

TIC et Santé à domicile

Opportunités européennes à l'horizon 2015-2020

Présentation

Mars 2012

Etude multi clients réalisée par le
cabinet CODA Strategies

TIC et Santé à domicile: Opportunités européennes à horizon 2015-2020

Les livrables se composent de 3 volumes:

- L'environnement et la demande (189 pages)
- La téléassistance et la télémédecine (181 pages)
- Le wellness (105 pages)

Une quantification des marchés à horizon 2020 (Excel)

Une présentation de l'étude dans vos locaux

Tome 1: *Environnement et demande*

1. Introduction
2. L'environnement sanitaire et réglementaire de chaque pays européen étudié
3. La demande de chaque pays européen étudié

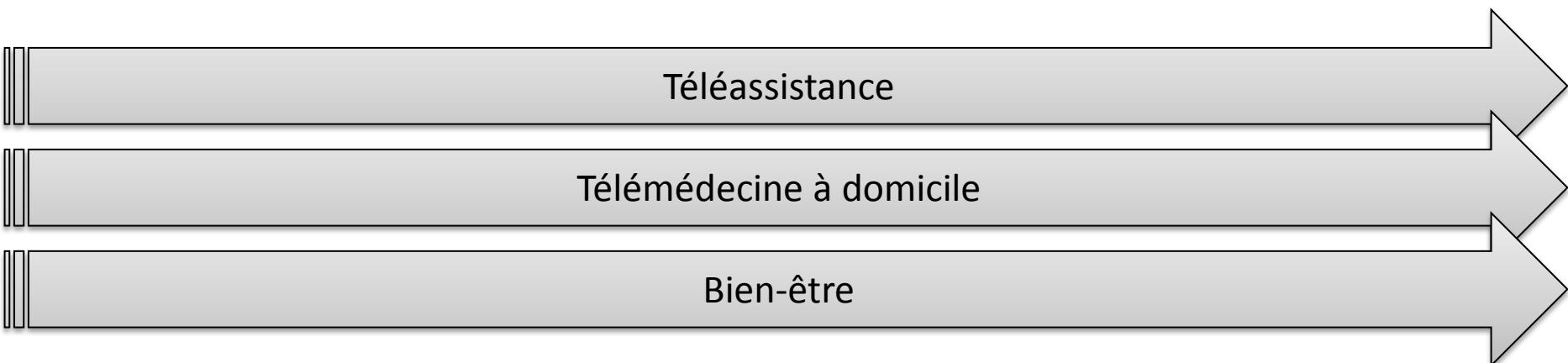
Tome 2: *Offres de téléassistance et télémédecine et quantification de marchés*

1. Offres de téléassistance et télémédecine
 - Outils et architecture
 - Plateformes et offreurs de services
 - Présentation détaillée de 3 grands acteurs
2. Quantification des marchés de téléassistance et télémédecine
 - Quantification des marchés par pays
 - Panorama européen du marché de la téléassistance et de la télémédecine
 - Bilan européen des solutions

Tome 3: *TIC & wellness*

1. Le wellness comme outil de prévention
2. Les TIC & l'équilibre physiologique
3. Les TIC dans la santé mentale
4. Les TIC dans l'équilibre nutritionnel
5. Les TIC dans le sport
6. Bilan européen
7. Quantification de marchés

L'étude en bref



La DEMANDE

L'étude approche la demande de soins de télémédecine auprès des différentes populations cibles (malades chroniques, téléassistance enrichie de télémédecine, population concernée par sa santé) et évalue les questions de solvabilité, de garantie de qualité des services délivrés, de protection des données et du secret médical.

Les OFFRES

L'étude identifie les différents dispositifs proposés mais également mis en œuvre dans certains pays en explicitant les business models entrevus.

