

Montpellier, centre d'excellence CoEN

Santé | Ils sont sept en France à cibler les maladies neurodégénératives.

Les ministères de l'Enseignement supérieur, de la recherche et de la Santé ont choisi, à l'heure d'attribuer les Centres d'excellence en enseignement et recherche sur les maladies neurodégénératives (CoEN), les dossiers de Bordeaux, Grenoble, Lille, Aix-Marseille, Paris, Toulouse... et Montpellier, qui rejoignent un large programme européen et mondial.

Une reconnaissance

Ce label, promesse d'une visibilité accrue au niveau international, marque aussi une reconnaissance forte pour les équipes. Soit, à Montpellier, deux cents personnes mises en réseau : dix-huit équipes cliniques au sein de sept départements, sept centres d'expertise et vingt-trois équipes de recherches issues de sept instituts de recherche, et de l'université Paul-Valéry, pour l'ex-

pertise en sciences sociales et éthiques. Le CoEN regarde en effet patients et maladie de façon très globale.

La région Occitanie aura de plus la chance de compter deux CoEN, puisque Toulouse est aussi labellisée. Le professeur Sylvain Lehmann, directeur du CoEN de Montpellier, espère « une synergie renforcée. Nous sommes très complémentaires. » Montpellier travaille principalement sur les biomarqueurs et une médecine personnalisée. Toulouse sur l'imagerie et le vieillissement. Les deux centres pourront se lancer ensemble dans des appels d'offres européens.

C. F.

► **À savoir :** le CoEN Montpellier, qui a été inauguré officiellement vendredi 1^{er} juillet, est porté par le CHU, participation de l'Inserm, du CNRS, de l'université de Montpellier et de l'université Paul-Valéry



■ Le professeur Sylvain Lehmann et le docteur Audrey Gabelle. DR

Les Catalans lancent un nouveau recours contre le nom Occitanie

Alors que le nom de la Région "Occitanie Pyrénées Méditerranée" vient d'être choisi, un collectif de citoyens a décidé de déposer un recours auprès du conseil d'État. Composé de responsables politiques de gauche, d'intellectuels, d'universitaires, d'artistes, de journalistes et de citoyens, ce collectif s'oppose à l'absence du terme "Pays

Catalan" dans la nouvelle dénomination. À la tête de cette fronde, la socialiste Renée Soum, première femme députée des P-O, de 1981 à 1988. Selon elle, « en adoptant le nom d'Occitanie tout court, Carole Delga et le conseil régional ont effacé de fait les Catalans, leur culture, leur histoire et toute la catalanité de la nouvelle grande région. »

Les marques au cœur des Natural games de Millau

Économie | Les enseignes présentes sur le festival aveyronnais poursuivent des objectifs multiples. Pas seulement financiers.

Au départ ce n'est qu'un simple chemin en pierre qui traverse la presqu'île millavoise de la Maladrerie. Mais le temps des Natural games, un événement qui rassemble tous les sports de pleine nature (escalade, VTT, slackline...), qui se terminent ce dimanche soir, la petite route se transforme en bruyante artère commerciale, où s'installent "le village des marques" et sa trentaine d'exposants. Une attraction à part entière des NG. Slacklines, équipements d'escalade, accessoires sportifs divers et variés, sous les tentes de ce petit centre commercial à ciel ouvert, on trouve de tout. Mais jeunesse du public et ambiance festival oblige, peu sont ceux qui ouvrent leur portefeuille. Et les exposants ne semblent guère s'en soucier. Mais quel est alors leur intérêt à se payer une place au soleil qui coûte au minimum 1000 € ?

« En ce qui nous concerne, on n'a même pas la possibilité de vendre ici. » Louis Normand, représentant de la marque Adidas, n'est pas venu pour placer des chaussures. Non. L'objectif de son voyage est ailleurs, et il se résume à une formule, répétée tel un mantra sous toutes les tentes du village. « Promouvoir la marque », une expression à la signification subtile. Marion Chaparro, travaille pour Crosscall, un producteur de portables étanches et résistants, conçus pour les athlètes de sport extrêmes. « Ici, on vend nos téléphones, mais l'essentiel n'est pas là. Échanger avec la communauté de sportifs, chercher des relais, multiplier les réseaux, voilà notre mission. »

« Les marques, c'est environ 10 à 15 % de nos recettes »

Bertrand Serrait, salarié des NG

Traduction : on tisse les liens qui permettront la vente à un autre moment. Mais pas seulement. En mission diplomatique, certains représentants des marques sont aussi ici pour dénicher de précieux alliés : les athlètes. « Ils peuvent constituer de parfaits ambassadeurs de notre marque, pointe Marion Chaparro. On peut profiter d'un événement comme les NG, pour les recruter. » Un rapport qui n'est pas à sens unique. « Parfois, ce



■ Le village des marques des Natural games, un passage obligé pour sportifs et fêtards. E.T.

