

TROPHÉES INPI

LES NOMINES DE L'ÉDITION 2014 : 9 ENTREPRISES ET 3 CENTRES DE RECHERCHE EN LICE POUR INCARNER L'INNOVATION A LA FRANÇAISE



Depuis leur création en 1991, les TROPHÉES INPI valorisent et récompensent les entreprises de l'année, emblématiques de l'innovation à la française.

Parmi l'ensemble des talents identifiés cette année, 9 PME et 3 centres de recherche se sont distingués par l'exemplarité de leur stratégie d'innovation, véritable levier de croissance face à un contexte économique tendu et très concurrentiel.

Certains se sont inspirés de leurs univers d'origine pour en créer de nouveaux. D'autres ont mélangé les genres ou les talents... Tous nous démontrent combien l'hybridation peut être une source d'innovation.

Nous sommes fiers de les mettre à l'honneur pour cette nouvelle édition des TROPHÉES INPI et nous vous invitons à les découvrir ci-dessous.

Le jury, présidé par le chef étoilé THIERRY MARX, révélera le nom des hérauts de l'innovation 2014, lors de la soirée de remise des Trophées.

RENDEZ-VOUS MARDI 2 DÉCEMBRE !

CATÉGORIE DESIGN



MATHIEU LUSTRERIE // S'INSPIRER DE L'ANCIEN POUR FAIRE NAÎTRE LE CONTEMPORAIN.

En 1992, Régis reprend l'entreprise familiale créée en 1948 mais fermée depuis deux ans. Le marché du lustre n'existait plus : « C'est comme si vous disiez que vous vouliez reprendre une entreprise de calèches ! » explique-t-il. Il va alors mettre toute son obstination, son talent et son génie marketing pour redonner au lustre ses lettres de noblesse. Très vite son atelier est reconnu pour sa technique et sa précision sur la restauration des composants et des structures anciennes. Les commandes affluent et il restaure ainsi des pièces d'exception pour de nombreux lieux historiques. Ce savoir-faire unique, il s'en inspire pour innover et créer ses propres pièces... que l'on « s'arrache », notamment dans les plus beaux hôtels de la planète.

Le prochain défi de cet artisan designer ? Ouvrir des filiales à l'étranger et devenir le premier lustrier du monde.

- 20 salariés ●Prix de vente des lustres : de 500 à 300 000€ ●CA : 5M € / Part à l'export : environ 70%.
- 5 marques / 40 dessins et modèles / 1 brevet : ampoule-bougie Evolution One.

E-GLUE // ET LE DESSIN DEVIENT DESIGN...

A 32 ans, Marielle Baldelli et Sébastien Messerschmidt, illustrateurs et graphistes, décident de se lancer dans le design mural en ciblant l'univers des enfants, encore balbutiant. Ils innovent alors immédiatement en créant des stickers géants. Un mois après le lancement de leur site web, leur créativité est repérée par des blogueurs déco influents en Australie et à New York. C'est le top départ. Ils associent à leur talent de designer un savoir-faire de qualité qui les démarque encore plus : les dessins sont travaillés dans la découpe sans aucune technique d'impression.

Pas de solvant, ni d'encre ou d'autre produit chimique... et les parents ne s'y trompent pas... Quant aux enfants, ils sont au cœur de leur inspiration. Jusqu'à proposer aux designers en herbe de retrouver leurs propres créations transformées en stickers ! Une entreprise qui nous rappelle que le monde de l'enfance est source d'inspiration et d'innovation ... et que l'on peut être deux et avoir le monde comme marché.



- 2 salariés ●CA : 140 000€ / Part à l'export : environ 60%.
- 6 marques / 68 dessins et modèles.



MASTRAD // LA BEAUTÉ DE L'UTILE.

Pour Mathieu Lion, fondateur et président de MASTRAD : « Si ce n'est pas utile, ce n'est pas beau ! ». La meilleure recette de MASTRAD est de mélanger innovation, plaisir et sécurité. Des ingrédients en miroir de ses équipes, composées aussi bien de chefs produits, de designers, de dessinateurs et d'ingénieurs. Depuis le premier savon d'acier Deos, en passant par les gants en silicone ou les papillotes, MASTRAD séduit les professionnels comme le grand public.

