50 ans après Bernard Tapie, Lifeaz réinvente le soin d’urgence cardiaque

La startup Lifeaz commercialise un défibrillateur à destination des particuliers et petites entreprises. Une innovation qui nous fait faire un saut dans le passé…

Temps de lecture : minute

---

30 octobre 2023

Si vous avez un abonnement Netflix, alors peut-être avez-vous vu passer cette série inspirée de la vie de Bernard Tapie. Parmi les événements plus ou moins insolites qui ont rythmé la carrière de l’homme d’affaires et politicien, on y découvre la création de Coeur Assistance. Dans les années 1970, Bernard Tapie et Maurice Mességué créaient sous ce nom un service médical d’urgence cardiaque.

Le principe était relativement simple : moyennant le paiement d’un abonnement, n’importe quel malade cardiaque pouvait avoir accès à des interventions de secours (supposées) rapides, si un accident survenait. Dans les faits, les échecs se sont multipliés. Au bout de seulement trois ans, Cœur Assistance a fait l’objet d’une plainte de l’ordre des médecins… Et son créateur a été condamné à un an de prison avec sursis, pour “publicité mensongère”. Un destin plutôt sombre, en contraste avec celui de Lifeaz, une startup qui, 50 ans plus tard, réussit à sauver des vies.

Lifeaz imagine un défibrillateur "déployable

partout"

Johann Kalchman, CEO de Lifeaz, s’amuse d'ailleurs de notre comparaison avec Coeur Assistance. Il connaît bien l’histoire de cette entreprise, et ne s’est d’ailleurs pas privé de regarder le biopic sur Bernard Tapie pour en savoir plus. En 2015, il a lancé avec deux associés, Timothée Soubise et Martial Itty, ingénieurs de métier, une startup commercialisant des défibrillateurs (et depuis rejointe par un quatrième associé, Jonathan Levy-Bencheton).

A l’époque, leur constat est le suivant : les personnes souffrant de problèmes cardiaques sont généralement très bien équipées - Johann Kalchman en sait quelque chose, puisqu’il travaille alors dans le secteur des pacemakers implantables. Mais “les gens lambdas”, eux, sont laissés pour compte. Certes, il existe des appareils dans certains lieux, comme les hôpitaux, lmairies, gares, salles de fêtes ou centres commerciaux. Depuis 2021, une loi les a également rendus obligatoires dans les grands magasins, salles de sport, hôtels et centres médicaux. Mais cela ne suffit pas. “Les arrêts cardiaques sont la première cause de mortalité en France, assène le cofondateur de Lifeaz. Le taux de survie n’est que de 5%, car il est nécessaire d’agir très vite, dans les quatre premières minutes, alors que les secours mettent en ville une quinzaine de minutes à pouvoir arriver à leur destination.” La solution qu’ils imaginent ? Une technologie déployable “partout”.

Un produit, une appli et des services : la recette de Lifeaz

Le défibrillateur, nommé Clark et fabriqué en France à Honfleur, est destiné avant tout aux petites entreprises et aux particuliers ou groupes de particuliers (une copropriété, par exemple). Il faut compter 999 euros pour un achat classique, 35,99 euros par mois pour une location. C’est un

produit hardware certes, mais qui se veut couplé à une série de services. L’objet est connecté, notamment pour veiller à sa bonne maintenance. “On estime que 30% des défibrillateurs aujourd’hui installés ne sont pas en état de fonctionnement à cause d’un problème technique, nous apprend Johann Kalchman à ce sujet. Généralement, ils sont vérifiés une fois par an : c’est bien, mais ça ne suffit pas, surtout lorsque des vies sont potentiellement en jeu.”

Ses équipes elles, suivent donc en continu l’état de Clark. Le niveau de sa batterie, le bon fonctionnement de son équipement électronique… Tout est passé au crible.

Autre service : la formation. Là encore, les chiffres parlent d’eux-mêmes. Seulement 20% des personnes seraient formées aux gestes de premiers secours en France, ce qui réduit de façon notable le taux de survie en cas d’accident. “Dans certaines villes américaines, on a des niveaux de formation qui atteignent les 80%, et cela a un impact considérable sur le taux de survie, qui grimpe à 50% !”, confie l’entrepreneur à Maddyness.

Une application mobile gratuite a donc été développée, en partenariat avec les sapeurs-pompiers de Paris. Elle permet de se former depuis sa maison, et d'apprendre, évidemment, à utiliser un défibrillateur.

