

Des innovations majeures pour rajeunir...

Mathilde et Bertrand Thomas, passionnés de cosmétologie, ont fondé Caudalie en 1993, et ont investi toute leur énergie pour installer cette marque. Tout récemment, ils ont d'ailleurs remporté le prix du MOCI2006 pour la meilleure performance VIE. « Notre histoire est liée à la rencontre avec le Professeur Vercauteren, à la tête du laboratoire de chimie des substances naturelles de la Faculté de Pharmacie de Montpellier, avec lequel nous avons signé une convention



Mathilde et Bertrand Thomas

de collaboration », explique Mathilde Thomas. Ce chercheur, spécialiste mondial des polyphénols, est en effet à l'origine des brevets innovants de la marque, comme par exemple la stabilisation des polyphénols de raisin, qui permettent d'agir contre les radicaux libres au cœur même de la cellule et donc de lutter contre le vieillissement.

Le Resveratrol est un autre brevet majeur de la marque. Cet extrait végétal – quintessence de la vigne – a un pouvoir raffermissant et anti-oxydant. De plus, des études récentes américaines viennent de mettre en avant l'incroyable faculté du Resveratrol à augmenter la durée de vie des cellules.

Dernier brevet de la marque, la Viniférine fait aussi figure de révolution dans le monde de la cosmétologie. En effet, comme le précise Mathilde Thomas, « ce polyphénol permet de faire disparaître tous types de taches, celles liées au vieillissement et au soleil, mais aussi à l'acné ou encore à la grossesse... Appliqué une fois par jour, c'est aussi un très bon produit pour dégriser les teints abîmés ». En réalité, c'est une tradition qui est à l'origine de cette innovation. « Dans le vignoble, une coutume consiste à frotter des sarments de vigne sur la peau pour estomper les taches de rousseur. J'ai parlé de

cet usage ancestral avec le Professeur Vercauteren, et, après plusieurs années de recherche, il est parvenu à isoler une molécule : la Viniférine. C'est un laboratoire indépendant agréé par le Ministère de la Santé, qui a effectué des tests d'évaluation, lesquels se sont avérés impressionnants ».

La Viniférine est en effet une molécule excessivement efficace non seulement pour corriger, mais aussi pour prévenir les taches brunes causées par les UV, les désordres hormonaux ou par l'âge, en inhibant la synthèse de mélanine. « Il n'y a pas d'autre équivalent sur le marché. Vinoperfect présente l'avantage de pouvoir être utilisé au soleil contrairement aux produits riches en acides de fruits et en vitamine C. Le fait d'être aussi innovant contribue à notre succès auprès des consommatrices », explique Mathilde Thomas. Vinoperfect a d'ailleurs été « meilleur produit de l'année » par Santé Magazine en septembre dernier. « Chez Caudalie, les nouveaux produits ne naissent pas du marketing, mais de la Recherche », se félicite Mathilde Thomas. Un état de fait appréciable, et qui n'exclut pas une communication très efficace. « Le fait que nous utilisions des produits naturels est un élément très apprécié de nos clientes. Les grains de raisin sont d'ailleurs l'emblème de notre marque. Dans nos brochures, nous apportons beaucoup d'explications sur la composition de nos produits. Nous avons également des équipes de spécialistes qui, autour d'animations ponctuelles en pharmacies, apportent des conseils sur les produits adaptés à tel ou tel type de peaux ».

Assurément, grâce à la Recherche Caudalie, la vieillesse n'est plus une fatalité...

Ariane Warlin ■

Doses d'essai sur demande au 01 44 29 24 29

ImmuPharma passe la 3^{ème} vitesse

Contrairement à beaucoup de compagnies travaillant dans le domaine de la biopharmaceutique, ImmuPharma a réussi au fil des ans, à se développer pour devenir aujourd'hui une référence en matière de compétitivité et de qualité. Cette holding anglaise est même devenue un pivot d'Alsace BioValley.

