

Une étude exclusive de Direct Research



Télémédecine et téléconseil médical,  
web communautaire, réseaux sociaux, « apps » mobiles...

# *La Santé mobile et la Santé 2.0. en France : réalités, impacts et perspectives à l'horizon 2015*

Une étude stratégique sur les nouveaux outils de communication  
à distance pour :

- Faire l'état des lieux des innovations technologiques dans le domaine de la Santé mobile et de la Santé 2.0.
- Identifier les expériences étrangères les plus marquantes et en tirer les enseignements clés pour le marché français
- Décrypter les opportunités, ainsi que les contraintes économiques et techniques de ces nouveaux outils
- Analyser les stratégies « Santé mobile » et « Santé 2.0 » des grands acteurs du secteur
- Anticiper les perspectives d'évolution en France de ce nouveau marché

## Exclusif

- Les meilleures « apps » santé et médicales référencées dans l'appstore
- Une revue exhaustive des applications mobiles disponibles en langue française
- La liste des meilleurs sites et blogs dans le domaine de la santé

# La Santé mobile et la Santé 2.0. en France :

Parution : avril 2011

Tarif : 2 750 € HT

150 pages



## L'auteur

Jean Kramarz a fondé Medical5, société spécialisée dans la mise en place de solutions innovantes et le développement d'applications « santé » pour smartphones. Il est aujourd'hui directeur du réseau médical international d'AXA Assistance.

## Problématiques et objectifs de l'étude

Qu'est ce que la « santé mobile » ? Et la « santé 2.0 » ? En quoi ces deux phénomènes sont-ils liés ? Quelle révolution augurent-ils dans la manière d'organiser les soins et de gérer sa propre santé ? Et en quoi cette révolution modifie-t-elle les stratégies des grands acteurs de la santé, les médecins, les établissements de soins, les associations de patients, les industriels et les organismes payeurs ?

- Des communautés de médecins et de patients se créent, tels Sermo et Patientslikeme. Les participants peuvent échanger, rechercher des informations, mais aussi suivre l'évolution de leur maladie, en renseignant leurs symptômes et l'historique de leurs traitements. Quelles opportunités offrent le web communautaire et les réseaux sociaux pour les acteurs du secteur de la santé ? Sur quel 2.0 faut-il être ?
- Apple® a déjà vendu plus de 30 millions d'Iphones® dans le monde, dont 7 % en France. Les ventes mondiales de l'Ipad® auraient dépassé les 8 millions en 2010. Téléchargeables sur ces nouveaux outils, plusieurs milliers d'applications « médicales » et « santé » sont aujourd'hui disponibles sur l'Appstore. Ces applications proposent des services multiples : conseil santé grand public, suivi de mesure de glycémie pour les patients diabétiques, informations sur les médicaments, aides au diagnostic destinées aux médecins... Par quels profils d'acteurs sont-elles développées ?
- La télémédecine et les dossiers médicaux électroniques sont opérationnels depuis plus de dix ans mais peinent à réellement s'imposer en France, tant en médecine ambulatoire qu'en milieu hospitalier. Grâce au décret « télémédecine » publié fin 2010 dans le cadre de la loi HPST, va-t-on sortir en France de la phase expérimentale des services de télémédecine ? Quels obstacles demeurent à leur développement ? Quelles sont les enjeux et les perspectives d'une relation patient-médecin à distance ?
- De nouveaux opérateurs se positionnent depuis quelques mois dans le domaine du conseil médical à distance. Quelle place pourraient-ils prendre sur ce marché, aux côtés des leaders de l'assistance ? Ces services sont-ils le prélude à la consultation médicale à distance ?
- Le web est désormais un relai essentiel de l'information qui influe sur l'image des entreprises de la santé. Les internautes s'expriment sur les réseaux sociaux, blogs, forums, les opinions circulent et créent du buzz. Comment ces entreprises peuvent contrôler leur image et leur communication ? Quels sont les risques d'être présents sur le web ?
- Assureurs privés, assistants, opérateurs de la téléphonie mobile, entreprises pharmaceutiques et fabricants de dispositifs médicaux, prestataires de services, pouvoirs publics... Quelles sont leurs stratégies dans la santé mobile et la santé 2.0. ? Autour de quelles technologies et services se structure ce nouveau marché ?



