

Paris

Session : Mai- Juin 2021

Année d'étude : Master MSE 1^{ère} année

Discipline : Stratégie II : Grandes orientations stratégiques et entrepreneuriat
(Unités d'Enseignements Fondamentaux 2)

Titulaire(s) du cours : Professeur Martine Pelé

Durée de l'épreuve : 3 heures

Sujet : Les étudiants traiteront le cas « Onduo, quand les géants Google et Sanofi s'allient pour une santé 2.0 » en répondant aux questions suivantes

I – Analysez les enjeux stratégiques de l'alliance Google/Sanofi

II – En dehors des enjeux stratégiques, quels sont les autres types d'enjeux que vous pouvez identifier ?

III – Quels sont les risques éventuels d'une telle alliance pour les différents protagonistes ?

IV – Quels autres modes de croissance les fondateurs auraient-ils pu choisir pour se développer ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Onduo : quand les géants Google et Sanofi s'allient pour une santé 2.0

Quel est le point commun entre Google et Sanofi ? Le géant du numérique de la Silicon Valley, est mondialement connu pour ses services technologiques qui facilitent notre quotidien, notamment grâce à son moteur de recherche ou son service de messagerie Gmail. Dans un tout autre domaine, Sanofi est une entreprise pharmaceutique d'origine française, leader mondial des médicaments sans ordonnance. Ces deux entreprises, géants mondiaux dans leurs secteurs respectifs ont annoncé, en août 2015, une alliance inédite désormais connue sous le nom d'Onduo.

Pour mieux comprendre ce qui a conduit ces deux entreprises mondialement connues et reconnues à s'associer ainsi, revenons tout d'abord sur chacun des fondateurs, puis intéressons-nous au projet qui s'est concrétisé sous la forme d'une coentreprise dénommée Onduo.

I. Aux origines : deux géants dans des domaines bien distincts

A. Google, universellement connu et en même temps méconnu

Inutile, semble-t-il, de présenter Google, tant ce nom est connu et utilisé de tous, l'entreprise semblant être partie intégrante de notre vie quotidienne. Que vous envoyiez vos e-mails avec l'un des 1,5 milliard de comptes Gmail revendiqués par l'entreprise en 2018, que vous soyez un utilisateur de Google Chrome comme navigateur internet, que vous cherchiez l'adresse à laquelle vous devez vous rendre via Google Maps (éventuellement à l'aide de votre téléphone portable équipé d'un système d'exploitation Android), ou que vous regardiez votre vidéo préférée sur YouTube, alors vous faites partie de la galaxie Google !... La mission de l'entreprise est simple et tient en une phrase clairement formulée sur son site internet : « organiser les informations à l'échelle mondiale pour les rendre accessibles et utiles à tous ».

1. De Google à Alphabet

Depuis sa création en 1998 dans la Silicon Valley par deux étudiants, Larry Page et Sergueï Brin, la petite start-up a bien grandi. Elle est structurée depuis 2015 autour de la holding Alphabet (nom donné comme clin d'œil, comme l'explique Larry Page, l'actuel PDG : « l'alphabet représente le langage, une des innovations les plus importantes de l'humanité, et c'est le cœur de l'activité d'indexation de la recherche Google¹. ») Alphabet génère plus de 136 milliards de dollars de chiffre d'affaires en

¹ Source : site internet d'Alphabet <https://abc.xyz/>

2018² pour un bénéfice de 30,7 milliards ; elle fait partie des 10 entreprises les mieux valorisées en bourse, au même titre qu'Amazon, Microsoft ou Apple³.

Parfois qualifié de pieuvre, le conglomérat est organisé en 11 branches d'activités⁴ :

- **Google**, véritable machine à cash, regroupant notamment le moteur de recherche et la régie publicitaire, mais aussi YouTube ou DeepMind, spécialisée dans l'intelligence artificielle.
- **X**, laboratoire en charge des innovations de rupture qui a notamment mis au point les lunettes connectées Google Glass.
- **Loon**, dont l'objectif est de connecter à internet les zones « blanches » restantes dans le monde, à l'aide de ballons transmetteurs évoluant dans la stratosphère.
- **Wing**, d'abord issu du laboratoire X et volant de ses propres ailes depuis 2018, qui développe un système de livraison par drones.
- **Waymo**, au départ (2009) exclusivement focalisé sur la voiture autonome, Google Car et désormais consacré aux différentes formes de mobilité.
- **GV** (ex-Google Ventures), fonds d'investissement pour start-ups.
- **Calico**, société de recherche en biotechnologies, œuvrant pour « la mort de la mort » dans la logique du transhumanisme cher aux fondateurs Larry Page et Sergueï Brin, comme, d'ailleurs, un certain nombre d'autres tycoons de la Silicon Valley, Elon Musk et Mark Zuckerberg en tête.
- **Sidewalk Labs**, filiale dédiée aux smart cities c'est-à-dire à l'amélioration des problématiques urbaines grâce à la technologie.
- **Google Fiber**, projet de réseau de fibres ultra haut débit, déployé en 2019 dans 18 villes américaines.
- **Chronicle Security**, elle aussi issue du laboratoire X, dédiée à la cybersécurité des entreprises.
- **Verily**, qui a pris son autonomie en 2015, filiale santé d'Alphabet ; elle s'appelait précédemment Google Life Sciences.

² Source : Le Journal du Net, 05/02/19, « Les revenus d'Alphabet en hausse de 23 % en 2018, mais les dépenses inquiètent » <https://www.journaldunet.com/ebusiness/publicite/1421316-les-revenus-d-alphabet-en-hausse-de-23-en-2018-mais-les-depenses-inquietent/>

³ Source : Zonebourse.com, 15/01/2019, « Amazon, Microsoft, Alphabet sur le podium des capitalisations » <https://www.zonebourse.com/actualite-bourse/Amazon-Microsoft-Alphabet-sur-le-podium-des-capitalisations--27869505/>

⁴ Source : La Tribune, 04/09/2018, « En 20 ans, l'empire tentaculaire de Google » <https://www.latribune.fr/technos-medias/en-20-ans-l-empire-tentaculaire-de-google-789217.html>

2. L'activité « santé » d'Alphabet, c'est Verily

C'est cette branche « santé » qui nous intéresse tout particulièrement. En pointe sur de nombreux projets technologiquement avancés, mais restant très discrète sur la plupart de ses recherches (ainsi que sur son chiffre d'affaires ou le nombre de ses collaborateurs), Verily a pour ambition de développer des outils et des plateformes permettant d'améliorer la collecte de données liées à la santé et de transformer radicalement la façon de délivrer des traitements médicaux.