sont les sportifs qui viennent vers nous et pas le contraire », pointe Emeline Miquel, chargée de communication de la chaîne télé Extreme Sports qui a acquis un stand. Évoluant dans des disciplines qui brassent peu d'argent, pour les champions, trouver un sponsor peut-être l'occasion de limiter leur dépense. « Un vététiste est venu me voir, explique Emeline Miquel. On pourrait envisager de lui payer son vélo, s'il accepte de le customiser Extreme Sports Channel. » Promouvoir le produit, dénicher des athlètes et peut-être, pour certains, vendre quelque chose. Mais combien les marques sont-elles prêtes à déboursier pour essayer de remplir ces objectifs, somme toute, peu quantifiable ? « Le prix varie en fonction de la taille de l'emplacement, explique Bertrand Serrait, salarié de l'association qui organise les NG. On part de 1000 € et puis il y a une grille tarifaire. » Jusqu'où celle-ci peut-elle monter ? Impossible d'avoir la réponse. L'entreprise Cube, venue exclusivement pour exposer et faire tester ses vélos, a acquis un pavillon de 35 m de long. Un espace au moins dix fois plus grand que

celui accordé à d'autres enseignes. Mais taille et prix ne sont pas toujours proportionnels. Avec certaines enseignes, le festival passe des accords qui permettent à celles-ci de ne pas payer plein pot... C'est le cas de Planet'Roc qui, partenaire de l'événement et fournisseur de matériel pour le mur utilisé pour l'escalade, ne paye pas de loyer. C'est le cas aussi d'Extreme Sports channel qui, en échange d'une place gratuite, va réaliser un programme de 26 minutes sur les Natural games.

Finalement, pour les organisateurs, les gains réalisés à travers les marques sont significatifs, mais loin d'être la ligne la plus importante du budget. « Ça représente environ 10 à 15 % de nos recettes », explique Bertrand Serrait. Là encore, d'autres facteurs non chiffrables entrent en jeu. « Faire venir des marques comme Adidas, c'est une sacrée publicité pour les Natural games », conclut-il. Tout est clair. L'organisateur de l'événement répond finalement aux mêmes impératifs que les autres. Promouvoir sa marque. Encore et toujours.

BENIAMINO MORANTE
bmorante@midilibre.com

24 HEURES D'ACTUALITÉ DANS LA RÉGION

Montpellier Euro : le rêve de Carla

Un vrai conte de fée. Tirée au sort après un repas au McDo de Saint-Jean-de-Védas, Carla Mombouli, 9 ans, a eu le privilège d'accompagner les joueurs portugais sur le stade Vélodrome de Marseille au moment des hymnes. Avant que la petite Montpelliéraine ne retrouve son papa en tribune pour profiter du match.

Lunel Excédés par des nuisances sonores

Les riverains de la plateforme logistique Lidl approvisionnant les magasins de la région en produits frais sont à bout. Ils sont excédés des bruits des camions frigorifiques qui se succèdent nuit et jour. Ils ont créé un collectif qui va s'attacher les services d'un avocat et va engager une procédure.



Gard Le nettoyage des rizières par les canards bientôt appliqué au Sénégal

Cela fait cinq ans que le riziculteur Bernard Pujol utilise des canettes pour nettoyer ses rizières dans la plaine de Saint-Gilles. Une méthode importée du Japon et qui a fait ses preuves. Les gallinacés, heureux de s'ébattre dans l'eau entre les plants de riz, se chargent de nettoyer les alentours de 90 % des mauvaises herbes. De surcroît, les animaux, avec leurs déjections, contribuent à fertiliser les planta-

tions de riz. Cette méthode agroécologique, qui lui vaudra un reportage pour une prochaine émission télé des *Carnets de Julie*, va bientôt faire des émules.

Cette fois au Sénégal où, grâce à l'association arlésienne Afrique en vie, des canards seront lâchés dans les rizières de Casamance pour tester la méthode, et vérifier qu'elle est duplicable.

Photo FRED GAUTIER

Gard Umicore promet des travaux de dépollution

Vraie avancée ou coup de bluff ? À Saint-Félix-de-Pallières, Umicore, l'ancien exploitant des mines de zinc et de plomb, propose des travaux de dépollution sur la digue à stérile. L'association de riverains ADAMVM reste prudente et demande un vrai cahier des charges.

Narbonne Le Next se glisse dans la place

La 3^e édition du Narbonne extrême tour s'est associée avec le Fise. Samedi, en plein centre-ville, l'événement a réuni de nombreuses activités sportives à tenter sur place : skateboard, roller, BMX, baby-foot géant, skimboard (glisse sur l'eau), freeroll (saut géant sur un matelas), etc. Le fun était au rendez-vous !

Rodez 6500

C'est le nombre de cartes postales anciennes numérisées et présentes sur le site internet du Carto-club aveyronnais. L'association collecte ces vues anciennes de l'Aveyron afin de les partager avec les internautes et de les décrypter dans son bulletin. Parmi les plus cotées, une vue d'un montreur d'ours photographiée à Gabriac au début du siècle dernier, au encore des clichés du meeting aérien de Rodez en 1910. Certaines valent près de 1000 €.

Pyrénées-Orientales Un billet d'entrée pour deux musées

Le centre d'art contemporain Walter-Benjamin de Perpignan et le musée d'art moderne de Collioure font cause commune cet été. Depuis vendredi, un pass permet à ceux qui achètent un billet d'entrée pour le centre de Perpignan de rentrer gratuitement au musée de Collioure et vice versa. Le billet commun offrira également des tarifs réduits pour les visites guidées des communes et les petits trains touristiques de Perpignan et Collioure. Le maire de Perpignan, Jean-Marc Pujol, a confirmé son intention de voir la collaboration avec Collioure perdurer au-delà de l'été.