Déjà 30 vies sauvées en trois ans

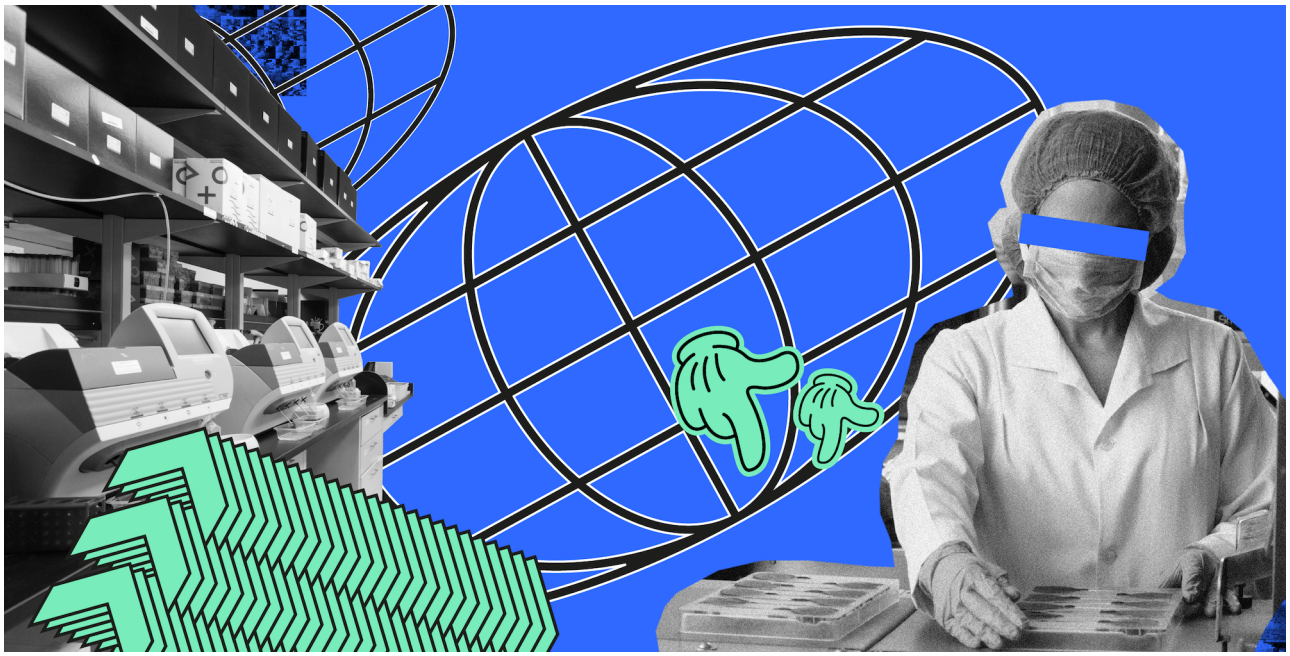
Quelques années après sa création, Lifeaz compte quelques beaux succès à son palmarès. 10 000 appareils ont été déployés, principalement en France. La jeune pousse a levé plus de 10 millions d'euros, auxquels se sont ajoutés divers emprunts et subventions. En 2017, Johann Kalchman a également été classé parmi les innovateurs de moins de 35 les plus prometteurs par la prestigieuse revue du MIT. Surtout, la plus grande fierté de l'entreprise reste "les 30 vies sauvées en l'espace de 3 ans", grâce à ses défibrillateurs.

Pour le fondateur, Bernard Tapie et Lifeaz sont partis "du même constat". Mais si Coeur Assistance n'a pas fonctionné, c'est parce que la méthode était bien différente de celle de Lifeaz. "Déjà, leur objectif à eux était de traiter les urgences cardiaques pour les malades, alors que le nôtre est de se focaliser sur les arrêts cardiaques, et pour tous, car nous pouvons en faire à tout âge, nous explique Johann Kalchman. Bernard Tapie a voulu remplacer les ambulances, alors que nous nous voyons plutôt en support ou relais des services de secours traditionnel. Notre objectif à nous, c'est de faire en sorte que chaque citoyen puisse agir."

La différence est aussi d'avoir développé un produit (bien qu'accompagné de services). Un choix qui a pu leur porter parfois préjudice, car comme nous l'explique l'entrepreneur : "si la Healthtech se porte bien dans le monde des startups, les fonds d'investissements ont encore bien du mal à lui donner la priorité." "Ce n'est pas un sujet très à la mode car nous ne sommes pas forcément dans la démarche de maximiser nos profits, développe le créateur de Lifeaz. Au début, notre priorité est plutôt d'obtenir les certifications, d'investir beaucoup d'argent en recherche et

développement pour avoir quelque chose de très solide. On va s’inscrire dans une démarche de long terme, plutôt que de chercher à revendre d’ici deux ans.”

Les fonds d’investissements se montreraient donc globalement frileux face au hardware en santé. Johann Kalchman, qui a réussi là où d’autres avaient échoué 50 ans plus tôt, nous confie rêver de voir “des fleurons français” s’engouffrer dans ce marché malgré tout. “C’est nécessaire car nous répondons à de vrais besoins… en l’occurrence, sauver des vies”, conclut-il.



À lire aussi
Quand la MedTech s’attaque au cancer : 8 startups à suivre

MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M’INSCRIS

Article écrit par Perrine Signoret