

**Nouvelle édition des TROPHÉES INPI dans le cadre de la COP21 :
12 ambassadeurs français de l'innovation environnementale nominés**



Depuis leur création en 1991, les TROPHEES INPI ont détecté et récompensé de nombreuses entreprises innovantes, reconnues aujourd'hui comme étant à l'avant-garde de l'inventivité française. Nuxe, Fermob, Devialet, Carmat, Kiss Kiss Bank Bank ou encore Mathieu Lustrerie, tous ont en commun d'avoir su transformer une idée, un projet, parfois un rêve, en succès de marché.

Cette année, l'INPI est partenaire fondateur du dispositif Solutions COP21 et s'engage au côté de la société civile, au Grand Palais. C'est dans ce cadre que se déroulera tout naturellement, le 7 décembre prochain, la 18^{ème} édition des TROPHEES INPI.

Un événement emblématique, à travers lequel l'INPI entend rappeler que, quel que soit le domaine, loin d'être un concept abstrait, **l'innovation est avant tout en chacun**. Et cela tout particulièrement dans le contexte d'enjeu planétaire de la COP21, où **l'initiative et l'engagement individuel sont bien plus qu'une option**.

Le jury, présidé par **Jean-Dominique Senard, Président de Michelin** met ainsi à l'honneur **9 ETI-PME et 3 centres de recherche qui ont su associer la problématique environnementale à une stratégie d'innovation exemplaire**. Des nominés qui agissent au service du bien collectif, démontrant ainsi que, bien protégée, l'innovation est source de croissance, forte et durable.

**Rendez-vous le 7 décembre au Grand Palais, lors de Solutions COP 21,
pour découvrir les 4 lauréats des Trophées INPI 2015**

CATÉGORIE DESIGN



CASTALIE // TRANSFORMER L'EAU DU ROBINET EN OBJET DESIGN ET ECOLOGIQUE

Thibault Lamarque, fondateur de Castalie est depuis toujours sensibilisé au développement durable. Il débute sa carrière chez Veolia environnement puis prend la direction financière d'Alter Eco. Mais c'est en 2010, au restaurant, qu'il a le déclic, après avoir bu une eau pétillante à un prix « aberrant ». Il prend ensuite conscience que le coût environnemental l'est tout autant.

En France, une bouteille d'eau consignée dans un restaurant est transportée sur 900 km en moyenne et 6 milliards de litres en bouteille sont consommés chaque année, dont à peine la moitié est recyclée !

Son idée ? Inventer un système pour purifier l'eau du réseau et produire, in situ, de l'eau pétillante à haut débit. Il peaufine son innovation jusqu'à créer un appareil à microfiltration ajustant, à la demande, la minéralité, la température et la finesse des bulles. Le design de la machine, comme celle des bouteilles lui ouvre les portes des restaurants mais aussi celles des grandes entreprises, tout aussi séduits par le caractère novateur, écologique et économique du produit. Une innovation d'usage « pour consommer mieux » comme aime à le rappeler l'éco-techno-designer-entrepreneur.

- 19 salariés
- 2 brevets / 9 marques françaises et communautaires / 4 dessins et modèles français
- Région Ile-de-France



GREENPRIZ // L'ALLIANCE DU DESIGN ET DE LA TECHNOLOGIE POUR MAITRISER LA CONSOMMATION D'ELECTRICITE

C'est en proposant des équipements informatiques à ses clients qu'Éric Sgarroni enrage du gâchis d'électricité dont il est témoin. Il décide de réagir - et d'agir- en créant GreenPriz en 2011. Il crée des modules électriques intelligents qu'il propose aux installateurs et aux intégrateurs. Un système qui permet le suivi, l'optimisation et l'économie des consommations d'électricité, par l'intermédiaire d'un logiciel relié à un boîtier électronique. Une solution éco-innovante qui permet de 25% à 47% d'économie en moyenne sur la consommation électrique.

« Innover c'est penser à côté » : Éric Sgarroni a fait sien cette formule d'Albert Einstein et adopte sans cesse le réflexe de différenciation. C'est ainsi qu'il décide de dépoussiérer la filière en faisant du Design le pilier de sa marque.

Après avoir démarré sur le marché espagnol et italien, l'entreprise souhaite conquérir d'autres pays européens et lance un nouveau produit. « GreenStick », des capteurs à coller sur les disjoncteurs pour évaluer la consommation de chaque usage.

- 7 salariés • CA 2014 : 93,12 K€
- 5 marques / 7 dessins et modèles communautaires / 2 brevets
- Région PACA



LE PRIEURE // QUAND L'INNOVATION IRRIGUE LE DESIGN VEGETAL

Chez les Lamé, on est agriculteurs-et innovateurs- de père en fils. C'est en puisant dans ses racines agricoles que l'entreprise familiale est devenue pionnière dans la production et la conception de systèmes de toiture végétalisée. Le Prieuré est ainsi le spécialiste de la végétalisation urbaine depuis 20 ans (toiture végétalisée, mur végétal et aménagement urbain paysager). Design végétal et innovation technologique s'irriguent l'un l'autre pour créer des solutions environnementales collectives et durables, esthétiques, tout en réconciliant l'homme et la nature en milieu urbain.

