

## FOCUS DIGITAL • 6 novembre 2019



### Google/Fitbit : les GAFAs à la conquête de la santé ?



**Denis Beaudoin**  
CEO

[dbeaudoin@finaltis.com](mailto:dbeaudoin@finaltis.com)



**Bruno Bernstein**  
Head of Fundamental Equity & Market Intelligence

[bbernstein@finaltis.com](mailto:bbernstein@finaltis.com)



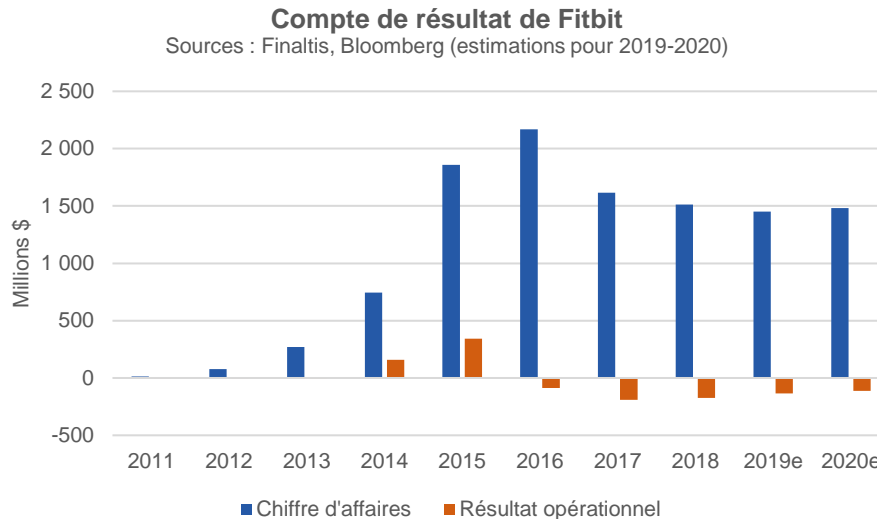
**Hafid Lalouch**  
Fund Manager

[hlalouch@finaltis.com](mailto:hlalouch@finaltis.com)

#### AVERTISSEMENT

Ce document ne constitue pas une proposition d'investissement. Il a été réalisé dans un but d'information uniquement. Il ne présente donc aucune valeur contractuelle. Aucune des informations apparaissant dans le présent document ne saurait être considérée comme une offre de services ou de produits émanant de FINALTIS, ni comme une offre ou la sollicitation d'une offre d'achat ou de vente de valeurs mobilières ou de tout autre produit d'investissement.

Après une semaine de rumeurs, Google vient de confirmer son rachat surprise de Fitbit, fabricant de montres et d'accessoires connectés pour le sport. Cette opération sort de l'épure des précédentes acquisitions qui concernaient essentiellement des actifs en forte croissance complétant une offre existante de Google, à l'instar de Looker, éditeur de logiciels d'analytique, plus tôt dans l'année. Les ventes Fitbit décroissent depuis plusieurs années, perdant des parts d'un marché des montres connectées en forte croissance (+21 % en 2018, à 23 Md\$<sup>1</sup>), dominé par Apple et Samsung.



D'un montant de 2,1 Md\$, cette acquisition est peu significative à l'échelle du groupe ; Alphabet, la maison-mère de Google, dispose d'une trésorerie nette de 106 Md\$. L'offre comporte une généreuse prime de 100 % sur le cours avant les rumeurs. Avec ce rachat, Google ne semble pas valoriser pas le hardware (les montres), qu'il aurait pu construire en interne, mais plutôt les données générées (et à venir...) sur une « base installée » de 28 millions d'utilisateurs. De plus, Fitbit dispose de partenariats avec des assurances aux États-Unis.

Plus globalement, la santé est une des priorités d'Alphabet, dont les dirigeants et co-fondateurs Larry Page et Sergey Brin, sont adeptes du transhumanisme<sup>2</sup>. Le groupe détient d'ores et déjà deux filiales spécialisées dans la santé : Verily (recherche en sciences de la vie) et Calico (spécialisée dans la lutte contre les maladies associées au vieillissement).

Comme tous les GAFA, Google cherche à transformer la santé en développant des services digitaux, profitant de la proximité des centaines de millions d'utilisateurs avec ses produits, pour obtenir des données personnelles et de mode de vie. Les montres connectées en fournissent quelques-unes des

<sup>1</sup> Source : GlobalData.

<sup>2</sup> Mouvement philosophique prônant le développement des capacités physiques et mentales de l'homme, et la lutte contre les limites à sa condition (dont le vieillissement, voire la mort), en s'appuyant sur les avancées scientifiques.

plus cruciales : rythme cardiaque, niveau d'activité physique, etc. Apple a clairement affiché ses ambitions<sup>3</sup> dans la santé, lançant notamment l'Apple Watch en 2015, enrichie de nouvelles fonctionnalités à chaque nouvelle version, et présentant de nombreuses possibilités pour le futur : contrôle de la pression artérielle, de la température corporelle, de la glycémie, ...

Amazon et Facebook sont – pour le moment ? – plus en retrait. Le premier a connu le relatif échec au début des années 200 de la vente en ligne de produits pharmaceutiques, pénalisée par la lourde réglementation ; il y est pourtant revenu en 2018 avec l'acquisition de PillPack pour 753 M\$ suivi de la création de Haven, une joint-venture avec JP Morgan Chase et Berkshire Hathaway à but non lucratif visant à améliorer les prestations d'assurance maladie des salariés des trois sociétés, puis du lancement en septembre dernier d'Amazon Care, une clinique virtuelle pour ses employés de Seattle, probablement « pilote » pour un plan plus ambitieux dans la télémédecine. Le second reste prudent, se limitant à la prévention (rappels de vaccins à réaliser, par exemple), peut-être pour éviter un nouveau scandale lié à l'exploitation de données personnelles.

Pour investir massivement dans la santé en ligne, les acteurs digitaux devront surmonter deux freins principaux : (1) les agréments par les autorités de santé, notamment la FDA aux États-Unis et (2) l'épineux respect de la vie privée pour lequel les Gafa suscite une grande méfiance. L'intérêt d'une digitalisation pour la santé grand public est évident : facilitation du suivi médical, personnalisation accrue de la protection, amélioration de la prévention ou encore accélération des diagnostics. Ces avantages justifient de trouver les réponses, à terme, aux légitimes interrogations que l'évolution digitale suscite pour la santé.

En s'appuyant sur le lien privilégié qu'ils nouent avec les membres de leurs réseaux, les Gafa semblent bien décidés à le révolutionner l'immense marché mondial de la santé : 8 000 Md\$, dont 3 500 Md\$ aux États-Unis<sup>4</sup>, où les dépenses annuelles en soins médicaux sont les plus élevés (~10 000 \$ par habitant, le double des chiffres français<sup>5</sup>).

---

<sup>3</sup> Tim Cook, PDG d'Apple : « Les *wearables*, des objets connectés à porter sur soi, en sont à leurs tout débuts. (...) Je pense qu'un jour pas si lointain, on dira que la plus grande réalisation d'Apple se trouve dans la santé ». Interview Les Echos, 04/10/2019.

<sup>4</sup> Source : Deloitte.

<sup>5</sup> Source : OCDE.