

## One Week, One Tech *by Périclès*

### LifelnA avec Uwe Diegel



**Xavier de Corson**, Directeur assurance chez Périclès Consulting. Avec plus d'une dizaine d'années d'expérience dans le conseil en management, organisation et stratégie à l'international, Xavier accompagne tout type d'acteurs essentiellement dans le monde de l'assurance à se transformer : assureurs, bancassureurs, réassureurs, mutuelles, groupes de protection sociale, micro-assureur.



**Uwe Diegel**, fondateur de LifelnA et serial entrepreneur dans l'univers médical, le transport de médicaments et les objets connectés. Uwe est expert dans le domaine de la gestion de la tension artérielle, du diabète, de l'asthme et dans la fabrication de dispositifs de diagnostic médical.

*Xavier : Bonjour Uwe, merci d'être venu nous rejoindre aujourd'hui. Tu as réussi à assembler professionnalisme et processus industriels pour arriver à cet objet LifelnABox. D'où vient l'idée de LifelnABox ?*

**Uwe** : Les meilleurs produits sont systématiquement issus d'un besoin personnel. Moi j'ai lancé ça purement par accident, avec l'histoire de mon frère : il est venu me rendre visite, il était dans un hôtel dans le sud de la France, qui a congelé son insuline. Pourtant c'est un voyageur habituel. Ce qui s'est passé c'est qu'il n'y avait pas de frigo dans sa chambre pour mettre son médicament, il descend à la réception. Contrairement à ce que vous pourriez penser, pas tous les hôteliers ne parlent anglais. Quand il retourne le chercher, son médicament a été mis dans le congélateur. Heureusement on est en France, avec son système de santé sans parallèle, ses pharmacies de garde... Vingt minutes plus tard il avait son médicament. Quand il revient à Paris il me raconte son histoire, il était très fâché pour son histoire de frigo. Littéralement pour s'amuser, en buvant une bouteille de vin dans mon appartement, on décide de construire un petit frigo portable, de la taille d'un téléphone Motorola, le talkie-walkie. On trouve un moyen de le faire fonctionner sur le papier. Et toujours pour s'amuser, on fait un prototype : avec des bouts de ficelle, du carton, et la batterie de mon caméscope Sony. Pour moi c'était un petit truc qu'on s'était fait pendant le weekend, ce n'était pas un produit industriel, surtout que j'avais d'autres choses à faire à ce moment-là, je venais de lancer iHealth. Mon frère me relançait de temps en temps sur ce produit en me disant que tout le monde le trouvait super, ce prototype grossier.

Puis en 2016 j'ai fait ma crise de la cinquantaine : j'ai décidé d'arrêter iHealth, qui faisait un peu plus de 4 milliards d'euro de chiffre d'affaires au niveau groupe, car je sentais que je ne servais plus à rien : je passais 80% de mon temps en avion à faire des réunions stupides. J'étais devenu fabricant de plastique ; je n'arrivais plus à innover, donc j'ai annoncé au mois de juillet que je voulais quitter, et je suis parti au mois de septembre. J'ai fait les trucs traditionnels : acheter des teeshirts Harley Davidson, monter le Kilimandjaro, un vrai break, pendant trois mois je n'ai rien fait.

En janvier l'année dernière, j'ai lancé cette nouvelle entreprise LifelnA. L'idée en fait est simple : depuis 25 ans, je suis constamment en train d'inventer de nouveaux produits, de nouvelles idées. Assez souvent, j'invente des produits, et ce n'est pas le bon moment, c'est trop tôt pour le marché, ou ça ne fait pas partie de mon core business, c'est un « stand-alone product ». En fin de compte, je me dis que ça ne vaut pas la peine et je le mets dans un tiroir. Donc j'ai un tiroir avec une quinzaine

## One Week, One Tech *by Périclès*

### LifelnA avec Uwe Diegel

de projets, tous plus valorisants les uns que les autres, certains sont caducs car quelqu'un les a inventés depuis.

*Xavier : Ou bien la technologie a évolué et il y a mieux sur le marché...*

**Uwe** : Le premier projet que j'ai choisi c'était LifelnABox, le petit frigo, qui m'avait taquiné, et où je m'étais toujours dit qu'il y avait quelque chose à faire. Et donc j'ai décidé de monter la boîte absolument parfaite, avec tout le truc : responsabilité sociale, et tout ce qui va avec, et apparemment ça marche bien.

*Xavier : on le voit, vous cochez toutes les cases, c'est vraiment le dispositif parfait : cette entreprise est extraordinaire !*

**Uwe** : Pour moi c'est un privilège de faire ce type de business, qui est 100% positif, il n'y a pas de mauvais retour. On reçoit des retours panégyriques, surtout des patients : si on parle à une maman qui donne des hormones de croissance à son enfant qui veut partir pour une classe verte ou un weekend, les hormones de croissance coûtent 450€ le stylo... l'enfant doit absolument prendre son hormone à heure fixe. Et là on lui offre la liberté de partir, d'aller où il veut quand il veut, avec son médicament à l'abri. Ce n'est pas un produit que je vends, c'est la liberté de se déplacer !