L'innovation est le terreau de l'entreprise. Elle a créé par exemple HYDROPACK, un procédé de végétalisation tout-en-un, breveté, qui a révolutionné le marché et plus récemment HYDROVENTIV, un système de toiture hydroactive connectée. Avec leur système de sous-bac intelligent, leur dimension connectée et pilotable, ces toits apportent une solution aux problèmes de débordement et d'imperméabilisation croissante des sols. Ils répondent également aux nouvelles exigences et attentes du marché : préservation de la biodiversité, isolation du bâtiment, dépollution intérieure et extérieure.

L'ambitieux PDG, Raphaël Lamé, avoue sa préférence pour les innovations de rupture et vient d'ouvrir une filiale aux Etats-Unis : « Un marché encore vierge avec tout à faire ».

- 35 salariés • CA 2014 : 6M€ / Part à l'export : 5%
- 12 brevets / 3 marques
- Région Centre

CATÉGORIE MARQUE



BLABLACAR // UNE MARQUE QUI FAIT PARLER

Frédéric Mazella étudie aux Etats-Unis lorsqu'il découvre le covoiturage. De retour en France en 2004, il crée le site covoiturage.fr. Renommé BlaBlacar en 2013. Un nom distinctif et créatif qui illustre avec pertinence le cœur du service sous son aspect le plus convivial : partager un trajet, c'est partager aussi un certain nombre de blabla. Les membres sont d'ailleurs invités à renseigner sur leur profil leur degré d'ouverture

au bavardage : « Bla », « blabla » ou « blablabla ».

Au-delà de cette valeur forte de partage, le service a une dimension économique, sociologique et écologique : moins de frais pour les covoiturés, moins d'émissions de CO2, plus d'économie d'énergie et plus de cohésion sociale, notamment sur les trajets domicile-travail.

L'expérience client, placée au cœur de la stratégie d'entreprise, explique le succès rapide de la marque : moteur de recherche par coordonnées GPS, système d'évaluation communautaire, modération texte et visuels par l'équipe du site, cartographie, réservation en ligne et application mobile sont quelques-uns des outils innovants déployés pour faciliter et démocratiser le service.

Pionnière de l'économie de partage, la Start up française est devenue le leader mondial du covoiturage avec 20 millions d'utilisateurs dans 19 pays, dont 10 millions de personnes transportées en 2015.

- 360 salariés
- 15 marques
- Région Ile-de-France



CANIBAL // CONVERTIR A L'ECO-GESTE PAR LE PLAISIR

La jeune pousse, créée par deux étudiantes de l'EM Lyon et rachetée en 2009 par Benoit Paget et Stéphane Marrapodi, tire son nom de la contraction de « canette » et « de mise en balle », technique de compactage. Un nom de marque mémorable et fort - associé à une identité visuelle design - qui véhicule aussi bien l'usage que la dimension ludique du concept : répondre aux enjeux environnementaux en encourageant chacun à recycler, de façon ludique plutôt que culpabilisante.

Cinq années de R&D et d'essais-erreurs ont été nécessaires pour proposer la première solution intelligente, globale, ludique et incitative pour collecter, trier et recycler trois types de déchets boisson. La dimension connectée des machines permet de récolter les data pertinentes et d'intervenir à distance,

en réalisant également des économies carbone. Enfin, si la dimension ludique repose sur une loterie qui récompense l'utilisateur, elle se retrouve aussi dans les messages de pédagogie délivrés par la borne, « un quasi media dédié à la RSE ».

Canibal est une jeune entreprise qui a déjà ingéré plus de 300 000 déchets via la centaine de collecteurs mise en place (200 sont en cours de fabrication). Nourrie de sa notoriété grandissante et de son image positive, la marque souhaite accroître son développement en France et l'étendre à l'international, notamment au Brésil, aux Etats-Unis et au Japon.

- 18 salariés ● CA (prévisions 2015) : 1500K€ / Part à l'export : 3%
- 4 marques / 1 brevet / 1 dessin et modèle
- Région Ile-de-France

NATURE ADDICTS // UN MIX MARKETING NATURELLEMENT INNOVANT

En 2008, le Gouvernement se lance dans la bataille contre l'obésité infantile et appelle les distributeurs à retirer les confiseries des caisses. Bertrand Jacobberger, Président de l'entreprise familiale SOLINEST, décide d'en faire une opportunité de diversification innovante. En 2009, il crée la société NATURE & INNOVATION et la marque N.A. NATURE ADDICTS ! : de nouveaux produits de snacking entièrement à base de fruits, majoritairement récoltés localement dans un rayon de 100km autour de l'usine de production, sans sucre ajouté ni conservateur.

