



FAIRE DE L'ENTREPRISE UN BIEN COMMUN

« L'Innovation à l'ère digitale : changeons de culture »

Atelier du 18 février 2016

ATELIER N°2

« Innover c'est accepter d'apprendre »

Témoignage de Cyril Grospron, Co-fondateur de *Umanlife*

Application web et mobile instituant un carnet de santé digital

■ L'idée

Avec l'autre co-fondateur, Cyril Grospron a pris conscience du fait que dorénavant chacun gère tout sur internet (l'argent, les voyages, le travail...) exception faite du bien le plus précieux, la santé.

Umanlife a pour objectif d'enrichir le carnet de santé papier en y intégrant des données sur l'hygiène de vie, ainsi donc en créant un carnet de santé digital/

En effet, nous passons du curatif au préventif, chacun cherchant de plus en plus du conseil personnalisé et ciblé.

■ Le marché

Le marché est en mutation. Il y a de plus en plus de maladies chroniques (diabète, hypertension, obésité), tout cela couplé avec un allongement de la durée de vie, l'explosion des dépenses de santé, la réduction des prises en charge par les collectivités et avec 2/3 des français qui recherchent fréquemment sur internet des informations autour de la santé et du bien-être.

Ces personnes recherchent du conseil et du coaching.

■ Le produit : *Umanlife* est un acteur du bien-être et non un acteur de la santé

Umanlife c'est une plateforme web et mobile qui va permettre à l'utilisateur de centrer toutes ses données en un seul et même endroit.

Par le *Deep Learning* (intelligence artificielle prédictive), un algorithme permet la recommandation d'une bonne pratique médicale (exemple : notification tous les ans pour prendre rendez-vous avec son dentiste) et d'un coaching personnalisé (exemple : boire beaucoup d'eau et faire des étirements le lendemain d'une soirée en se préparant pour aller jouer au foot) pour limiter les risques.

Entreprise et Progrès – 41 boulevard Malesherbes – 75008 Paris

Tel : 09 83 72 80 25 - Site internet : www.entrepriseprogres.com

Version du 8 février 2016

■ Les clients

Umanlife fait surtout du B to B avec des laboratoires pharmaceutiques et des compagnies d'assurance notamment.

L'objectif est d'améliorer le modèle actuariel ou le modèle data scientist du client.

■ Quelle innovation possible dans le domaine de la santé ? Quels enjeux ?

L'enjeu c'est la protection des données. La donnée appartient à l'utilisateur. Hébergé chez un utilisateur de santé agréé, les données sont anonymisées. Quand *Umanlife* souhaite faire du reporting, l'hébergeur doit valider le process.

L'idée est de faire comprendre à l'utilisateur que sa donnée lui appartient en propre mais que son utilisation par la plateforme d'*Umanlife* permet de lui faire des offres plus ciblées.

Umanlife n'a pas pour objectif de se substituer au médecin mais d'apporter un outil d'accompagnement par l'enrichissement fréquent du flux du patient par ce dernier ; de permettre à l'utilisateur de limiter les risques et de réduire l'évolution de sa(ses) maladies.

Umanlife est là pour soutenir le professionnel.

Dans la santé, tous les business models sont en train d'évoluer. Ils se tournent davantage vers les solutions innovantes pour accompagner la personne, pour apporter du mieux-vivre.

« Nous souhaitons éduquer la personne », Cyril Grospron



REMARQUES

- Cela a un caractère inquiétant car d'une tout le monde va devenir hypocondriaque. Nous sommes en train de régler l'humain pour éviter sa défaillance naturelle.
- Du fait des piratages informatiques, il est sûr que ces données vont être rendues publiques.
- Cela peut aider les gens à devenir plus responsables. Aujourd'hui un salarié français est automatiquement remboursé par sa mutuelle. Avec cela, les gens se responsabilisent.
- Question de la responsabilisation ou de la déresponsabilisation : la question est très tenue.

Echange avec Sébastien Sacard, Co-fondateur de *Mobile Angelo*

« La notion apprenante d'une start-up « *test and learn* ».
Quelle posture pour le manager ? »

Mobile Angelo, c'est une start-up de réparation de mobile.
Sébastien Sacard revient sur les freins au développement d'une start-up.

■ Connaître ses priorités

La 1^{ère} priorité est de prendre conscience que l'on ne s'est pas quand on verra le bout du chemin.

La 2^{ème} priorité : trouver le business model correspondant à un marché.

Par exemple, parti du B to C, *Mobile Angelo* fait dorénavant du B to C car les fondateurs ont vite pris conscience que le B to C ne pouvait pas être rentable car le besoin n'est pas récurrent. Dans le B to B, les assureurs notamment ont besoin de réparer les téléphones de leurs clients très fréquemment.

Ce qui a permis ce changement rapide, c'est de ne pas trop investir dans la technologie ou sur des actifs qui ne sont pas forcément pérennes.

L'important c'est de toujours se laisser une porte de sortie avec l'idée qu'il faut tester le plus vite et le plus longtemps possible avant de changer de business model.

En 18 mois, *Mobile Angelo* est à son 4^{ème} business model et à tester 10-15 hypothèses par business model.

■ Savoir déléguer

Comment passe-t-on de fondateur à facilitateur, à leader puis enfin à manager ?

Le **fondateur** croit qu'il peut tout faire tout seul et surtout plus rapidement et mieux que les autres.

A un moment, il faut passer dans une phase de **facilitateur** « *comment je peux aider chacun à atteindre ses objectifs ?* » On libère toutes les contraintes.

Le **leader** est un modèle pour son équipe. L'autonomie est primordiale à ce stade.

Le **manager** transmet le leadership au management intermédiaire en aidant chacun à constituer sa propre équipe.

Il ne s'agit alors plus que de donner la direction.

Savoir déléguer c'est arriver plus lentement mais plus loin.

■ Les compétences fugaces

Une start-up a besoin de compétences particulières à un moment T. Il faut donc savoir demander à certaines personnes de partir dès lors que leurs compétences ne sont plus nécessaires et savoir recruter au bon moment les compétences fugaces recherchées.

■ Changer nos idées sur l'erreur

Au sein d'**Angelo Mobile**, Sébastien Sacard laisse ses salariés - notamment les apprentis - faire des erreurs sinon trop de temps est dépensé à « contrôler » ce que fait chacun.

Se planter c'est la condition du succès. Il faut tomber suffisamment tôt pour pouvoir se relever. Il faut donc parfois provoquer l'erreur. Pour reprendre les mots de Thomas Edison « *je n'ai pas échoué, j'ai trouvé 10 000 solutions qui ne fonctionnent pas* ».

Il faut savoir tâtonner et se dire qu'à chaque position, il y a 5-6 mouvements (opportunités) possibles. Il faut donc prendre des risques.

« La seule vraie erreur, c'est lorsque la société fait faillite, avant ça il n'y a que des opportunités », Sébastien Sacard



Atelier-Workshop

Exercice :

Conclusion de cet exercice :