Ainsi, en janvier 2019, la filiale « santé » de Google a annoncé avoir obtenu l'accord de la Food and Drug Administration (FDA - l'agence fédérale américaine des denrées alimentaires et des médicaments) pour équiper sa « Study Watch » (concurrente directe de l'Apple Watch) d'un électrocardiogramme. L'entreprise fait également régulièrement parler d'elle avec son projet « Baseline Study » qui vise à cartographier la santé de l'humanité.

Mais pour mener à bien ses projets, Verily compte aussi beaucoup sur des partenariats, que ce soit avec de grandes entreprises des sciences de la vie, de fabrication de dispositifs médicaux ou des organismes gouvernementaux.

Ainsi, dans le cas du projet « Smart Lens Program », lentilles de contact connectées destinées aux personnes presbytes ayant été opérées de la cataracte, Verily travaille avec Alcon, une filiale du groupe pharmaceutique suisse Novartis. Sur le projet « Verb Surgical », c'est en partenariat avec Ethicon, division du groupe Johnson & Johnson (entreprise américaine de matériel pharmaceutique et médical et de produits d'hygiène), qu'a été créée une start-up spécialisée dans la robotique chirurgicale.

B. Sanofi, une croissance par fusion-acquisition sur un marché hyperconcurrentiel

Tout le monde connaît le Doliprane, médicament symbole de la taille et du poids de Sanofi dans l'industrie pharmaceutique, qui commercialise en France plus de 200 médicaments, vaccins ou produits de santé.

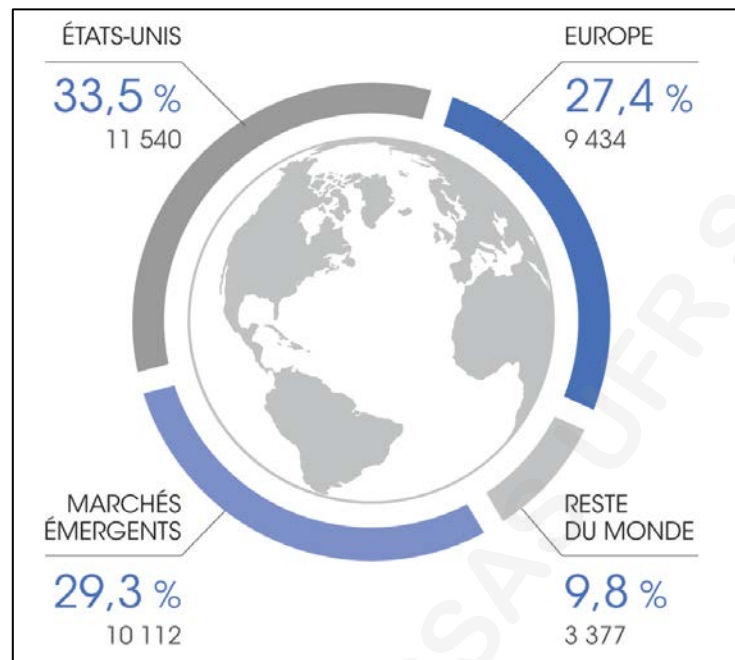
1. Sanofi, 3^e entreprise pharmaceutique mondiale

Entreprise française créée en 1973 (1994 sous le statut juridique actuel), elle a grandi par vagues successives de rachats et fusions, pour devenir le numéro 3 mondial du secteur avec un chiffre d'affaires de 34,4 milliards d'euros en 2018 (cf. Figure 1). C'est aussi la première entreprise française au regard du montant annuel investi en R&D (17,1 % du CA en 2018, soit plus de 5 milliards d'euros) et la 5^e entreprise en nombre de brevets déposés en Europe, tous secteurs confondus⁵, dans un secteur où les investissements sont nécessairement lourds, compte tenu du temps nécessaire au

⁵ Source : site internet de l'entreprise <https://www.sanofi.fr/fr/nous-connaître/qui-sommes-nous>

développement d'un médicament, depuis la recherche fondamentale à sa mise sur le marché (en moyenne de 15 à 20 ans).

Figure 1. Répartition du chiffre d'affaires 2018 par zone géographique (en millions d'euros)

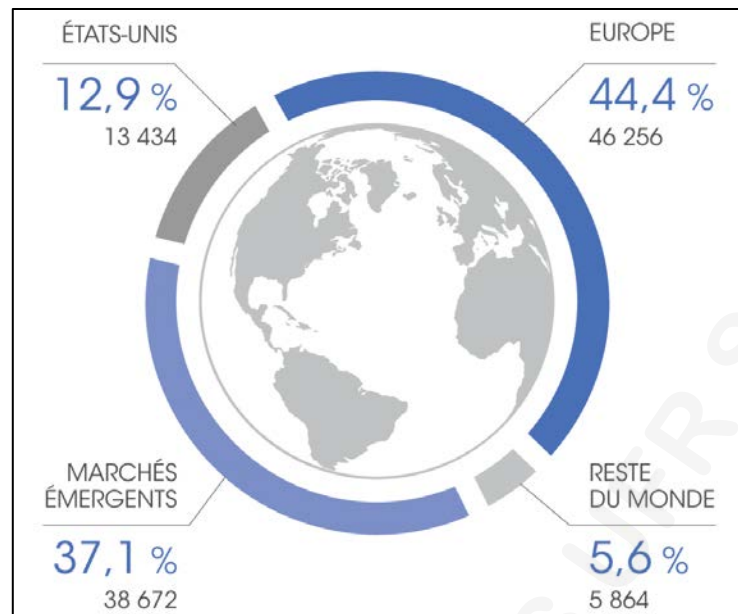


Source : Sanofi, document de référence 2018, p. IV

Sanofi est organisée en 5 grands domaines d'activités, appelés « aires thérapeutiques » : la médecine générale (notamment les produits génériques), la médecine de spécialités (Sanofi Genzyme, branche spécialisée sur les maladies rares, la sclérose en plaques, l'oncologie ou l'immunologie), les vaccins (Sanofi Pasteur), la santé grand public et l'activité « diabète et maladies cardiovasculaires ».