Source : Medical5

L'objectif de cette étude est de :

- Dresser un panorama complet des innovations dans le domaine de la Santé mobile et de la Santé 2.0.
- Identifier les expériences étrangères pouvant être adaptées aux spécificités du marché français
- Décrypter les enjeux et les opportunités qu'offrent ces services de santé à distance
- Identifier les stratégies des acteurs présents sur ce nouveau marché

## Méthodologie de l'étude

Afin de répondre à ces objectifs, la méthodologie de cette étude s'est appuyée sur :

- Une quinzaine d'entretiens menés auprès d'acteurs clés du marché de la Santé mobile et de la Santé 2.0. en France et à l'étranger,
- Des recherches documentaires approfondies sur les nouvelles technologies et services à distance développés dans le monde, les stratégies déployées par les acteurs clés de ce marché,
- Une revue des applications mobiles disponibles et des sites communautaires de référence dans le domaine de la santé.

## Plan détaillé de l'étude

### 1 Les enjeux de la Santé mobile et de la Santé 2.0. en France

1. Les patients et leur rapport à la maladie : vers un partage communautaire d'une information auparavant confidentielle
2. Une nouvelle relation patient/médecin : l'expertise des médecins « challengée » et désormais évaluée par les patients
3. L'accès aux soins : de l'objectif de proximité à l'objectif de qualité

### 2 De la télémédecine à la santé mobile, de la e-santé à la santé 2.0 : les applications concrètes de ces nouveaux outils en France et à l'étranger, leur potentiel de développement et leurs limites

1. Les applications dans le domaine de la santé publique
  - La France est en retard par rapport aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, aux pays du Sud-est asiatique... malgré un large champ des possibles : orientation des patients dans le système de soins, accès aux soins des populations isolées, actions de prévention et d'accompagnement des patients...
2. Les applications pour le corps médical : amélioration du suivi thérapeutique et de l'observance
  - Le télédiagnostic et la téléconsultation : un complément à la consultation pour les suivis de routine
  - L'apparition du conseil médical à distance : service en concurrence ou complémentaire de la consultation ?
3. Le dossier médical mobile du patient : un outil concret au service du partage d'information et du décloisonnement des secteurs hospitalier et ambulatoire
  - Les enjeux du dossier patient hospitalier et de la communication intra-hospitalière
  - En France, le modèle le plus efficace de dossier médical mobile est étroitement lié au DMP : freins ou opportunités véritables de déploiement ?
4. Les applications dans les domaines de la téléassistance et la télésurveillance
  - La téléassistance et la télésurveillance : deux axes de développement pour la santé mobile et la santé 2.0.
  - Un développement freiné par la question non résolue du financement et du remboursement des dispositifs proposés
5. Les applications pour l'Assurance-maladie et les complémentaires santé
  - Des axes de différenciation via l'offre de nouveaux services aux assurés : dossier médical portable, géolocalisation du réseau médical, simulation du reste à charge, informations sur les pathologies et leur traitement, santé en voyage...
6. Web communautaire et réseaux sociaux
  - Quels sont les principaux réseaux sociaux « santé » en France et au niveau mondial ?

#### Exclusif

Revue sous forme de tableaux synoptiques :

- Des meilleures « apps » santé et médicales référencées dans l'appstore
- Des applications mobiles disponibles en langue française
- Des meilleurs sites et blogs dans le domaine de la santé

### 3 Positionnement et stratégies des acteurs présents sur ces nouveaux marchés

1. Les opérateurs de la téléphonie mobile, les équipementiers et les leaders de l'internet : conquérir de nouveaux marchés auprès des établissements de soins, des professionnels de santé et du grand public
2. Les fabricants d'équipements et de dispositifs médicaux : développer des produits et des services destinés à générer des revenus récurrents
3. Les laboratoires pharmaceutiques : se différencier par des solutions et des services innovants, maîtriser l'information et relever les défis lancés par les réseaux sociaux
4. Les complémentaires santé et les assistants : investir le champ de la prévention et de l'accompagnement des assurés, nouer de nouveaux partenariats à l'échelle régionale avec les professionnels de santé et les Agences régionales de santé
5. Les fabricants de « solutions médicales à distance » : profils et ambitions affichées de ces nouveaux entrants

# Direct Research

## Vous accompagner dans vos réflexions et la définition de vos stratégies opérationnelles auprès des professionnels de santé

Créé en 2004 par le groupe Direct Medica, Direct Research est un cabinet d'études et de conseil indépendant, spécialisé dans le domaine pharmaceutique et médical.

