



TROPHÉES
inpi 2015

INNOVATEURS
PAR
NATURE

DOSSIER
DE PRESSE

REMISE NATIONALE DES
TROPHÉES INPI

7 DÉCEMBRE 2015
NEF DU GRAND PALAIS



REMISE NATIONALE DES
TROPHÉES INPI

7 DÉCEMBRE 2015
NEF DU GRAND PALAIS

DOSSIER DE PRESSE

- 1 – **« INNOVATEURS PAR NATURE » :**
L'INNOVATION EST UN LEVIER DE CROISSANCE
- 2 – **LAURÉAT CATÉGORIE DESIGN :** LE PRIEURÉ
- 3 – **LAURÉAT CATÉGORIE MARQUE :** BLABLACAR
- 4 – **LAURÉAT CATÉGORIE BREVET :** PLANT ADVANCED TECHNOLOGIES
- 5 – **LAURÉAT CATÉGORIE RECHERCHE :** DEEP
- 6 – PRÉSENTATION ET **CHIFFRES CLÉS** DE L'INPI
- 7 – L'INPI, OU **COMMENT TRANSFORMER L'INNOVATION EN VALEUR**
- 8 – **« PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE & DÉVELOPPEMENT DURABLE » ,**
LA NOUVELLE ÉTUDE DE L'INPI
- 9 – L'INPI SOUTIEN **LA CAMPAGNE CRÉATIVE FRANCE**

Contacts Wellcom :

Maguelonne Deschard
mde@wellcom.fr
Pierre Roy
pr@wellcom.fr
01 46 34 60 60

Contact INPI :

Pascal Claude
pclaude@inpi.fr

Pour suivre et commenter
la cérémonie sur les réseaux sociaux :

#TropheesINPI



L'INNOVATION EST UN LEVIER DE CROISSANCE

C'est dans le cadre de l'exposition Solutions COP21, dont l'INPI est partenaire fondateur, que s'est tenue le 7 décembre la remise nationale des Trophées INPI 2015, au Grand Palais. Dans l'esprit de l'exposition universelle qui s'était déroulée en cette même enceinte il y a plus d'un siècle, cette soirée célébrait l'inventivité et l'innovation française. Le jury de cette 18^e édition, présidé par Jean-Dominique Senard, Président de Michelin a ainsi distingué 4 acteurs économiques exemplaires dans leur capacité à combiner stratégie d'innovation et solutions environnementales.

Dans ce contexte de problématique planétaire, l'INPI a souhaité à travers cette nouvelle édition de ses Trophées, mettre en lumière l'importance de l'initiative individuelle et rappeler que quel que soit le domaine, c'est l'innovation présente en chacun de nous qui permet d'agir au service du bien collectif.

Face aux changements climatiques, l'engagement individuel, la capacité à réagir, à agir, à innover sont désormais bien plus qu'une option. C'est à chacun qu'il appartient de faire germer cette faculté, cette nécessaire « seconde nature ».

« TOUT CE QUI NE SE RENOUVELLE PAS, MEURT »

La nature elle-même nous inspire en ce sens, comme le rappelait Thierry Marx, Président des Trophées INPI 2014 : « Tout ce qui ne se renouvelle pas meurt, c'est la nature qui nous l'apprend ». Nous sommes donc tous, de façon potentielle ou avérée, par choix et par obligation, des « Innovateurs par nature » : tel est le thème de cette 18^e édition des Trophées INPI.

C'est aussi le point commun des 4 lauréats de cette année qui, tout en innovant, participent à l'amélioration de notre destin commun. Ils démontrent également combien ce type d'innovation, bien protégée, est un formidable gisement de croissance. Forte et durable.

Le Prieuré, lauréat de la catégorie Design, une entreprise familiale en passe de devenir un acteur majeur du marché de la végétalisation urbaine au niveau mondial.

BlaBlaCar, lauréat de la catégorie Marque, a réinventé le covoiturage dans sa forme la plus conviviale, à travers de nombreuses innovations d'usages pensées pour l'utilisateur.

Plant Advanced Technologies, lauréat de la catégorie Brevet, a trouvé grâce à son équipe de chercheurs un procédé unique au monde pour extraire les biomolécules de plantes déterminantes pour des traitements thérapeutiques majeurs.

Deep (Déchets, Eaux, Environnement, Pollutions), lauréat de la catégorie recherche, développe des solutions concrètes pour mesurer, réduire et valoriser les déchets, notamment les eaux polluées.

Depuis leur création en 1991, les TROPHÉES 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.