Au rythme d'une nouveauté par semaine, on comprend que 10% du chiffre d'affaires soit consacré à la R&D. Une entreprise totalement innovante, unanimement reconnue, dans un secteur pourtant parfois difficile à renouveler...

- 136 salariés ●CA : 26 M€ / Part à l'export : environ 30 %.
- 32 marques / 137 dessins et modèles communautaires / 23 brevets.

CATÉGORIE MARQUE



REPETTO // UN GRAND ÉCART RÉUSSI ENTRE DEUX UNIVERS ET... DEUX MARCHÉS.

En 1947, Rose Repetto invente le « cousu-retourné », un savoir-faire technique unique qui crée aussitôt la différence, et la référence, dans le monde de la danse. REPETTO crée également des modèles inédits pour des personnalités comme Bardot ou Gainsbourg : premiers pas chassés de diversification... Pourtant, la marque s'endort avant d'être réveillée en 1999 par son actuel PDG, Jean Marc Gaucher. Cet autodidacte hybride révolutionne alors les codes de la Maison. Avec l'alliance des contraires et le mélange des univers comme credo.

La marque s'équilibre ainsi entre héritage et modernité, danse et mode, technique et luxe. L'innovation est permanente et multiformes. Chaque modèle créé n'est jamais reconduit. Après la maroquinerie, REPETTO lance son premier parfum et sa première ligne de prêt à porter, multiplie les partenariats avec de grands stylistes, ouvre son école de formation... Un rythme cadencé et maîtrisé qui ancre désormais l'innovation comme un réflexe "Maison".

- 330 salariés ●CA : 61, 3 M€ / Part à l'export : 31 % en valeur/ 50 % en volume.
- 12 marques / 20 dessins et modèles.

KISSKISSBANKBANK // LA PLATEFORME DE FINANCEMENT PARTICIPATIF AVEC DES KISS ET DES BANK.

Des *kiss* pour l'émotion, des *bank* pour l'argent et une répétition qui sonne musicalement... toute la stratégie de marque est là.

Une plate-forme de financement participatif dédiée à la créativité et à l'innovation. Si les créateurs de tout horizon peuvent ainsi donner vie à leurs projets, ceux qui financent ont l'opportunité, eux, d'en devenir acteur. Dans le contexte économique actuel, le concept est évidemment porteur. Les réseaux sociaux feront le reste..., d'autant que chaque projet offre une résonance supplémentaire à la marque. Rapidement, la startup française devient la référence européenne. Elle passe de 35 % de projets financés la première année à 60 %. Quant aux projets refusés sur KISSKISSBANKBANK, ils ont inspiré aux trois créateurs leurs deux nouvelles marques : Hellomerci, plateforme de prêts solidaires à taux zéro entre particuliers et Lendopolice, consacrée aux prêts rémunérés pour TPE / PME.

- 15 salariés ●CA : 990 000 ●35 282 projets créés ●Plus de 21 M € collectés depuis mars 2010.
- 5 marques déposées dont 3 communautaires et 2 nationales.



FUSALP // UNE HISTOIRE... D'HISTOIRE, DE TECHNIQUE ET DE NOUVEL ENVOL.

Créée en 1952 par des tailleurs d'Annecy, FUSALP suit une trajectoire parallèle à notre histoire. Le coq de son logo nous le rappelle. Une marque associée aux vacances au ski bien sûr mais aussi à l'équipe de France dont elle fut le fournisseur officiel... de 1964 à 1980 ! Depuis la création de l'iconique fuseau, l'entreprise n'a cessé d'innover et d'apporter une réelle technicité, sans cesse évolutive, aux vêtements de ski. Histoire et technique, deux ingrédients sur lesquels Philippe et Sophie Lacoste, repreneurs de FUSALP, souhaitent capitaliser. Tout en « glissant » à deux niveaux : monter en gamme sur les vêtements de ski et développer « l'après-ski », voire conquérir le territoire urbain...

