
Entreprise

Mariage de raison de Sanofi et Abbott dans le diabète

Par Thuy-Diep Nguyen le 17.09.2019 à 08h00

ABONNÉS

Le Français et l'Américain s'associent pour développer des produits dans la mesure du taux de glycémie et l'administration d'insuline. Alliance défensive sur ce marché laminé par la guerre des prix mais promis à une croissance exponentielle - 649 millions de diabétiques dans le monde à l'horizon de 2045. Ce même jour, le danois Novo Nordisk et l'américain Medtronic ont annoncé un mariage quasi-identique. Décryptage.



Le Français et l'Américain s'associent pour développer des produits dans la mesure du taux de glycémie et l'administration d'insuline. Alliance défensive sur ce marché laminé par la guerre des prix mais promis à une croissance exponentielle - 649 millions de diabétiques dans le monde à l'horizon de 2045.

STOYAN NENOV

Quelle direction prendre pour maintenir son rang sur le marché du diabète, marché laminé par la guerre des prix dans l'insuline ? La question était déjà sur la feuille de route d'Olivier Brandicourt lors de sa nomination à la direction générale de Sanofi en 2014. Cinq ans et un directeur général plus tard - Paul Hudson, entré en fonctions le 1er septembre dernier -, elle est plus que jamais d'actualité. Le marché du diabète est tristement exponentiel : selon les experts, de 425 millions de malades dans le monde, il devrait atteindre 629 millions en 2045. En s'alliant lundi à l'Américain Abbott, le laboratoire tricolore semble confirmer sa volonté de s'étendre sur toute la chaîne de valeur de cette maladie, notamment en matière de collecte et d'analyse des données sur le patient. Manière aussi de sécuriser ses parts de marché.

Concrètement, Sanofi et Abbott vont unir leurs forces en matière de récolte et d'analyse des données des patients diabétiques, pour la mesure du taux de glycémie, comme l'administration d'insuline, les deux piliers du traitement. Abbott apporte dans la corbeille son savoir-faire en matière de capteur : le FreeStyle Libre, un glucomètre qui permet de mesurer le taux de glycémie, sans se piquer le bout des doigts, associé à une application mobile permettant de visualiser en temps réel sur son smartphone l'évolution de ce taux. De son côté, Sanofi met au pot son expérience en matière d'administration et de dosage d'insuline digitalisée, tel son projet de stylo intelligent et les logiciels et applis idoines, en cours de développement.

Accès au patient sur la durée

Objectif officiel du duo : améliorer la prise en charge des malades. Dessein ô combien louable et bénéfique pour l'image... Mais qui permet surtout aux géants de l'insuline de s'assurer l'accès au patient sur la durée. Entrer dans l'écosystème pour récolter des données sur la manière dont le patient se soigne et se comporte, c'est encore le meilleur moyen de sortir à l'avenir des innovations à forte valeur ajoutée et aux meilleures marges, susceptibles de compenser la chute des prix dans l'insuline. Un cercle vertueux.

Et une course à l'échalote qui semble animer tous les ténors du secteur. Lundi matin, à peine dévoilée l'alliance Sanofi -Abbott, le Danois Novo Nordisk, numéro un mondial de l'insuline, annonçait à son tour un partenariat quasi-identique avec l'Américain Medtronic, géant du matériel médical. "Les industriels se rapprochent du matériel médical - capteurs, pompes à insuline - car accéder au matériel c'est l'assurance de bien connaître et d'accéder au patient, souligne Christophe Pouchoy, gérant du fonds Trecento Santé.. D'où les accords tous azimuts."

Sanofi pose des jalons

De fait, pour pallier la chute de ses ventes dans l'insuline, voilà plusieurs années que le laboratoire Sanofi multiplie les accords, pose des jalons... Sans gagner à tous les coups. En 2016, le Français s'est associé dans Onduo, une société commune avec Vérily, la filiale santé de Google. Depuis, le tandem a créé une "clinique virtuelle" du diabète sur smartphone, permettant au malade de collecter ses données et d'échanger à distance avec ses médecins. Un essai à transformer. Il s'est allié au fabricant de matériel Sensile pour un projet de pompe à insuline. Avec la start-up française Voluntis, partenaire depuis 2011, il planche sur une appli mobile de dosage d'insuline. Moins heureux, son espoir et son partenariat noué en 2015 avec l'américain Lexicon pour développer un traitement par voie orale pour le diabète, le Zynquista. Blockbuster annoncé, la molécule a reçu pour l'instant le feu vert à sa commercialisation en Europe, mais pas aux Etats-Unis. Sanofi – moyennant 235 millions d'euros – a préféré reprendre sa liberté.

COMMENTER

[SANOFI](#) [GOOGLE](#)

SUR LE MÊME SUJET

Cancer, diabète, Alzheimer...Quelles maladies vont coûter de plus en plus cher à la Sécu ?

- **Paul Hudson, le pari d'une nouvelle ère à Sanofi**
- **Pourquoi Sanofi renforce son alliance avec Google dans le big data santé**

© Challenges - Les contenus, marques, ou l'intellectuelle.

Audience certifiée par