LE PRIEURÉ

QUAND L'INNOVATION IRRIGUE LE DESIGN VÉGÉTAL

Chez les Lamé, on est agriculteurs, et innovateurs, de père en fils. C'est en puisant dans ses racines agricoles que l'entreprise familiale se lance en 1992 dans la production et la conception de systèmes de toitures végétalisées, concept fraîchement débarqué d'Allemagne. Design végétal et innovation technologique s'irriguent l'un l'autre pour créer des solutions environnementales collectives, durables et esthétiques, tout en réconciliant l'homme et la nature en milieu urbain.

DIRIGEANT
RAPHAËL LAMÉ

35 SALARIÉS

6 M€ DE CA EN 2014

4 MARQUES
12 BREVETS

En 2005, deux ans après la mise en place de la norme HQE – Haute Qualité Environnementale - le marché français des toitures végétalisées, alors fluctuant, décolle brutalement et suit une croissance exponentielle pendant cinq années consécutives. Raphaël Lamé, dirigeant passionné d'innovation, décide d'investir et de perfectionner son offre. Il crée 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. Enfin, la dimension esthétique est de plus en plus valorisée. Le Prieuré a fait dessiner - sous forme de cactus - le capteur des

toitures et l'interface de gestion sur tablette. L'entreprise comptabilise aujourd'hui 12 brevets et 4 marques. L'ambitieux PDG a également ouvert une filiale aux États-Unis : « un marché encore vierge avec tout à faire ».

Raphaël Lamé est fier d'avoir fait de l'innovation le cœur battant de Le Prieuré : « C'est dans mes gènes, j'ai baigné dans la culture de l'innovation, j'ai toujours été attiré par ça ». Aujourd'hui, la part de son activité à l'export est de 5% et son objectif est de devenir un acteur majeur sur le marché de la végétalisation urbaine au niveau mondial.

« POUR UNE ENTREPRISE COMME LA NÔTRE, L'INNOVATION N'EST PAS QUELQUE CHOSE EN PLUS : C'EST INDISPENSABLE ! POUR RESTER INDÉPENDANT, IL FAUT POUVOIR PARLER D'ÉGAL À ÉGAL AVEC DES ENTREPRISES PLUS IMPORTANTES ET C'EST PAR L'INNOVATION QU'ON PEUT LE FAIRE »

RAPHAËL LAMÉ





REMISE NATIONALE DES
TROPHÉES INPI

LAURÉAT
MARQUE

BLABLACAR

UNE MARQUE QUI FAIT PARLER

DIRIGEANT
FRÉDÉRIC MAZZELLA
CRÉÉE EN 2006 À **PARIS**

360 SALARIÉS
15 MARQUES

20 MILLIONS
D'UTILISATEURS
DANS 19 PAYS

BlaBlaCar, la plateforme communautaire payante de covoiturage, créée par Frédéric Mazzella il y a une dizaine d'années, revendique aujourd'hui 20 millions de membres à travers 19 pays. Une success story qui ne s'est pas faite en un jour précise son Président fondateur : « Je ne pensais pas mettre autant de temps à développer mon idée, mais on ne change pas le monde en deux ans ! ».

Frédéric Mazzella étudie aux États-Unis lorsqu'il découvre le covoiturage, un nouveau mode de mise en relation payant qui supprime toute incertitude entre les conducteurs et passagers enclins à partager le même moyen de transport sur un trajet commun. De retour en France, il passera deux ans à « coder » le projet avant de créer en 2006 sa société Comuto et le site covoiturage.fr, qui deviendra BlaBlaCar sept ans plus tard. Un nom distinctif, attachant 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 blablas.

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.

« ON EST INNOVANT PAR NATURE, ET MÊME DANS L'ŒUF, PUISQUE CE QU'ON FAIT NE RESSEMBLE À RIEN D'AUTRE ! »

FRÉDÉRIC MAZZELLA

Pour Frédéric Mazzella, le tournant se situe en 2011 lorsque la réservation en ligne payante est lancée. Cet engagement réciproque entre conducteurs et passagers divise par dix le nombre de désistement qui était alors le problème n°1 du site. « On passait d'un système D peu fiable à un service de confiance » se remémore le créateur du site. BlaBlaCar est loin du modèle unilatéral voire paternaliste des grandes marques à l'ancienne : c'est une marque communautaire et de proximité qui vit et grandit par échanges permanents avec ses utilisateurs. Elle représente d'ailleurs l'une des plus grandes communautés de consommation collaborative au monde. Son fondateur aime à dire que les membres viennent pour faire des économies... et restent pour la convivialité !