La marque, qui, selon le PDG, répond « à des insights consommateurs forts », innove par la nature de ses produits mais aussi dans son mix marketing : un prix deux fois plus cher que celui des snackings classiques, un emplacement privilégié devant les caisses et des relations presses dynamiques. L'identité visuelle est aussi déterminante et le packaging, « premier media » de la marque comme le rappelle le PDG, a créé l'impact. Le succès de NA !, quasi immédiat en France, en Suisse, en Allemagne et en Slovénie, gagne aujourd'hui les Etats-Unis et la Corée.



- 449 salariés pour le groupe constitué avec SOLINEST ● CA 2014 : 5724 K€
- 40 marques
- Région Alsace

CATEGORIE BREVET



PAT // TRAIRES LES PLANTES POUR EN TIRER LE MEILLEUR

Comment extraire les molécules rares des racines des plantes sans avoir à endommager le végétal ? La start-up lorraine, Plant Advanced Technologies, a trouvé la réponse.

Un procédé unique au monde - et breveté - de traitement des plantes. Les plantes sont cultivées hors-sol, à l'air libre. Après avoir stimulé le végétal et l'avoir plongé dans différents bains solvants, un système d'exsudation par les racines, permet alors de récolter les précieuses biomolécules. La plante est intacte et pourra à nouveau être traitée, entre 3 et 8 fois par an. Une technique qui permet d'extraire de 50 à 100 fois plus de molécules.

Ces « pépites » négociées entre 100 et 2000 euros le gramme, sont principalement destinées aux industries agrochimiques, pharmaceutiques et cosmétiques. C'est le cas par exemple pour les dernières crèmes anti-âges de CHANEL ou encore de BASF qui, séduit par cette technologie inédite, a noué un partenariat avec la start-up pour développer, notamment, des biopesticides. Un deuxième brevet, « PAT Vendredi », consiste à faire sécréter des protéines thérapeutiques recombinantes à des plantes carnivores. Ces protéines sont utilisées en thérapie humaine avec par exemple l'insuline ou les sérums anti-Ebola.

Protection du végétal, nouvelles molécules, nouvelles applications, nouvelles combinaisons, le champ des possibles est conséquent. Et PAT entend bien le cultiver. Mondialement.

- 30 collaborateurs dont la moitié est en recherche • CA 2014 : 902 K€
- 8 marques / 3 brevets
- Région Lorraine



LACTIPS // RENDRE LE PLASTIQUE ECOLOGIQUE GRACE AU LAIT

Fondée par Marie-Hélène Gramatikoff, Fabrice Plasson et Frédéric Prochazka, la start-up lyonnaise s'est mobilisée pendant des années, avec curiosité et ténacité, sur son projet : fabriquer des matières plastiques à partir de la caséine, principale protéine du lait.

La technologie, brevetée, permet de transformer la caséine en granulés plastiques, biosourcés, biodégradables, hydrosolubles et... comestibles ! Cette transformation à basse température permet également d'ajouter d'autres composants comme des bactéricides ou des agents de saveurs pour créer des plastiques « intelligents ».

L'entreprise a ainsi déjà réalisé des filaments colorés pour impression 3D, des crayons d'aquarelle hydrosolubles ou encore un film phytosanitaire pour dosettes de lessive. Les applications sont multiples et visent à se substituer aux produits polluants existants. Les créateurs ambitionnent même de révolutionner le marché alimentaire avec des emballages comestibles, solubles dans l'eau ... et le lait.

LACTIPS compte réaliser un chiffre d'affaires de plusieurs dizaines de millions d'euros d'ici 2020 et embaucher à cet horizon une cinquantaine de collaborateurs.

- 6 collaborateurs
- 1 marque / 1 brevet
- Région Rhône-Alpes



FERMENTALG // REMPLACER L'OR NOIR PAR L'OR VERT

« Rééquilibrer le développement des activités de notre planète en intégrant les capacités et les qualités de la Nature. » Tel est le credo de cette start-up de Gironde, créée en 2009 par Pierre Calléja, alors ingénieur. L'entreprise développe une technologie de rupture permettant, grâce à l'exploitation des propriétés uniques des microalgues, de produire des molécules d'intérêt telles que des oméga 3, des

colorants, des antioxydants ou des hydrocarbures...

Les microalgues peuvent être cultivées hors terre et sont tellement productives qu'elles peuvent stocker jusqu'à 70% de leur poids en hydrocarbures. Une alternative naturelle et durable, par exemple, à la raréfaction annoncée du poisson sauvage et du pétrole.