L'entreprise accueille plus de 100 000 collaborateurs et est présente dans une centaine de pays, son activité étant réellement internationale (cf. Figure 2).

Figure 2. Répartition des effectifs 2018 par zone géographique (en nombre de collaborateurs)



Source : Sanofi, document de référence 2018, p. V

2. Le diabète, une activité clé pour Sanofi

L'une des activités clés de Sanofi est le diabète, qui fait d'ailleurs l'objet d'une « aire thérapeutique » à part entière (avec les maladies cardiovasculaires). Sanofi est ainsi le numéro 2 mondial du domaine, derrière le danois Novo Nordisk.

Le Lantus® est le produit phare de Sanofi dans ce domaine. Il s'agit d'une insuline indiquée dans le traitement du diabète de l'adulte, de l'adolescent et de l'enfant ; elle est disponible dans plus de 130 pays, mais est concurrencée depuis 2015 par des médicaments dits biosimilaires, l'un commercialisé par Eli Lilly and Company (10e groupe pharmaceutique mondial), l'autre par Mylan (spécialisé dans les médicaments génériques) ; des actions en contrefaçon de brevet sont d'ailleurs en cours depuis juin 2017 aux États-Unis contre ce dernier laboratoire. L'enjeu est de taille : en effet, le Lantus® générait en 2015 près de 6,4 milliards d'euros de ventes. Mais l'arrivée à échéance partielle de certains brevets protégeant ce médicament a conduit à la mise sur le marché de produits directement concurrents et surtout moins chers, amenant certains assureurs américains à ne plus rembourser le Lantus®. D'ailleurs, depuis 2015, le CA généré par l'activité Diabète baisse inexorablement (-10,4 % à taux de change constant entre 2017 et 2018), les difficultés du Lantus® expliquant une grande partie (-19 % entre 2017 et 2018)⁶. Sur le plan géographique, la plus forte baisse enregistrée vient des États-Unis (-33,3 % à taux de changes constants), du fait d'une part de l'évolution du programme de couverture sociale Medicare et d'autre part de la baisse continue des prix nets moyens des insulines comparables, avec plusieurs produits de substitution. En Europe, la baisse est de -

⁶ Source : Sanofi, document de référence 2018, p.151 à 154

9,7 %, s'expliquant pour partie par un transfert des patients vers une autre insuline produite par Sanofi, le Toujeo®. Seuls les marchés émergents voient les ventes du Lantus® augmenter en 2018 (+5,3 %).

3. Un intérêt récent (et nécessaire) pour la santé digitale

Depuis quelques années déjà, la santé digitale est intégrée dans la stratégie de l'entreprise. En témoigne, toujours dans le domaine du diabète, le lancement en 2014 de l'application mobile gratuite « Mon Glucocompteur », développée en partenariat par Sanofi avec des équipes du Centre Hospitalier Universitaire de Toulouse ; cette application accompagne les diabétiques en leur permettant de calculer leurs glucides et d'estimer leurs doses d'insuline en fonction de la composition de leur repas⁷.

Alors que la e-santé se développe très rapidement partout dans le monde (cf. partie II), Sanofi a annoncé, en février 2019, la nomination d'un Chief Digital Officer qui aura pour mission de « renforcer la stratégie de Sanofi en matière d'intégration des technologies numériques et de la science médicale, afin d'améliorer la prise en charge des patients. Dans ses fonctions, il sera chargé de développer le portefeuille d'initiatives digitales de Sanofi grâce à la mise en œuvre de collaborations de grande envergure avec des partenaires externes, au renforcement des infrastructures internes et à la recherche de nouveaux débouchés commerciaux pour Sanofi dans la sphère digitale⁸. »

II. La concrétisation de l'alliance : la création d'Onduo

Fin août 2015, les entreprises Google Life Sciences (rebaptisée Verily en décembre de la même année) et Sanofi annoncent par voie de communiqué de presse nouer une alliance stratégique dans le domaine du diabète.

A. Le projet : mieux lutter contre le diabète

1. L'annonce : une alliance stratégique pour lutter contre le diabète

Selon le communiqué officiel du 31 août 2015, cette collaboration vise à « améliorer la prise en charge et les résultats cliniques des personnes atteintes de diabète de type 1 et 2 ». L'idée, résumée par le directeur général de Sanofi Olivier Brandicourt, est de combiner « *les atouts et le savoir-faire de Sanofi dans le diabète avec le leadership de Google en matière de technologie et d'analyse, afin de lancer une initiative unique en son genre ayant*

⁷ Source : Sanofi <https://www.sanofi-diabete.fr/vivre-avec-le-diabete/gerer-diabete-au-quotidien/nos-applications/mon-glucocompteur>

⁸ Source : Sanofi, document de référence 2018, p.136

le potentiel de transformer le traitement du diabète.⁹ Cependant, au-delà de l'information donnée aux médias, les termes de l'accord sont restés confidentiels. »

Selon Denise Silber, Présidente de Basil Stratégie interrogée par Challenges au moment de cette annonce, « *le diabète se prête particulièrement à la convergence des méthodes classiques et de la santé connectée. Il touche un grand nombre de personnes et suscite beaucoup de recherche, car il y a un potentiel d'amélioration considérable. Il n'est pas étonnant que Google s'y intéresse¹⁰.* » D'ailleurs, le géant américain s'est déjà rapproché du leader mondial en la matière, le laboratoire Novo Nordisk, avec lequel il a passé, en juillet 2015, un accord pour mettre au point des lentilles de contact permettant de mesurer le taux de sucre dans le sang (glycémie).