Pionnière de l'économie de partage, la start-up française est devenue le leader mondial du covoiturage avec 10 millions de personnes transportées en 2015. Une croissance exponentielle pour une entreprise qui ne cesse, par ailleurs, de battre des records de levée de fonds : la dernière en 2015 s'élève à 200 millions de dollars !



INNOVATEURS
PAR
NATURE





REMISE NATIONALE DES
TROPHÉES INPI

LAURÉAT
BREVET

PAT

PLANT ADVANCED TECHNOLOGIES

EXTRAIRE LE MEILLEUR DES PLANTES

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. Elle a été créée en 2005 par Jean-Paul Fèvre et deux chercheurs associés qui sont à l'origine du brevet « Plantes à traire ». Le PDG précise d'ailleurs que la création de la société et son développement doivent beaucoup à ce brevet exploité sous licence exclusive mondiale : « Le savoir-faire ne suffit pas. Un brevet est un gage de sérieux. Ça nous crédibilise vis-à-vis des clients. Nous avons pu créer PAT grâce à lui ». L'entreprise lorraine a depuis développé une deuxième technologie brevetée : « PAT Vendredi ». Les deux révolutionnent chacune à leur manière la façon d'extraire le meilleur des plantes sans les détruire.

FONDATEUR
JEAN-PAUL FÈVRE

CRÉÉE EN 2005 À NANCY

30 COLLABORATEURS
DONT LA MOITIÉ
EST EN RECHERCHE

902 K€ DE CA EN 2014

8 MARQUES
3 BREVETS

De manière générale, 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

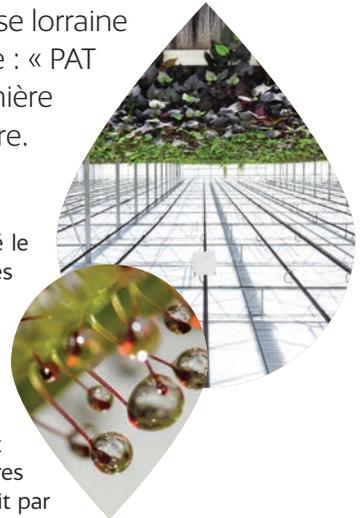
pourra à nouveau être traitée, entre 3 et 8 fois par an. Une technique qui permet d'extraire de 50 à 100 fois plus de molécules. Ces « pépites » négociées entre 100 et 2 000 euros le gramme, sont principalement destinées aux industries agrochimiques, pharmaceutiques et cosmétiques. C'est le cas par exemple 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. Le second brevet développé, « PAT Vendredi », consiste à faire sécréter des protéines thérapeutiques recombinantes à des plantes carnivores qui ont prouvé, par exemple, leur efficacité dans un vaccin anti-Ebola.

« NOUS CROYONS DANS
LE PROGRÈS ET LA SCIENCE.
L'AVENIR DE L'HUMANITÉ
PASSE PAR LE PORTAGE
DE TECHNOLOGIES POUR
L'AMÉLIORER, ET NON PAS
PAR LE FAIT DE REVENIR
5000 ANS EN ARRIÈRE ! »

JEAN-PAUL FÈVRE

Le problème des protéines recombinantes qui existent aujourd'hui sur le marché, c'est qu'elles sont non seulement rares et extrêmement chères (entre 1 et 10 millions d'euros le gramme) mais aussi produites en général à partir de cellules bactériennes ou animales génétiquement modifiées, ce qui crée un risque sanitaire. Produire des protéines thérapeutiques végétales annule donc ce risque sanitaire tout en réduisant le coût de revient, notamment grâce aux techniques innovantes d'extraction développées par P.A.T.

Jean-Paul Fèvre est on ne peut plus enthousiaste quant à sa conception de l'innovation : « C'est le processus même de la vie ! Il faut être différent et sans cesse s'améliorer. Du point de vue de l'entreprise, ça veut dire créer des ruptures et conquérir de nouveaux territoires et de nouveaux marchés ».



INNOVATEURS
PAR
NATURE



TROPHÉES
inpi 2015

REMISE NATIONALE DES
TROPHÉES INPI

LAURÉAT
RECHERCHE

DEEP

DÉCHETS EAUX ENVIRONNEMENT POLLUTIONS

LA SCIENCE AU SERVICE DE L'ENVIRONNEMENT

DIRECTEUR ADJOINT
PIERRE BUFFIÈRE

SITUÉ À **VILLEURBANNE**
(RÉGION RHÔNE-ALPES)

55 COLLABORATEURS
2 BREVETS
ET UN TROISIÈME
EN PRÉPARATION

DEEP (Déchets, Eaux, Environnement, Pollutions) est un laboratoire de l'Institut National des Sciences Appliquées de Lyon et l'un des premiers à s'être intéressé aux déchets dans les années 1970. Avec deux principaux domaines d'application portant sur les eaux et hydrosystèmes urbains ainsi que sur les déchets solides, sédiments et sols pollués, il est à l'origine de deux avancées majeures brevetées dans ces deux secteurs environnementaux.

