dont un en Belgique (siège social Européen) et une renommée à décourager ses challengers. Par ailleurs, la multinationale reflète entièrement l'état d'esprit insufflé par le Pôle Innovations Thérapeutiques. Au delà de la création et de la pérennisation des emplois sur le court et moyen terme, Capsugel compte élargir son champs d'activité et développer ainsi de nouveaux produits et introduire sur le marché. Capsugel (www.capsugel.com), leader mondial de la gélule, ne se caractérise pas seulement par la qualité de ces dernières et son innovation performante, mais aussi par son hégémonie sur un large éventail de services d'information, qui permet de répondre aux questions relatives à la législation et à la réglementation internationale.

150 milliards de gélules produites par an, 50 % de parts de marchés

Mais le groupe Pfizer, par le biais de Capsugel, s'est aussi lancé sur le marché des compléments



alimentaires et il s'avère que le marché européen se tourne de plus en plus vers de nouveaux types de conditionnements innovants. Les fabricants d'aujourd'hui apportent un soin particulier à la conception de leurs emballages pour asseoir ou améliorer la notoriété de leur marque. Les ingénieurs Capsugel l'ont bien compris et c'est ainsi que la société propose la personnalisation des capsules avec plus de 30.000 couleurs différentes. Il est même possible d'imprimer sur la gélule !

Avec plus de 150 milliards de gélules produites tous les ans et plus de 50 % de part de marché au niveau mondial, Capsugel continue d'innover et de toucher de nouveaux segments. C'est ainsi qu'en 1996 et alors que l'entreprise ne fabriquait que des gélules en gélatine, elle a devancé la concurrence en commercialisant la gélule végétale. Quant aux gélules qui répondent aux exigences des normes sanitaires et sécuritaires, Capsugel fournit les principaux groupes pharmaceutiques mondiaux tels que Roche, Sanofi-Aventis ou encore GSK.

A ce jour, le pôle de compétitivité de Strasbourg se félicite d'avoir en son sein une telle structure. Et pour cause, Capsugel emploie à Colmar 345 personnes spécialisées dans la fabrication, la recherche et le développement des produits du futur.

Jonathan Sellem ■



Une réponse efficace aux attentes des clients



Dr Hassan Benameur

Docteur ès Sciences Technologies Pharmaceutiques, titulaire d'une Maîtrise en Ingénierie Pharmaceutique et Ingénieur en Chimie, le Dr Hassan Benameur est un véritable spécialiste. Depuis qu'il a rejoint Capsugel en 2002, il n'a cessé de contribuer au développement de plusieurs produits pharmaceutiques importants. Régulièrement invité et consulté dans des symposiums à travers le monde, il est lui-même le père d'une dizaine de brevets.

Si vous deviez décrire Capsugel, que diriez-vous ?

Capsugel est le leader mondial de la gélule, nous sommes répartis sur le globe avec des localisations aux Etats-Unis, en Europe, en Asie... ce sont 10 unités de fabrication et 3 centres R&D regroupant 2800 salariés pour atteindre un chiffre d'affaires de 640 millions de dollars... Un centre comme celui de Colmar a investi à lui seul et en 10 ans, plus de 38 % en R&D. Capsugel est par ailleurs, toujours en phase de croissance et souhaite pérenniser plusieurs dizaines d'années de recherche-développement selon un modèle B to B.

L'arrivée de Pfizer dans la vie du groupe a-t-elle changé radicalement les choses ?

Pfizer est arrivé en 2000 et depuis, Capsugel peut se targuer d'appartenir à un grand groupe. Ils nous apportent leur connaissance ainsi que leur maîtrise du développement pharmaceutique, mais dans le même temps, ils renforcent notre indépendance. Avant, leurs blockbusters étaient surtout des comprimés. Appartenir à un grand groupe était une réelle nouveauté pour l'industrie pharmaceutique... Cependant, Pfizer

et Capsugel sont deux activités distinctes qui entretiennent une relation client/fournisseur. Nous travaillons ainsi à l'optimisation de nos produits.