2. Pourquoi le diabète ?

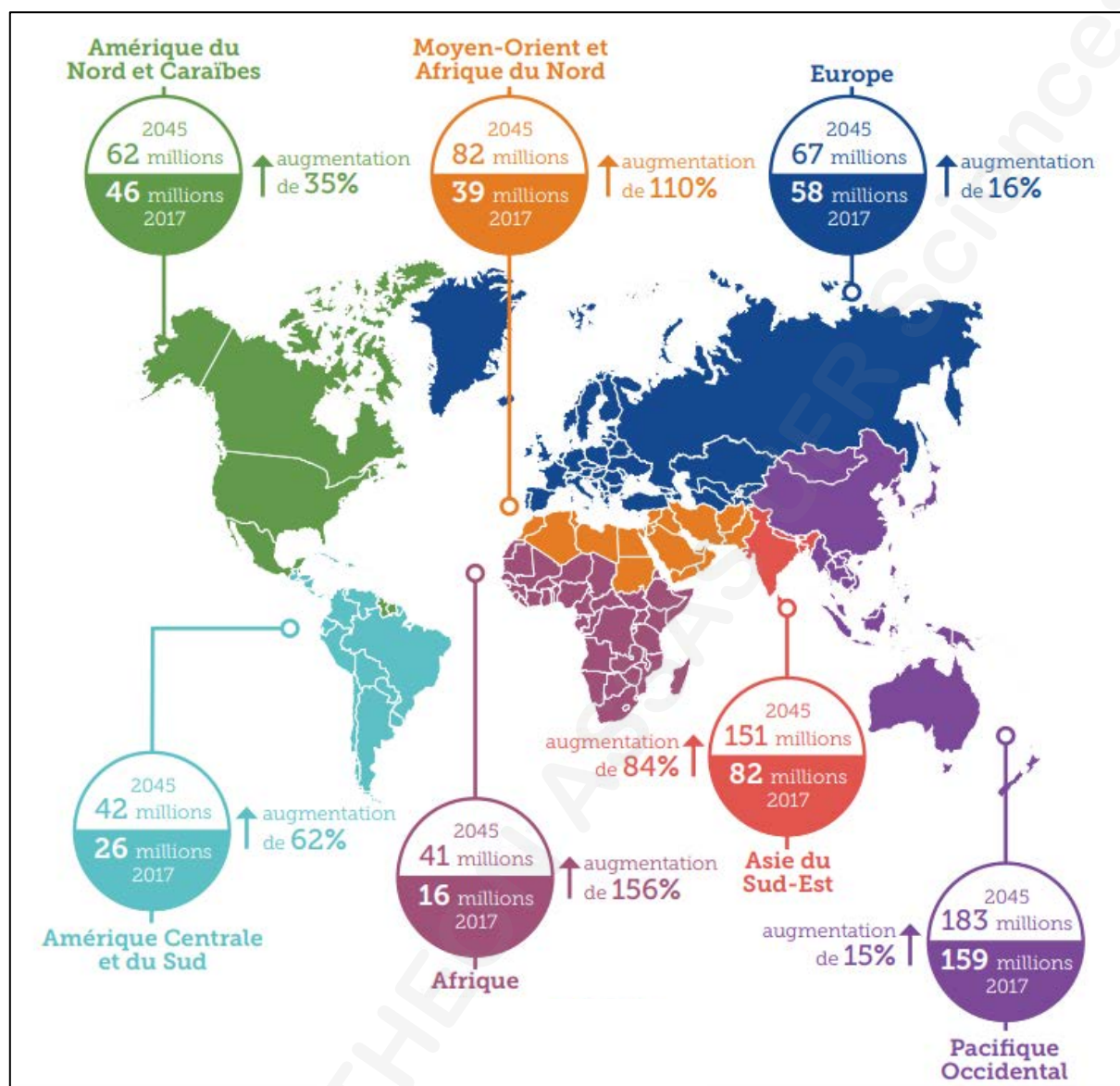
Le diabète est une maladie chronique, qualifiée par l'OMS (Organisation Mondiale de la Santé) de pandémie mondiale. Elle touche, en 2014, environ 422 millions de personnes dans le monde, soit 8,5 % de la population mondiale (contre « seulement » 4,7 % en 1980)¹¹, et devrait constituer, d'ici 2030, la 7e cause de décès dans le monde. Les projections, établies par la Fédération Internationale du Diabète (FID), font état de 629 millions de personnes atteintes en 2045 (cf. Figure 3). En 2017, les pays les plus touchés sont (en nombre de personnes atteintes de 20 à 79 ans) la Chine, l'Inde et les États-Unis.

⁹ Source : Le Monde, 25/02/2016, « L'alliance de Sanofi et de Google dans le diabète reçoit le feu vert de l'UE » https://www.lemonde.fr/economie/article/2016/02/25/l-alliance-de-sanofi-et-de-google-dans-le-diabete-recoit-le-feu-vert-de-l-ue_4871652_3234.html#xCSVVOIGTicGmTWR.99

¹⁰ Source : Challenges, 01/09/2015, « Pourquoi Google s'allie à Sanofi pour lutter contre le diabète » https://www.challenges.fr/challenges-soir/pourquoi-google-s-allie-a-sanofi-pour-lutter-contre-le-diabete_67948

