



L'abonnement à Health and Tech Intelligence est payant, merci de respecter la propriété intellectuelle et de ne pas transférer cet article sans autorisation préalable de Health and Tech Intelligence.

Imprimé par Charlotte Saiman pour son seul usage (ab. n° 4149)

## Les laboratoires pharmaceutiques doivent réviser leur stratégie digitale, selon Les Echos Etudes

Paris - Publié le lundi 8 janvier 2018 à 18 h 27 - Actualité n° 5478

Confrontés à la concurrence croissante des GAFAMs sur leur propre marché, les laboratoires pharmaceutiques doivent réviser leur modèle organisationnel et leur stratégie afin de répondre aux enjeux du digital en santé, selon des pistes esquissées par les auteurs d'une étude réalisée conjointement par Les Echos Etudes, Health Innov, EuroHealthNet, publiée fin décembre 2017 et dont H&TI s'est procuré la synthèse.

La révolution numérique induit des bouleversements majeurs au sein des entreprises, modifiant organisation, *business model*, culture d'entreprise et mode de management.

Pourtant, soulignent les auteurs de l'étude, « peu de laboratoires ont construit un design organisationnel permettant de porter cette transformation digitale », à l'exception de quelques initiatives engagées par les Big pharma. Sanofi, Roche ou encore GSK commencent à structurer un écosystème élargi à la sphère digitale, au travers de living labs et d'incubateurs...

Face à la concurrence des GAFAMs sur leur propre marché, ils doivent néanmoins réviser leur modèle organisationnel selon des pistes esquissées par les auteurs de cette étude dont le titre est évocateur : « Les stratégies digitales des laboratoires pharmaceutiques : Transformation des organisations, nouveaux réseaux d'innovation et écosystème élargi à l'ère du *connected care* ».

### Le pouvoir disruptif du digital dans la santé et ses implications pour les laboratoires pharmaceutiques

Les auteurs soulignent que « la création de valeur dans le secteur de la santé ne repose plus uniquement sur le médicament, mais aussi sur des services et des solutions que les acteurs du numérique investissent activement. Le digital crée de véritables opportunités d'innover dans les services et la promotion de la santé ». Toutefois, si les laboratoires ont conscience de la nécessité de réviser leurs modèles organisationnels, les démarches effectuées en ce sens demeurent à ce jour insuffisantes.

### La montée en puissance des GAFAMs, des Big/Med Tech et des opérateurs de l'information cognitive dans le monde pharmaceutique

L'étude relève que les principaux acteurs du web (les GAFAMs) ont développé des plateformes mobiles, applications, et outils connectés reposant sur des données de santé ou de bien-être. Sont notamment cités Apple HealthKit, Samsung Digital Health Initiative, Microsoft HealthVault, Google Android Wear, Google Fit et Nike+. Certains d'entre eux ont conclu des partenariats avec des établissements hospitaliers américains.

### « Une nécessaire évolution des organisations et des compétences » s'impose dans le monde pharmaceutique

Ces nouveaux acteurs de l'économie numérique menacent les laboratoires pharmaceutiques traditionnels. Ainsi, « face à cette menace, une nécessaire évolution des organisations et des compétences » s'impose au sein du monde pharmaceutique.

Les laboratoires pharmaceutiques privilégient une organisation en *Business Units*, laquelle favorise peu la transversalité. Or, relèvent les auteurs de cette étude, le digital impose une transversalité. Les *digital teams* des laboratoires « ne permettent pas encore de compenser ce manque de transversalité ».

## Plusieurs outils permettent de mener à bien cette transformation digitale

Parmi les propositions formulées pour faire évoluer le modèle économique des laboratoires pharmaceutiques et mener à bien la transformation digitale, retenons notamment :

- La création d'innovation labs, hackatons, intégration et création d'incubateurs, soutien au développement de start-up ;
- L'affirmation de la place du digital dans les stratégies de services des laboratoires pharmaceutiques ;
- La création de partenariats entre les nouveaux acteurs de l'économie numérique et les laboratoires pharmaceutiques.

L'étude s'achève par l'analyse comparée de deux nouveaux modèles d'organisation mis en oeuvre par Sanofi et Pierre Fabre.

---

© Health and Tech Intelligence 2018 - Code de la propriété intellectuelle : « La contrefaçon (...) est punie de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende. Est (...) un délit de contrefaçon toute reproduction, représentation ou diffusion, par quelque moyen que ce soit, d'une oeuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur. »