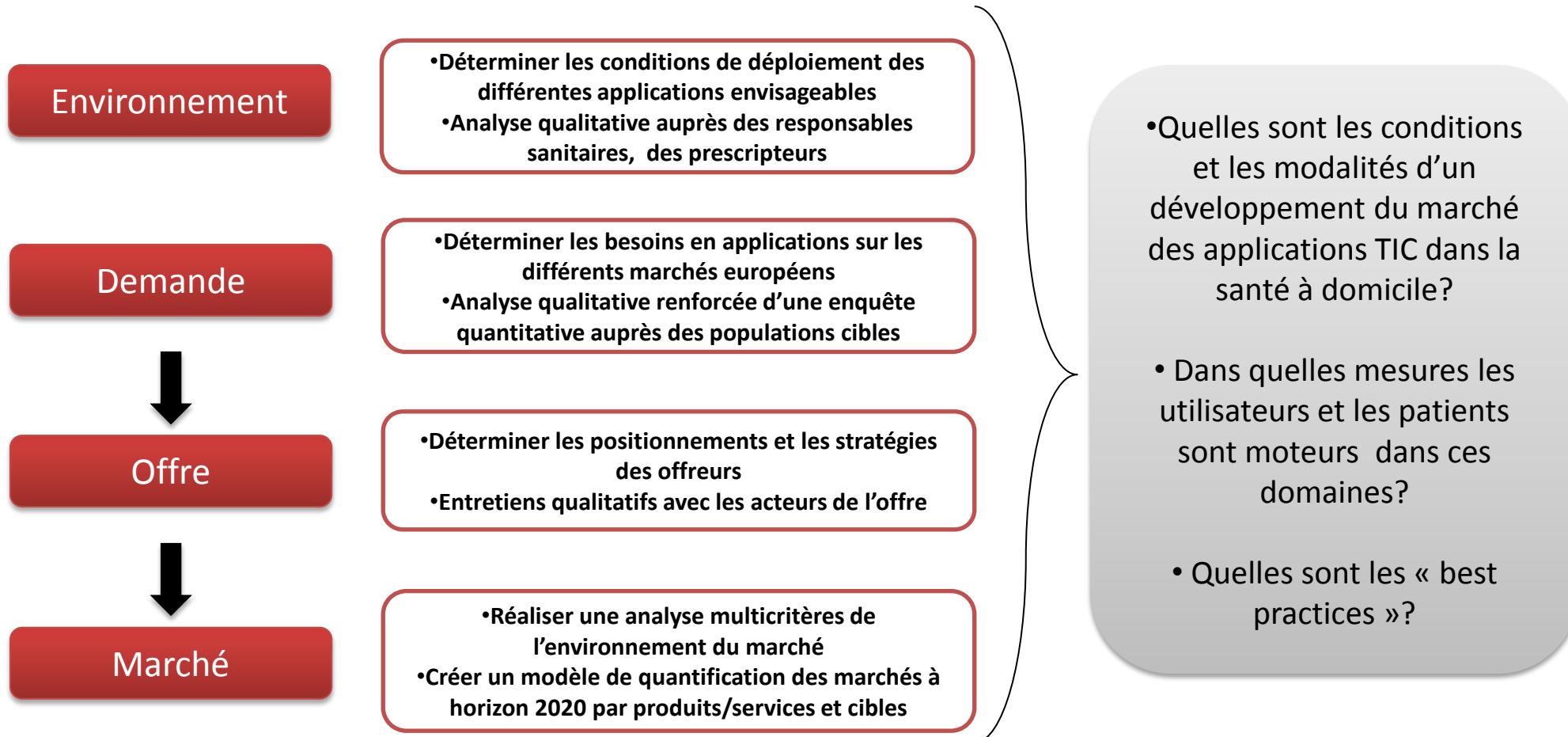
Les MARCHÉS

L'étude qualifie pays par pays les dynamiques et les freins au développement des différentes formes de proposition de services en matière de santé à domicile en tenant compte de cette problématique.