¹¹ Source : OMS <https://www.who.int/health-topics/diabetes>

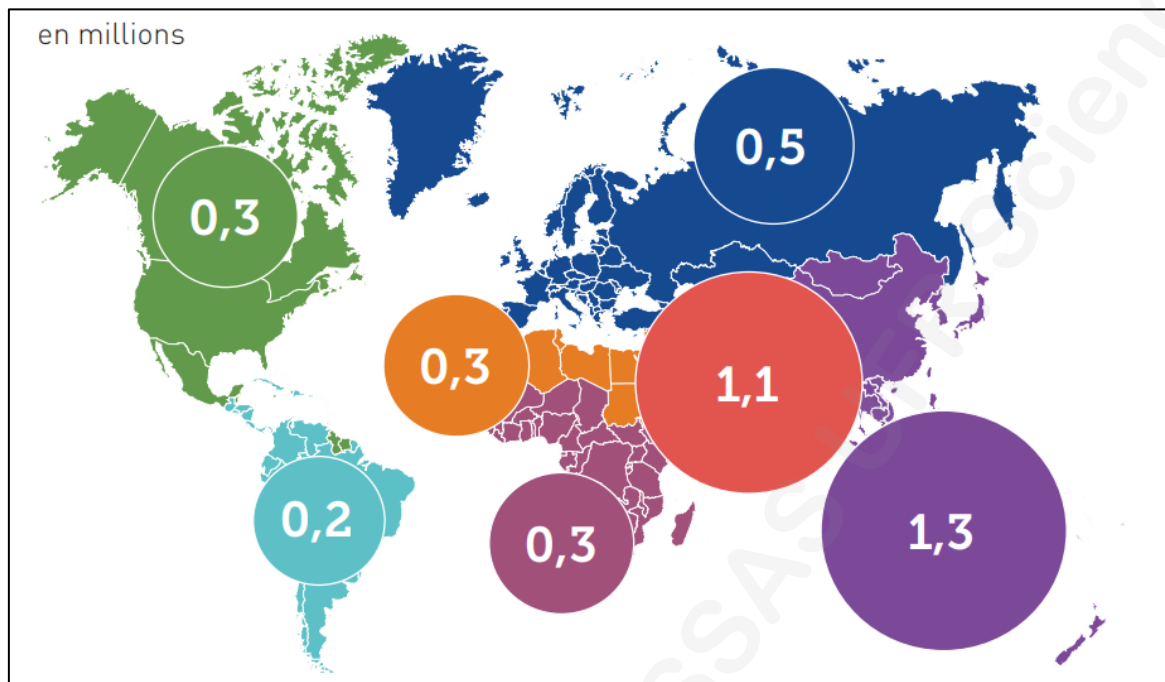
Figure 3. Nombre de personnes atteintes de diabète dans le monde, entre 2017 et 2045 (20-79 ans)



Source : Fédération Internationale du Diabète, Atlas du Diabète de la FID 8^e édition, p. 9

On estime à 4 millions le nombre de décès dus au diabète dans le monde en 2017 (cf. Figure 4).

Figure 4. Nombre de décès dus au diabète dans le monde (en 2017)



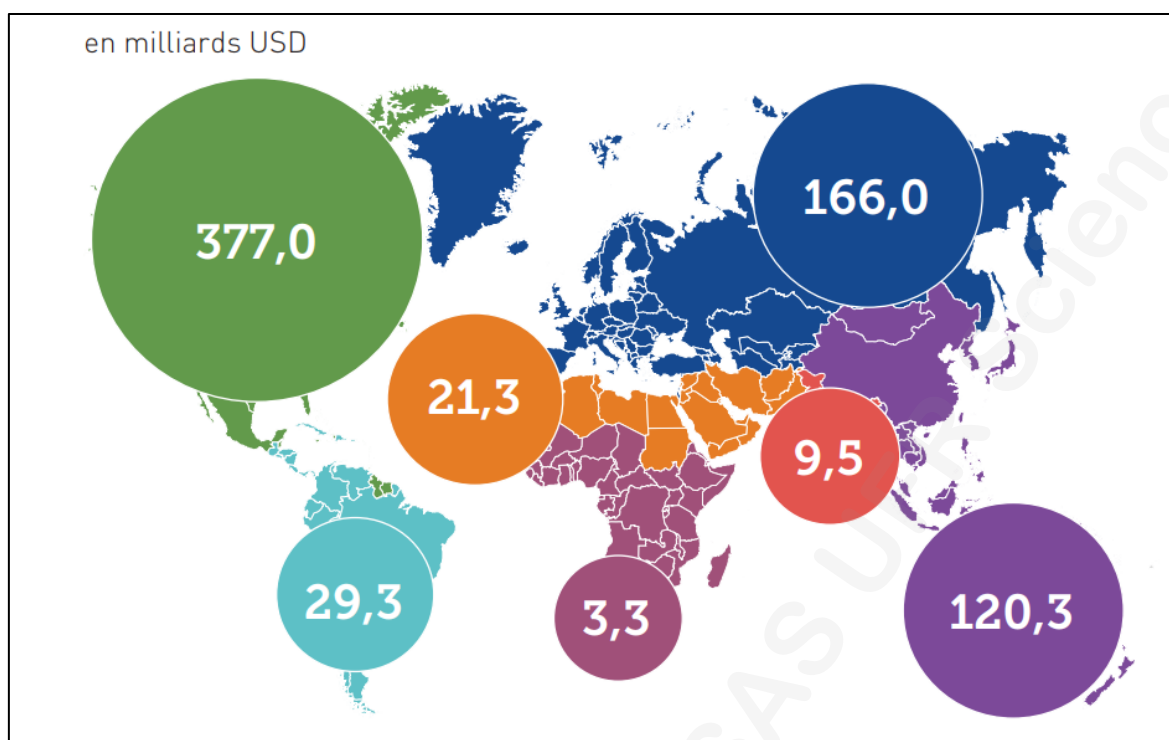
Source : Fédération Internationale du Diabète, Atlas du Diabète de la FID 8^e édition, p. 40

Au-delà de la dimension humaine (mortalité prématurée et qualité de vie moindre liée aux complications du diabète), l'impact économique de la maladie est considérable. Au plan mondial, les dépenses de soins en santé pour le diabète sont évaluées à 727 milliards de dollars ; elles ont été multipliées par 3 en 10 ans¹².

