



Stéphane RAGUSA

PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL, FONDATEUR DE PREDILIFE

« Notre test de prédiction de risque de cancer du sein a un potentiel de plus d'un milliard d'euros à court terme »

Publié le 10 Décembre 2018

Présentez-nous votre société.

PREDILIFE développe des solutions de prédiction de risque de pathologies graves. Notre approche d'évaluation du risque individuel est basée sur une méthode statistique propriétaire (méthode des voisins consistant à comparer un individu à ses voisins), le datamining et la génétique.

La société a été créée, en 2004, sous le nom de StatLife, mais nous l'avons récemment rebaptisée PrediLife car notre activité concerne davantage la prédiction que la statistique. Elle compte aujourd'hui douze collaborateurs.

A quelle pathologie s'applique votre première solution prédictive ?

Notre première solution MammoRisk® est dédiée à la prédiction de risque du cancer du sein. Le test intègre des données cliniques (âge, antécédents familiaux et de biopsie) et d'imagerie (densité mammaire), ajoutées à un scoring génétique. Ces données combinées permettent d'établir le risque individuel de cancer du sein à 5 ans et d'établir un programme personnalisé de suivi en vue d'un dépistage précoce.

Le modèle de calcul du risque a été construit et validé à partir d'une base de données de 1 000 000 de femmes américaines, et 300 000 femmes françaises. C'est cet accès à la plus grande base de données au monde dans le domaine qui a permis d'élaborer le meilleur modèle de prédiction de risque existant aujourd'hui.

Qu'apporte ce test MammoRisk® en termes d'avancées dans la lutte contre le cancer du sein ?

Le cancer du sein est la deuxième cause de mortalité dans le monde chez les femmes. Les méthodes de dépistage actuelles sont programmées seulement à partir de 50 ans et sont encore trop peu efficaces. Grâce à MammoRisk®, le risque de cancer du sein peut être établi de façon fiable pour la mise en place d'un dépistage personnalisé. Une réduction d'environ 30 % des cancers du sein de stade avancé (taille tumorale importante, envahissement ganglionnaire, métastases) pourrait être observée. Notre solution innovante nous a valu d'être choisi par des experts comme partenaire de l'étude européenne MyPebS (My Personnel Breast Screening), pour comparer le dépistage organisé actuellement en vigueur, au dépistage personnalisé chez 85 000 femmes âgées de 40 à 70 ans. L'objectif étant d'aboutir à la mise en place d'un dépistage personnalisé au niveau européen.

A quel stade de développement en êtes-vous ?

Nous avons franchi toutes les étapes cliniques et réglementaires. Nous sommes maintenant en phase de lancement commercial, en Europe d'abord, et dans un second temps aux Etats-Unis.

Quel est son potentiel commercial ?

Le test MammoRisk® cible un marché de 184 millions de femmes, âgées de 40 à 74 ans, en Europe et aux Etats-Unis, avec un potentiel commercial, à court terme, de plus d'un milliard d'euros. Nous sommes sur du mass-market car nous nous adressons à toutes les femmes en général, avec des tests vendus entre 200 et 300 euros.

Après avoir été utilisé pour les essais cliniques dans une trentaine de centres en Europe et aux Etats-Unis, MammoRisk est déjà commercialisé dans trois centres de soin : à l'hôpital Américain à Neuilly, à l'hôpital la Pitié-Salpêtrière à Paris et à la polyclinique Bordeaux Nord Aquitaine. Nous visons des centres dans des grandes villes.

Nous sommes également présents en Belgique, à Bruxelles et Tournai, en Italie, et nous sommes en négociation avec des centres en Suisse.

Prévoyez-vous d'autres applications pour votre solution prédictive ?

Nos clients nous demandent des applications à d'autres types de cancer concernant les hommes : notamment les cancers du côlon, de la prostate et du poumon. Ces indications feront l'objet d'études cliniques promues par des partenaires académiques. De notre côté, nous fournirons la partie test prédictif. Techniquement, nous devrions être au point d'ici à deux ans et les agréments réglementaires sont attendus sous trois ans.

Vous visez une levée de fonds de 5,3 millions d'euros en milieu de fourchette en vous introduisant sur Euronext Growth. Quels sont vos objectifs ?

Les deux tiers des fonds levés serviront à notre déploiement commercial en Europe et aux Etats-Unis. Nous allons recruter des commerciaux spécialisés qui seront les interlocuteurs des centres de référence utilisant MammoRisk. Nous visons cinq recrutements en 2019 puis dix en 2020. Nous sommes présents aux Etats-Unis depuis 2013, avec trois collaborateurs, et nous y démarrons notre développement commercial.

Un tiers des fonds financera la poursuite de programmes de recherche et des frais courants.

Notre opération d'augmentation en capital est quasiment garantie. Nous avons des engagements de souscription à hauteur de 2,9 millions d'euros par des actionnaires historiques, dont 800 000 euros de la société d'investissement Caravelle, qui nous suit depuis des années et détient 30 % du capital.

Quid de la concurrence sur votre marché ? Comment vous positionnez-vous par rapport aux prétendants ?

Des concurrents peuvent avoir des moyens marketing supérieurs, comme Google. Mais nous sommes sur le marché très régulé de la santé et l'accès aux données pour démontrer les performances prédictives des tests est fondamental. Nous avons donc une bonne longueur d'avance à ce sujet. Google lance « Baseline », un projet pour suivre 10 000 personnes de 2019 à 2023 afin d'étudier les liens entre les causes de pathologies et les risques de maladies. Leur produit ne sortira pas avant 2024. De notre côté, nous sommes déjà en phase de commercialisation.

Caroline Durand-Friot

Disponible sur <https://www.easybourse.com/international/interview/4689/stephane-ragusa-predilife.html>