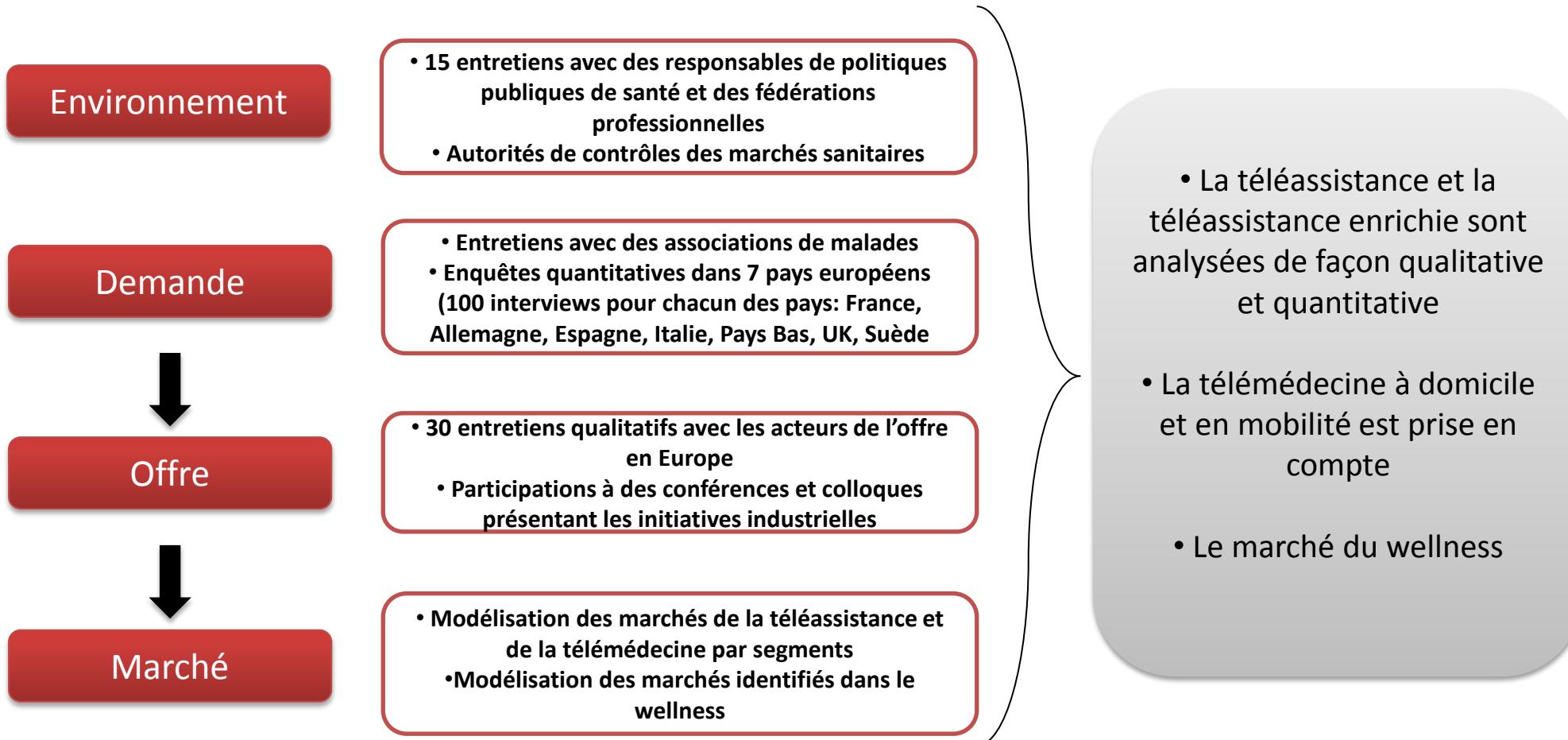
QUANTIFICATION

A partir des scénarios élaborés sur la base de l'environnement national, des besoins et de la dynamique de la demande, l'étude propose une quantification des produits et des services associés.

