

**Laboratoire.** À l'heure de son 20<sup>ème</sup> anniversaire, l'Institut Jacques Boy, spécialisé dans la biologie cellulaire et humaine, accompagne son déménagement sur le pôle Farman à Reims, d'un vaste programme de modernisation visant à maîtriser son processus de production de A à Z.

## L'Institut de Biotechnologies Jacques Boy se donne les moyens d'une autonomie accrue

A voir vingt ans n'est jamais un anniversaire anodin, en particulier pour l'Institut Jacques Boy, installé à Reims et spécialisé dans la fabrication de réactifs de diagnostics in vitro destinés à l'immunohématologie. Après un déménagement et un doublement de sa surface, c'est l'âge des grands investissements. Un ambitieux projet mobilise actuellement l'Institut: le développement sur place des anticorps monoclonaux, à partir desquels ce laboratoire rémois, conçoit ses principes actifs.

Vingt ans dans l'industrie pharmaceutique, c'est un âge d'autant moins anodin que c'est la période à l'issue de laquelle un brevet tombe dans le domaine public. Cette échéance ne concerne pour l'heure aucun des produits fabriqués par l'Institut Jacques Boy, en revanche, elle est bien réelle pour son partenaire principal, Diamed. Ce groupe pharmaceutique suisse tire en effet une partie de sa puissance de « gel-test », un produit lancé sur le marché en 1988, qui fait de lui le leader mondial des techniques de détermination des groupes sanguins. Entrée dans le capital de l'Institut Jacques Boy en 1998 à hauteur de 80 %, Diamed lui a apporté toute sa force de frappe commerciale, en devenant son distributeur exclusif sur la

France, par le biais de Diamed-France. Depuis deux ans, Diamed a cédé sa place d'actionnaire principal à un tour de table d'actionnaires privés, mais on retrouve parmi eux une majorité de collaborateurs de Diamed.

En tout état de cause et quoi que lui réserve l'avenir, le docteur Marc Menu, Pdg de l'Institut est bien décidé à prendre les devants, en donnant à son entreprise les moyens d'un ambitieux développement, sous-tendu par une volonté d'autonomie, appliquée à ses processus de fabrication. « Sur le plan stratégique, il y a des choses qui sont en train de s'affiner », commente prudemment le docteur Menu, qui précise être sur ce point « assez en phase avec les personnes de chez Diamed ».

### MAÎTRISER L'ESSENTIEL

Le déménagement des 850 m<sup>2</sup> de l'ancien site de l'Institut, au CHU Maison-Blanche, vers les 1 700 m<sup>2</sup> du pôle Farman a constitué une première étape décisive. Dans leurs nouveaux locaux, les chercheurs bénéficient de surcroît de nouveaux matériels, dans lesquels l'entreprise a engagé « entre 600 000 et 750 000 euros », selon son Pdg. Sur cette somme, 450 000 euros ont été consacrés à une machine d'étiquetage et de conditionnement des réactifs, qui entre en action ces jours-



Marc Menu, Pdg de l'Institut Jacques Boy, présente l'un de ses derniers produits, le contrôle de qualité interne pour groupages sanguins, présent sur 60 % du marché national.

ci. Elle est cruciale pour cette entreprise, dont les produits ont une durée de vie courte et qui doit être très réactive vis-à-vis de ses clients.

Tout comme il y a un an et demi avec la décision de fabriquer sur place les notices, ou avec le lancement progressif d'un service d'instrumentation, il s'agit de gagner en autonomie. « On évite de sous-traiter des choses

déterminantes pour la qualité du produit et des services. L'idée, c'est d'être autonome et de remonter autant que faire se peut en amont », avance le docteur Menu, qui compte aussi sur la fierté de son personnel à voir sortir du site de vrais « produits maisons ».

Dans le même ordre d'idée, l'Institut Jacques Boy programme pour début 2006 l'ouverture d'un service

consacré à la fabrication de ses propres lymphocytes, des clones cellulaires qui servent de base aux principes actifs de ses produits. Pour l'instant, 20 % de ces produits viennent de l'étranger.

### PARTENAIRES ÉTRANGERS

Pour cette raison, mais surtout dans le souci de garder une longueur d'avance, le docteur Marc Menu s'efforce de renouveler les partenariats multiples de l'Institut. C'est ce qui l'a récemment poussé à échanger avec le Commissariat à l'énergie atomique, au sujet des nanotechnologies, dont il ne doute pas qu'elles fourniront des applications passionnantes dans son domaine.

L'étranger, c'est aussi une clientèle en plein essor, qui représente actuellement plus de 10 % des ventes de l'Institut; l'Amérique latine, vers laquelle des démarches sont en cours, mais surtout l'Afrique, grâce à un intermédiaire offrant de sérieuses garanties de paiement et de livraison.

Bien sûr on est loin des garanties offertes sur le marché français par Diamed France, mais n'a-t-on pas coutume de dire que l'avenir appartient aux audacieux?

GUILLAUME TRÉCAN