

PassCare concrétise ses ambitions et voit grand

Santé. L'entreprise rémoise prépare une nouvelle levée de fonds pour diffuser son passeport numérique santé dans les assurances, les entreprises et même des Etats.

Avec 20 000 euros de chiffre d'affaires en 2018, le PassCare n'en est encore qu'à ses débuts, mais la société rémoise compte bien accélérer dans le déploiement de son passeport numérique regroupant les données médicales qui permet au patient de « prendre le contrôle » de ses données (profil d'urgence, vaccins, parcours de soins, mesures, allergies, ordonnances, antécédents, examens...). « Depuis fin 2018, nous avons quitté l'espace start-up du Village by CA (Bezannes) pour



Avec 11 salariés, PassCare ne veut plus être considérée comme une start-up.

teindre 1 million d'utilisateurs fin 2019 et de générer 4 M€ de chiffre d'affaires en 2020. « Nous serions à l'équilibre financier en 2021 et prévoyons 30 M€ de chiffre d'affaires en 2022 », ambitionne le dirigeant, convaincu que tout peut s'accélérer très rapidement. Louis Thanberger, spécialiste de l'introduction en Bourse qui a notamment accompagné les opérations du champagne Bruno Paillard et de l'Olympique Lyonnais, l'invite à en faire de même dès que possible : « La Bourse achète de l'espoir, c'est une affaire de crédibilité croissante. Rejoindre la cour des grands oblige à devenir meilleur ».

En plus des assureurs et des pharmacies qui proposent le PassCare à

leurs clients, des entreprises qui l'offrent à leurs salariés, et peut-être demain des établissements hospitaliers, l'entreprise rémoise vise aussi des Etats, en commençant par l'Afrique : « Quand, contrairement à la France, les pays n'ont pas du tout de système de santé numérisé, cela peut permettre d'aller plus vite ». Des rendez-vous avec les gouvernements du Gabon et de Côte d'Ivoire sont déjà prévus.

Et PassCare annonce déjà réserver d'autres nouveautés pour la deuxième édition du TakeCareShow, organisée au Centre des congrès de Reims, jeudi 4 avril.

PHILIPPE DEMOOR

La e-santé plus humaine ?

« Le but n'est pas de remplacer le contact humain, cela peut au contraire donner plus de possibilités au médecin pour échanger avec son patient car retrouver les informations et effectuer de l'administratif prend trop de temps aujourd'hui ».

Au-delà des informations médicales essentielles que les citoyens peuvent désormais avoir à portée de main et partager avec leurs professionnels de santé, Adnan El Bakri envisage le PassCare comme un outil pour « se préparer à la médecine de demain », en intégrant l'intelligence artificielle pour effectuer de la prédiction et de la prévention.

occupent des bureaux de 250 m². Nous ne sommes plus une start-up mais une jeune entreprise », revendique son pdg, Adnan El Bakri.

Il appuie ses dires sur les tests réalisés auprès de 3 000 assurés rémoises du groupe Helium, un partenaire historique qui prévoit de déployer quelque 200 000 cartes en France. Partenaire technologique en apportant une solution de télé-médecine, le groupe Alcatel Lucent annonce lui sa volonté de fournir le PassCare à ses 3 000 salariés dans le monde. « La télé-médecine répond à un double challenge avec la longévité dans les pays développés et le manque de médecins dans les pays émergents », estime Moussa Zaghoud, vice-président du groupe. L'entreprise rémoise MK Energies va aussi figurer parmi ses clients en

donnant la carte à ses salariés, tout comme l'association France AVC, le groupe L'Oréal pour les clients de ses stations thermales, un groupement de 170 pharmacies, etc. « Nous devrions bientôt compter 254 000 ouvertures de cartes », assure Adnan El Bakri qui ajoute que le groupe de cybersécurité Telis est aussi entré au capital de sa société.

UNE NOUVELLE LEVÉE DE FONDS PUIS L'INTRODUCTION EN BOURSE ?