Je travaille beaucoup sur ce concept de « wahou factor ». Je me rappelle encore du jour où j'avais acheté mon premier iphone en juillet 2008. Tu ouvrais la boîte, une magnifique boîte blanche, qui s'ouvrait comme ça, et tu avais ce bijou à l'intérieur, l'iphone 3, qui était livré sans livret d'instruction et avec la batterie pré-chargée. Tu savais instinctivement que tout ce qu'il fallait faire c'était presser le bouton. Et ça fonctionnait. Je m'étais dit : je veux faire des trucs aussi cools que ça. Et quand Steve Jobs avait lancé l'ipod, il disait ceci n'est pas un lecteur de musique, ce n'est pas un baladeur, ce n'est pas un mp3, c'est un instrument pour le cœur. Et si tu peux toucher le cœur des gens, les possibilités sont infinies.

Quand tu achètes un truc parce que tu veux l'acheter, c'est 100% positif : tu t'en fous du prix, tu sais que tu vas l'acheter et c'est ça qui fait la différence. Chaque année, j'achète le nouvel iphone : je sais que c'est con de dépenser 1000 euro pour un téléphone, mais je le veux ! et quand tu veux un truc, le prix n'a aucune importance. La question du prix, c'est seulement la 3e question qui vient le plus souvent sur les réseaux sociaux... première question : où est-ce que je peux l'acheter ? deuxième question : comment se fait-il que cela n'existait pas avant ? troisième question : combien ça coûte ?.

La start-up c'est devenu très tendance, très frenchtech digital, ça a la cote, tout le monde aime ça. Et je me suis dit : on va faire une vraie start-up, on fait tout nous-même, on va partir de zéro, on est autofinancé, et on va lancer un produit absolument parfait. Les meilleurs produits sont toujours issus d'un besoin personnel.

On a fait un peu de recherches, et j'ai découvert un truc qui est incroyable : il y a à peu près 5% de la population globale qui est prisonnière de ses médicaments. Dans le sens où le médicament doit rester en permanence dans le frigo entre 2 et 8°C. et avec beaucoup de séquelles : 95% des accidents où un enfant va ingérer un médicament, c'est parce que le médicament est dans le frigo.

Les jolis petits médicaments bleu et blanc contre le cancer, c'est tellement facile à manger.

Et il y a aussi le problème du respect de la vie privée : quand tu rentres chez toi et que tu ouvres ton frigo pour prendre une bouteille de champagne, c'est crade d'avoir un rayon entier réservé aux médicaments ; il faut trouver un endroit séparé pour stocker les médicaments. On ne va pas mettre son traitement contre la sclérose en plaques à côté des sandwiches des collègues. Donc les gens ne

## One Week, One Tech *by Périclès*

### LifelnA avec Uwe Diegel

prennent pas leur médicament au boulot, ils décalent les heures de prise et ça crée de la non adhérence au traitement. On fait du yoyo dans la lutte contre la pathologie, et ça coûte 9 milliards d'euros en France. (...) C'est 10% du budget de la santé complètement gaspillé.

Et c'est le graal de toutes les assurances, du système de sécurité sociale : comment peut-on améliorer l'adhérence au traitement ? Donc j'ai fait ce petit frigo qui non seulement permet aux gens de voyager, de prendre leur médicament au boulot. Il se verrouille avec le téléphone ou avec une télécommande. J'ai mis une télécommande au cas où tu n'as plus de batterie sur ton téléphone. L'application va non seulement mesurer en temps réel la température du médicament mais en même temps mesurer la durée de vie des batteries, et t'envoyer des alertes.

*Xavier : Un écosystème autour d'une boîte, qui est un beau produit*

**Uwe :** Un magnifique produit : j'ai fait très attention sur le design, intuitif, facile à utiliser, qui s'intègre dans la vie de tous les jours. J'ai fait un projet très intéressant qui s'appelle the LifelnAHeart Foundation, où je travaille avec des artistes français pour faire de nouvelles versions du produit, pour faire le marketing et pour illustrer tous les guides de voyage sur les maladies chroniques. Le produit lui-même je l'ai dessiné en système de Lego, littéralement il s'assemble en faisant clac clac clac. Tu ranges les composants, et je fais fabriquer les composants en France, sauf l'injection de plastique, en Europe de l'Est, et mon idée est de le faire assembler par des ESAT pour handicapés.