La méthodologie de l'étude: les axes prédefinis



La méthodologie de l'étude: les moyens



Les enquêtes qualitatives auprès des foyers européens

Le questionnaire

- Au-delà des personnes prises en charge par les systèmes sanitaires, quelles sont les cibles qui peuvent envisager de souscrire à des services de télémédecine?
- Quelle est la solvabilité de ces populations cibles?
Quelles qualités de service attendues?
- Quelles attentes en terme d'encadrement (agrément,...)?
- Quelles craintes identifiées au niveau de la protection des données et du secret médical?

L'avis des populations sur ces trois domaines cibles de l'étude :

- **télémédecine de confort**
- **télémédecine maladies chroniques**
- **téléassistance enrichie**

Le champ de l'enquête

7 pays étudiés:
France
Allemagne
Royaume Uni
Italie
Espagne
Suède
Pays Bas

100 interviews réalisés de décembre 2011 à janvier 2012
Au total un panel de 700 ménages réalisés auprès de personnes représentatives en terme de CSP et de type d'habitat (urbain, semi urbain, rural, collectif, individuel, locataire, propriétaire occupant)

Sommaire de l'étude



T1: Environnement

T1: Demande

T2: Offres de téléassistance-télémédecine

**T2: Quantification de marchés de téléassistance et
télémédecine**

T3: Le wellness, concept et offre

T3: Quantification de marchés du wellness

Facteurs clés de succès

L'environnement réglementaire et sanitaire

Problématique:

Conditions de mise à disposition des solutions TIC et santé

- Processus d'homologation
- Organisation autour des acteurs traditionnels (établissements de soin)
 - Sélection des cibles vers des populations cibles
- Solutions prises en charge par les systèmes de protection
 - Non prise en compte des intérêts des assureurs
- Quelle continuité entre les différents services (DMP)?

Objectif:

Déterminer les conditions de déploiement des différentes applications envisageables

- Conditions d'exercice télémédecine
- Conditions de prise en charge en cas d'ICT
 - Périmètre
- Vision du marché national
- Conditions d'intervention directe ou indirecte
- Portée et limites de l'intervention sur le marché
 - Effets structurants de l'environnement réglementaire

Méthodologie:

Entretiens qualitatifs, en face à face ou téléphoniques

- Analyse qualitative auprès des responsables sanitaires, des prescripteurs

L'environnement réglementaire et sanitaire

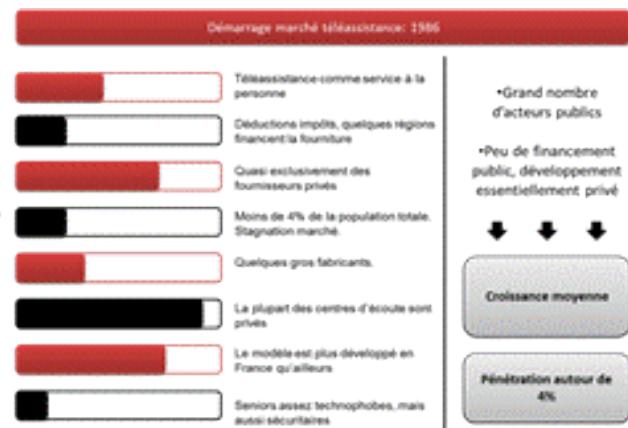
- Cette partie analyse tous les paramètres déterminants dans le domaine de la téléassistance et de la télémédecine à domicile à partir des politiques publiques et parapubliques dans le domaine de la santé.
- Les 7 pays majeurs qui font l'objet d'une analyse tout au long de l'étude sont étudiés, à savoir France, Allemagne, Royaume Uni, Italie, Espagne, Pays Bas, Suède.
- Les stratégies des différentes parties prenantes de la structuration du marché sont identifiées