Les variations sont grandes selon les pays : c'est aux États-Unis, en Chine et en Allemagne qu'elles sont les plus élevées en valeur absolue ; le coût annuel pour une personne atteinte de diabète est, quant à lui, plus élevé aux États-Unis, au Luxembourg et à Monaco, et le plus faible à Madagascar, en République Démocratique du Congo et en République centrafricaine (cf. Figure 5).

¹² Source : FID - Atlas du Diabète de la FID, 8e édition, p.51

Figure 5. Dépenses de santé dues au diabète (pour les 20-79 ans, en 2017)



Source : Fédération Internationale du Diabète, Atlas du Diabète de la FID 8^e édition, p. 40

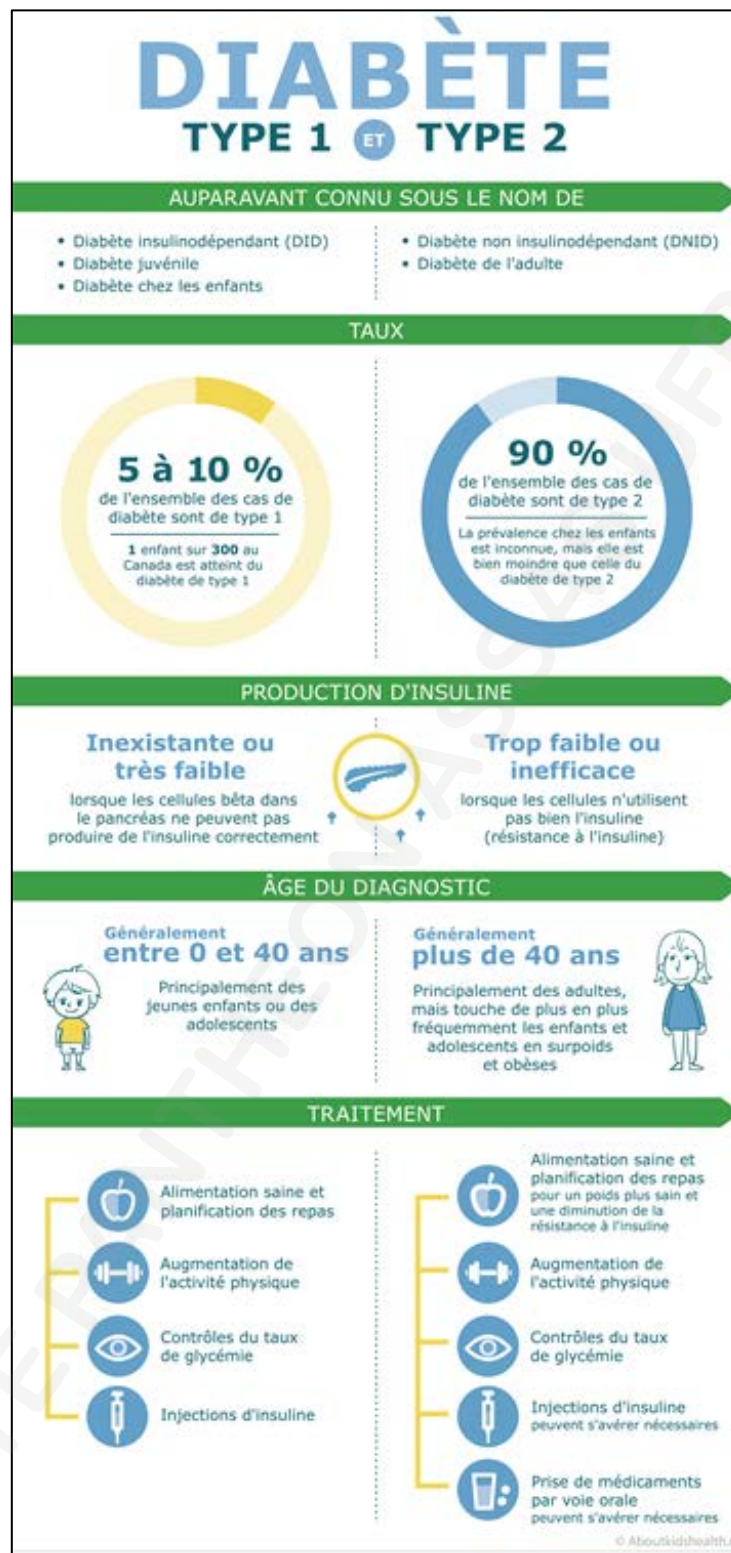
On distingue deux principales formes de diabète, dites de « type 1 » et de « type 2 » (cf. Figure 6), auxquelles s'ajoute le diabète gestationnel (qui apparaît temporairement pendant la grossesse) :

- Le diabète de type 1, maladie auto-immune, concerne 10 % des diabétiques. Il correspond à une élévation de la concentration de glucose dans le sang, c'est-à-dire une hyperglycémie, qui survient lorsque le pancréas cesse de sécréter de l'insuline, hormone régulatrice de la glycémie. Grave s'il n'est pas détecté et traité (via un apport d'insuline exogène, réalisé par des injections sous-cutanées d'insuline plusieurs fois par jour), ce diabète est aujourd'hui très bien pris en charge.¹³
- Le diabète de type 2 est un trouble du métabolisme, principalement lié au mode de vie. Il correspond à un excès durable de la concentration de glucose dans le sang et concerne 90 % des diabétiques, sachant qu'on estime que 20 à 30 % des adultes diabétiques ne sont pas diagnostiqués. Il entraîne des complications graves à long terme, augmentant le risque d'infarctus du myocarde, entraînant des néphropathies (pathologies nécessitant une dialyse ou une greffe de rein), et nécessitant parfois une amputation des membres inférieurs. Le principal facteur

¹³ Source : INSERM <https://www.inserm.fr/information-en-sante/dossiers-information/diabete-type-1>

de risque tient à l'hygiène de vie, notamment une alimentation trop grasse et trop sucrée et des modes de vie de plus en plus sédentaires.¹⁴

Figure 6. Différences entre les deux principales formes de diabète



Source : About Kids Health <https://www.aboutkidshealth.ca/fr/Article?contentid=1718&language=French>