*Xavier : parce que c'est à la fois simple et manuel ?*

**Uwe :** C'est un peu stupide comme argument, parce qu'on sait que le faire assembler par des ESAT va coûter 3 à 4 dollars plus cher, mais en même temps je donne de l'emploi à des gens qui en ont beaucoup plus besoin que toi et moi. Je sais par certains côtés c'est du marketing, mais le prix est suffisamment contenu pour le permettre. Je ne suis pas bloqué par l'argent sur ce type de produit : j'ai toujours fabriqué des produits médicaux, parce qu'il y a 2 types de business : le business à marge et le business à pourcentage. Le business à marge, c'est quand je fabrique un produit ça coûte tant, quand je le vends ça fait tant, l'un moins l'autre marge brute, moins ce que je dépense marge nette. C'est assez simple le business classique. Ensuite tu as le business à pourcentage : quand tu touches plus de 3% d'une population, par définition ton business devient important. Le plus beau business au monde, c'est quand tu touches 100% : le dentifrice, la mousse à raser, comme P&G. Moi je touche 5% de la population, mais 5% captif.

La techno, le produit est valorisant, il aide les gens, et on voit sur les réseaux sociaux que les gens nous écrivent tous les jours, on reçoit 700 à 800 messages par jour. 100% positifs.

La distribution médicale en France est un peu plus chère, parce qu'il n'y a pas d'achat centralisé pour les pharmacies. Il y a 20 000 pharmacies qui sont toutes indépendantes. Si tu veux vendre un produit en pharmacie, il faut aller démarcher chaque pharmacien, pour avoir une place sur l'étalage. On utilise des représentants multiscartes, pas là pour vendre des produits mais pour répondre à la demande des pharmaciens avec un catalogue. Le vrai enjeu va être de faire entrer LifelnA dans le monde du B2B, des laboratoires pharmaceutiques et de l'assurance.

*Xavier : Il va falloir prévoir un changement d'échelle, pour pouvoir industrialiser le produit ?*

**Uwe :** J'ai dû arrêter les pré-commandes ! J'ai arrêté de commercialiser ce produit pour le grand public parce que on recevait trop de commandes. Là j'ai planifié de lancer le produit au mois de juillet. Ma première production sera pour répondre aux demandes qu'on a déjà parce que je n'arrive plus à projeter combien en faire. Si je te dis 100 000 ou 200 000 en fait je ne sais pas peut-être que je vais en faire encore plus. Aussitôt que j'ai une très bonne réputation en B2C, ça me permet de

## One Week, One Tech *by Périclès*

### LifelnA avec Uwe Diegel

rentrer par la porte de derrière chez les laboratoires pharmaceutiques. S'il y a un attrait pour le produit du côté du grand public, le laboratoire pharma préfère donner un truc qui est attrayant. Toi, tu préfères recevoir un produit Apple ou Sony plutôt que recevoir un truc qui est fabriqué par un NoName chinois. Donc c'est très important de prendre le risque du B2C même si c'est moins important en terme de chiffre d'affaires c'est encore plus important si tu veux vraiment faire du B2B.



Ça c'est le premier produit. Ce produit je ne l'ai pas vraiment imaginé pour le transport, je l'ai surtout fait pour le stockage sécurisé des médicaments. Je pense que personnellement si j'ai une maladie chronique je vais en acheter deux ou trois pour en mettre un au boulot, un dans ma voiture, un à la maison. Je ne vais pas l'utiliser pour transporter des médicaments. Vu qu'il est sécurisé, on peut le verrouiller à distance, il se branche à un port USB de l'ordinateur n'importe où. Je vais laisser un stock de mes médicaments au boulot ou dans la voiture ou éventuellement à la maison. Mais pour le voyage j'ai déjà fait la deuxième version : ici c'est LifelnABox la version où on peut mettre un mois de médicaments, assez pour stocker pour presque n'importe quelle pathologie que ce soit des hormones de croissance, des anti-inflammatoires pour la polyarthrite ou la sclérose en plaque.

Celui-ci a déjà une batterie de 24 heures je suis en train de travailler sur une batterie de 36 heures.

De toute façon les batteries Pax amovibles sont clipsées dessus et peuvent durer plus que 24h, puisque ce n'est pas vraiment fait pour le transport, c'est plutôt pour le stockage. Maintenant qu'on a développé cette extraordinaire technologie pour produire du froid et ça c'est intéressant parce que on utilise ce qu'on appelle l'effet Peltier. Dans les faits historiquement il a été inventé en 1834 par un Français Jean Athanase Peltier il n'y a qu'un Français pour avoir un nom pareil j'adore et Jean Athanase Peltier a découvert que si tu prends des cubes de métaux de densité différente et tu les soudes ensemble, tu passes un courant électrique à travers, la friction entre les différents métaux va produire d'un côté du super chaud et d'un côté du Super froid. Il suffit de se débarrasser du chaud et d'utiliser le froid. Historiquement l'effet Peltier était notoirement instable car s'il y a la moindre particule d'air entre les cubes de métaux, l'air a un taux d'expansion plus rapide au bout de quatre-



## One Week, One Tech *by Périclès*

### LifelInA avec Uwe Diegel

vingts heures d'utilisation continue inévitablement, l'effet faisait éclater la soudure. En effet mon premier prototype m'a duré exactement 80 heures. Ensuite il s'est cassé la gueule. Donc je me suis dit c'est quand même une très très bonne technologie qui permet de produire beaucoup de froid à basse consommation énergétique. J'ai retravaillé l'effet Peltier, aujourd'hui je le produis sous vide donc il n'y a plus d'air et aussi c'est une question d'alimentation électrique : plutôt que faire soudainement du 220 Volts, graduellement, on commence à 5 Volts tout doucement et augmente tout doucement pour avoir l'allumage doux et qu'il n'y ait pas de choc thermique. Aujourd'hui on en est à 9700 heures d'utilisation continue d'effet Peltier : j'ai réglé le problème.

Mais j'ai aussi développé LifelInATube. Ça c'est la version pour un seul stylo littéralement qui va garder une seule dose entre 2 à 8 degrés pendant 24 heures et ça te permet de sortir le soir au restaurant ou quand tu vas voir des amis, tu pars que pour le weekend, tu prends un seul stylo et là tu es bon pour plus de quatre heures.



*Xavier : Effectivement, c'est une preuve. Donc tu as chez toi une boîte que tu as alimentée pendant 9700h*

**Uwe :** On fait aussi ce qu'on appelle un vieillissement artificiel : on accélère le vieillissement dans les boîtes noires, on met des températures stabilisées et on accélère en fait le temps.

En réalité depuis que l'on a commencé il y a à peu près 4000 heures en utilisation continue. Mais quand on la met en condition, on ajoute quelques années. Mais de toute façon aussitôt qu'on a dépassé le seuil de 1000 heures, il n'y a aucune raison pour laquelle il y aura panne : il ne va pas arrêter de fonctionner sans raison. Moi j'offre une garantie à vie sur tous mes produits parce que c'est cool pour le marketing. Mais aujourd'hui on a une accélération de la technologie donc par définition dans deux ans ce sera déjà un dinosaure.

J'en parle assez souvent : on a un peu un problème aujourd'hui dans l'industrie médicale parce qu'on aime tous les nouvelles plateformes Indigogo, Kickstarter, le crowdfunding mais en même temps ça a gadgétisé l'industrie parce que ça fait baisser les barrières d'entrée. N'importe quel crétin avec une bonne idée va la mettre sur Kickstarter et tous les deux jours il y a un nouveau produit magique qui

## One Week, One Tech *by Périclès*

### LifelInA avec Uwe Diegel

sort et fait cric crac boum et qui émerveille et lève des centaines de milliers de dollars. Et le médecin ne pense plus à la santé connectée, il pense aux gadgets connectés. Il faut vraiment faire la différence entre ce qui est vraiment un dispositif médical vraiment utile et des gadgets. Je sais que maintenant c'est très tendance la santé connectée mais notre problème la santé connectée c'est que la grande majorité des gens qui l'achètent n'en ont pas besoin. Quelqu'un qui achète une montre connectée ne cherche pas à faire des performances. Il est déjà athlète, il va déjà courir autour du bois de Boulogne, il met ça sur Facebook regardez j'ai fait 10 000 pas c'est merveilleux... Ce n'est pas Mme Michu qui va s'acheter un tracker d'activité mais c'est elle qui en a le plus besoin.

J'ai finalement un produit qui répond vraiment à un besoin vital des gens qui leur permet vraiment de répondre à une problématique. Les gens ne demandent pas combien ça coûte. Ils disent "De toute façon je suis défini par ma maladie chronique je suis défini par la sclérose en plaques, par mon diabète" et quand on est prévenu par son mode de vie, tout ce qui aide à avoir une vie normale est essentiel. On ne se pose pas la question du coût de ce produit. Ils vont tous se bagarrer pour payer 10 centimes de plus ou moins de montre connectée, mais pour ce genre de produit le prix n'est pas une option.

*Xavier : Si on reprend l'aventure LifelInA, tu me racontais comment tu avais fait une entreprise parfaite en cochant toutes les étapes de la création, du marketing à de la levée de fonds. Est-ce que tu peux raconter en quelques mots ?*

**Uwe :** Mais bien sûr ! J'ai eu trois grosses entreprises avant. En fait quatre. Une qui est le leader mondial du transport de médicaments qui s'appelle Healthworks qui fait ce genre de trousse médicale pour tous les laboratoires pharmaceutiques et ça fait une bonne boîte en B2B. Ensuite Microlife, ensuite iHealth, ensuite Spenger. Toutes ces boîtes m'ont donné une certaine reconnaissance dans notre petit milieu incestueux du monde médical où tout le monde connaît tout le monde et travaille ensemble, les vrais fabricants médicaux et je me suis dit que pour LifelInA je voulais vraiment faire la boîte absolument parfaite, française, en mode start-up, que les gens l'achètent parce qu'ils veulent acheter une réputation de qualité d'innovation française : la France est quand même le berceau de la civilisation médicale du 18ème, 19ème, 20ème siècle. Quand tu dis marketing, là c'est les états-Unis, engineering, c'est l'Allemagne, mais la médecine c'est la France c'est Pasteur, c'est Marie Curie, la néphrologie, les maladies tropicales, le premier cœur artificiel. Il faut quand même essayer un peu de redorer le blason de la France médicale. C'est important on est en train de perdre contre l'innovation qui est en train d'arriver de manière plus rapide aux Etats-Unis même si l'innovation là-bas est une fausse innovation parce que c'est "fake it then you make it". Tu racontes de belles histoires jusqu'à ce qu'elles marchent, en espérant pousser quelques-uns à donner de l'argent pour en fait vraiment développer le produit. Mais les connaissances médicales sont en France. Je suis parfait pour un dîner de cons : je peux en parler en public sans problème le mercredi soir. Mais j'ai la plus grande collection au monde d'instruments anciens médicaux : j'ai une fondation qui s'appelle the Healthwork Collection avec 3500 instruments des débuts de la cardiologie jusqu'à aujourd'hui.

