

Les stratégies digitales des laboratoires pharmaceutiques

Transformation des organisations, nouveaux réseaux d'innovation
et écosystème élargi à l'ère de la santé connectée

Une étude pour

Connaître les enjeux

de la santé 4.0 et de la
révolution des NBIC

Comprendre les impacts du numérique

sur l'ensemble de
la chaîne de valeur
de l'industrie
pharmaceutique

Analyser les stratégies digitales des industriels

de la pharma : alliances
et acquisitions, nouveaux
métiers, *innovation lab*,
services « *beyond-the-
pill* » et approche
« *patient centric* »...

Identifier les facteurs clés de succès

et les leviers
d'une transformation
digitale réussie

EXCLUSIVITÉ LES ECHOS ETUDES

Le + de l'étude : la vision des dirigeants et des responsables de laboratoires pharmaceutiques sur les opportunités offertes par la transformation digitale du secteur et les projets en cours ou envisagés à court-moyen terme.

EN PARTENARIAT AVEC



Les stratégies digitales des laboratoires pharmaceutiques

BALANCE

STATISTICS

LES DÉFIS DE LA TRANSFORMATION DIGITALE

Par sa dimension systémique, la révolution numérique induit des bouleversements majeurs au sein des entreprises, transformant modèle d'affaires, organisation, culture d'entreprise et mode de management. C'est donc l'ensemble des métiers et de la chaîne de valeur du secteur pharmaceutique qui sont ainsi renouvelés par cette transformation : R&D, production, *supply chain*, affaires réglementaires et médicales, marketing relationnel, communication... Une véritable rupture de *business model* à laquelle sont confrontés les industriels du médicament.

Pourtant, encore peu de laboratoires ont construit un design organisationnel permettant de porter cette transformation digitale. Seules quelques Big Pharma (Sanofi, Roche, Novartis, AbbVie, GSK, Lilly, Leo, Servier...) commencent à structurer un écosystème « étendu » à la sphère digitale, au travers de *living labs*, plates-formes d'*open innovation* (ex. : projet Epidemium® lancé par Roche et La Paillasse) ou création d'incubateurs... Citons notamment Leo Innovation Lab (Leo Pharma), WeHealth (Servier), BI X (Boehringer Ingelheim) et « le 39bis » (Sanofi)... Ou encore l'acquisition de solutions digitales, à l'instar de Roche qui a racheté au cours de l'été 2017 la plate-forme de gestion du diabète mySugr®. Une démarche qui reste toutefois marginale, du moins pour le moment.

LES LABORATOIRES PHARMACEUTIQUES DOIVENT FAIRE FACE À L'OFFENSIVE DES GAFAM, BIG TECH ET START-UP SUR LEURS PROPRES MARCHÉS ET DOMAINES DE COMPÉTENCES

Ces derniers mois ont été marqués par la multiplication d'initiatives de la part d'acteurs de l'économie numérique et de fournisseurs d'infrastructures informatiques. Leurs domaines de prédilection : le Big data et l'Intelligence artificielle, signe que ces opérateurs sont déjà entrés dans l'ère de la « Santé 4.0 ». Parmi les projets les plus emblématiques figurent les partenariats qu'IBM Watson Health a récemment mis en place avec le MIT et le Memorial Sloan Kettering Cancer Center dans l'intelligence artificielle, l'alliance entre Apple et Novartis pour le lancement d'un premier essai clinique dans la sclérose en plaques via le ResearchKit® ou l'arrivée en Europe du fonds d'investissements Samsung Next qui cherche à investir voire à acquérir des start-up à la pointe de l'innovation, notamment dans le domaine de la e-santé... Et bien-sûr Google qui multiplie les projets via sa filiale Alphabet. Sans oublier Amazon qui prépare son entrée sur le marché américain de la santé et Facebook qui accompagne le développement de start-up sur le site de Station F à Paris.

Autant de projets et de partenariats qui attestent d'une accélération des transformations à l'œuvre, d'un élargissement sans précédent de l'écosystème de la santé à de nouveaux entrants et des enjeux majeurs auxquels les laboratoires doivent faire face pour relever les défis de la révolution numérique.

LES 4 DIMENSIONS DE LA TRANSFORMATION DIGITALE



MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Cette enquête qualitative et quantitative a été réalisée à partir :

- > D'une **quinzaine d'entretiens** menés auprès de dirigeants et responsables digitaux au sein de laboratoires pharmaceutiques leaders sur le marché français.
- > D'une **enquête on-line exclusive** menée auprès d'une centaine de dirigeants et managers de laboratoires pharmaceutiques, afin d'appréhender le niveau de maturité digitale de la pharma en 2017 et identifier les projets en cours ou envisagés à court-moyen terme.

