

PARTIS

## Magnette réunit les socialistes à Nivelles

« On » nous confie que le président du PS, les ministres fédéraux, régionaux et communautaires, les chefs de groupe parlementaires, des élus, le staff de l'Institut Emile Vandervelde, une trentaine de personnes au total, se sont retrouvés samedi au motel de Nivelles. Une réunion « secret défense » si l'on peut dire, disons confidentielle, qui avait trait à la stratégie du parti. Paul Magnette a longuement pris la parole pour, nous dit-on, livrer un « diagnostic de mi-législature, à deux ans des élections », le bilan, les acquis, les problèmes. Tous, « dans le respect des normes sanitaires », précise-t-on, ont échangé sur les sujets chauds actuellement : la manifestation en front commun syndical ce lundi (mot d'ordre : en être), le dossier nucléaire (en plein bras de fer vert-bleu au fédéral : que faire au milieu ?), le désarroi dans la population après le dernier catastrophique Comité de concertation covid (tous les partis sont montrés du doigt), la controverse Uber à Bruxelles (qui secoue le gouvernement Vervoort)... Il fut question également d'une enquête (un sondage) de positionnement du PS dans le paysage politique, notamment par rapport au PTB qui conquiert des « parts de marché » à gauche-gauche. Quel type de « communication » adopter ? Les rouges s'interrogent en coulisse.

DAVID COPPI

## Hedebouw élu président du PTB

Raoul Hedebouw a été élu dimanche à la présidence du Parti du Travail de



© NICOLAS MAETERLINCK/BELGA

Belgique (PTB, PVDA en néerlandais). Unique candidat, il a récolté 94,1 % des voix lors d'un congrès statutaire, dites « Congrès de l'Unité », organisé à Bruxelles, qui s'est finalement tenu de manière essentiellement virtuelle, pour cause de covid. Les 883 délégués des groupes locaux du parti étaient invités à voter. Raoul Hedebouw, 44 ans, chef de groupe à la Chambre, succédera le 1<sup>er</sup> janvier à Peter Mertens, qui a présidé le parti ces 13 dernières années. BELGA

SANTÉ

# Un algorithme pour remplacer la pilule contraceptive



Carrie Walter et Audrey Tsang, les deux patronnes de Clue, constatent que « les big pharmas sont dirigées essentiellement par des hommes, les fonds de capital à risque qui investissent dans les start-up également ». © DR

La start-up berlinoise Clue a obtenu le « go » de l'autorité américaine du médicament pour la mise sur le marché de son application « anti-grossesse ».

Une petite révolution, 100 % digitale, qui arrivera dans un second temps en Europe.

AMANDINE CLOOT

Les contraceptifs hormonaux n'ont plus nécessairement la cote auprès des générations Y et Z. Notamment en raison de contre-indications et de certains effets secondaires. Clue l'a bien compris. Cette start-up née à Berlin rassemble 12 millions de membres actifs chaque mois sur une application « freemium » permettant de suivre son cycle menstruel. Elle travaille depuis plusieurs années déjà à une nouvelle fonctionnalité : un moyen de contraception 100 % numérique. Pour éviter à l'utilisatrice de tomber enceinte, seul un smartphone équipé d'un algorithme performant est donc ici nécessaire.

La solution débarquera avant la fin de l'année aux Etats-Unis, et suivra dans les prochains mois en Europe. Preuve du sérieux de l'entreprise – dirigée par deux femmes, Carrie Walter et Audrey Tsang, et qui emploie 70 % d'effectifs féminins, deux faits rares dans le monde de la tech –, la FDA, pour « food and drug administration » ou autorité américaine du médicament, a dit « oui » en mars dernier à la mise sur le marché de ce nouveau produit en tant que « medical device ».

« C'est un grand changement pour notre société, puisque nous allons mettre sur le marché un dispositif médical, nous allons être contrôlés ponctuellement. Mais c'était notre volonté de lancer le produit le plus sûr et le plus sérieux possible », explique Carrie Walter. « Nous avons choisi les USA

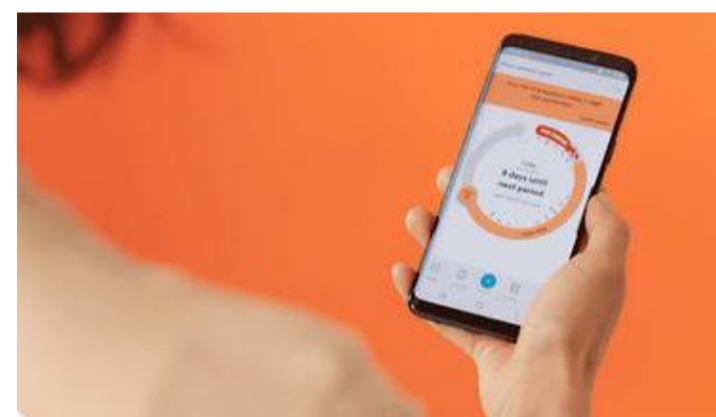
comme premier marché pour sa taille et pour d'autres raisons (le prix élevé de la contraception, notamment, NDLR), mais l'Europe s'impose ensuite », enchaîne Audrey Tsang. Selon différentes études, la contraception coûterait en moyenne 390 dollars (345 euros) par an à une femme américaine alors que l'abonnement à Clue devrait s'établir à 9,99 euros mensuels.

La solution n'est pas née en un clin d'œil – « nous y travaillons hors essai clinique depuis près de deux ans » – et a donc consommé du capital pour la start-up composée d'une soixantaine de personnes. Mais l'équipe est convaincue qu'elle atteindra sa cible. « Beaucoup de femmes utilisent des applis de suivi de cycle menstruel comme la nôtre pour éviter de tomber enceintes. En réalité, cela peut aider à tomber enceinte quand vous le souhaitez, mais l'inverse ne fonctionne pas. C'est extrêmement risqué. » Autre source de motivation : un nombre de grossesses non désirées dans le monde qui ne faiblit pas.

### Un fonctionnement « ultra-simple »

Alors, comment un assemblage de codes, de langages informatiques et de grilles statistiques peut-il être aussi efficace qu'un petit comprimé bourré d'hormones ingéré chaque jour ? La solution de Clue est fondée sur un modèle mathématique, dit « Bayésien ». Il a été éprouvé au long d'un essai clinique mené auprès de 700 femmes durant 13 cycles menstruels par l'université Georgetown. « Vous n'avez réellement qu'à introduire le premier jour de vos règles dans l'application », assure Audrey Tsang. « Le modèle va ensuite déterminer les jours à hauts risques, ceux où l'abstinence ou l'usage d'un préservatif lors d'un rapport sexuel sont nécessaires. » Au fur et à mesure du temps et des données introduites par vos soins, l'algorithme va affiner ses prévisions personnalisées et la fenêtre de risque va se réduire progressivement.

La méthode Clue a été approuvée comme efficace à 92 % lors d'un usage imparfait, dit « typique », et efficace à 97 % lors d'un usage « sans faute ». En comparaison, la pilule contraceptive protège respectivement à 93 et à 99 % dans les deux cas de figure, et le préservatif, à 87 et à 98 %.



« Vous n'avez réellement qu'à introduire le premier jour de vos règles dans l'application », assure Audrey Tsang. © CLUE

### Des données de santé qui « ne seront jamais vendues »

Clue, avec son application de mesure du cycle menstruel et ses 12 millions d'utilisatrices, est déjà actuellement assise sur un trésor en matière de données de santé. La nouvelle fonctionnalité contraceptive l'enrichira encore bien plus.

Il est donc pertinent de s'intéresser à la politique de protection des données de l'entreprise. « Nous sommes extrêmement claires sur ce point : nous ne vendrons jamais vos données à un tiers », promet Carrie Walter, juriste spécialisée dans la protection de la vie privée de formation. « Même en cas de vente de l'entreprise, la clause ne pourrait pas être violée. Nous utilisons, conformément au RGPD (règlement général européen sur la protection des données, NDLR), des accords de transfert pour les partager avec des tiers indépendants, des universités, à des fins exclusivement de recherche : les données sont alors pseudonymisées selon les standards requis. » A.C.

La solution digitale ne s'adresse cependant pas à tout le monde. Le modèle est fiable pour les femmes de 18 à 45 ans qui ont un cycle régulier compris entre 20 et 40 jours. Il suppose par ailleurs une certaine discipline pour suivre les indications données par l'application et éviter la prise de risque durant les jours indiqués comme « critiques ». Filet de sécurité supplémentaire : si le cycle d'une utilisatrice ne convient pas au modèle, son utilisation sera automatiquement bloquée.

A l'heure où les algorithmes régissent déjà bon nombre de secteurs, on peut s'interroger sur le pourquoi il aura fallu attendre si longtemps pour l'avènement d'une telle solution. Il y a bien des concurrents à Clue sur le marché, mais un seul a obtenu le statut de « dispositif médical » des deux côtés de l'Atlantique, et il nécessite une prise de température quotidienne pour fonctionner. « Les big pharmas sont dirigées essentiellement par des hommes, les fonds de capital à risque qui investissent dans les start-up également », constatent les deux CEO. « Or, il est difficile d'entendre et de vous sentir concerné par une réalité que vous ne connaissez pas... C'est regrettable, mais c'est bien ce qu'il se passe. Par ailleurs, nous allons vendre directement notre produit aux utilisateurs, nous n'avons pas besoin de distributeurs, de passer par des médecins et des hôpitaux par exemple, ce qui est un modèle assez atypique dans l'univers des medtechs » (entreprise technologique qui développe des solutions médicales).