Jusqu'en 1995, votre marché était assez restreint, mais l'arrivée des formes liquides a radicalement changé la donne...

Guido Driesen, Président de Capsugel, et Carl Mourisse, Vice-Président EMEA, ont toujours eu une approche novatrice du business et souhaitent que l'entreprise réponde parfaitement aux attentes de ses clients. Après de nombreuses études sur les médicaments liquides, nous nous sommes aperçus qu'ils étaient bénéfiques pour le consommateur. Mais pour fabriquer et commercialiser des gélules répondant à ce nouveau défi technologique, Capsugel a, par conséquent, développé un procédé qui permet de sceller la gélule hermétiquement, et de répondre aux nouveaux besoins de marché des biodisponibilités orales.

Cela entraîne-t-il une plus grande rapidité de mise sur le marché ?

En effet, grâce à son développement, Capsugel réduit les temps de mise sur le marché. Par rapport à la forme comprimé, nous pouvons gagner jusqu'à sept mois d'introduction. Toutes ces caractéristiques font que les clients sont demandeurs de nos produits et de nos technologies ouvertes ! Nous avons créé une entité qui permet le transfert de technologies aux clients désireux de l'obtenir. Nous leur transmettons ainsi notre savoir et nos machines pour qu'ils puissent développer eux-mêmes des formes pharmaceutiques novatrices et fiables.

Propos recueillis par Jonathan Sellem ■

La grande aventure industrielle des transports terrestres de demain

L'Alsace et La Franche-Comté ont toujours été des territoires de pointe de l'industrie des transports terrestres. Activité stratégique, le pôle « Véhicules du futur » est un outil au service des entreprises pour faire émerger des projets en adéquation avec les compétences de la région. Son ambition : fournir des solutions aux inventeurs de véhicules et d'outils de mobilité de demain, comme l'explique son président, Arnold Tramaille

Pouvez-vous nous présenter le pôle « Véhicules du futur » ?

En Alsace et en Franche-Comté, avant l'appel à projet du gouvernement Raffarin, les élus avaient créé un pôle automobile dans les années 2001-2002, sous forme d'une charte entre tous les acteurs du développement économique. Cette volonté de structuration est devenue ensuite un pôle de compétitivité dénommé « véhicules du futur ». Dès mai 2005, des associations se sont créées, avec la recherche de moyens. Le pôle « Véhicules du futur » comprend 200 à 220 entreprises adhérentes, de la PME au grand groupe, comme PSA, General Motors, ou Bugatti Volkswagen. Par ailleurs 90.000 salariés dans la région sont concernés par le monde de l'automobile. On fabrique un million de véhicules dans les sites de PSA. Au niveau recherche et formation, il y a 26 équipes de recherche dans 4 Universités et 7 écoles d'ingénieurs.

Quelle est l'ambition du pôle ?

Il s'agit de faire admettre aux acteurs du développement économique et aux acteurs politiques que ceux qui inventent des véhicules et prennent en charge les problèmes de mobilité cherchent à trouver les meilleures solutions pour les véhicules et les engins de demain. Nous développons notre stratégie autour de trois thématiques : véhicules propres, véhicules et réseaux intelligents et excellence des entreprises de la filière. Sur ces trois thèmes nous voulons proposer des solutions de niveau mondial au service des véhicules et mobilités de demain.

Quel type de projet le pôle entend t-il faire émerger ?

Nous avons huit programmes. Par exemple, sur la thématique véhicules propres, nous avons le système piles à combustible et tout ce qui tourne autour du traitement de l'air. Nous avons également un programme concernant l'habitacle de la voiture, puis un programme dénommé véhicules spéciaux comme les balayeuses. L'Alsace et la Franche

Comté se revendiquent comme un territoire d'expérimentation des réseaux, qu'ils soient routiers ou ferroviaires. On a également un programme de traitement de surface et de traitement thermique. Dans la thématique excellence des entreprises de la filière, nous mettons l'accent sur deux axes : développer l'innovation, la conception de manière collaborative et puis accroître les performances des entreprises à travers le tryptique qualité, coût et délais. Nous avons labellisé 34 projets après un peu plus d'un an et demi de travail et d'étude au niveau du comité de direction. Une fois labellisés, ces projets sont allés vers les organismes de soutien financier. A chaque fois dans les dossiers, les collectivités territoriales, sur proposition du pôle, soutiennent les projets. 75 entreprises sur ces 34 projets sont concernés, 36 laboratoires et centres techniques.