En cas de forte pluie en ville, les capacités des stations d'épuration ne permettent pas toujours de traiter l'ensemble des eaux usées et des eaux pluviales. Les déversoirs d'orage servent alors à en dévier une partie vers les milieux aquatiques afin d'éviter l'encombrement des conduites d'eau et les inondations. Or, ces rejets d'eaux polluées sont en partie responsables de la dégradation des milieux aquatiques. Avec son dispositif de surveillance et de maîtrise des flux déversés (DSM-flux), DEEP propose un système breveté de qualification et 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 dispositif a été validé au laboratoire, une première application en taille réelle est en cours de construction à Lyon et des contacts ont déjà été établis au niveau international.



Le laboratoire travaille à la production de biogaz à partir de déchets. Il s'est aussi spécialisé dans la détection du silicium qui est la source d'impuretés présentes dans le biogaz, source d'altération des moteurs. Leur brevet repose sur un système qui permet la détection du silicium et d'autres impuretés problématiques, souvent présentes dans le biogaz.

« NOTRE LABORATOIRE S'ATTACHE À COUVRIR L'ENSEMBLE DE LA CHAÎNE DE L'INNOVATION : DEPUIS LA CONNAISSANCE SCIENTIFIQUE JUSQU'À L'APPLICATION DES RÉSULTATS DE NOTRE RECHERCHE. »

PIERRE BUFFIÈRE



Le laboratoire DEEP attache une grande importance 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 ».

INNOVATEURS
PAR
NATURE





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



CHIFFRES
CLÉS 2015

22

implantations
régionales

8

zones stratégiques
à l'international

Plus de 1000

enseignants formés
chaque année

16 533

demandes de brevets

87 450

marques déposées

63 249

dessins et modèles

41 525

enveloppes Soleau
vendues

Au-delà de son action d'enregistrement et de délivrance des brevets, marques, dessins et modèles, l'Institut agit en faveur du développement économique par ses actions de sensibilisation et de valorisation de l'innovation. Il accompagne ainsi quotidiennement les entreprises dans la création, le développement et l'optimisation de leur stratégie d'innovation, à travers différents modules de formation, de nombreux programmes, produits et services dédiés.

Au-delà des études statistiques, des documentations juridiques et techniques mises à disposition des innovateurs, l'INPI a référencé sur le site gouvernemental data.gouv.fr les données relatives à 4,2 millions de titres produites par l'INPI ainsi que des statistiques issues de ses études. Ces données brutes sont disponibles, en format ouvert pour une réutilisation gratuite, permettant ainsi à des tiers de créer des services à forte valeur ajoutée. 11,2 millions de données étaient déjà disponibles en accès libre sur inpi.fr depuis 2009.

Enfin, l'Institut 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.



www.inpi.fr



@INPIFrance



INPI France



15, rue des Minimes
92677 Courbevoie Cedex





TRANSFORMER L'INNOVATION EN VALEUR ET AGIR POUR LE MONDE DE DEMAIN

A travers ses missions de protection et de valorisation de l'innovation, l'INPI contribue activement à la création d'un écosystème attractif et favorable au développement des technologies et participe ainsi aux objectifs de performance économique et compétitivité des entreprises françaises.

L'INPI, en tant qu'opérateur public, agit au service des entreprises et de la France. En tant qu'office de propriété industrielle de premier plan à l'échelle mondiale, l'INPI constitue un observatoire privilégié pour identifier les solutions innovantes, suivre les créations et les transferts de technologie. La propriété industrielle est un formidable catalyseur pour faire

émerger ces solutions, et permettre leur diffusion durablement, notamment en direction des pays émergents.

◆ UNE VALEUR ÉCONOMIQUE

Un brevet permet + de 30 % d'augmentation du CA en moyenne sur 3 ans et une progression de la capacité d'autofinancement d'environ 40 %.

Une stratégie d'innovation efficace, c'est gagner en parts de marché, prendre un avantage décisif sur la concurrence et se positionner en leader.

