

Pocramé veut prendre en charge les patients à distance

Par Carole Payrau | 06/04/2017, 19:11

Grâce à son point de soin permettant de délivrer des diagnostics, la startup installée à Marseille vise les patients résidents en sites isolés. Et deux marchés applicatifs : le maritime et le terrestre, avec la possibilité de répondre à la problématique des déserts médicaux.

L'Institut Hospitalo-Universitaire Méditerranée Infection compte décidément en son sein des jeunes pousses prometteuses. Pocramé, qui développe un produit qui devrait révolutionner la prise en charge des patients en sites isolés, en fait partie. Sa solution ? Un point de soin ou borne laboratoire permettant un diagnostic rapide, notamment de maladies contagieuses. Celui-ci est 100 % Made in France, puisque le design a été réalisé chez Idéact, à Aubagne (13) et la fabrication chez ACA à Signes (83).

Tout en un

Concrètement, cette borne se compose d'une partie plan de travail agrémenté de petits instruments de laboratoire, celui-ci protégé par une vitre et visant à manipuler des échantillons. Partie décontaminée automatiquement aux rayons ultra-violet après utilisation... Elle comprend aussi des boîtes codées avec des pastilles de couleurs contenant chacune un kit diagnostic regroupant plusieurs tests immunochromatographiques (le principe des tests de grossesse)... Une organisation pensée selon une approche syndromique. Et tout ceci guidé par une tablette, qui détermine le syndrome, délivre la couleur du kit à tester, explique comment réaliser les tests et donne leur interprétation. Ladite tablette, communicante, est reliée à un pôle de médecins de l'IHU de permanence, qui pilote donc les actions et délivre des recommandations si besoin. *"Toute personne peut utiliser cette borne après une formation de cinq heures et une validation par nos soins"*, explique le docteur Michel Drancourt, cofondateur de la structure. L'idée, on l'aura compris, *"c'est de vendre ce produit dans des sites isolés, à trois quart d'heure au moins en voiture d'un laboratoire pour un bassin de population d'au moins 5 000 personnes"*.

Premier marché : le maritime

Et deux marchés spécifiques se sont vite dessinés. Le maritime, tout d'abord, a concentré dans un premier temps l'essentiel de l'offensive commerciale de l'équipe, qui compte quatre fondateurs. *"Nous en avons vendu une dizaine à CMA CGM et les bornes sont en cours d'installation sur ses porte-conteneurs. Il faut savoir que sur ces bateaux, c'est le second capitaine qui est chargé de la santé et de la sécurité à bord. Il est formé à cela, mais il n'y a pas de personnel médical à proprement parler"*. La borne y est donc synonyme d'impact économique positif, puisque le PC médical relié à cette dernière peut recommander, s'il y a risque de contagion, la nécessité de procéder à une évacuation sanitaire... ou pas, si la pathologie dont souffre le malade est finalement bénigne. *"Or, le détournement d'un bateau coûte très cher à une compagnie maritime, jusqu'à 200 000 euros..."* La borne permet donc d'opérer une évacuation dans le seul cas où cela le nécessite vraiment.

Mais outre le transport de marchandises, la startup vise aussi le marché de la croisière : même s'il y a une équipe médicale à bord des paquebots, l'utilisation du point de soin lui permettra de déterminer plus rapidement les risques d'épidémie et décider éventuellement de mesures d'isolement. Objectif visé : l'optimisation de la prise en charge à bord. *"Nous avons vendu quatre bornes à la compagnie de croisières du Ponant... Par ailleurs, nous voudrions également démarcher le secteur des plateformes offshore"*.

A terre et à l'international aussi

Enfin, il y a aussi le marché à terre, dans la mesure où la borne permettrait également de répondre à la problématique des déserts médicaux, d'être utile lors de très grands rassemblements culturels, sportifs, religieux... *"Mais aussi dans les camps de réfugiés déplacés. Certaines ONG ont déjà manifesté leur intérêt pour notre solution"*. Un marché que la startup n'a toutefois pas encore investi pleinement. Même si les ARS (Agences régionales de santé) seront bientôt approchées dans ce but... Qu'importe, le maritime porte déjà ses fruits, puisque la start-up devrait réaliser un chiffre d'affaires de 300 000 € à 400 000 € cette année. *"Nous allons consolider la partie France-Europe jusqu'en 2018, puis passer cette année-là, nous viserons également l'international. L'Afrique, pour des raisons évidentes. Mais aussi la Chine, qui devrait être friande de cette solution, dans la mesure où elle compte nombre de campagnes isolées, avec beaucoup de population"*.



Diversification de la gamme

A noter que Pocramé compte diversifier sa gamme et ne pas en rester à la seule borne. Pour preuve, elle développe aussi depuis quatre mois l'EPI-box, une boîte d'un jour nouveau, munie de plusieurs compartiments et permettant de ranger le matériel sanitaire (masques, gants, surblouses, protection pour les stéthoscopes...). *"C'est compact, facile à gérer en termes de stock et ça permet de rationaliser le geste. L'IHU en a commandé près de 100, puisqu'elle comprend aussi un hôpital de 75 lits. Notre cible, c'est donc les établissements de soins... mais aussi les industries, comme l'agro-alimentaire, l'électronique ou encore le nucléaire"*. Une jeune pousse qui a donc plus d'un tour dans sa box.