Depuis 2012, la marque a ainsi lancé une collection haut de gamme « FUSALP 1952 » et s'est associée à Sandro pour une collection capsule.

Une nouvelle dynamique de marque, empreinte de son histoire, assurément à suivre

- 30 salariés ●CA : 6,5 M€.
- 9 marques/ 9 brevets.

CATÉGORIE BREVET



SIGFOX // UNE TECHNOLOGIE UNIQUE QUI PREND LE MARCHÉ À REVERS... GAGNANT.

Ludovic Le Moan imagine un avenir où tous les objets du quotidien et les êtres vivants seraient connectés. Alors que les opérateurs font la course au haut-débit, il décide, a contrario, d'inventer un réseau très bas débit pour échanger des informations sous forme d'impulsions électriques. « Au début personne ne croyait ça possible et personne n'en voyait l'intérêt ». Aujourd'hui SIGFOX est un réseau de télécommunication à très grande capacité, permettant à n'importe quel objet de communiquer avec ses semblables et d'être connecté à Internet.

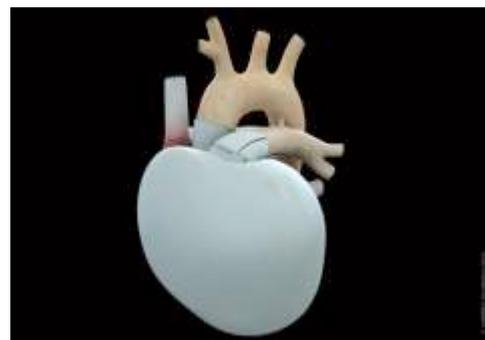
Tout cela à moindre coût et avec une très faible consommation d'énergie. Cette technologie unique séduit toute la planète et propulse la start-up toulousaine en leader du marché. Quand on sait qu'en 2020, 80 milliards d'objets seront potentiellement connectés à Internet, on imagine sans peine l'avenir de SIGFOX. Un avenir d'autant plus serein que leur avance sur la concurrence est solidement verrouillée par leurs brevets...

- 80 salariés ●CA : 5 M€ ●18 mois d'avance sur les technologies concurrentes.
- 8 brevets / unique réseau mondial cellulaire bas débit (breveté UNB) / 3 marques.

CARMAT // « UN CŒUR PLUS DIFFICILE À FABRIQUER QUE D'ALLER SUR LA LUNE ».

CARMAT, c'est l'alliance de deux expertises uniques au monde : l'expertise médicale du Professeur Carpentier dans les valves cardiaques et l'expertise technologique d'EADS. Pour cette jeune entreprise d'à peine 6 ans, la première des innovations est

d'avoir réuni en une même équipe, des ingénieurs, des biologistes et des médecins. C'est cette pluridisciplinarité inédite qui est à l'origine du « premier cœur artificiel basé sur un fonctionnement physiologique ». S'il est encore au stade expérimental, il porte les fruits d'une potentielle révolution médicale. Par le mélange de son design, de sa technologie et des matériaux biologiques utilisés, il se rapproche au plus près du cœur naturel.



Il pourrait, sous réserve des futurs essais cliniques, sauver chaque année la vie de dizaine de milliers de patients en leur assurant une qualité de vie sans équivalent. Fort de la synergie inédite de ses équipes, CARMAT entend développer dans le futur de nouvelles applications de ses savoir-faire dans le domaine cardio-vasculaire.

- 48 salariés ●Capitalisation : 341 M€ / 14 M € de fonds propres.
- 127 brevets / 1 marque.



OLÉOS // UNE ÉCO-INNOVATION OÙ LA SCIENCE OFFRE LE MEILLEUR DE LA NATURE.

Anne Rossignol-Castéra est passée par la recherche, le management et le marketing. Toutes ses compétences réunies la poussent à créer sa propre entreprise ... et ses propres innovations. Après avoir observé la qualité médiocre des macérâts huileux existants, elle crée l'éco-extraction, un procédé entièrement vert, à zéro rejet, qui utilise le pouvoir solvant des plantes pour en extraire les molécules actives.