Ces entretiens ont été complétés par des recherches documentaires approfondies utilisant les plates-formes de Business Intelligence des Echos et d'HealthInnov sur les innovations en santé.

Elle a été rédigée par Sylvie Donnasson, CEO d'HealthInnov, Antoine Poignant, Président d'EuroHealthNet, et Héléne Charrondière, Directrice du Pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes.

TRANSFORMATION DES ORGANISATIONS, NOUVEAUX RÉSEAUX D'INNOVATION ET ÉCOSYSTÈME ÉLARGI À L'ÈRE DE LA SANTÉ CONNECTÉE

01 Synthèse opérationnelle : les enseignements clés de l'étude

02 Le pouvoir disruptif du digital dans la santé : promesses et réalités en 2017

IoT, Big data, robotique et IA : une révolution annoncée de la santé par la convergence du *cure* et du *care*

La montée en puissance des GAFAM, des opérateurs de l'informatique cognitive (IBM) et des Big/Med Tech (Samsung, Philips...) dans les domaines du *connected care*

L'émergence d'un nouvel écosystème d'innovation qui impacte l'ensemble de la chaîne de valeur de la pharma : R&D, production, *supply chain*, RH, marketing/ventes, affaires réglementaires et médicales, pharmacovigilance, communication

Les approches stratégiques traditionnelles bouleversées par l'arrivée de nouveaux outils : plates-formes de données, observation web et analyse des réseaux sociaux

03 La data au cœur des nouveaux écosystèmes de santé

Le cycle de vie et la valeur des données

Les typologies des acteurs intervenant sur la chaîne de valeur des données de santé

Les acteurs s'organisent, se marient ou s'allient, combinent leurs compétences et leurs visions

Les modèles économiques autour du Big data

04 Comment mener une transformation digitale ?

Nouvelles compétences, décloisonnement et agilité des organisations, culture d'entreprise... : les nouveaux paradigmes managériaux du digital

L'émergence et la place de nouvelles fonctions (« happy RH », CTO, CDO...)

Quels KPI choisir ?

Comment lever/contourner les obstacles au processus de transformation digitale ?

Les facteurs clés de succès d'une transformation digitale réussie



La vision des dirigeants et managers de l'industrie pharma

Enquête on-line réalisée en septembre-octobre 2017 auprès de dirigeants et managers des laboratoires pharmaceutiques présents en France.

05 Transformation digitale : volontés stratégiques et initiatives des laboratoires pharma en 2017

Créations d'*innovation labs*, hackathons, intégration et création d'incubateurs, soutien au développement de start-up

Stratégies « *beyond-the-pill* » et approche « *patient centric* »

Marketing relationnel multi-canal à destination des professionnels de santé (BtoB) et des patients (BtoC)

📍 Mapping des innovations et des services développés par les laboratoires en 2017

📍 Identification des groupes pharmaceutiques les plus avancés et les plus innovants

06 Innovations stratégiques à l'ère du digital : vers un nouveau modèle économique de la pharma ?

Les nouveaux acteurs de l'économie numérique menacent-ils véritablement la Pharma ?

Intégration verticale et stratégie d'alliance : comment les laboratoires intègrent-ils les innovations numériques ?

📍 Cartographie des acquisitions et des partenariats mis en place entre Pharma, Big/Med Tech, GAFAM et start-up de la e-santé (monde et France)

VOTRE NEWSLETTER SANTE DIGITALE SUR MESURE



L'ACTUALITÉ DE LA E-SANTÉ

L'essentiel de l'actualité sur la santé connectée, la télémédecine, le Big data, l'intelligence artificielle en santé...



VOTRE ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

Les stratégies digitales de vos concurrents, partenaires et clients...n'auront plus de secrets pour vous. On vous dit tout !



CE QUI SE DIT DE VOUS...

Les médias parlent de vos initiatives digitales ? On se charge de vous dire où, quand et comment...



L'ACTUALITÉ DU MOIS

Focus sur l'événement marquant de la e-santé

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?
Une formation ou une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?
Contactez notre Directeur du développement : François FLAUSINO
Tél : 01 49 53 63 00 - Email : fflausino@lesechos.fr

NOTRE EXPERT



Hélène CHARRONDIÈRE

Directrice du pôle
Pharmacie-Santé

hcharrondiere@lesechos.fr
Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur

COMMANDE DE L'ÉTUDE LES STRATÉGIES DIGITALES DES LABORATOIRES PHARMACEUTIQUES

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
3 350 € HT - 3 534,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
4 355 € HT - 4 594,53 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
5 025 € HT - 5 301,38 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour
335 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : _____

*L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____ Société : _____
Adresse : _____
Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____
Adresse : _____
Contact : _____

Version papier

- 3 350 € HT - 3 534,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible
seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : E067INTEI

Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre Septembre - 75002 Paris
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR