

Spécialiste de l'ophtalmologie sans conservateur, Horus Pharma accélère sur la R&D et se positionne (aussi) sur la cosmétique

Né en 2003, le laboratoire installé à Saint-Laurent du Var, près de Nice, développe des produits sans conservateur à destination de l'ophtalmologie, apportant plus précisément des solutions qui ciblent la santé de l'œil et des paupières via des médicaments, des dispositifs médicaux ainsi que des compléments alimentaires. Si la recherche et le développement est majeure dans le développement du laboratoire indépendant, elle sert aussi la diversification puisque deux premiers produits cosmétiques arrivent sur le marché. Ce qui n'empêche pas Horus Pharma de vouloir aller encore plus vite dans son positionnement européen.

L'innovation en matière pharmaceutique est primordiale et elle ouvre le champ des possibles dès lors que les brevets développés et déposés viennent rencontrer et répondre à un besoin du marché pas forcément identifié ou dans le scope stratégique. D'autant si on y ajoute la dimension prolongement de l'espérance de vie, qui rend la réponse à certaines maladies ou pathologies encore plus nécessaire.

Depuis sa création en 2003, près de Nice, le laboratoire co-fondée par Martine et Claude Claret s'intéresse à la santé de l'œil et de la paupière en développant des médicaments, des dispositifs médicaux mais aussi des compléments alimentaires. Une approche somme toute globale qui a crû au fil du temps voyant le développement de la gamme Regard (en contactologie) ou Ilast (pour les paupières) notamment.

Accélérer le positionnement européen

Un positionnement qui a permis au laboratoire d'atteindre un chiffre d'affaires de 85 millions d'euros en 2022, employant 203 salariés.

Un laboratoire qui « veut aller plus vite » sur ses implantations en Europe. Déjà présent en Espagne, en Belgique ou aux Pays-Bas, ce sont les pays nordiques qui focalisent son intérêt, puisque « nous venons de démarrer la commercialisation », indique Claude Claret. Le directeur général de l'entreprise qui confie l'objectif d'un rythme de déploiement de deux filiales par an. Et cela, évidemment pour coller au marché, « 98% de celui-ci se situant en dehors de la France ». Une volonté d'internationalisation plus forte qui est « une absolue nécessité » ce qui doit aussi passer par « un changement de mindset de la part de l'entreprise ».

Le secteur pharmaceutique exige un « temps de latence, nous sommes dans une industrie de temps long », explique encore Claude Claret. D'où le besoin d'aller vite. Et où la question de la taille critique est essentielle. C'est d'ailleurs un des axes de la feuille de route qui trace un taux de croissance de 15% à 20% par an, avec en ligne de mire le doublement du chiffre d'affaires dans les 3 ans. Des ambitions fermes qui sont, pour le directeur général du laboratoire,

essentielles afin d'atteindre une taille critique qui permette de demeurer un acteur principal du marché. Des ambitions qui reposent aussi sur l'embauche, une vingtaine de recrutements par an étant prévus pour les prochaines années.

Pour donner corps aux ambitions chiffrées, la partie chirurgie qui représente 20% du chiffre d'affaires, devrait progresser afin de disposer « d'une offre large vis-à-vis des praticiens », notamment en termes de suivi du patient.

« La stratégie générale est d'investir toutes les possibilités pour les médecins et les patients », explique encore Claude Claret.

Le sujet de la rétine, par exemple, constitue un axe de développement, « c'est un sujet de licence et de R&D ». Celui de la cornée, pour lequel Horus Pharma a développé des membranes amniotiques pour cicatriser, s'inscrit dans l'objectif d'une médecine personnalisée.

La cosmétique, une « opportunité » maîtrisée

La R&D, c'est elle qui permet aussi à Horus Pharma de faire le choix de la diversification vers le segment cosmétique. Une opportunité qui s'appuie sur les brevets du laboratoire et qui vient répondre à un besoin de marché de produits sains, sans conservateur et efficaces. C'est en développant des collyres sans conservateur dont l'usage a été détourné par les médecins eux-mêmes, que le chemin de la cosmétique s'est révélé. Ainsi, deux premiers produits vont être commercialisés, un sérum et un contour des yeux, avant de voir cette nouvelle gamme s'étendre si le retour marché est convaincant. Pour l'heure, cette nouvelle marque sera distribuée via le digital. « Elle va être présentée aux ophtalmologistes », précise Claude Claret, avant de développer la cible BtoC via des distributeurs cosmétiques.

Pilier de la stratégie de Horus Pharma, le pôle R&D et plus largement le pôle innovation emploie 25 personnes et bénéficie d'une enveloppe d'investissements par an équivalente à 10% du chiffre d'affaires. « Nous entrons depuis un an dans le domaine du glaucome. Six produits de la gamme arrivent. C'est le marché le plus important pour les formes collyres, en multi et uni doses. Nous avons beaucoup de produits à lancer mais les autorisations de mise sur le marché sont difficiles à gérer ».

Eco-responsabilité, du contenant à l'urbanisme

Et parce que, lorsqu'on milite pour le sans conservateur depuis plus de vingt ans, on ne peut pas ne pas être insensible à la cause environnementale, le laboratoire travaille sur son éco responsabilité. D'où le rapprochement avec Plastic Bank, qui recycle pour le compte du laboratoire en Inde, en Indonésie et en Egypte. « Compte tenu du tonnage, nous allons vers un recyclage total des plastiques ». Pour l'heure, Plastic Bank recycle 100 tonnes par an sur les 200 tonnes produites et offre une traçabilité en temps réel en s'appuyant sur la blockchain. Et pour finir d'être cohérent, outre le travail avec ses fournisseurs pour des contenants en matières biosourcés, Horus Pharma prévoit l'installation de son siège social à Nice, dans l'Eco-Vallée, dès le printemps, dans un immeuble construit par Bouygues.

par Laurence Bottero