Au niveau national, l'innovation joue un rôle moteur dans la croissance et sa protection est un levier économique : avantage concurrentiel de la France à l'international, création de flux économiques, attraction des investisseurs, valorisation de la Recherche, relance de l'exportation, création d'emplois...

◆ UNE VALEUR PATRIMONIALE

À travers son portefeuille de titres, l'entreprise enrichit son capital immatériel et dispose de sources de revenus tangibles.

Collectivement, tous les titres déposés à l'INPI sont autant de « trésors » qui font partie de notre patrimoine national et appartiennent à chacun.

◆ UNE VALEUR CULTURELLE

L'innovation appelle l'innovation : c'est une dynamique interne qui encourage la créativité, la transversalité, qui régénère la culture d'entreprise et crée de la fierté d'appartenance.

Par leurs parcours, leur audace, leur succès, nos innovateurs rappellent à tous que l'innovation est partout... et potentiellement en chacun.

◆ UNE VALEUR D'IMAGE

Optimiser ses innovations, c'est décupler sa crédibilité auprès de ses concurrents, de ses clients et de ses partenaires, notamment financiers ...

Chaque titre déposé est un gage de dynamisme et de crédibilité de nos entreprises. Tous nos innovateurs, dans des secteurs extrêmement variés, renforcent et valorisent au quotidien la « marque » France et œuvrent pour la reconnaissance de la créativité de notre pays et la richesse de notre innovation « à la française ».

A l'heure où la mondialisation renforce les interdépendances et les clivages géopolitiques, l'INPI en tant que facilitateur et catalyseur de l'innovation est un maillon clé dans la chaîne de création de valeurs en faveur du climat, pour l'économie et la société.

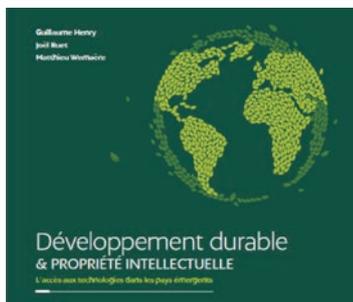
Pour agir contre le réchauffement c'est la capacité de chacun à avoir des idées, à créer, à innover qui sera déterminante. Comment protéger ce capital immatériel si précieux et le pérenniser ? C'est la raison d'être de l'INPI, qui accompagne et soutient les entreprises et les innovateurs pour qu'ils transforment leurs projets en objets de marché, leurs innovations en valeurs.



L'INPI PUBLIE SA NOUVELLE ÉTUDE : « DÉVELOPPEMENT DURABLE & PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE »

POUR UN DIALOGUE ENTRE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

La propriété intellectuelle et le développement durable sont deux mondes qui s'ignorent souvent ou se croisent avec méfiance. Le monde du développement durable et de l'accès aux technologies propres pour les pays en développement peut pourtant utiliser de manière très efficace les brevets et les marques pour optimiser, voire permettre, les transferts de technologies. Les acteurs de la propriété



intellectuelle trouvent dans le domaine des technologies propres un laboratoire d'idées innovantes (création de marchés de technologies, amélioration de l'information) susceptibles de servir de modèles à tous les domaines de l'innovation. Par cette nouvelle étude, l'INPI démontre qu'un dialogue fructueux est non seulement possible mais indispensable. Les auteurs ont ponctué l'ouvrage de nombreux cas pratiques éclairants qui illustrent et démontrent la nécessité de ce dialogue.

BREVETS ET MARQUES FACILITENT LES TRANSFERTS DE TECHNOLOGIE ENTRE LES PAYS

La propriété intellectuelle n'a jamais eu autant d'utilité sur le plan international, pour accéder à de nouveaux services et faire face aux changements climatiques notamment, dans les pays en développement pour lesquels il importe de déployer à grande échelle les solutions technologiques.

Cette nouvelle étude de l'INPI, partenaire fondateur de Solutions COP21, n'a d'autre finalité que de contribuer au débat international et d'aider à la prise de décisions.

Elle réfute ainsi l'argument trop rapide selon lequel la propriété intellectuelle serait un frein aux transferts de technologies et démontre, au contraire le foisonnement des nouvelles pratiques, en suggérant deux grandes opportunités :

**Pour télécharger l'étude complète,
[cliquez ici](#), ou RDV sur Inpi.fr**

◆ **Pour des États et territoires** « récepteurs » des technologies et des savoir-faire, il s'agirait de mettre en œuvre une stratégie de long terme d'attraction et de « branchement » aux réseaux d'innovation en étant en phase avec la diversité des outils de la propriété industrielle. La technologie peut ainsi « faire greffe » sur ces territoires.

