

LEVÉE DE FONDS : KREAXI ET CRÉDIT AGRICOLE CRÉATION INVESTISSENT DANS LA E-SANTÉ ET 360 MEDICAL !

Lyon, le 1^{er} juin 2017 • **À l'occasion de sa participation à Doctors 2.0 & You* et forte de sa communauté de plus de 110 000 professionnels de santé, la start-up 360 medical annonce avoir finalisé son tour de table avec Kreaxi, le Crédit Agricole et des business angels.**

Un tour de table d'un million d'euros

À l'occasion de cette levée de fonds, Kreaxi, Crédit Agricole Création et des business angels rejoignent les trois cofondateurs au capital. Ce financement est complété par un prêt d'amorçage (PAI) souscrit auprès de la BPI et par des prêts bancaires.

Ces réussites marquent le commencement d'une nouvelle phase de croissance pour 360 medical : doubler sa communauté (qui compte 40 % de médecins), accélérer la monétisation de l'application et structurer l'équipe sont désormais au programme des prochains mois.

« Nous voulons accompagner la transformation des pratiques de la médecine et devenir, à terme, la plateforme leader de la communauté médicale française, européenne puis mondiale », indique Grégoire Pigné, Président de 360 medical.

Google, Facebook et Whatsapp pour les médecins

La plateforme, multi-supports, réunit l'équivalent de Google, Whatsapp et Facebook pour les professionnels de santé. Son objectif : améliorer la santé des patients en faisant travailler les médecins de manière collaborative.

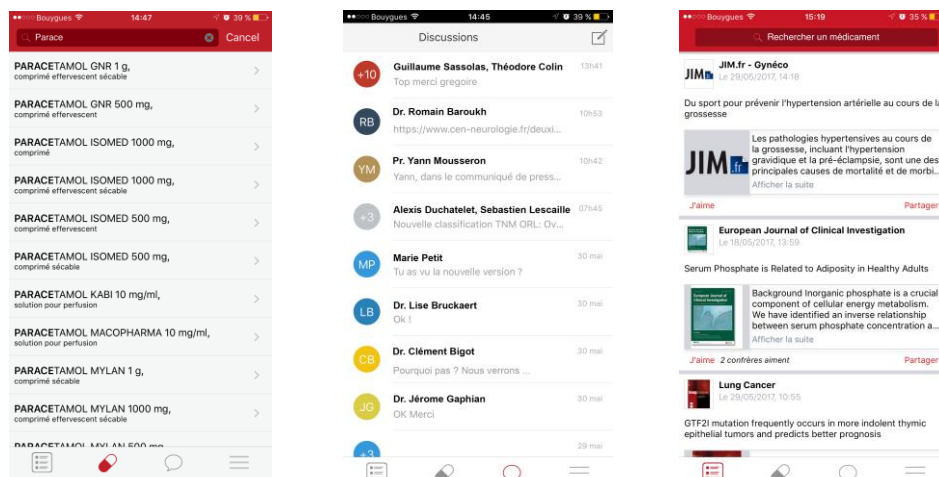
Médecin en Oncologie-Radiothérapie, Grégoire Pigné pose le diagnostic : « Pour améliorer les prises en charge des patients, les médecins doivent travailler en équipe. Les connaissances médicales explosent et la médecine évolue vers la personnalisation des soins et la médecine de précision. Les médecins s'adaptent, s'hyperspécialisent. Ce sont des équipes de médecins qui prennent désormais en charge le patient. Nous devons leur permettre de travailler ensemble afin de bénéficier de l'expérience et l'expertise de chacun ».

Entièrement gratuits, 3 services simplifient la collaboration autour de contenus fiables et identifiés :

La **base médicamenteuse** offre un accès simplifié et rapide, via un sommaire dynamique, aux résumés des caractéristiques des produits (RCP) de l'Agence Nationale de Sécurité du Médicament et des Produits de Santé (ANSM). Multisources, cette base documentaire propose également des contenus additionnels, vérifiés et identifiés, tels que des avis de la Commission de transparence (Haute Autorité de Santé) ou des fiches d'information patient, rédigées par des laboratoires et validées par l'ANSM. Le médecin peut donc procéder à ses recherches sur un outil plus fiable et ergonomique que Google, car spécialement à sa destination. Chacun des contenus peut être partagé avec d'autres confrères ou envoyé directement aux patients pour améliorer la compréhension de leur prise en charge.

Pour rester à la pointe, les professionnels de santé accèdent également à un **fil d'actualité personnalisé et hyperspécialisé**, qui regroupe l'ensemble des derniers articles scientifiques publiés, affichés en fonction du profil et du comportement de l'utilisateur. Avec plus de 3 000 journaux référencés, c'est donc toute la veille médicale mondiale actualisée en temps réel, qui est rassemblée dans la poche du médecin. Comme sur Facebook, les contenus les plus lus ou aimés par la communauté remontent dans le fil.

InTouch, le **WhatsApp sécurisé des professionnels de santé**, simplifie l'échange entre confrères partout en France, à travers l'envoi de messages courts et instantanés. En 3 clics, il est possible d'entrer en contact avec n'importe quel professionnel de santé de la communauté, qui reçoit alors une notification.



360 medics, un business model qui a fait ses preuves

Dans un contexte où l'industrie pharmaceutique digitalise de plus en plus sa communication, 360 medics se veut également un média innovant qui permet à ses clients de communiquer de manière qualitative et évaluable auprès de profils précis :

« Nous avons créé notre propre format de publicité pour permettre à nos clients d'apporter de la valeur à nos utilisateurs avec des contenus de grande qualité », explique Grégoire Pigné. « Nous tenons absolument à proposer une expérience publicitaire qualitative, transparente et non intrusive ».