De l'alimentation animale à la cosmétique, en passant par la nutrition, la santé, l'énergie, la chimie verte ou les biocarburants, le marché des applications est gigantesque pour Fermentalg, déjà leader européen du secteur et cotée sur Euronext.

- 60 collaborateurs • CA 2014 : 138 K€
- 36 marques / 26 familles de brevets (soit près d'une centaine)
- Région Aquitaine

CATEGORIE RECHERCHE



ESTIC : ECOLE SUPERIEURE D'INGENIEURS DES TRAVAUX DE LA CONSTRUCTION

Spécialisée dans le domaine de la construction, l'ESTIC cible ses travaux sur la conception de matériaux et éco-matériaux performants et respectueux de l'environnement. L'équipe a ainsi breveté un produit innovant : un éco-pavé drainant fabriqué à base de coquillages marins.

Près de 250 000 coquilles sont jetées chaque année par l'industrie agro-alimentaire. L'ESTIC a donc eu l'idée de valoriser ces déchets tout en économisant une ressource : une fois broyées et concassées, ces coquilles produisent des granulats qui remplacent parfaitement les cailloux. L'équipe de recherche a développé un autre avantage : ces pavés drainants permettent à l'eau de s'infiltrer et participent ainsi à la lutte contre les inondations.

L'ESTIC a suivi un parcours d'innovation particulièrement exemplaire : protection par enveloppe Soleau jusqu'au dépôt de brevet, puis recherche de partenariats, noués avec l'Université de Caen, les sociétés SLP, Granvilmer, Veolia et Point P, qui a fabriqué les pavés à échelle industrielle. La troisième phase vient de démarrer : des chantiers de construction, de parking principalement, sont en cours à Caen, Cherbourg, Cancale et St-Malo !

- 160 collaborateurs
- 1 brevet licencié à Saint-Gobain (Point P)
- Région Basse-Normandie



DEEP : DECHET EAU ENVIRONNEMENT POLLUTION

Le laboratoire de l'Institut National des Sciences Appliquées de Lyon fut l'un des premiers à s'être intéressé aux déchets, dès les années 70. Il concentre sa recherche sur les eaux et les hydrosystèmes urbains mais aussi sur les déchets

solides, les sédiments et les sols pollués.

DEEP est ainsi à l'origine de DSM-flux, un système breveté de qualification et de quantification des rejets urbains par temps de pluie. Il permet de mesurer en continu les débits, d'en réduire la vitesse, de quantifier la concentration en polluants et d'intercepter ces derniers.

Le laboratoire travaille également à la valorisation des déchets sous forme d'énergie en se concentrant sur les problèmes liés au Biogaz, produit par la fermentation des déchets. Leur brevet repose sur un système qui permet la détection du silicium et d'autres impuretés problématiques, souvent présentes dans le biogaz.

Deux avancées majeures pour ce laboratoire qui tient à ce que la recherche appliquée soit... applicable. Comme le souligne Pierre Buffière, le directeur adjoint du laboratoire, pour qui l'innovation « c'est l'art de transformer des résultats abstraits de recherche en produits concrets ».

- 55 collaborateurs
- 2 brevets et un troisième en préparation
- Région Rhône-Alpes



LABORATOIRE DES SCIENCES DU CLIMAT ET DE L'ENVIRONNEMENT

LSCE rassemble les expertises de pointe en modélisation du climat et en matière d'archives climatiques, océaniques, terrestres et glaciaires.

Le laboratoire centre principalement ses recherches sur les mécanismes de l'évolution du climat et l'environnement externe de la Terre. Il joue un rôle important dans le cadre du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), auquel participent beaucoup de ses chercheurs.

Chromatographes optimisés de laboratoire et de terrain pour l'analyse des composés organiques volatils (COV), spectromètres de masse pour la mesure rapide de COV et d'aérosols, compteur de particules miniatures, chambre de mesure d'émissions biogéniques, mesures bio-aérosols : l'équipe « chimie atmosphérique » innove en permanence en créant ou en adaptant les technologies aux besoins de la recherche.

Elle est à l'origine du dépôt de plusieurs brevets qui ont, pour certains, donné lieu à une exploitation industrielle. LSCE développe aussi des partenariats avec les industriels (Aerodyne, Leosphere, Environnement SA) afin de les aider à améliorer les performances de leurs instruments ou d'envisager des évolutions ou de nouveaux développements.

- 300 collaborateurs
- Plusieurs dépôts de brevets en chimie atmosphérique
- Région Ile-de-France

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  [@INPIFrance](https://twitter.com/INPIFrance) |  [INPI France](https://www.facebook.com/INPIFrance)

Contacts Wellcom :

Pierre Roy / Maguelonne Deschard

01 46 34 60 60

pr@wellcom.fr

mde@wellcom.fr

Contacts INPI :

Pascal Claude / pclaude@inpi.fr