Notre vocation est d'assister les acteurs du système de santé – laboratoires et distributeurs pharmaceutiques, institutionnels, syndicats professionnels, associations de patients... :

- dans la compréhension et l'analyse des évolutions et des enjeux du secteur de la santé,
- dans la définition de leurs stratégies opérationnelles auprès des professionnels de santé.

Les équipes de Direct Research associent une triple expertise :

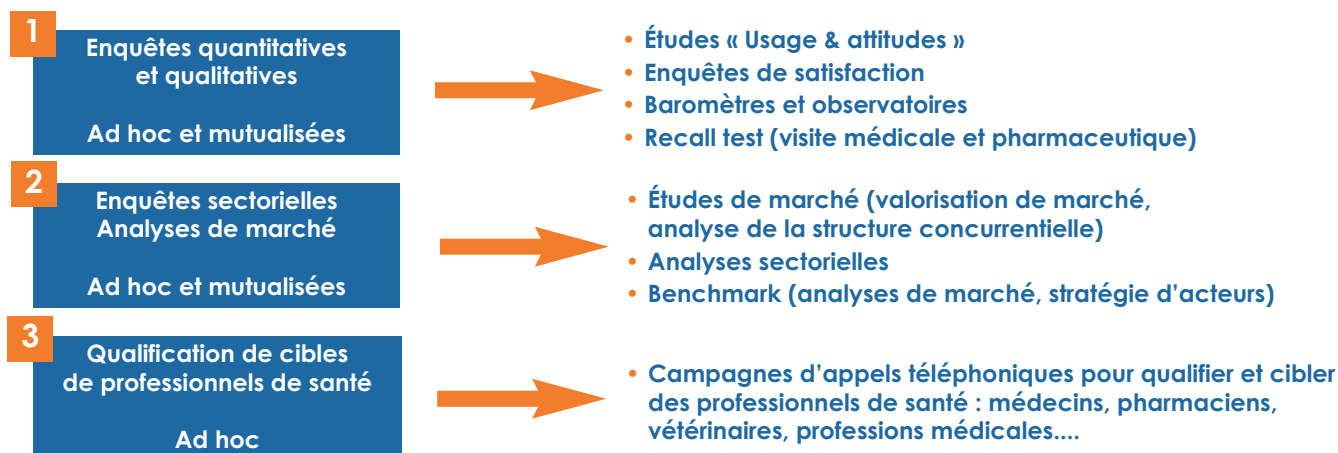
- une expertise stratégique, acquise au sein de grands cabinets de conseil en stratégie,
- une expertise sectorielle, acquise au sein de cabinets d'études leaders en France,
- une connaissance opérationnelle du terrain des études et du conseil.

### Votre contact



Héléne Charrondière  
Directrice des Etudes et du Conseil  
hcharrondiere@directresearch.fr  
ou 01 70 95 98 27

### Les prestations assurées par Direct Research



### Les dernières études multiclients publiées par Direct Research :

- *Les mutations de la pharmacie d'officine en France : enjeux et perspectives à l'horizon 2015* (2011)
- *Santé, acteurs et régions : analyse et prospective de la régionalisation du système de santé en France* (2011)
- *Les médicaments remboursables à 15 % : quelles sont les modalités de prise en charge par les complémentaires santé ?* (2010)
- *L'adhésion des médecins généralistes au CAPI : quels impacts sur leurs comportements de prescription et la régulation des dépenses en ambulatoire ?* (2009)
- *Choix du canal de distribution, gestion des approvisionnements, ciblage des officines à haut potentiel, formation des équipes officinales, observance et accompagnement des patients... Comment optimiser en ville la délivrance des médicaments « high-tech » ?* (2009)
- *Les nouvelles politiques promotionnelles des laboratoires éthiques à l'officine : quelles perspectives à l'horizon 2010 ?* (2009)

### Nos références :

Sanofi-Aventis, Pfizer, GSK, Merck Serono, BMS, Roche, Abbott, MSD Chibret, Wyeth, Servier, Bayer, Schering, Lilly France, Takeda, Amgen, Leo Pharma, Ipsen, Expanscience, Cephalon, Lifescan, Lundbeck, Becton Dickinson, Stallergènes, Meda Pharma, Sodilac, Bioderma, IMS Health, FNMF, Allianz Vie, Vidal, Boz...