Grâce à cette technologie brevetée, elle crée des oléoactifs sur mesure et exclusifs selon les fonctions cosmétiques ciblées : anti-âge, anti-inflammatoire, hydratant, apaisant, régénérant ...

Chaque application concentre des actifs dix fois supérieurs à ce que proposait le marché. OLÉOS est aujourd'hui le seul créateur et fournisseur français « d'actifs végétaux en éco-extraction exclusive » ; si la cosmétologie est un champ d'application majeure de cette technologie, la nutrition ouvre également de très belles perspectives...

- 12 salariés / CA : 900 000 € 120 clients en France et à l'étranger.
- 2 brevets en propres et 2 en copropriété / 4 marques.

CATÉGORIE RECHERCHE

L'UNIVERSITÉ ET LE CHU DE BORDEAUX

L'Université et le CHU de Bordeaux ont mis en évidence l'effet du propranolol pour le traitement de certains hémangiomes infantiles. Dès la demande de brevet déposée par le laboratoire en 2007, une stratégie de valorisation de ces travaux, via Aquitaine Science Transfert, a été mise en place, avec la création d'une équipe projet efficace rassemblant l'ensemble des acteurs pertinents : les inventeurs, la valorisation santé, le juridique et le marketing. L'appui de Pierre Fabre Dermatologie a permis le développement pharmaceutique, préclinique et clinique indispensable pour rendre accessible cette découverte. Depuis septembre 2014, le médicament HémangiolTM est commercialisé en France et en Allemagne, après l'avoir été aux États-Unis depuis juin dernier. Un exemple réussi de valorisation d'une belle recherche servie par un partenariat public-privé performant et de grande qualité.

●4 inventeurs ●39 demandes de brevets/ une licence exclusive avec Pierre Fabre Dermatologie.

INSTITUT DE CHIMIE DE NICE / ICN

L'Institut de Chimie de Nice (ICN) est un jeune laboratoire de recherche de l'Université de Nice-Sophia Antipolis associé au CNRS. Ce laboratoire travaille dans les domaines des arômes et parfums, de la chimie bio-organique et de la chimie environnementale.

L'ICN développe de nombreux partenariats avec les industriels du secteur des arômes et de la cosmétique (Chanel, Robertet, Naturex...)

●85 personnes, dont 9 chercheurs ●17 demandes de brevets.

LABORATOIRE DE PHYSIQUE ENS

Les activités du laboratoire ENS de Lyon fondé en 1978, couvrent des domaines aussi variés que la gravité quantique, les perspectives de traitement de l'air par plasmas froids pour les hôpitaux, l'acoustique des cheminées volcaniques, le trafic internet ou les systèmes physiques présentant des interactions à longue portée. Cette forte transversalité entre le laboratoire et les étudiants de l'ENS de Lyon a permis la création d'une start-up SmartINST qui développe des mini- sondes autonomes et sans fils afin de transmettre à distance des mesures pour la surveillance en génie des procédés. Un exemple d'essaimage réussi.

●140 personnes, dont 20 chercheurs ●21 brevets/ une licence concédée à AID Observatoire / une start-up et 6 emplois créés.



A propos de l'INPI

Établissement public, entièrement autofinancé, placé sous la tutelle du ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, l'INPI se situe au cœur de la démarche d'innovation des entreprises françaises.

Au-delà de son action d'enregistrement et de délivrance de titres (brevets, marques, dessins et modèles), l'Institut agit en faveur du développement économique par ses actions de sensibilisation et de valorisation de l'innovation et de ses enjeux. Il accompagne ainsi quotidiennement les entreprises dans la création, le développement et l'optimisation de leur stratégie d'innovation.

Il participe également activement à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques publiques dans le domaine de la propriété industrielle et de la lutte anti-contrefaçon.

Rendez-vous sur Inpi.fr  [@TrophéesINPI](https://twitter.com/TrophéesINPI)

Contacts Press & Vous :

Pierre Roy / Maguelonne Deschard

pierre.roy@press-et-vous.fr

maguelonne.deschard@press-et-vous.fr

01 44 37 00 19

Contacts INPI :

Pascal Claude / pclaude@inpi.fr