¹⁴ Source : INSERM <https://www.inserm.fr/information-en-sante/dossiers-information/diabete-type-2>

Le traitement du diabète constitue un réel défi de santé publique au niveau mondial, les pays en développement étant particulièrement touchés. Comme le rappelle le Dr Krug, de l'OMS, « *environ un siècle après la découverte de l'insuline, le rapport mondial sur le diabète montre que les technologies et médicaments essentiels contre le diabète, notamment l'insuline, qui sont nécessaires pour le traitement de la maladie, sont en général disponibles dans seulement un pays sur trois parmi les pays les plus pauvres du monde* » alors que « *l'accès à l'insuline représente une question de vie ou de mort pour de nombreux diabétiques. Améliorer l'accès à l'insuline [...] devrait être une priorité*¹⁵. »

Si, au-delà de la prévention, les traitements existent, ceux-ci restent encore particulièrement contraignants pour les patients. Comme le note le fondateur d'une association américaine de patients atteints de diabète, il s'agit maintenant d'« *autonomiser les personnes atteintes de diabète et leurs proches pour qu'ils puissent prendre en charge leur maladie avec facilité et efficacité*¹⁶. »

B. La création d'Onduo

C'est un an plus tard, en septembre 2016, que Sanofi et Verily annoncent, par voie d'un communiqué de presse commun, le lancement d'une coentreprise baptisée Onduo. Ciblante dans un premier temps le diabète de type 2, la joint-venture ambitionne de développer des solutions intégrées combinant dispositifs médicaux, logiciels, traitements et soins pour faciliter la prise en charge des patients.

Chaque fondateur investit 248 millions d'euros dans le projet et apporte ses compétences respectives : pour Sanofi, dans le développement des médicaments, depuis la recherche fondamentale jusqu'à l'AMM (Autorisation de Mise sur le Marché) ; pour Verily, l'analyse de données, la miniaturisation et le développement de logiciels. Stefan Oelrich, directeur de l'activité diabète chez Sanofi, déclare alors : « *Ce que nous voulons, c'est proposer une solution globale qui connecte ces différents objets et logiciels. Certaines des technologies ou dispositifs nécessaires existent déjà, d'autres restent à mettre au point, mais cela ira beaucoup plus vite que le développement d'un médicament*¹⁷. »

La nouvelle entreprise est localisée à Cambridge, près de Boston, dans le « couloir des sciences de la vie » (Life Sciences Corridor), cluster regroupant plus de 1875 établissements pour 82 000 emplois¹⁸, depuis Somerville, au nord de Boston, à Braintree, au sud (cf. Figure 7).

¹⁵ Source : OMS <https://www.who.int/fr/news-room/detail/06-04-2016-world-health-day-2016-who-calls-for-global-action-to-halt-rise-in-and-improve-care-for-people-with-diabetes>

¹⁶ Source : Communiqué de Presse Sanofi Verily du 12/09/16

¹⁷ Source : Les Échos, 11/09/16, « Comment Sanofi et Google veulent lutter contre le diabète » <https://www.lesechos.fr/2016/09/comment-sanofi-et-google-veulent-lutter-contre-le-diabete-214147>

¹⁸ Source : Life Sciences Corridor <http://lifesciencescorridor.com/corridor-cities/>

Figure 7. Le « Life Sciences Corridor », côte est des États-Unis



Source : <http://lifesciencescorridor.com/corridor-cities/>

Est nommé à la tête de la nouvelle entreprise le Dr Joshua Riff, médecin de formation, précédemment Senior Vice-président de la filiale Services de Santé du groupe américain UnitedHealth. Lors de sa nomination, il explique : « *mon expérience de médecin et du pilotage d'initiatives de santé grand public m'ont permis de mesurer toute l'étendue des difficultés quotidiennes auxquelles sont confrontées les personnes atteintes de diabète. Qu'il s'agisse du suivi des apports alimentaires, de la mesure de la glycémie ou encore de la recherche active de soins médicaux, les défis que soulève le diabète pour le bien-être physique et mental sont incroyablement complexes. Nous voulons développer des solutions qui donnent aux personnes atteintes de diabète la possibilité de se concentrer sur ce qu'elles aiment et apprécient dans la vie en leur fournissant des outils qui permettront d'alléger la prise en charge de leur maladie*¹⁹. »

¹⁹ Source : Communiqué de Presse Sanofi Verily du 12/09/16

C. Les premiers essais cliniques²⁰

En juin 2017, Onduo annonce son intention de mener des essais cliniques aux États-Unis, afin de pouvoir lancer sa plateforme de médecine personnalisée dès 2018.

En effet, depuis sa création, Onduo a explicitement fait le choix d'associer plusieurs parties prenantes indispensables dans le développement de telles solutions, au premier rang desquels des patients, des médecins experts, mais aussi des organismes payeurs.