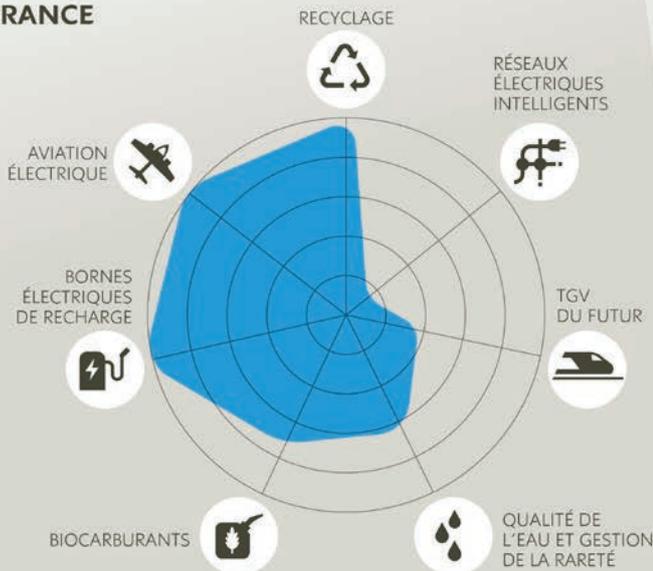
◆ **Pour les diffuseurs** et plus généralement les praticiens de la propriété industrielle, il s'agirait de se saisir du domaine du développement durable comme d'une occasion de renouvellement des pratiques.



INNOVATION VERTE : LES POINTS FORTS DE LA FRANCE

PART DE BREVETS DÉPOSÉS DANS DIFFÉRENTES TECHNOLOGIES
AU REGARD DU TOTAL NATIONAL DES DÉPÔTS*

FRANCE



ALLEMAGNE



ÉTATS-UNIS



CHINE



JAPON



* La note maximale sur chaque axe correspond à la nation qui a la part la plus importante dans chacun des domaines
Source : INPI

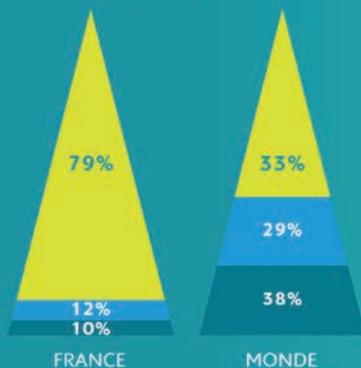
LES SPÉCIFICITÉS DE L'INNOVATION VERTE À LA FRANÇAISE

COMPARAISON DE LA PART DES BREVETS DÉPOSÉS DANS CHAQUE DOMAINE TECHNOLOGIQUE,
EN FRANCE ET DANS LE MONDE ENTRE 2000 ET 2014

TGV DU FUTUR



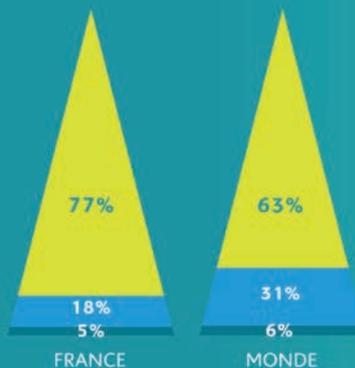
- ▲ VÉHICULE FERROVIAIRE
- ▲ TÉLÉCOMMUNICATIONS
- ▲ GÉNIE CIVIL



AVIATION ÉLECTRIQUE



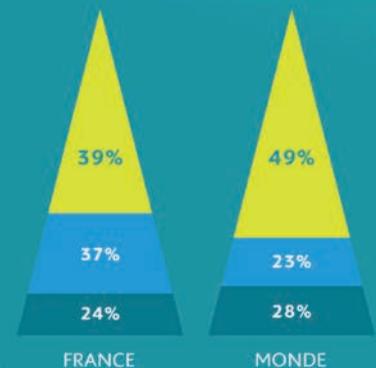
- ▲ PROPULSION
- ▲ STRUCTURE
- ▲ EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE



RECYCLAGE

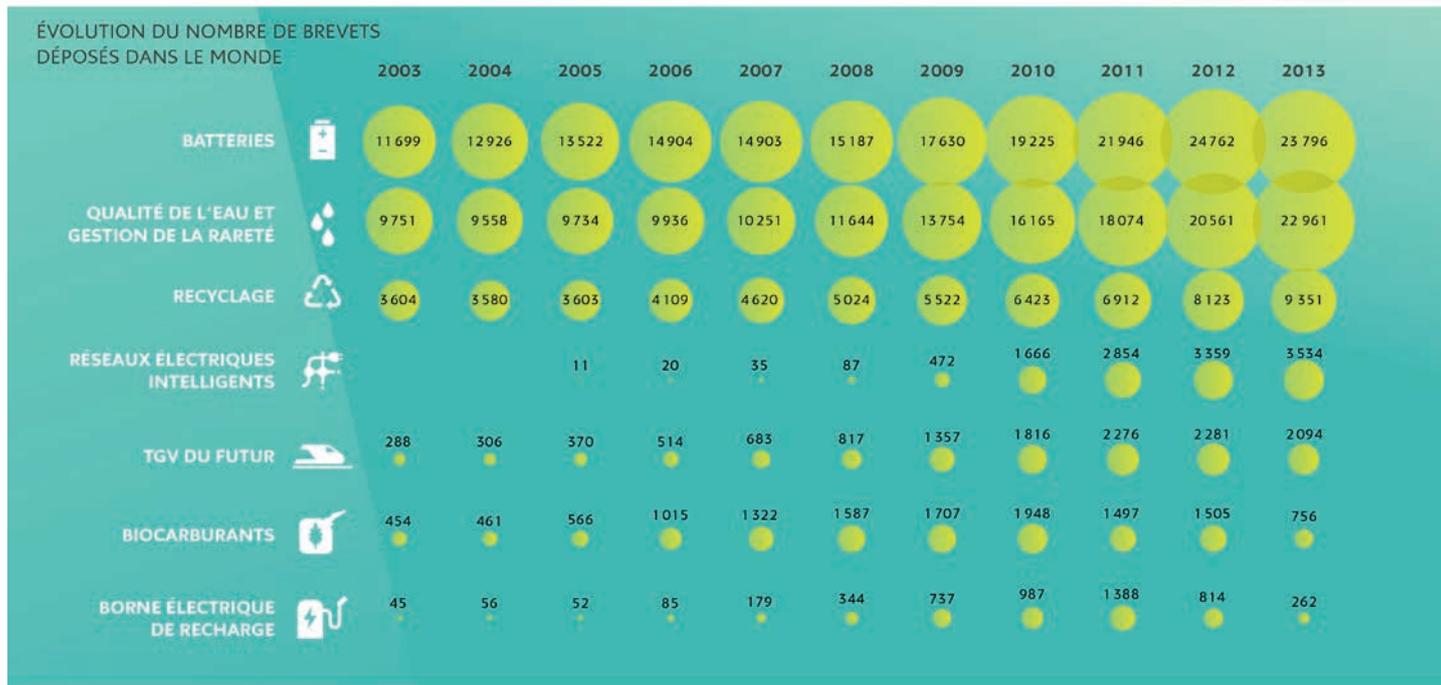


- ▲ MATÉRIAUX VERTS
- ▲ TRI
- ▲ TRAITEMENT





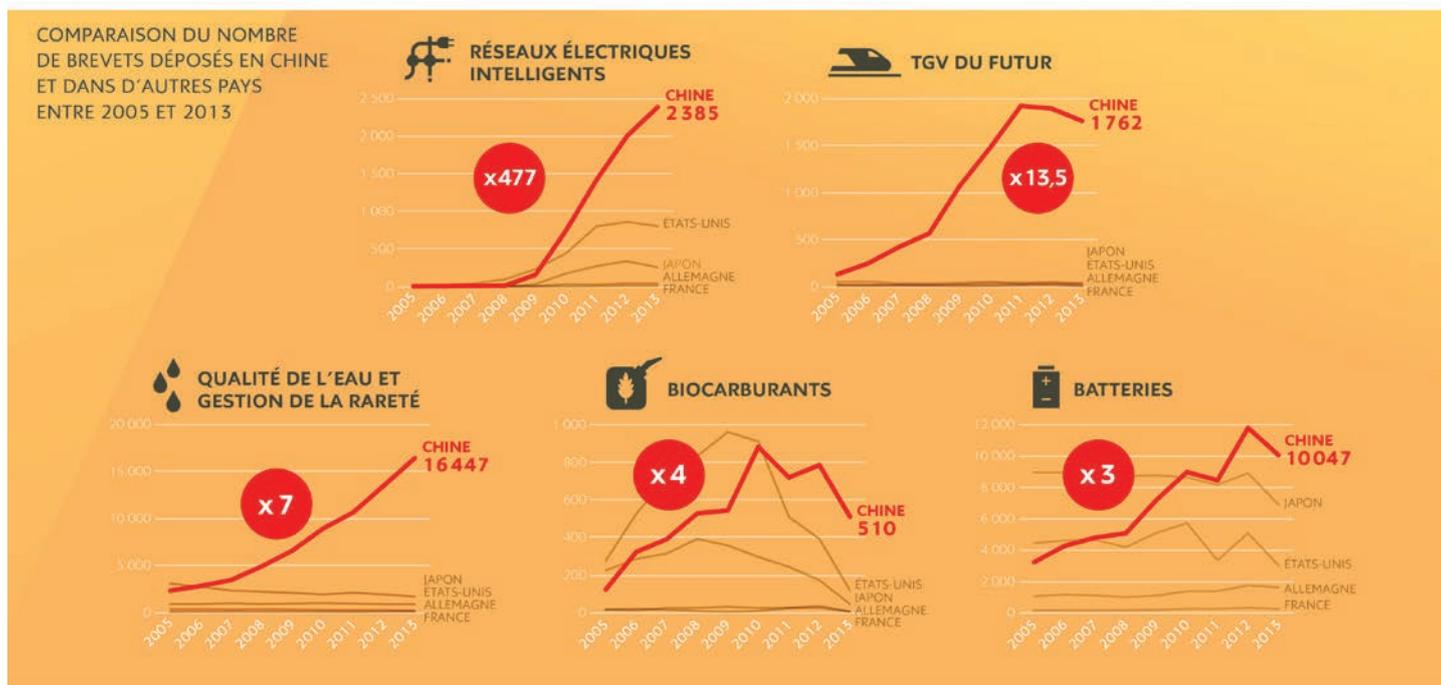
MONDE : L'ACCÉLÉRATION DE L'INNOVATION DANS LES TECHNOLOGIES VERTES



Source : INPI



CHINE : ENVOLÉE DES DÉPÔTS DE BREVETS, NOTAMMENT DANS LES TECHNOLOGIES VERTES



Source : INPI



L'INPI SOUTIENT LA CAMPAGNE INTERNATIONALE CRÉATIVE FRANCE

Business France, agence au service de l'internationalisation de l'économie française, a lancé au mois d'octobre 2015 sa première campagne mondiale pour renforcer l'attractivité et l'image économiques de la France : Créative France. Parce que la créativité et l'innovation, sont au cœur de l'écosystème et de l'identité française, L'INPI soutient cette campagne de promotion itinérante de 18 mois pour bousculer les a priori dans 10 pays prioritaires.



Audace, créativité, inventivité, innovation, tels sont les 4 maîtres-mots de la campagne internationale Créative France, que Manuel Valls, accompagné d'Emmanuel Macron, a officiellement lancé depuis Tokyo le 5 octobre. « Créative France, c'est la France en mouvement, c'est la France qui s'assume ! »,

a déclaré le Premier ministre. « C'est une campagne d'optimisme pour promouvoir la France, pour dire son dynamisme, pour valoriser ses talents, ses entreprises, ses start-up, ses ingénieurs, ses inventeurs. »

AUDACE, CRÉATIVITÉ, INNOVATION : FIERS DE L'EXCELLENCE ÉCONOMIQUE DE LA CRÉATIVE FRANCE