Synthèse des situations nationales

pays	Politique de santé Remboursement des soins	Programme politique en téléassistance: cadre légal	Quels acteurs nationaux?	Financements (public/privé)	Acteurs dominants (sécurité sociale, assurances santé, entreprises...)	dynamiques	freins
Royaume Uni	+ Mêmes prestations médicale pour tous + Gratuité des soins	+ Développement de la télémédecine comme priorité gouvernementale prévu par la loi en 2011	+ NPIRT = National Program for Improving the NHS connecting for Health	+ Financement public	+ L'Etat et le remboursement par la Sécurité sociale jouent un rôle important + Fournisseurs et fabricants très puissants	+ Accès facilité pour les nouveaux entrants locaux + Marché très concurrentiel	+ Monopoles des grands acteurs
Pays-Bas	+ La plupart des soins de santé (prévention, traitement et soins de longue durée) sont financés par le gouvernement central qui rembourse le médecin et non le patient + 90% des hôpitaux sont privés	+ Priorité nation avec services de télémédecine pour personnes âgées et malades chroniques + Services de prévention & bien-être en santé mentale	+ NICTU (National Institute for Healthcare IT), est le seul organisme compétence national dédié à la télémédecine + NVEH (associ)	+ Hôpitaux, les médecins généralistes, les paramédicaux, les assurances et les associations de soins de personnes âgées et les soins à domicile sont organisés en tant que prestataires de soins privés	+ Appels d'offres des collectivités sur les projets innovants + Les acteurs privés également en sous-traitance pour les autorités locales ou régionales	+ parcours de soins intégrés au bénéfice des malades chroniques + Le Gouvernement intéressé à l'avancement de l'innovation met à disposition des fonds pour les concepts novateurs	+ Le modèle courant de téléassistance est moins développé
Allemagne	+ le système de santé est largement subventionné par le gouvernement fédéral, 88% de la population assurée par l'assurance sociale et les structures nationales publiques, environ 11% bénéficiant de services privés. + les services à long terme sont principalement fournis par les services d'assurance maladie	+ Mal défini, pas de plan national	+ Projet national de téléassistance (GEMATIK)	+ Faible implication publique	+ Entreprises privées comme sous-traitants des entités caritatives qui s'occupent des soins à domicile pour personnes dépendantes	+ Forte coordination avec la Sécurité Sociale	+ Développement futurs de fournisseurs publics + Difficultés de coordination des actions en matière de télémédecine + Peu d'offre innovante
Espagne	+ Un cadre légal clairement défini gère le domaine de l'aide à domicile en Espagne + La quasi-totalité des espagnols sont recouverts par le système public + Un cadre légal clairement défini dans le domaine de l'aide à domicile	+ Bien défini, mais forte dynamique régionale + La télémédecine ne bénéficie pas d'un cadre spécifique	+ Fondation CIB + Santé	+ Financements très prévus pour la téléassistance comme télémédecine lancé en 2011 public pour la fourniture de services + Financement public exclusivement pour la téléassistance classique	+ Des communautés autonomes contrôlant leur marché(s) de téléassistance: + Les acteurs privés travaillent en sous-traitance pour les autorités locales ou régionales	+ Haut niveau de subventions gouvernementales qui crée une forte demande de services de téléassistance + Il existe des défis de la santé développement: une bonne relation avec le service.	+ Manque de coordination entre les autorités publiques qui rend un développement solide au niveau régional difficile. + Peu ou pas de coordination entre les acteurs publics et privés.

