

Octobre rose : 4 startups à l'assaut du cancer du sein

Par Camille Wong | 09/10/2019 à 09:17, mis à jour le 09/10/2019



Octobre rose est un mois de sensibilisation au cancer du sein. [@Shutterstock](#)

A l'occasion de la 26ème édition d'Octobre rose, un mois de sensibilisation contre le cancer du sein, nous vous présentons les startups françaises qui innovent pour lutter contre ce cancer.

En France, le cancer du sein touche une femme sur huit. En 2018, plus de [58.000 nouveaux cas ont été recensés](#). C'est le premier cancer qui touche les femmes, devant celui des poumons. C'est aussi l'un des plus mortels. Face à ces constats, plusieurs jeunes pousses ont décidé de mettre toute leur énergie pour mieux accompagner les médecins ou les patientes dans leur lutte contre la maladie. Nous avons décidé de vous présenter quatre pépites françaises prometteuses.

Ozalys, les cosmétiques adaptés

En 2013, Isabelle Guyomarch apprend qu'elle est atteinte d'un cancer du sein agressif. Après une lutte acharnée, elle survit. En 2017, elle décide d'intraprendre au sein de sa PME de parfums, CCI productions. Elle fonde alors Ozalys, une marque de cosmétiques destinée à accompagner les femmes atteintes d'un cancer du sein. "A l'époque, je n'avais pas trouvé de produits adéquates. J'avais la peau très sèche, j'allais en pharmacie et on me donnait une crème très épaisse et difficile à étaler. C'était douloureux et fatiguant, surtout quand on est brûlée par la radiothérapie jusque dans le dos", se souvient la cheffe d'entreprise.

À LIRE AUSSI

ARTICLE

"Le cancer m'a permis de découvrir à quel point j'étais forte"

Avec l'aide de sept chercheurs, elle fonde Ozalys et propose une gamme de produits pensée pour les femmes atteintes d'un cancer du sein : "Dans 80% des cas, ce cancer est hormono-sensible, c'est-

à-dire sensible à la progestérone et aux œstrogènes. Il est strictement interdit pour les femmes malades, y compris dans les 5 à 10 ans qui suivent", poursuit-elle. Elle a alors banni tous ces ingrédients de ses crèmes, gels douches, bains de bouche, dentifrices et autres déodorants. L'innovation de ses produits se cache aussi dans le non-transfert de l'emballage plastique dans le contenu. Chaque produit coûte autour d'[une vingtaine d'euros](#).

Le projet, qui est devenu une véritable startup interne, mobilise une cinquantaine de personnes sur les 250 salariés de CCI Productions. La jeune pousse revendique 200.000 produits vendus à travers le monde, en Europe, en Asie et bientôt dans plusieurs pays russophones. Isabelle Guyomarch raconte son histoire dans un livre, qu'elle a publié en mars dernier : *Combattante*, aux éditions du Cherche Midi.

Therapixel, l'IA au service du diagnostic

L'intelligence artificielle pour mieux détecter le cancer du sein ? C'est le pari de Therapixel, une jeune pousse née en 2013. La startup développe un système d'assistance au radiologue lors des lectures de mammographies. Grâce à l'intelligence artificielle, MammoScreen accompagne le médecin sur des zones à risque, pas toujours perceptibles. "C'est une maladie difficile à voir à l'oeil nu, surtout aux premiers stades. Notre solution permet d'aider le radiologue à voir les signes avant-coureurs du cancer pour mieux le dépister", précise Pierre Fillard, cofondateur de la startup.

En France, un premier médecin lit et analyse la mammographie. Ensuite, un second va infirmer ou confirmer son diagnostic. "L'examen est difficile et on manque de spécialistes. Avec ce genre d'outils, on gagne en temps et en précision", ajoute le cofondateur. A l'origine, la startup développait un logiciel de visualisation des radiographies pour les chirurgiens, ce qui a permis à la jeune pousse de se financer, en plus des levées de fonds.

Therapixel a levé 5 millions d'euros en mars dernier pour déployer son produit au premier trimestre 2020. Marchés ciblés : la France, et plus largement l'Europe ainsi que les Etats-Unis. L'entreprise, incubée à Sophia Antipolis, prévoit d'équiper une dizaine de centres français et "trois centres majeurs" aux Etats-Unis.

NovaGray, connaître sa sensibilité aux rayons

La solution de NovaGray permet d'aider les malades qui sont susceptibles de développer des effets secondaires lourds lors d'une radiothérapie. La startup développe des tests sanguins et des algorithmes pour identifier les patients à risque. Ces derniers représentent 5% à 10% des malades, précise la startup, qui s'attaque à plusieurs cancers : sein, poumon et prostate.

À LIRE AUSSI

ARTICLE

Qui sont les Françaises de moins de 35 ans les plus influentes ?

“Avec cette information, le médecin peut mieux gérer la prise en charge des patients et optimiser le traitement, dans les deux sens : par exemple, il pourra augmenter les

doses pour une personne peu sensible”, détaille Clémence Franc, cofondatrice de NovaGray. La jeune femme a été sélectionnée par le MIT et Forbes parmi les Françaises de moins de 35 ans les plus influentes. NovaGray a aussi remporté le prestigieux [StartHer Awards](#) en 2017.

Après quinze années de recherches scientifiques, menées notamment par le professeur David Azria, chercheur et chef du service de radiothérapie à l'Institut du Cancer de Montpellier et cofondateur de Novagray, le test sera disponible au second semestre 2020, au prix de 1.440 euros. A terme, l'idée est que le test soit remboursé par la sécurité sociale. Pour faciliter son déploiement, la jeune pousse prévoit également de lever 2 millions d'euros à l'horizon 2020.

Vik, le chatbot qui accompagne les malades

Vik, c'est l'ami qui répond 24/24h et 7/7j à toutes les questions des malades et des proches. Au total, plus de 2.000 réponses rédigées par des experts du secteur médical sont enregistrées : bon usage des médicaments, gestion des effets secondaires, questions intimes... “Pour les femmes atteintes d'un cancer du sein, il y a parfois des questions liées à la sexualité, à la libido ou

aux prothèses mammaires, qui ne sont pas toujours faciles à poser à un médecin”, constate Benoît Brouard, ancien pharmacien hospitalier et cofondateur en 2017, de WeFight, la startup à l’origine de Vik.

À LIRE AUSSI

ARTICLE

"Le cancer m'a permis de découvrir à quel point j'étais forte"

D’abord positionné uniquement sur le cancer du sein, le chatbot répond désormais sur d’autres maladies : migraine, dépression et asthme.

D’ici à l’année prochaine, la jeune pousse, incubée chez Station F, entend couvrir une trentaine de maladies, dont les cancers gynécologiques et du poumon. Pour ce faire, elle a réalisé une levée de fonds d’1,8 million d’euros cet été et emploie une vingtaine de salariés. La startup se rémunère via le sponsoring de laboratoires pharmaceutiques où leurs produits “ainsi que les autres médicaments”, précise Benoît Brouard, sont présentés sur le chatbot.

Régulièrement, We Fight interroge aussi ses utilisateurs. A l’occasion d’Octobre rose, la startup vient d’extraire des données sur les problématiques des femmes rencontrées durant leur cancer. On peut consulter la visualisation [ici](#).

PAR CAMILLE WONG