Plus qu'une simple campagne de communication, Créative France se veut un véritable « label pays ». Il s'agit pour la France de bousculer les a priori, de valoriser son image économique par des faits et des résultats, et de démontrer que notre pays est profondément moderne, créatif, résolument ouvert sur le monde et qu'il est, en toute objectivité, une destination privilégiée pour tous ceux qui veulent développer leurs activités en Europe.

La promotion de l'image économique de la France se fera durant 18 mois à travers le monde, par des images, des chiffres, des faits, des success stories et des témoignages, mis en avant sur la **plateforme digitale dédiée à la campagne**. Ainsi, des égéries françaises, reconnues mondialement, incarneront la créativité et le savoir-faire français mais aussi la capacité à dessiner un monde nouveau, à dynamiser des écosystèmes, et à créer de l'emploi en France : Cédric Villani, Thierry Marx, Héléne Darroze, Philippe Starck... Des projets innovants seront également mis à l'honneur : l'Ecole 42, e-fan, le Rosa de Medtech...



LA CRÉATIVITÉ FRANÇAISE, LEVIER DE CROISSANCE ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Plateforme digitale Créative France :
creative.businessfrance.fr

Dossier de presse digital :
epresspack.net/creative-france

Suivre Créative France sur Twitter :
[#CreativeFrance](https://twitter.com/CreativeFrance)