



START-UP

La dermatologie, nouveau terrain des start-up de la santé

HEALTHTECH

La pénurie de spécialistes incite les jeunes pousses à investir le secteur.

Certaines sont d'ailleurs présentes lors des Journées dermatologiques de Paris, du 3 au 7 décembre 2024.

Marion Simon-Rainaud

Obtenir un rendez-vous en dermatologie est de plus en plus difficile. Aujourd'hui, il faut attendre trois mois et une semaine, en moyenne, contre deux mois et deux jours il y a cinq ans, selon un sondage Ipsos publié en mars 2024. Trouver des solutions à ces délais qui s'allongent est un des enjeux des Journées dermatologiques de Paris, du 3 au 7 décembre 2024.

Dans les allées du Palais des congrès de la porte Maillot, parmi les 1.231 exposants, on trouve une poignée de stands un peu spéciaux : ils sont tenus par des start-up. Même si elles sont peu nombreuses, ces jeunes pousses investissent de plus en plus le secteur de la dermatologie, en proie à une pénurie de professionnels qui font face à l'un des cancers les plus répandus, celui de la peau.

L'IA à la rescousse

Fondée en 2014, Damae Medical a ainsi pour ambition de dépister et monitorer en temps réel les cancers de la peau, en évitant l'étape de la biopsie, avec son dispositif médical deepLive. Ce pistolet technologique – agrémente désormais d'une couche d'intelligence artificielle (IA) – repose sur une technologie d'analyse en profondeur de la compo-

sition de la peau inventée en 2013 au laboratoire Charles-Fabry (Institut d'optique, CNRS et Paris-Saclay) par le professeur Arnaud Dubois, qui se trouve aussi être un des cofondateurs de la société.

En dix ans d'existence (dont huit de recherche et développement), la jeune pousse parisienne a récolté 7 millions d'euros, recruté 30 collaborateurs, protégé 6 brevets, commercialisé 80 machines, dont une vingtaine en France et une trentaine en Allemagne. Elle est aujourd'hui présente dans 14 pays, principalement dans l'Union européenne mais aussi aux Etats-Unis et au Japon.

De son côté, Pixience développe et commercialise également deux vidéodermatoscopes baptisés C-Cube et BodyMapper. Ces deux machines à destination des dermatologues et, à la marge, des généralistes permettent de scanner la surface de la peau (en couleur, en 2D et en 3D) que ce soit de manière localisée ou sur l'ensemble du corps. Là aussi, il s'agit de prévenir les cancers. Leur technologie intègre également un « assistant intelligent ».

De passage à Paris, la start-up toulousaine déclare avoir équipé 400 médecins et enregistré « une croissance à deux chiffres depuis trois ans », pointe Sébastien Mangeruca, cofondateur et patron.

Sur un autre segment, la start-up de télémédecine Omnidoc est également présente lors de ce congrès de dermatologie. Celle-ci commercialise une plate-forme sécurisée pour qu'un médecin puisse solliciter l'avis de l'un de ses confrères sur un cas précis.

Sans surprise, sur Omnidoc, la première spécialité « en volume » et « de loin », selon les mots de son

dirigeant, Baptiste Truchot, c'est la dermatologie, à raison d'une sur quatre (soit environ 25 %, contre 8 % pour la deuxième, la cardiologie). La jeune pousse déclare également que 50 % de l'ensemble des quelque 3.750 dermatologues et 50 % des services dermatologiques en France utilisent son logiciel.

Présentes sur le Salon, on peut également citer les start-up alsaciennes Pixacare, une appli qui suit les plaies chroniques lancée en 2019, et Poladerme, un dispositif de détection des cancers de la peau, commercialisé en 2022.

Hors de nos frontières, le marché mondial des technologies en dermatologie bouge lui aussi. Coup sur coup, le fonds d'investissement américain Canfield Scientific a racheté une PME allemande spécialisée dans la dermatologie, Visio-med, en 2018, puis la société britannique Medici Medical, en 2021. Ses systèmes d'imagerie sont actuellement distribués dans 50 pays.

En 2022, le fonds d'investissement allemand EMZ Partners a racheté FotoFinder, PME allemande elle aussi, leader mondial en matière de technologie de visualisation de la peau pour la détection du cancer.

« Un mouvement de fond »

« Le marché est en train de s'ouvrir, observe Sébastien Mangeruca, de Pixience. Ça va prendre du temps, mais il y a un vide à combler. » De son côté, Anaïs Barut, à la tête de Damae Medical, confie : « En ce moment, je suis contactée tous les mois pour des créations de boîtes ou de centres dermatologiques et oncologiques. » Ce qui lui fait dire qu'il y a « un mouvement de fond », accéléré par la démocratisation et la généralisation de l'IA.

Mais est-ce que les médecins misent, eux aussi, sur ces jeunes pousses et leurs innovations ? « *On voit ce dynamisme d'un bon œil* », répond le docteur Edmond Démoulins, dermatologue au CHU d'Angers et membre de la Société française de dermatologie, derrière l'organisation du Salon. Mais le médecin insiste toutefois sur le décalage entre les promesses des technologies et leur mise en pratique sur le terrain. « *Les start-up sont très créatives, maintenant à nous de faire le tri !* » ■

**Des machines
scannent la surface
de la peau, localement
ou sur l'ensemble
du corps, afin de
prévenir les cancers.**