De quoi l'aider à préparer d'ailleurs une nouvelle levée de fonds où le ticket minimum va passer à 100 000 € contre 10 000 € lors de l'amorçage : « Nous avons besoin de 5 M€ pour nous développer dans toute la France, à l'international et poursuivre notre R&D ». S'il atteint ce montant, il envisage d'at-

De la start-up à la holding

« J'ai créé cette entreprise en avril 2016 (PAMB n°7652) en obtenant un prêt de 50 000 euros pour réaliser ma première embauche. En 2017, nous sommes passés à 7 salariés et avons généré 300 € de chiffre d'affaires. Depuis 2018, nous employons 11 personnes, associées au capital, et nous avons levé 1,5 M€ auprès de business angels du secteur médical ou encore de notre ambassadeur, Christophe Lambert », rappelle Adnan El Bakri. À présent, InnovHealth devient une holding, dont PassCare est l'entreprise qui commercialise la carte et qui devrait doubler ses effectifs d'ici la fin de l'année. Cette holding comprendra une autre filiale dédiée à la santé animale.

Pour garantir son sérieux (données protégées dans une blockchain privée) et contribuer à organiser l'écosystème régional de la santé, un comité scientifique et éthique est présidé par le docteur Alain Herard, directeur général de la polyclinique du groupe Courlancy.

Cryotera veut s'étendre hors de Reims

En utilisant la cryothérapie pour la récupération sportive, le bien être, la santé et même l'esthétique, l'entreprise rémoise réussit et se développe en franchise.

En développant son concept sous licence de marque à Dijon, Cryotera fait un premier pas vers son objectif de compter dix établissements sous sa franchise d'ici un an.

Trois ans après sa création sous le nom de pôle de cryothérapie rémoise (PAMB n°7670), dans le parc d'affaires de Bezannes (en face de la polyclinique), l'entreprise est ambitieuse. « Nous avons déjà effectué 15 000 séances de cryothérapie corps entier », explique Bastien et Guillaume Bouchet, à la tête de la société.

Rester par -110 °C pendant trois minutes provoque plusieurs bienfaits selon eux : récupération après une épreuve sportive, diminution du stress, amélioration du sommeil, réduction de douleurs musculaires et chroniques... « C'est un dopant naturel », assure ceux qui ont depuis étendu leur offre en s'équipant d'un appareil de cryothérapie localisée (jusqu'à -170°C) pour réduire des inflammations (arthrose, rhumatismes...). Une technique qui aurait aussi des vertus de bien-être et sur le plan esthétique

en agissant sur le vieillissement de la peau. Sur le plan de la beauté, Cryotera ajoute deux autres équipements : la cryolipolyse (destruction des cellules graisseuses par le froid, en alternative à la liposuccion) et la pressothérapie (contre les varices et la cellulite). Avec cette diversification, la cryothérapie corps entier représente 40 % de l'activité de la société qui cible également comme clientes les entreprises soucieuses de leurs salariés. « Nous avons déjà travaillé pour Nicolas Feuillatte, Ene-dis, le Crédit Agricole, Soprema

ou encore les forces de l'ordre », citent-ils en exemple.

« Une nutritionniste peut aussi venir conseiller nos clients », complètent les dirigeants qui rappellent travailler avec de nombreux professionnels de santé. « Nous effectuons aussi de la recherche en partenariat avec un laboratoire de l'URCA, l'Insep, l'institut Godinot... », mettent-ils en avant. Bien plus qu'un concept, c'est cette expertise qu'ils valoriseront lors du salon de la franchise, en mars : « Nous voulons être sélectifs et choisir des concessionnaires que nous



Les frères Bouchet annoncent qu'un franchisé doit pouvoir investir 260 000 € pour créer un centre Cryotera.

allons accompagner ». Et leur ambition ne se limite pas à la France puisque Bastien et

Guillaume Bouchet visent aussi l'international.

P.D.