

Odysight, le premier jeu vidéo médical sur mobile

Comment gérer dans le système de santé l'explosion des maladies ophtalmiques chroniques (DMLA, rétinopathies diabétiques, glaucomes...), alors même que les médecins ont de moins en moins de temps à consacrer aux malades ? C'est pour répondre à cette problématique que la start-up Tilak Healthcare a lancé Odysight, une application sur smartphone qui suit l'évolution de la pathologie du patient et optimise la réponse thérapeutique apportée par le médecin.



Un jeu médical ?

Odysight est un puzzle numérique et évolutif au cours duquel les patients doivent réaliser des tests monoculaires pour évaluer l'acuité visuelle de près, la sensibilité aux contrastes, la présence et l'évolution de scotomes ou de métamorphoses. Ces tests ont été réalisés avec l'Institut de la vision à Paris et le Streetlab, laboratoire expérimental de basse vision. La fréquence des tests est établie par le médecin qui prescrit l'application. Ce dernier reçoit en temps réel les données médicales et est alerté si un changement est avéré : "Pour les maladies comme la DMLA ou l'œdème maculaire, il est impératif d'avoir un suivi régulier et d'adapter l'injection des traitements anti-VEGF aux besoins des patients. Avec Odysight, nous allons pouvoir optimiser la prise en charge tout en réduisant la fréquence des consultations et en collectant des données sur l'efficacité des traitements", déclare le professeur José-Alain Sahel, fondateur et directeur de l'Institut de la vision et membre du conseil scientifique de iBionext, le réseau de start-up dont fait partie Tilak Healthcare.

Essais cliniques et commercialisation

L'essai d'aptitude à l'utilisation sera réalisé auprès de patients

et de médecins au sein du CHU de Lille. A partir de janvier 2018, Odysight fera l'objet d'une étude clinique auprès d'un groupe de patients à l'hôpital des Quinze-Vingts à Paris. Commercialisation prévue : troisième trimestre 2018 dans les principaux pays européens et l'Amérique du Nord. "Odysight est un dispositif médical de classe I en Europe et va contribuer à réduire les dépenses de santé en optimisant le

parcours de soins des patients. En fonction des différents systèmes de santé selon les pays, on peut imaginer une prise en charge de l'application par les organismes payeurs", précise Edouard Gasser, directeur général de Tilak Healthcare. Téléchargeable sur Google Play et App Store, le jeu sera disponible sur prescription médicale moyennant un abonnement mensuel de 8,99 €. ●

Eyes-Road lance son nouveau service de "sell-out"

Depuis sa création, le GIE Eyes-Road a pour objectif de faciliter les échanges de données entre les différents acteurs du secteur de l'optique. A l'occasion du Silmo, son président Philippe Cellier a annoncé l'arrivée d'un nouveau service très attendu par les opticiens comme par les lunetiers : le message sell-out. Ainsi, les opticiens sont désormais capables, via la plateforme, de transmettre leurs informations de ventes effectives. L'objectif n'est pas forcément un réassort automatique de la part du fournisseur. En revanche celui-ci peut utiliser ces données à des fins statistiques, pour analyser les tendances et pouvoir anticiper les productions. Pour l'opticien, l'outil permet d'obtenir une livraison plus rapide. Jusqu'ici le seul retour terrain des magasins était celui des représentants, avec un décalage de 12 à 18 mois. Aujourd'hui, l'information en temps réel permet plus d'efficacité pour tous les acteurs.

D'autre part, le GIE, qui compte 88 membres et un CA en hausse de 6% en 2016, continue de développer son axe de formation via des webinaires auprès des utilisateurs des offres "Liberté" et "Liberté+" (les industriels qui souhaitent diffuser leurs catalogues et recevoir des commandes électroniques) et Autonomie (les opticiens qui souhaitent télécharger gratuitement les catalogues des fournisseurs). Enfin, Eyes-Road a largement investi les réseaux sociaux pour communiquer plus fortement auprès des professionnels sur les actualités du groupement, de l'EDI et du secteur. ●