

PLASTURGIE I Les sous-traitants du médical dopés à l'innovation

Des produits plus légers, plus performants, moins chers... Les plasturgistes présents dans le secteur médical font feu de tout bois.

Dispositifs médicaux : un quart du marché pour les plasturgistes

➤ Environ **7 milliards d'euros** de chiffre d'affaires en France. Source SNITEM 2006, derniers chiffres publiés

➤ La **plasturgie** en capte 25 %.

➤ **2 % des volumes** produits par les plasturgistes concernent les marchés liés à la santé.

Progression des génériques, baisse des dépenses, mais aussi développement de la médecine ambulatoire et des soins à la personne... En pleine mutation, le secteur de la santé offre de réelles opportunités aux plasturgistes du médical. D'ailleurs, « dans nos métiers, le médical reste en croissance », affirme Patricia LExcellent, la déléguée générale de la Fédération de la plasturgie. Autant en profiter pour innover. En proposant, par exemple, de remplacer le verre ou les métaux par les matériaux qu'ils maîtrisent. Les plasturgistes spécialisés dans le médical ne représentent que 2 % des volumes produits, mais ils réalisent environ 7 % du chiffre d'affaires de la profession (30 milliards d'euros au total). Et les marges y sont globalement confortables. L'innovation comme arme anticrise s'applique à tous les registres : nouveaux produits, procédés de fabrication originaux, design élaboré, participation à des programmes de recherche, mais aussi réflexions autour des matériaux et du développement durable. « Aujourd'hui, innover est un passage obligé, et celui qui ne le fait pas se met en danger », lance Serge Deffradas, le président de la PME d'injection de précision Aimé Griffond, qui emploie 12 personnes pour un chiffre d'affaires de 1,5 million d'euros. A ce titre, l'entreprise jurassienne

LES QUATRE PROFILS DE PME INNOVANTES

LES CLASSIQUES innoveront au cas par cas pour répondre au mieux aux spécifications des clients.

LES PARTENAIRES participent à des programmes de recherche institutionnels ou s'associent à leurs clients pour faire du codéveloppement.

LES FONCEURS déposent régulièrement des brevets, avec ou sans objectifs affichés.

LES ZAPPEURS innoveront sans cesse pour pouvoir changer de marché de niche quand la concurrence devient trop forte.

est emblématique. Elle a, par exemple, réussi à remplacer des pièces en inox par des pièces de plastique sur des gammes de produits basiques. A la clé, un gain en termes de légèreté qui intéressait fortement ses donneurs d'ordres. Dans le passé, la mise au point d'un procédé d'injection de céramique lui a valu le prix de l'innovation plasturgie 2003. « A notre échelle, l'innovation n'est pas forcément spectaculaire, elle est faite de petites améliorations au quotidien », ajoute Serge Deffradas.

En la matière, la taille de l'entreprise n'est pas forcément un élément déterminant. Pour preuve, Rovipharm, dans l'Ain, spécialisée dans les systèmes de dosage. Avec

un peu moins de 50 personnes et un chiffre d'affaires de 7 millions d'euros en 2008 - en croissance de 15 % par rapport à l'année précédente -, elle essaie constamment de faire évoluer ses produits. « Nous réfléchissons à des dispositifs pour doser le médicament de manière plus précise et utiliser de plus petites quantités de produits », explique Emmanuelle Boizet, la dirigeante de la société. Elle affiche également la volonté d'être présente, dans les années à venir, sur le marché des pièces techniques médicales (composants pour divers dispositifs médicaux).

CORADIN DÉPOSE ENTRE DEUX ET QUATRE BREVETS PAR AN

Par ailleurs, ces PME disposent d'un atout pour séduire leurs donneurs d'ordres : elles connaissent bien les besoins de l'utilisateur final, à la différence d'un sous-traitant de l'automobile qui répond avant tout aux besoins des constructeurs. Ainsi, la société francilienne Plastef (24 millions d'euros de chiffre d'affaires) a conçu un dispositif de protection d'aiguilles sur seringues préremplies qui empêche le praticien de se piquer accidentellement. Le produit est aujourd'hui devenu un blockbuster. Au-delà des améliorations sur les produits, les leaders du secteur s'attachent particulièrement au design afin qu'il ne « reflète pas l'idée de la maladie », explique Joël Cotten, le directeur marketing produit Europe de Becton Dickinson. En évitant, par exemple, qu'un dispositif de soin pour les diabétiques en autotraitement ne ressemble à une grosse

Trouver un design des produits qui fait oublier l'idée de la maladie.



D. R.

seringue anxiogène. Un critère qui conduit certains à embaucher un designer, comme l'isérois Stiplastics, ou à se rapprocher de cabinets spécialisés. C'est le cas par exemple de Coradin. Cette PME de 25 personnes implantée dans le Sud-Est et travaillant à 35% pour le diagnostic médical et la pharmacie, dédiée, en outre, 15% des 4 millions d'euros de son chiffre d'affaires à la R&D, ce qui lui permet notamment de déposer entre deux et quatre brevets par an depuis deux ans « On développe également nos propres unités d'injection pour proposer des pièces plastiques à parois minces », souligne Bruno Guilbert, le directeur général.

Rénover son outil de fabrication ou ses procédés afin de diminuer les prix, le poids des pièces, ou garantir certaines propriétés, « cela peut faire

la différence ! », s'enthousiasme Pascal Méténier, le dirigeant de Caliplast, une PME qui fabrique notamment des équipements d'aide à la mobilité. L'entreprise, installée en Loire-Atlantique, dépose en ce moment son quatrième brevet sur une technique de surmoulage automatisé qui permet de réaliser des pièces plus complexes en une seule opération. Repreneur il y a huit ans de cette société, Pascal Méténier met l'innovation à toutes les sauces.

Chez Union Plastic, la PDG Florence Poivey s'oriente quant à elle vers une collaboration avec les pôles de compétitivité, comme Plastipolis. « Cela nous permettra de bénéficier de la recherche fondamentale à moindre coût », espère-t-elle. Dans son entreprise de 140 personnes (19 millions d'euros de chiffre d'affaires dans l'in-

Stalice, le «zappeur»

La tactique de Stalice, une PME du Doubs spécialisée dans la fabrication de dispositifs médicaux pour le diagnostic et le soin – 5,3 millions d'euros de chiffre d'affaires et 65 salariés –, est celle du «zappeur» (lire «Les quatre profils de PME innovantes» en page 34). L'entreprise innove en permanence, mais... ne dépose pas de brevet. « Dès qu'il y a un peu trop de concurrence ou qu'on commence à être copié sur un produit, on se sauve ! », confie son directeur Pascal Schoeb. Plutôt que de protéger coûte que coûte ses innovations, il préfère opter pour le transfert de technologies. Un accord gagnant-gagnant. « On abandonne à nos clients toutes nos découvertes, mais on s'y retrouve car on est assuré d'avoir la fabrication du produit derrière », indique le directeur, qui compte ainsi doubler son chiffre d'affaires dans cinq ans. ▀

dustrie pharmaceutique et médicale), elle a aussi mis en place un « comité 3D ». Acronyme pour les trois développements auxquels elle s'intéresse : social, économique et environnemental. L'innovation n'a pas de limite ▀

CAROLE LEMBEZAT