Via des campagnes digitales clairement identifiées, les annonceurs informent les professionnels de santé de leurs initiatives et les accompagnent au bon usage de leurs produits de santé. En conformité avec la législation, tous les éléments de promotion du médicament sont validés en amont par l'ANSM. Une vingtaine de laboratoires pharmaceutiques utilisent déjà ce média ; parmi eux, J&J, Roche, Celgene, Merck. C'est ce business model validé qui permet à la start-up d'obtenir la confiance des investisseurs : « Contrairement à beaucoup d'autres applications, 360 medical a déjà validé un modèle économique en générant ses premiers revenus et fidélisant ses clients », confirme Gwenaël Hamon, directeur de participations chez Kreaxi.

Une offre ancrée dans les nouvelles pratiques des médecins

Les médecins sont de plus en plus connectés : 76 % des médecins généralistes utilisent quotidiennement Internet dans le cadre de leur activité professionnelle (vs 71 % en 2015) ; 50 % ont utilisé au moins une application au cours des 30 derniers jours sur smartphone ou tablette ; 55 % utilisent Internet au moins occasionnellement comme outil de formation médicale (vs 51 % en 2015)**. Le phénomène s'accroît avec les jeunes médecins :

94 % d'entre eux utilisent leur smartphone ou leur tablette dans le cadre de leur exercice, et près de 3 sur 4 le font plusieurs fois par jour.

360 medics s'inscrit donc profondément dans la tendance pour répondre parfaitement aux pratiques nouvelles, mais besoins anciens, de ses utilisateurs.

« L'application a été imaginée et conçue par un médecin qui exerce, ce qui a permis de développer une solution parfaitement adaptée à nos habitudes de travail et indépendante », valide le docteur Yann Molin, oncologue médical.

La e-santé, un marché qui séduit les investisseurs

La e-santé apparaît de plus en plus comme un secteur en développement, porteur de grandes promesses en matière d'optimisation des processus métiers, expérience patients (notamment pour le bien-vieillir) et big data. Près de 8 000 startups se sont lancées en eHealth et au CES 2017, 12% des 4000 exposants appartenaient au secteur santé et bien être : le marché est robuste et va continuer de croître.

Avec près de 4 milliards de dollars investis au premier semestre 2016, le e-santé séduit tant les investisseurs internationaux (les Etats-Unis, Israël, la Chine et l'Inde mettent en particulier l'accent sur le développement de la santé connectée) que nationaux avec des structures telles que le Crédit Agricole Création et Kreaxi.

En France, 100 millions d'euros ont été investis dans le secteur de l'e-santé et du bien-être en 2016, selon l'indicateur FrenchWeb Invest, soit l'un des 10 secteurs les plus attractifs de l'année passée. De plus, sur les 4 premiers mois de 2017, plus de 48 millions d'€ ont été investis dans ce domaine (53% de plus qu'à la même période en 2016).

**Doctors 2.0 & You est l'un des principaux congrès internationaux dédiés à la e-santé. Il se tient les 1er et 2 juin 2017 à la Cité Internationale Universitaire de Paris : www.doctors20.com.*

***Baromètre 2016 numérique du Cessim - Centre d'Études Sur les Supports de l'Information Médicale*

À propos de 360 medical

Créée en janvier 2014 par Grégoire Pigné (médecin spécialiste en oncologie-radiothérapie), Clotilde Petit et Romain Bruckert, 360 medical est une start-up spécialisée en e-santé. Conçu par et pour les médecins, son service, 360 medics, a pour objectif de faire travailler les médecins ensemble en favorisant le partage d'expérience et d'expertise. Gratuit – Simple – Fiable

À propos de KREAXI

Né du rapprochement entre Rhône-Alpes Création et Banexi Ventures Partners, KREAXI devient l'un des leaders français en Capital Risque, totalisant plus de 500M€ de fonds levés auprès d'investisseurs publics et privés.

Lancée en 1989, l'activité régionale de KREAXI (Kreaxi Région) a accompagné plus de 260 entreprises en intervenant au capital de jeunes sociétés rhônalpines afin de financer leurs premières phases de développement. Dotée de 69M€ de fonds sous gestion grâce au soutien de la Région Rhône-Alpes, de Bpifrance, des banques de la place régionale, et de groupes industriels, Kreaxi Région occupe une position centrale dans le financement des étapes d'amorçage et de création. Elle gère un portefeuille d'une cinquantaine de participations au travers de ses trois fonds (RAC I, RAC II et R2V), avec une équipe active de neuf personnes. www.kreaxi.com

À propos de Crédit Agricole Création

CA Création est une société de capital investissement spécialisée dans l'accompagnement haut de bilan des jeunes entreprises innovantes. Filiale à 100 % du Crédit Agricole Centre-est, CA Création accompagne depuis plus de 15 ans, les projets issus de ses territoires (Rhône, Ain, Saône et Loire et du Nord Isère-Drôme-Ardèche), généralement en partenariat avec des acteurs locaux de référence du capital-investissement. Porteur des valeurs du modèle mutualiste du Crédit Agricole, CA Création entend renforcer ses interventions sur les projets innovants, notamment en direction des secteurs du logement, de la santé, de l'environnement et de l'agroalimentaire. <https://entreprises.ca-centrest.fr/>