Ce qui est fascinant avec une telle collection c'est que tu vois qu'il n'y a pas d'invention : tout le développement est par définition linéaire et chaque phase est incrémentale. Chaque innovation est en fait un développement "natural next step" de celle qui existait avant et tu vois en fait quand tu as tous ces instruments que les Américains sont partis sur cette direction les Français sont partis dans cette direction. Les Allemands dans cette direction et tout le développement est linéaire et c'est pour ça que par définition n'importe quelle technologie peut être inventée dans plusieurs pays en même temps. Moi je vois déjà des gens en train de me copier en Asie sur ce produit mais ce n'est pas grave. Ce qui est important c'est d'être le premier et d'établir sa marque pour devenir la marque de

## One Week, One Tech *by Périclès*

### LifelInA avec Uwe Diegel

référence parce que aujourd'hui tout le monde veut investir dans le prochain Google ou le prochain Facebook. Mais les investisseurs ont un peu peur d'investir dans du hardware à leur tour parce que le Hardware c'est difficile et ils veulent investir dans le monde du logiciel qui est par définition plus valorisant plus facile mais en même temps aujourd'hui devient de plus en plus compliqué. Aujourd'hui n'importe quel imbécile avec un smartphone peut créer une application. Il y a 1,3 million d'applications sur iOS, environ 1,5 million sur Android il n'y a plus de modèle économique pour tout ce qui est purement digital...

*Xavier : mais le hardware c'est finalement une barrière à l'entrée encore réelle...*

**Uwe :** Tout à fait ! Même si la technologie est maîtrisée, l'assemblage fait quelque chose de compliqué. Mais si c'est bien fait et que tu as le hardware qui te sert de plateforme pour faire de software là tu es le roi du pétrole. Apple... mais c'est vrai que c'est beaucoup plus dur et Google vient de se casser les dents sur le hardware. Je te disais que je suis une fausse start up : pour moi c'est beaucoup plus facile de développer un produit que pour une start up parce que j'ai déjà eu des usines un peu partout, j'ai développé et lancé peut-être 300 produits donc c'est facile. Pour des investisseurs et des VC, c'est plus compliqué. La première question qu'ils me demandent c'est "et votre IP, votre intellectual protection ?". En fait je n'ai pas d'IP, seulement une connaissance très approfondie sur la manière de faire des effets Peltier qui est presque incopiable... mais qui sera certainement rapidement copiée. Par définition il y a déjà des gens en train de me copier en Asie. Ce qui est important quand tu développes une nouvelle catégorie de produits c'est d'être le premier et de devenir la référence pour pouvoir faire du B2B parce que le B2B il ne veut pas travailler avec les petites usines chinoises comment faire à cinq centimes moins cher, ce qu'ils veulent c'est travailler avec la marque de référence. L'IP fait retourner dans les années 40, dans les années 50 où quand tu te faisais donner un brevet en France on écrivait SGDG ce qui voulait dire "sans garantie du gouvernement" parce qu'il n'y avait pas internet : on ne savait pas ce qui se passait dans les autres pays, donc on disait on te protège pour la France. Aujourd'hui un brevet c'est presque comme du PQ c'est à peu près la seule utilité.

*Xavier : Il y a le brevet, mais le secret de fabrication peut aussi être un autre moyen de lutter ?*

**Uwe :** La compréhension de la technologie va prendre un moment pour les gens de l'obtenir. Cela fait plusieurs années que je travaille sur l'effet Peltier. Comment est-ce que tu peux redéfinir cette technologie ? on s'est posé la question est ce que ça vaut la peine de la faire breveter... en fin de compte ce qui est important c'est de bâtir cette start-up absolument parfaite sur une technologie maîtrisée et tu sais que nous avons été élus meilleure start-up au monde au Lisbon Web Summit. On est connu en mode viral aux Etats-Unis dont tout le monde doit maintenant travailler sur cette technologie. Maintenant que c'est développé, ce qui est surtout intéressant c'est ce qui va venir : on a LifelInABox, LifelInATube la petite version pour un stylo.

