

## Sécurité sanitaire

# Les medtech prêtes pour la reconstruction

*La crise actuelle peut être une opportunité de revaloriser l'industrie dans les territoires. Soutenues par les régions, les medtech veulent investir dans la sécurité sanitaire. Les intentions de relocalisation ne demandent qu'à se concrétiser avec un accompagnement adapté.*

Jérôme Empereur, président de SG Healthcaring : « Nous avons la chance de maîtriser tous les savoir-faire en France. »



la cosmétique, l'agroalimentaire, la logistique (stockage) ou encore le numérique, qui veulent miser sur la proximité dans la reconstruction à venir. La nouvelle dynamique issue de la crise rebat les cartes et amène à se positionner pour accompagner les transformations.

## Une industrie 100 % française

Les dirigeants de medtech affichent leur intention de privilégier les fournisseurs fabriquant dans l'Hexagone, comme par exemple Axess Vision Technology. Cette société tourangelle ambitionne de tripler les capacités de production de son endoscope bronchique stérile à usage unique, qui a fait ses preuves pendant l'épidémie de coronavirus pour désobstruer les voies respiratoires des patients intubés. Pour Emmanuel Hallauer, son directeur du développement, relocaliser les fournisseurs de composants dans la région contribue certes à

sécuriser les approvisionnements, mais aussi à réduire la facture CO<sub>2</sub>, accélérer la mise sur le marché des produits ou encore diminuer l'impact social. « Le "Made in France" permet de vivre un quotidien plus simple, et de donner du sens à son produit. »

Reste que les obstacles à la réindustrialisation sont nombreux. Selon Emmanuel Hallauer, la problématique est double : trouver des entreprises qui produisent les mêmes composants aux normes médicales ISO13485, mais également suppléer au manque de compétences, en particulier de techniciens et d'ingénieurs. Un troisième axe est d'assurer des débouchés aux futures ventes, par exemple par la préférence locale. Une mesure mise en avant par les politiques mais non tenue jusqu'ici. En outre, un plan d'automatisation est engagé sur les trois prochaines années pour se battre à armes égales avec le principal concurrent, une entreprise chinoise. Dans un esprit d'open innovation, la société envisage en outre de monter un cluster régional avec son homologue Vlad, fabricant de batteries pour les respirateurs Air Liquide, afin de fédérer fournisseurs et talents pour une industrie 100 % française.

## En attente de signaux forts

Une dynamique similaire est à l'œuvre en région Occitanie, dont la présidente, Carole Delga, a annoncé fin avril la création d'une SAS pour soutenir les entreprises qui investissent dans la lutte contre le Covid-19. Un premier round comprend des sociétés

Le 11 mai dernier, au premier jour du déconfinement, François Bonneau, président de la région Centre-Val de Loire, annonçait sa stratégie de relocalisation industrielle avec l'agence de développement économique Dev'up à la manœuvre. Un signal fort envoyé aux filières régionales, notamment la pharmacie,



Elise Tissier, directrice de Bpifrance Le Lab.

## Bpifrance Le Lab décrypte les tendances de demain

L'autonomie, la souveraineté ou la sécurité sanitaire figurent parmi les megatrends identifiés par Bpifrance Le Lab pour les trois à cinq ans à venir. « La santé fait partie des premiers secteurs qui vont relocaliser, estime Elise Tissier, sa directrice. La tendance sera liée à un mouvement de digitalisation, d'automatisation et de robotisation. Car ce qui a motivé le départ des usines est l'équation économique. » La France ne fera pas revenir toutes les usines sur son sol, mais il faut essayer d'attirer celles qui vont se bâtir autour des nouvelles technologies. L'accompagnement de Bpifrance va se poursuivre dans cette phase de reconstruction pour adapter le soutien de manière intelligente aux besoins en matière d'innovation, de financement et de conseil.

comme EasyCov, Paul Boyé Technologies, Adient ou encore le Groupe Solutio31, pour la production de masques et de tests salivaires. Parmi les PME prometteuses, la toulousaine Pylote se distingue avec sa technologie de protection naturelle antimicrobienne des surfaces, efficace contre les coronavirus et les bactéries résistantes. « Elle est particulièrement adaptée aux espaces de vie en général, comme les crèches, écoles, commerces, entreprises, administrations, salles blanches, hôpitaux ou encore Ehpad », indique son président Loïc Marchin qui, en novembre dernier, a fait partie de la délégation emmenée par Carole Delga au Japon, premier client de Pylote.

Animées par cette culture de l'innovation, les medtech comme Axess Vision Technology, Vlad et Pylote ont réussi le pari d'une localisation en France et d'un rayonnement international. Elles sont maintenant en attente de signaux forts pour engager des initiatives en termes de valorisation des savoir-faire français, d'expertises spécifiques, d'économie circulaire, de partenariats locaux, de circuits courts...