Si le pôle de compétitivité « Alsace Innovation thérapeutique » est aujourd'hui l'un des plus importants au monde, c'est entre autres grâce au groupe franco-britannique ImmuPharma. Cette société est aujourd'hui aux portes d'une formidable réussite. Et pour cause, après des années de recherches et de travaux en collaboration avec le CNRS, ImmuPharma est sur le point de mettre au point un traitement contre le Lupus. Cette maladie que l'on pensait rare et touche en réalité des milliers de personnes, essentiellement des femmes de 15 à 50 ans, est invalidante et menace la vie des patients dans bon nombre de cas. Aujourd'hui, le Lupus est traité de façon symptomatique. Le Président d'ImmuPharma, le Docteur Robert Zimmer explique « que les traitements actuels ne font que soulager les symptômes mais ne guérissent pas la maladie », ainsi « il était donc urgent de développer des thérapies pour cibler les mécanismes impliqués dans la pathologie ». Et c'est quasiment chose faite puisque ImmuPharma s'apprête à entamer les essais cliniques de la phase III.



prouvent, tout l'argent des investisseurs va réellement dans le développement de notre produit phare ». Mais la stratégie de la holding va en fait beaucoup plus loin puisque « nous n'avons pas d'argent provenant de capitaux risques car leur agenda n'est pas forcément celui d'un entrepreneur », avant de reprendre, « nous avons quatre plateformes technologiques indépendantes dans un seul groupe. Toutes répondent aux attentes actuelles, mais si l'une venait à ne pas tenir ses promesses, la pérennité de l'entreprise ne serait pas mise en défaut. Par ailleurs, notre recherche fondamentale est assurée par notre collaboration remarquable avec le CNRS ».

ImmuPharma a, en effet, signé un partenariat avec le CNRS. Et les relations qui en découlent « sont si excellentes qu'il pourrait bien être reconduit en 2010 » assure le Dr Zimmer. La compagnie finance des collaborations de recherche avec recrutement de thésards, et en contrepartie elle dispose d'un droit exclusif pour exploiter les résultats. Les chercheurs du CNRS participent d'ailleurs à la valorisation de ces résultats par IMMUPHARMA dans le cadre de la loi sur l'innovation.

Un avenir plein de promesse

Enfin, ImmuPharma a su utiliser son capital sans le gaspiller. « Pour développer notre produit leader (traitement du Lupus) nous dépenserons 4 à 5 fois moins que certains de nos concurrents. Nous espérons pouvoir mettre le produit sur le marché début 2010 pour traiter les 1.4 millions de patients lupiques habitant l'ensemble des pays du G8. Mais notre vision ne s'arrête pas ici puisque nous avons également breveté plus de 300.000 molécules, d'autres encore sont en fin de phase pré-clinique et notre collaboration avec les équipes du CNRS contribue à alimenter notre pipeline » conclura le Docteur Robert Zimmer. Une véritable vision d'avenir pour une société pleine de promesse.

Jonathan Sellem ■

Un modèle économique différent

Mais comment cette compagnie a-t-elle eu de si bons résultats alors que la plupart de ses concurrents ont déjà cessé d'exister faute de moyens et/ou de résultats ? Robert Zimmer est catégorique ; « Notre modèle économique est différent de ce que l'on peut trouver ailleurs. ImmuPharma a une réelle vision d'entrepreneur. Nos bilans le



De la recherche à l'application industrielle

Les services de valorisation sont présents dans la plupart des grands instituts et des universités en France. Leur rôle consiste à mettre en relation les chercheurs et les industriels, et à les assister pour le montage des projets grâce à leurs compétences juridiques, marketing et financières.

D'une découverte en laboratoire de recherche fondamentale à une exploitation industrielle, on ne peut pas dire qu'il n'y ait qu'un pas. Et nombreux sont les projets scientifiques qui n'aboutissent jamais à une application concrète. Pour les aider à franchir le cap, un acteur incontournable : le service de valorisation, interface entre le secteur industriel et les laboratoires de recherche.

« On trouve les plus importants dans les grands instituts : l'Inserm, l'Inra, le CEA ou l'Institut Pasteur. Quelques universités sont également très en pointe dans ce domaine » estime David Bariau, responsable de l'activité innovation chez Alcimed, un cabinet de conseil spécialisé dans le domaine scientifique. La création de telles structures au sein des universités françaises a été facilitée par l'instauration en 2002 du statut de SAIC (service d'activités industrielles et commerciales). Depuis, leur présence et leurs capacités se sont accrues.

Pour Caroline Rigot, directrice adjointe du service de valorisation ULP-Industrie de l'Université Louis Pasteur à Strasbourg : « Les entreprises s'orientent toujours plus vers l'innovation, garantie de pérennité et de compétitivité. De leur côté, les laboratoires et leur tutelle prennent davantage conscience des enjeux de la valorisation de leurs travaux de recherche. Enfin, les acteurs publics coordonnent les sources de financement pour faciliter le transfert de technologie ».