La prochaine étape est comment est-ce qu'on peut appliquer la technologie à d'autres créneaux du marché et bien sûr certains créneaux sont farfelus, je ne suis fait approché par des laboratoires cosmétiques qui voulait en faire une version de luxe pour donner ou mettre un rouge à lèvres ou un vernis à ongles Je me suis aussi fait approché par un fabricant de cigarettes, pourquoi ne pas faire un truc pour refroidir le vin pour garder le vin exactement à la bonne température. La prochaine vraie déclinaison, je suis vraiment en train de travailler dessus, c'est LifelInAHeart pour le transport des organes. C'est fabuleux pour moi : c'est vraiment un enjeu sociétal. Le transport des organes c'est un truc qui est immense en importance chaque année aux Etats-Unis plus de 200 personnes meurent suite à une transplantation d'organe frelaté qui a été mal transporté ou directement en contact avec la glace, il y a de la nécrose, des trucs... Je développe une nouvelle solution pour vraiment

## One Week, One Tech by Périclès

### LifelInA avec Uwe Diegel

transporter les organes. Je pense que la France va devenir le premier pays au monde à offrir une solution universelle pour le transport des organes. Et ça me donne envie d'aller bosser le matin.

*Xavier : On sent la passion effectivement. Je vais revenir sur la question qui était l'histoire de cette création : on a compris l'idée initiale ; on a compris les études que tu as menées après, la recherche et développement qui a conduit à stabiliser la technologie, le design... Après il y a quand même aussi tout l'aspect entrepreneurial : un développement sur fonds propres, une levée de fonds, une prévente plutôt sur Indigogo, des prix dans tous les sens, de l'incubation...*

**Uwe :** Tout à fait, c'est pour ça que nous avons fait une start up, une fausse start-up. C'est important d'être incubé en France quand on est une start-up, en terme de perception, de crédibilité, de réseau.

C'est plus facile pour moi de lancer un produit que pour une start-up : à travers ma boîte qui fait du transport de médicaments j'ai déjà une filiale aux Etats-Unis une filiale en Australie et une filiale à Taiwan. J'ai déjà des systèmes de distribution établis qui me permettent immédiatement de dérouler le produit sur le marché parce que beaucoup de gens ont une idée mais ils ne savent pas comment mettre en place cette idée. La mise en place qui est la plus importante. Avoir une idée c'est vraiment le plus simple. Tout le monde a des idées tous les jours. Mais ensuite comment est-ce que tu vas le développer, le fabriquer, le distribuer... J'ai un business qui est complètement rond et où tout est planifié sur papier avant même que tu commences à faire le premier produit. La première chose qui compte c'est de développer le marché avant de développer le produit ou en conjonction avec le développement du produit, c'est aussi important que la performance du produit lui-même. Le produit c'est un frigo, pas un remède contre le cancer. C'est relativement simple mais bien fait pour répondre à une demande spécifique des particuliers et de l'industrie du médicament.

*Xavier : Merci beaucoup. C'est vraiment intéressant.*

**Uwe :** Il faut que tu viennes au bureau pour voir comment on travaille : c'est absolument extraordinaire parce que des fois au boulot les gens sont encore là à quatre heures du matin. Ils ont oublié de rentrer. C'est tellement passionnant ce qu'on est en train de faire et on essaie de trouver des solutions. En fin de compte, quand tu fais une start-up, tout le monde est égal il n'y a pas une personne qui est plus importante que l'autre. Tout le monde doit tout faire et devenir experts en tout. Que ce soit la personne qui répond au téléphone que ce soit nous qui bougions des cartons car ce n'est pas parce que tu es un directeur technique ou directeur de marketing que tu dois que faire du technique ou du marketing. Nous on travaille tous ensemble on mange ensemble on discute ensemble c'est vraiment un esprit de famille et j'encourage cet esprit de famille où on travaille tous ensemble pas pour nous-même pas pour toi-même. Je disais à Amélie que 99% des gens à qui je parle détestent leur boulot, leur femme, leur chien, leur patron, leur voiture ils sont aigris.

Mais si tu te réveilles le matin avec cette passion de non seulement t'améliorer toi mais en fait du résultat final de la voix de la passion : tu sais que tu vas faire un instrument qui va changer la vie de millions de personnes. Tu fais un instrument pour le cœur comme le disait Steeve Jobs avec son ipod. Si tu touches les gens, les possibilités sont infinies : c'est vraiment ça qu'il faut chercher.

