

Le potentiel de la Femtech se libère

« S'il faut plus de femmes dans la tech, il faut aussi plus de tech au service des femmes », soulignait François Bitouzet, Directeur Général de VivaTech l'occasion de la publication du premier baromètre de la Femtech en France, qui montre le dynamisme du secteur, malgré le retard français.

Temps de lecture : minute

19 juin 2023

Si la Femtech a été choisie comme une thématique forte pour l'édition 2023 de Viva Technology, ce n'est pas un hasard. Le baromètre réalisé en collaboration avec Femtech France et Wavestone, et publié en plein cœur du plus grand rendez-vous des startups en Europe, en témoigne : les startups françaises du secteur ont réalisé plus de 30 millions de chiffre d'affaires cumulés en 2022 et en sept mois leur nombre a augmenté de 40 % avec désormais 115 startups recensées en juin 2023.

Le marché français, dynamique mais en retard

Le terme Femtech désigne l'ensemble des technologies, produits et services innovants dédiés à la santé des femmes : objets connectés, applications mobiles, logiciels de santé, plateformes éducatives, etc. Le secteur est particulièrement mature aux États-Unis qui compte déjà plusieurs licornes, mais n'a pas encore rencontré la croissance escomptée en France. Pourtant le potentiel de marché est gigantesque, puis de 51 milliards de dollars en 2021, il pourrait dépasser les 100 milliards dès 2030.

" Le retard que nous prenons fait qu'au lieu d'exporter nos innovations, ce sont des entreprises Femtech étrangères qui commencent à s'implanter en France ", s'inquiète Juliette Mauro, présidente de Femtech France.

Quand la médiane des fonds levés par les startups de la Femtech française est de 1 million d'euros, les montants dépassent les 100 millions de dollars aux États-Unis comme par exemple pour Maven Clinic.

Le frein des données et du financement

Pour se développer, le marché des Femtech doit relever plusieurs défis. Celui de la donnée notamment. L'obligation d'inclure les femmes dans les essais cliniques ne date que d'une trentaine d'années en France et certaines pathologies n'ont bénéficié d'aucune étude d'envergure sérieuse, par exemple sur les périnées abîmés.

Les startups du secteur sont également régulièrement confrontés à une réticence des professionnels de santé, à intégrer des solutions numériques dans leur pratique, souvent par un manque de ressources. Enfin il y a la question du financement avec des investisseurs *" essentiellement masculins donc qui ne comprennent pas toujours les questions posées par la santé des femmes comme les règles ou les cystites par exemple "*, commente Delphine Moulu, directrice générale de Femtech France.

Un potentiel en termes d'innovations et de marché

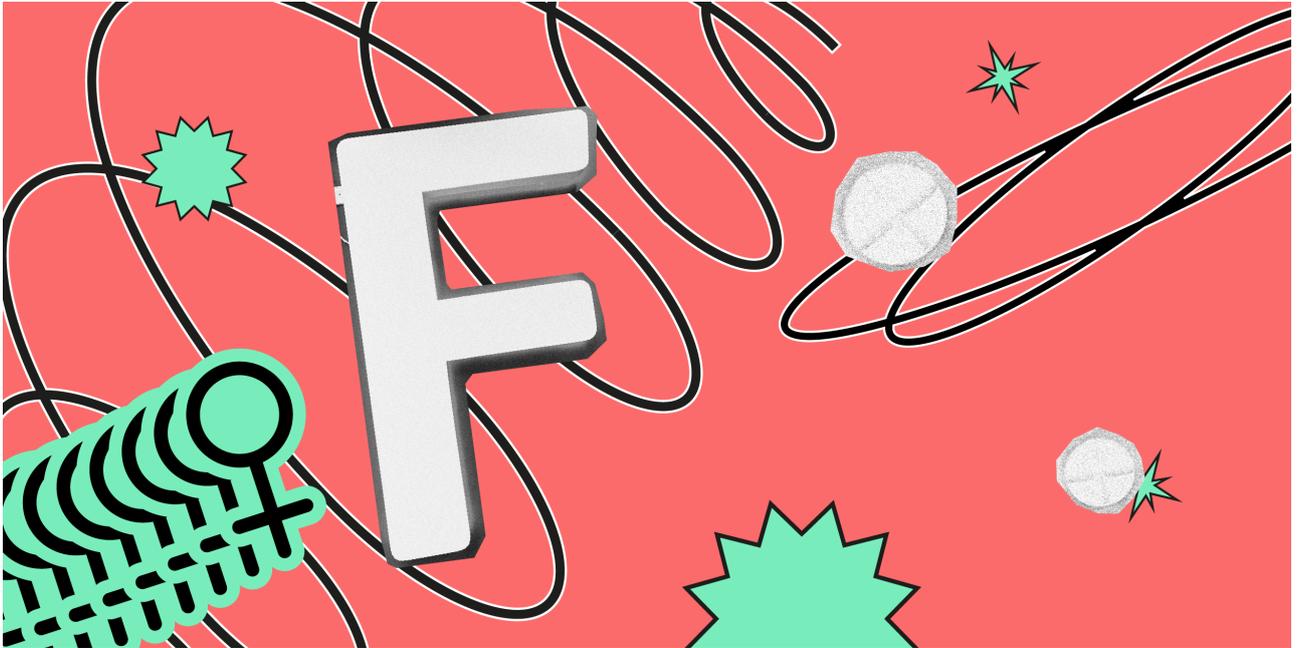
Les motifs d'espoir existent pourtant comme l'explique Juliette Mauro *" la Femtech peut regarder toutes les pathologies et moments de vie encore peu abordés en santé des femmes donc il y a un bel espace pour se positionner tant en termes d'innovation qu'en termes de marché "*.

En témoignent l'émergence de nouveaux secteurs comme la santé post-

reproduction (ménopause, cardiovasculaire, ostéoporose), la santé globale et les autotests (hormonaux, HPV). En outre, le modèle économique B2C laisse de plus en plus sa place à un modèle B2B2C, pour s'adresser aux employeurs qui peuvent ensuite mettre leurs solutions à disposition de leurs salariées.

Une occasion pour eux de conforter leur stratégie RSE, mais aussi d'attirer et fidéliser les femmes dans l'entreprise. Enfin, 68 % des startups interrogées dans le baromètre souhaitent un remboursement par la sécurité sociale qui permettrait de booster le secteur et permettre l'accessibilité de leurs solutions à toutes les femmes, quel que soit leur niveau de revenu.





À lire aussi

10 startups de la FemTech à suivre en 2023

Article écrit par Thibault Caudron