Dans la réorganisation des chaînes de valeur, la priorité est pour l'instant donnée à la production des équipements de protection individuelle. SGH Healthcaring, leader européen du dispositif médical, basé près de Grenoble, reçoit déjà de nombreuses

demandes d'évaluation de la part d'industriels pour relocaliser la production de tests et de diagnostics. « De grands donneurs d'ordre prennent le parti de resserrer leur panel de fournisseurs autour du lieu de fabrication », relève Jérôme Empereur, son président. Une stratégie qui va selon lui s'étaler sur les cinq prochaines années, compte tenu des délais de qualification et de validation propres à la pharmacie. Ce qui fera la différence dans cette stratégie de relocalisation relève plutôt de la gestion des coûts et des ambitions en matière de politique de santé publique. ■

Marion Baschet-Vernet

## Jean-François Gendron, président de French Healthcare et des CCI régionales des Pays de Loire :

« Le fabriqué en France est plus vigoureux que jamais »



### Que défend French Healthcare ?

● La marque French Healthcare a été lancée il y a trois ans par le ministère des Affaires étrangères pour valoriser le savoir-faire français en santé à l'export. Elle est portée par l'association French Healthcare et Business France au travers des pavillons français à l'international (Medica à Düsseldorf en novembre 2020, Arab Health en janvier 2021 à Dubaï). L'association, soutenue

dès le départ par le G5 Santé, rassemble près de 150 membres – entreprises de santé, centres hospitaliers et groupes de cliniques privées – pour mettre en avant le “Made in France”, faciliter les mises en relation dans le cadre d'appels d'offres et chasser en meute en santé. Quelques exemples de réalisations concrètes : des fiches techniques sur nos savoir-faire spécifiques (mobilité et ambulatoire, radiologie, traitement du diabète), une norme Afnor pour l'accueil de patients étrangers à l'hôpital ou le lancement d'un groupe de travail pour bâtir une offre internationale dans le traitement du cancer avec les centres de lutte contre le cancer (CLCC).

### Comment évoluent vos projets dans le cadre de la crise sanitaire ?

● En début de crise, nous avons établi une liste de 80 entreprises compétentes dans des activités autour du Covid-19 (traitement de l'air, des déchets, fourniture de matériel hospitalier...), mise à la disposition du ministère, pour répondre à des appels d'offres internationaux. Plus récemment, nous avons lancé un groupe de travail sur la souveraineté française pour rapatrier ou relocaliser certaines activités de production de santé sur le territoire. Nous avons déjà un groupe centré sur les infrastructures hospitalières, activement engagé à structurer une offre complète française pour l'hôpital. Cette approche s'inscrit

dans le cadre des récents investissements annoncés pour l'hôpital. Par ailleurs, il s'agit d'intégrer une préférence nationale dans la logique des appels d'offres européens, sous couvert de développement durable. Il s'agit en quelque sorte de dupliquer à la santé ce qui existe déjà dans le secteur de l'armement en matière de sécurité nationale et de privilégier la proximité dans le choix des fournisseurs. Enfin, nous développons avec Business France des pastilles vidéo “French Healthcare”. Une manière efficace et percutante de mettre en avant nos entreprises en moins d'une minute.

### Quels sont les enjeux pour demain ?

● Business France planche sur un plan de relance par filière à l'international, en s'appuyant sur la dynamique positive de nos entreprises. Les besoins d'aménagement des hôpitaux post-Covid-19 sont très forts. Et cela commence maintenant ! Les entreprises demandent à faire jouer la solidarité entre acteurs et plébiscitent la chasse en meute pour répondre aux projets collectifs. Le fabriqué en France est plus vigoureux que jamais. Nous devons anticiper dès maintenant les plans de relance européens et placer nos entreprises – tests de diagnostics, fourniture de matières premières...

### Un projet qui vous tient à cœur ?

● Le Green Deal européen offre de nouvelles opportunités de croissance pour le marché de la construction, de l'habitat et de l'aménagement urbain. L'hôpital du futur y a toute sa place. Nous devons repenser l'hôpital, la manière de soigner et de s'y déplacer dans une logique d'économie circulaire. Nous avons prévu de participer au Sommet Afrique-France sur les villes durables, qui devait rassembler début juin à Bordeaux plus d'une cinquantaine de pays. Nous avons en France des champions de la mobilité et de l'ambulatoire comme le carrossier mayennais Gruau, pour les ambulances et véhicules frigorifiques, ou Toutenkamion pour des remorques poids lourds sur mesure pouvant servir d'hôpital de campagne ou de salle radio mobile. Notre Samu français est aussi un bel exemple d'efficacité !