Quels sont vos atouts ?

Une industrie et un monde aux alentours. 200 formations de niveau supérieur liées à l'automobile. Un territoire qui génère beaucoup de compétences. Et puis, autre atout, le positionnement géographique de ce pôle : dans un rayon de 800 km se trouvent toutes les entreprises automobiles de l'ouest et même un peu de l'est. On a 20 centres équipementiers et 6000 personnes au développement. Enfin toutes les collectivités territoriales du nord de l'Alsace au sud de la Franche Comté sont partenaires du pôle.

Florence Rouas ■

Le pôle « fibre naturelle », un catalyseur de projets

Crée en 2005, le pôle « Fibres naturelles » réunit quatre secteurs transformateurs de fibres et à peu près 2000 entreprises sur l'Alsace et la Lorraine. Son ambition est d'accompagner l'entreprise pour lui permettre de trouver des débouchés afin de faire émerger des projets innovants. Entretien avec Karl Gedda, Délégué Général de ce pôle.



la plasturgie, le papier et le carton. On envisage de lancer des projets plus structurants parce que plus en amont pour servir la filière, orientés vers la recherche avec des groupes qui vont les « booster ».

Quels sont vos atouts ?

Les acteurs sur le territoire. La région Alsace-Lorraine est la troisième région textile de France. Sur les non-tissés, la région Alsace à elle toute seule représente pratiquement 50 % de la production française. Au niveau du papier, le grand Est produit 30 % de la production française, avec des sites qui sont à la fois très anciens et très modernes. Sur le bois, c'est le premier massif de forêt naturelle de France. Par ailleurs, il existe une très forte recherche sur le bois du côté lorrain, et autour du textile sur Mulhouse et des positions en chimie très intéressantes sur Strasbourg.

Quelle est votre stratégie ?

Nous accompagnons des entreprises pour qu'elles trouvent des partenaires et fassent émerger des projets. Il s'agit d'organiser des ateliers et de susciter la créativité, en croisant les secteurs, mais aussi de manager l'innovation. L'idée est de travailler en réseau sur le grand Est en associant des régions limitrophes mais pas seulement. Il faut mailler avec des pôles en amont comme la Champagne Ardennes qui essaie de valoriser les produits de l'agriculture de façon non alimentaire et nous intéresse à ce titre pour tout ce qui est fibres de chanvre. Rencontrer des pôles européens notamment en Finlande est une chose importante, parce qu'un pôle fibre existe là-bas. On veut être un catalyseur et un lieu d'échange pour les quatre filières, et les accompagner dans l'ingénierie des projets en trouvant un financement public ou privé qui permette à ces projets de réussir.

Pourquoi avoir proposé un pôle « Fibres naturelles » ?

Le pôle a plusieurs objectifs, d'abord le développement par l'innovation autour de quatre secteurs : le textile, le papier, les matériaux composites et le bois. Ensuite, l'accompagnement de secteurs en mutation. La conception de fibres et de matériaux ainsi que l'encouragement à utiliser des fibres renouvelables dont des éléments essentiels du pôle. Nous nous inscrivons dans une logique de développement durable à relativement court terme. Quant au long terme il y a une place à prendre pour des plastiques issus du bois plutôt que du pétrole.

Quel type de projet le pôle entend t-il faire émerger ?

Ceux qui permettent le développement de la filière. Nous avons des projets à moyen terme qui sont issus des entreprises, sur lesquels on se focalise aujourd'hui. Et ensuite nous envisageons de lancer de grands projets plus structurants qui vont réunir plusieurs entreprises et être multisectoriels. On imagine par exemple un secteur utilisateur de fibres. Aujourd'hui, si l'on prend un débouché comme l'emballage, on peut y retrouver le bois, le textile,

Florence Rouas ■