*Xavier : Parmi les nombreuses récompenses tu as été labellisé Finance Innovation et tu participes en ce moment à un concours de la Fabrique Aviva. Que te souhaiter de plus que peut être expliquer ce que tu pourrais attendre d'un assureur ou d'une mutuelle ? Qu'est-ce qu'un partenariat avec ce type de structures pourrait t'apporter ?*

**Uwe :** Aujourd'hui je suis 100% autofinancé. J'ai dépensé grosso modo quatre cent mille euros cette année pour le développement de la première série et ça me permet de répondre à la demande



## One Week, One Tech *by Périclès*

### LifelnA avec Uwe Diegel

immédiate mais là on va commencer à signer des contrats avec des énormes laboratoires pharmaceutiques ou les quantités sont tellement inimaginables que je vais avoir besoin d'argent en plus mais c'est beaucoup plus facile de demander de l'argent quand tu as un business qui est déjà en train de faire du chiffre d'affaires qui a fait ses preuves. A nouveau c'est le problème du hardware : s'il n'y a pas de preuve de concept, si ce n'est qu'un projet virtuel c'est très difficile de trouver de l'argent. Mais ce que j'attends avec Finance Innovation et Aviva c'est cette notoriété qui va pousser les demandes du grand public qui va en retour pousser la demande du B2B. Et ça ça va me permettre de demander de l'argent à quelqu'un d'autre. Aujourd'hui les assureurs sont un tremplin de connaissance et de reconnaissance par les milieux financiers. C'est un moyen de communication pour distribuer mes produits. L'assurance a tout à gagner de mon point de vue.

*XdC : Ils peuvent à la fois investir et ils peuvent s'associer à ce produit là pour montrer l'innovation ?*

**Uwe :** Mais aussi ils peuvent améliorer la vie de leurs patients pour leur donner une meilleure adhérence pour qu'ils soient mieux gérés. ça ne sert à rien de gérer une pathologie chronique : ça ne sert à rien de gérer le diabète, ce n'est pas la maladie qu'il faut gérer c'est le patient qui est lui-même responsable de sa maladie. Si le patient est bien géré il va coûter moins cher à l'assurance. L'assurance a tout intérêt à ce que quiconque souffre de ce type de pathologies graves utilise ce produit pour améliorer son adhérence et en même temps c'est un instrument fabuleux de marketing pour l'assurance. Si quiconque développe une maladie chronique reçoit automatiquement le frigo payé par l'assurance. Généralement je suis contre le remboursement pour une industrie comme la mienne, car le remboursement par la Sécurité sociale tire l'industrie vers le bas. Imagine que je suis fabricant de glucomètre ou de produits remboursés à disons 50 euros. La sécurité sociale va me mettre une pression sur la marge pour baisser le coût de fabrication. Quand on baisse les coûts de fabrication, on baisse les coûts de la recherche et tu n'as plus d'argent pour faire de l'argent.

J'ai besoin que tout tourne bien non parce que je veux avoir plus d'argent mais parce que je veux continuer à les dépenser en R&D et développement et autres. Donc j'ai besoin du B2B pour m'apporter cet argent. Cette légitimité de travailler dans les milieux de l'assurance et de la Sécurité sociale mais je ne veux surtout pas que la Sécurité sociale rembourse ce produit : aussitôt qu'un produit est remboursé, il perd sa valeur.

Si tu reçois quelque chose de gratuit ça n'a pas de valeur mais si tu reçois à moitié prix, c'est une affaire. Tu vois ce que je veux dire : ce process de vraiment travailler avec les particuliers et à nouveau le coût n'est pas un problème pour ce type d'appareil. Une chose que tu peux acheter une fois dans ta vie et qui te sera utile et qui te permet de mieux vivre et mieux vivre c'est aujourd'hui le mot du moment. Vive la silver Eco ! Il faut en prendre soin.

J'ai une équipe absolument extraordinaire de jeunes piochés un peu partout, car depuis que je travaille dans le monde médical depuis 25 ans j'ai rencontré des génies : j'ai un poète absolument extraordinaire qui a écrit une pièce de théâtre qui a été diffusée et lui en fait il m'aide sur le comment je peux de communiquer avec les gens comment je peux toucher le cœur des gens ; j'ai un ingénieur extraordinaire qui est professeur en mécanique à l'université de Lund. Je pense qu'il est la seule personne plus intelligente que moi que j'ai rencontrée ; j'ai une directrice financière qui est directrice depuis plus de vingt-cinq ans pour les plus grands groupes médicaux de diagnostic...

Ce qui est important en fait c'est quand quelqu'un rejoint mon équipe c'est pas pour un rôle défini : ça prend deux ou trois mois afin d'apprendre comment on peut maximiser le potentiel d'une personne. Si je demande une personne qui va faire du marketing alors je n'aurais que des marketeurs. Mais il y a beaucoup de gens qui sont bons à faire des trucs autres que ce qu'ils pensent être bons. Ça prend deux trois mois quand il rejoint l'équipe, pendant lesquels il fait tout. Et aussi en

## One Week, One Tech *by Périclès*

### LifelnA avec Uwe Diegel

trois mois on trouve que tu aimes faire et comment tu peux sublimer ton potentiel. Aujourd'hui on est cinq principaux dans cette équipe et je sous-traite beaucoup : avec des équipes universitaires à l'université de Lund, des étudiants qui sont ceux de mon frère, qui est professeur à l'université, et on les paie pour réaliser des études.