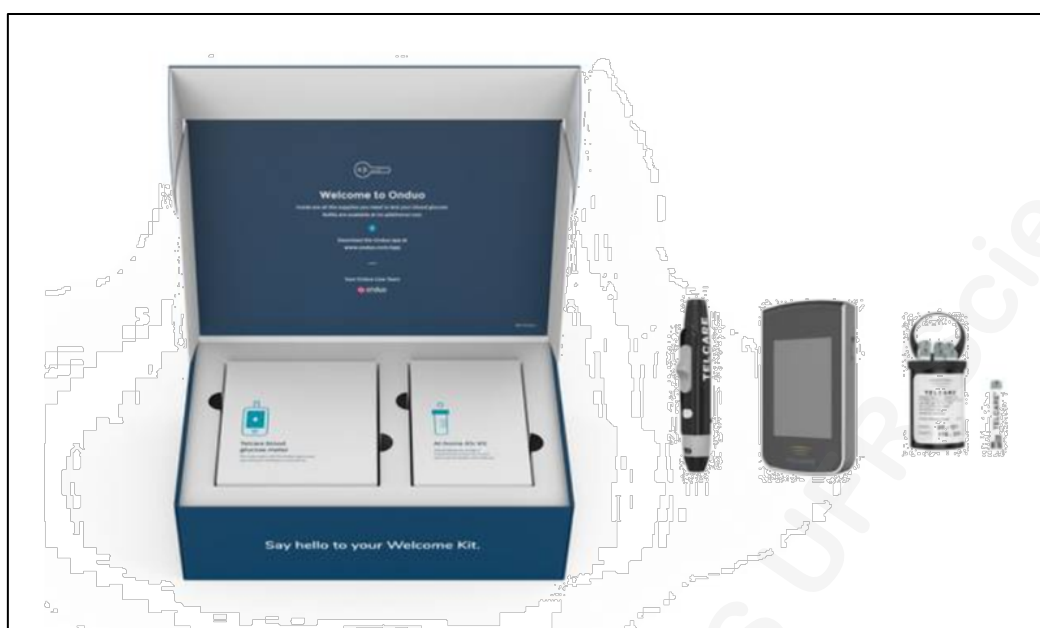
C'est avec l'appui de deux réseaux de soins de santé américains — Sutter Health (Californie) et Allegheny Health (Pennsylvanie) — que les tests sont effectués.

Au 1^{er} semestre 2018, Onduo franchit une nouvelle étape en lançant sa « clinique virtuelle du diabète », agréée par la Food and Drug Administration (FDA). Par le biais d'une application disponible sur le smartphone du patient, celui-ci dispose de conseils et réponses totalement personnalisés afin de gérer son diabète en temps réel et d'optimiser son traitement médicamenteux. Un logiciel d'intelligence artificielle, spécialement conçu pour Onduo, permet ainsi d'analyser les données concernant l'activité physique du patient, le contenu de son dernier repas, mais aussi son taux de glycémie. Cependant, l'accompagnement humain reste prépondérant, par le biais de médecins, nutritionnistes ou « coachs » consultables à distance. Environ 1000 patients sont alors concernés, plusieurs assureurs américains ayant d'ores et déjà manifesté leur intérêt et se déclarant prêts à rétribuer Onduo en fonction de l'atteinte d'objectifs thérapeutiques chez les patients suivis.

Concrètement, l'entreprise envoie dans un premier temps un kit de bienvenue (« Welcome Kit » - cf. Figure 8), comprenant notamment un lecteur connecté de glycémie. Pour le patient, le kit est gratuit.

²⁰ Source : Communiqué de Presse Sanofi Verily du 12/09/16

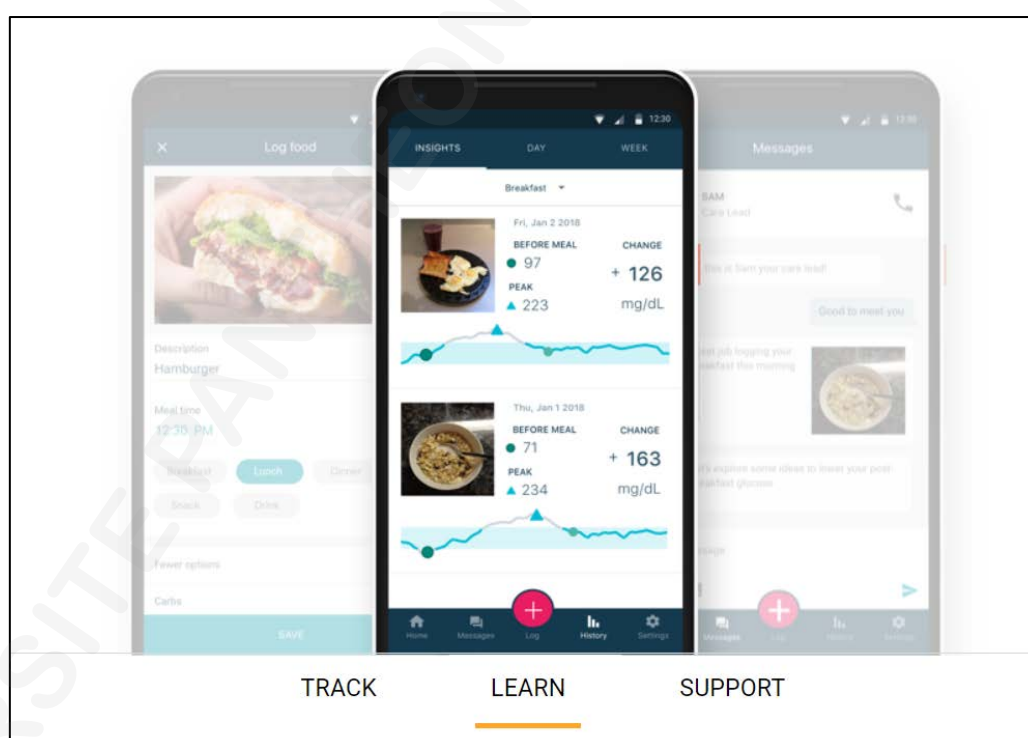
Figure 8 — Le « Welcome Kit » d'Onduo



Source : onduo.com

Dans un deuxième temps, il suffit de télécharger l'application Onduo sur smartphone (disponible sous Android et iOS) afin de suivre en temps réel les indicateurs, mais aussi les conseils personnalisés (cf. Figure 9).

Figure 9 — L'application Onduo



Source : onduo.com

D. Et après ?

En mars 2019, le dispositif reste encore en phase de test, plus de 4600 patients étant alors suivis.

Selon Gilles Litman, vice-président chez Sanofi en charge, notamment, des solutions intégrées dans le diabète, l'objectif est d'élargir le dispositif à l'ensemble du territoire américain avant de l'étendre à l'Europe puis au reste du monde, à moyen terme — c'est-à-dire d'ici 3 à 5 ans selon l'intéressé²¹.

²¹ Source : <https://bfmbusiness.bfmtv.com/entreprise/comment-sanofi-et-google-veulent-rendre-le-suivi-du-diabete-plus-simple-1454600.html#xtor=AL-68>