

# Les Fitbit de la fertilité débarquent sur un marché à fort potentiel

[Lélia De Matharel](#)

JDN Mis à jour le 17/05/16 16:43



**Glow, Ava, Kindara... De nombreuses start-up ont levé des fonds pour développer ces objets connectés d'un nouveau genre, qui permettent aux femmes de savoir quand elles sont fertiles.**

"Ces 18 derniers mois à l'échelle internationale, les fonds de capital-risque ont injecté plus de 150 millions de dollars dans des applications et des objets connectés qui détectent la fertilité de leurs utilisatrices en mesurant certaines données physiologiques", affirme Michael Vardi, fondateur et PDG de Tempdrop, une start-up israélienne qui développe l'un de ces trackers.

A elle seule, une de ses concurrentes, la jeune pousse californienne Glow, a collecté 23 millions de dollars de financements depuis sa création en mai 2013. Kindara, autre start-up américaine de ce marché en plein décollage, a levé 6,9 millions de dollars en cinq ans. Et les fondateurs de la société suisse Ava ont convaincu les investisseurs de déboursier 2,6 millions de dollars pour financer le développement et la commercialisation de leur objet connecté.



10 000 internautes ont précommandé le thermomètre de Kindara. © Kindara

"Pendant les road show, les investisseurs ont tout de suite compris que le potentiel de ce marché était considérable, car ils ont tous un couple dans leur entourage proche qui peine à concevoir un enfant. Un ménage sur 8 est confronté à ce problème aux Etats-Unis", souligne Denise Franklin, PDG de Kindara.

Pour maximiser leurs chances de tomber enceintes en identifiant leur période de fertilité, certaines femmes mesurent leur température le matin avant de poser le pied par terre, toujours à la même heure. Lorsque les ovules sont libérés par leurs ovaires, elle progresse de 3 à 5 dixièmes de degrés. Afin que cette méthode dite de la courbe de température fonctionne correctement, elles doivent respecter à la lettre cette discipline. Il existe aujourd'hui une centaine d'applications mobiles où ces femmes rentrent manuellement leur température chaque jour. "Fin 2015, ces applis avaient été téléchargées plus de 200 millions de fois dans le monde", souligne le patron de Tempdrop Michael Vardi.

*Plus d'un million de personnes utilisent aujourd'hui l'application mobile de Kindara*

Kindara a commencé par sortir une solution de ce type en 2011, avant de développer le thermomètre intelligent Wink qui envoie automatiquement les données collectées à l'appli de l'entreprise. "Elle est régulièrement dans le top 10 des applications de santé les plus téléchargées à l'international. Plus d'un million de personnes l'utilisent aujourd'hui et nous enregistrons 200 nouveaux téléchargements par jour en moyenne", détaille la nouvelle patronne de l'entreprise, arrivée il y a un mois et demi pour gérer la commercialisation du tracker de fertilité. Wink sera envoyé aux 10 000 internautes qui l'ont précommandé "dans les prochaines semaines", glisse la dirigeante.

Plus de 50% des utilisatrices de l'appli et de l'objet connecté de Kindara veulent avoir un enfant. Mais la jeune pousse avait au départ créé ces outils à destination des femmes qui ne souhaitent pas concevoir. "Si notre thermomètre est utilisé avec rigueur quotidiennement à la même heure et que les utilisatrices se protègent ou s'abstiennent pendant les 6 jours de leur cycle où elles sont fertiles, il leur permet de ne pas tomber enceintes dans 99% des cas sur un an selon nos études", affirme Denise

Franklin. Un chiffre à prendre avec des pincettes, car la jeune pousse n'a pas encore réalisé de tests à grande échelle sur plusieurs milliers de personnes.

La start-up Ava a quant à elle testé son bracelet connecté pendant une année sur 50 participantes, dans le cadre d'un test encadré par l'hôpital universitaire de Zurich, où elle est basée. Elle va lancer une nouvelle étude en juin sur une centaine de personnes. Le bracelet intelligent sera envoyé aux personnes qui l'ont précommandé en juillet 2016 aux Etats-Unis et quelques mois plus tard en Europe. Ava ne se contente pas de mesurer la température du corps. Il enregistre aussi 8 autres paramètres, comme la fréquence cardiaque. "Cela nous permet d'être beaucoup plus précis", souligne Lea von Bidder, cofondatrice et directrice marketing d'Ava. Grâce à ces analyses approfondies, la jeune pousse souhaite dans le futur fournir plus d'informations aux femmes sur leur grossesse (date exacte à laquelle elles sont tombées enceintes, problèmes éventuels...) et monnayer ces nouveaux services.

Les start-up du secteur ont opté pour différents types de business model. Si elles font toutes payer leur tracker de fertilité aux clientes, certaines leur offrent l'abonnement à l'application dédiée ainsi que l'analyse et le stockage des données dans le cloud. D'autres ont opté pour un service payant.

#### *Tempdrop compte vendre son tracker de fertilité à moitié prix aux hôpitaux*

La jeune pousse Tempdrop, créée en 2014 et basée à Tel Aviv, est encore en train de concevoir son modèle économique car son fonctionnement est plus original. Elle a développé un bracelet connecté qui se positionne sur le haut du bras. Il enregistre la température du corps pendant toute la nuit, ainsi que celle de l'environnement. L'appareil est capable d'analyser la présence d'un courant d'air qui pourrait faire chuter artificiellement la température de son utilisatrice.

L'outil envoie ensuite les données non pas à une application précise mais à celle qu'a choisi d'utiliser sa cliente. "Nous avons tissé des partenariats avec plusieurs entreprises qui fournissent des applications populaires de traçage de la fertilité", précise le patron de la société Michael Vardi. Les données du tracker Tempdrop sont plus précises que celles que rentrent manuellement les utilisatrices de ces programmes. Leurs analyses deviennent donc plus pertinentes, c'est gagnant-gagnant.

Tempdrop veut faire payer 100 euros à ses clientes pour son objet connecté et 6 mois d'abonnement à son service d'intégration de données à l'application de fertilité de leur choix. Ensuite, si elles veulent conserver cette fonction, elles paieront 5 dollars par mois. Sinon, elles consulteront leurs résultats sur l'application basique développée par Tempdrop.

La start-up commercialisera son objet connecté d'ici fin 2016. Elle compte le vendre à moitié prix aux hôpitaux et au planning familial, une association qui éduque les adolescents aux méthodes de contraception. Mais il faudra pour cela que des tests à grande échelle attestent de l'efficacité de cet appareil, qui doit être utilisé avec beaucoup de régularité. Ce n'est pas gagné : la pilule contraceptive est théoriquement efficace dans 99,7% des cas sur un an lorsqu'elle est utilisée de façon optimale. Mais dans la pratique, elle ne fonctionne que 91% du temps sur un an, car les femmes oublient parfois de la prendre.