*XdC : Cela vous permet d'avoir un projet de recherche pour eux...*

**Uwe :** Je travaille aussi avec beaucoup d'universités en France des groupes d'étudiants en pharmacie, à Dauphine, ce qui met le monde universitaire à proximité du monde médical.

Quand tu es une start-up tu prends tout ce que tu peux prendre pour améliorer non seulement ta start-up mais ta propre vie. Moi je suis fabricant de matériel médical mon premier grand intérêt va à la cardiologie. Même si je suis fan de communauté médicale je suis aussi un expert mondialement reconnu en matière artérielle périphérique parce que ça a toujours été ma recherche. Une chose entraînant une autre, un key opinion leader en cardiologie va faire connaître un key opinion leader sur le diabète et tout le monde travaille ensemble et j'ai de très bonnes relations avec tout le monde parce que j'aime mon métier. Si tu veux faire quelque chose tu demandes à quelqu'un qui est occupé ; quelqu'un qui est occupé a toujours du temps... si c'est intéressant. Si tu n'es pas occupé, tu ne sers à rien. Il faut trouver des gens occupés qui sont intéressés dans ton projet. Les gens se plient en deux parce qu'ils savent que moi aussi je me plie en deux pour tout le monde pour mes clients pour mes amis. Je travaille beaucoup sur un mode plutôt familial, quiconque avec qui je travaille sont plus des amis que des clients.

*Xavier : Des gens que tu connais depuis des années et des gens que tu as rassemblés pour cette aventure qui sont nouvellement arrivés et qui apportent...*

**Uwe :** Pas seulement parce qu'ils apportent quelque chose parce que par définition il faut être amis, il faut vraiment une relation de confiance plus qu'une relation business c'est une relation presque intime avec tous les gens de la start-up.

On vit vraiment proches les uns des autres - on a quand même une vie privée bien sûr - c'est vraiment une symbiose de tous les esprits de la start-up pour tous travailler dans la même direction et c'est ce qui est important cet esprit d'équipe pour laquelle la seule chose qui compte c'est le résultat, c'est qu'est-ce qu'on va faire à la fin. On va tous travailler dans la même direction et on peut se disputer. Moi je peux te traiter d'imbécile, tu peux me traiter de connard ce n'est pas ce qui est important. À la fin de la journée, on peut prendre du temps et un verre ensemble et on continue de faire avancer notre projet commun. C'est comme un truc qui rayonne par-dessus nous. Cette foi, cette mission, cette vision qu'on peut améliorer le sort de la start-up et en même temps le sort des patients qui utilisent nos technologies.

*XdC : C'est quelque chose que vous avez toujours en tête ? Finalement le patient la personne malade derrière à la fin c'est la seule chose qui compte, c'est ce qui vous rassemble.*

**Uwe :** Absolument, on a souvent des disputes, on n'est pas toujours d'accord et vu qu'on est tous égaux dans le sens où il n'y a pas une personne plus importante. Les échanges sont parfois vifs, pour utiliser le mot consacré.

Il est rare de devoir trancher. En fait moi je suis convaincu que j'ai toujours raison et dans deux semaines je dirais exactement le contraire parce que tu m'auras convaincu que j'avais tort. Donc il faut avoir cette foi mais en même temps ne pas être borné par les demandes du marché.

## One Week, One Tech by Périclès

### LifelInA avec Uwe Diegel

*XdC : Uwe, un grand merci pour ce témoignage et les informations partagées j'espère que tu trouveras le soutien des assureurs*

#### Le regard de Périclès

##### **Time to Market** ★★★★★

##### **Qualifier l'adéquation entre l'innovation et la maturité du marché**

Un petit frigo économique, produit très concret qui a de bonnes chances de toucher un besoin marché mal couvert : le transport et la conservation sécurisés de médicaments fragiles.

##### **Nature de l'innovation :** ★★★★★

##### **Qualifier le niveau d'ingéniosité de l'innovation proposée**

Technologie ancienne mais améliorée en termes de stabilité ; pas de brevet ni de protection de l'idée, c'est l'excellence d'exécution et les prochaines innovations qui doivent permettre de prendre/garder de l'avance.

Le couplage avec un modèle de production industrielle (permis par les activités précédentes du fondateur) est original.

##### **Maturité de l'innovation :** ★★★★★

##### **Qualifier l'état d'avancement du projet (outils marketing, outils informatiques, capacité à se déployer...)**

Le produit existe sous forme de prototype finalisé, avec une livraison des précommandes prévue pour juillet 2018. La stratégie de fabrication et de distribution est éprouvée, avec une approche B2B en cible dès que le concept démontre qu'il fonctionne.

##### **Positionnement à l'international :** ★★★★★

##### **Qualifier le positionnement actuel et potentiel à l'international**

L'offre est déjà déclinée en plusieurs produits et de nouveaux usages sont en cours de développement. La distribution B2C sera complexe en France, mais ne vise qu'à installer la marque et le produit. Le modèle B2B s'appuyant sur les grands laboratoires pharmaceutiques et les assureurs est structurellement compatible avec l'international.