Les services de valorisation sont multifonctions : « Nous sensibilisons les chercheurs et les informons sur les questions relatives à la propriété

intellectuelle. Nous détectons aussi les projets et innovations susceptibles d'être valorisés » explique Caroline Rigot. La valorisation de l'innovation se traduit le plus souvent par un partenariat, mais aussi par un transfert de technologie, une création d'entreprises, de la consultance, ... Selon le cas, on décide de la nature des outils juridiques, financiers et économiques à mettre en œuvre pour monter le projet, en veillant aux intérêts des découvreurs et de l'université lors des négociations.

Les découvertes des chercheurs sont la propriété de l'université ou de l'institut : tout contrat doit transiter par leur service de valorisation. Toutefois, toutes les démarches n'aboutissent pas : par exemple si le coût industriel d'exploitation est trop lourd, ou si l'entreprise décide d'un autre choix stratégique...

Depuis 2006, certains services ont concentré leurs moyens, afin de gagner en efficacité. La plupart de ces unions sont régionales : en Alsace, le réseau Conectus met en commun les services de l'ULP-industrie, de deux écoles d'ingénieurs, de l'IUT Robert Schuman... Alcimed plaide pour un regroupement par spécialité (biotechnologie, électronique...) afin d'accroître « le niveau de professionnalisation » de ces structures.

Pour David Bariau, l'insuffisance des moyens financiers et humains des services de valorisation demeure un problème, et « les pôles de compétitivité, en rassemblant chercheurs et entreprises locales autour d'une même table, ont un vrai rôle à jouer ».

Muriel Breiman ■



Conectus Passerelle pour un embarquement direct

Créée en février 2006, Conectus regroupe l'ensemble des acteurs alsaciens de la recherche publique autour d'un objectif commun : faciliter et simplifier l'accès des entreprises, notamment les PME-PMI, à l'innovation issue de cette même recherche publique. Un point d'entrée unique souhaité par les chefs d'entreprise, les cadres de la recherche, et les élus locaux. Présentation et explication avec Nicolas Carboni, secrétaire général de Conectus.



Nicolas Carboni

Déjà reconnue pour le dynamisme des partenariats public-privé, l'Alsace s'est distinguée une fois de plus par la mise en place de Conectus ? De quoi s'agit-il ?

Conectus est la seule structure en France qui a su fédérer absolument tous les acteurs de la recherche publique. C'est-à-dire, en ce qui concerne l'Alsace, les 4 universités, les 2 écoles d'ingénieurs, le CNRS, l'Inserm ainsi que les hôpitaux universitaires de Strasbourg. Ces structures offraient un paysage fragmenté, et une entreprise qui voulait explorer toutes les possibilités de partenariat, de transfert de technologies avec la recherche publique, il lui fallait raconter au moins sept fois la même histoire. Conectus c'est désormais une seule porte d'entrée, un seul interlocuteur pour identifier le bon laboratoire en fonction du projet.

demandaient à ce que l'accès aux laboratoires publics leur soit facilité.

Quels sont les axes développés par Conectus ?

D'abord structurer l'offre que nous proposons aux acteurs de la recherche. En effet, celle-ci n'est pas toujours assez lisible pour les entreprises. Il s'agit donc de la traduire dans une logique d'application industrielle. A quoi ça sert et pas seulement qu'est-ce qu'on fait ! Ensuite donner à cette offre de la visibilité. Cela relève du marketing et de la communication. La visibilité, aujourd'hui, c'est une seule porte d'entrée pour toute la région, un numéro de téléphone, le 0811 460 459, et un seul interlocuteur qui va analyser le besoin de l'entreprise et l'aiguiller sur la bonne équipe de recherche.

Conectus a-t-il permis en tout cas de faciliter ou de développer le dialogue entre industrie et recherche publique ?

Entre la recherche publique et l'entreprise, il y a parfois des problèmes de communication, de référentiel, de vocabulaire. C'est moins vrai dans les sciences de la vie, simplement parce que les cadres ou les patrons d'entreprises de biotech sont pour la plupart issus de laboratoires publics. Ils parlent le même langage. Les collaborations public-privé dans ce secteur ont toujours été importantes en Alsace. En terme de contrats de recherche, elles représentent, sur une base annuelle, environ 30 millions d'euros. Cela faisait un certain temps quand même que les entreprises

Quel est le budget de Conectus et comment est-il utilisé ?

Un dispositif d'accompagnement et de financement de la maturation des projets innovants issus des laboratoires publics a été mis en œuvre afin de favoriser le transfert de technologie vers l'industrie. 85 % du budget de Conectus, soit environ 3,5 millions d'euros (cumul des contributions de l'Etat et des collectivités), va dans ce fonds de maturation. Pour le reste, c'est tout ce qui touche à la communication, au sens large du terme.

Propos recueillis par Alain Maurice ■