Source: CODA Strategies

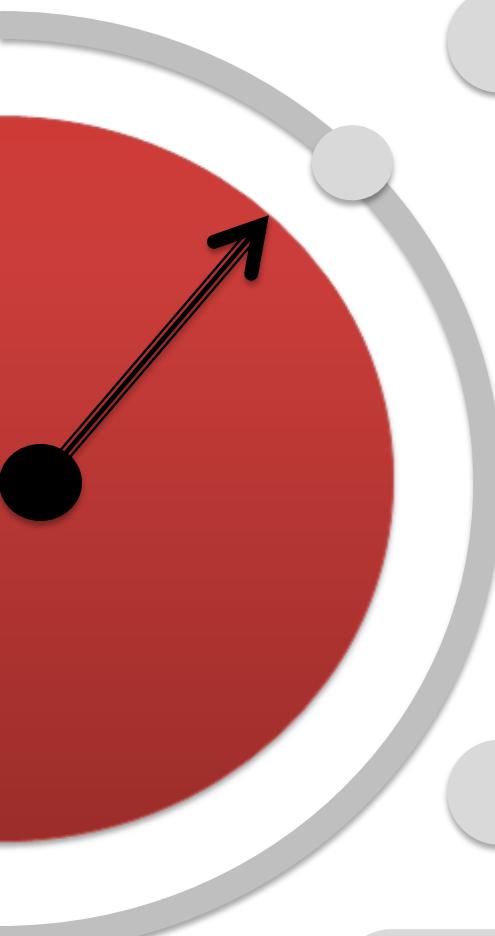
Bilan d'un environnement national



Source: CODA Strategies

- Les analyses nationales permettent de dresser un panorama européen en regardant plus particulièrement les systèmes de financement, les freins et les dynamiques de chaque marché.

Sommaire de l'étude



T1: Environnement

T1: Demande

T2: Offres de téléassistance-télémédecine

**T2: Quantification de marchés de téléassistance et
télémédecine**

T3: Le wellness, concept et offre

T3: Quantification de marchés du wellness

Facteurs clés de succès

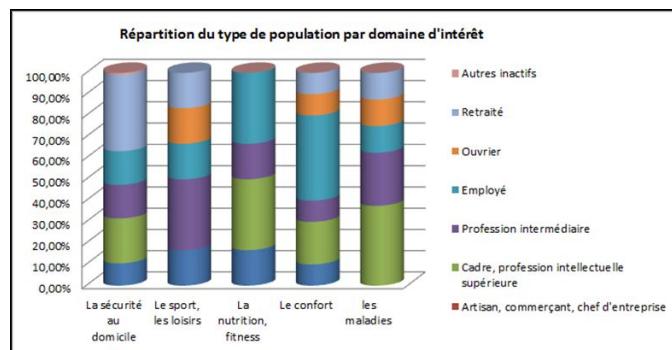
La demande européenne

A partir de l'enquête quantitative réalisée sur 7 grands pays européens, une approche statistique a pu être menée.

Les questions relatives à l'appropriation des outils TIC pour la santé sont rarement abordées en tant que telles avec les ménages.

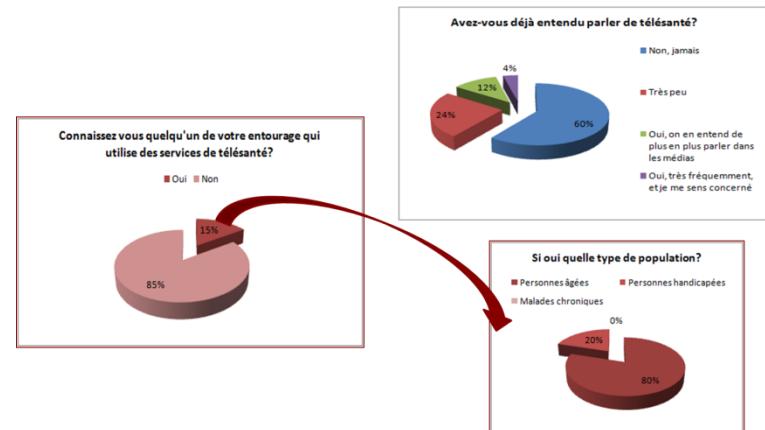
Les résultats de l'enquête permettent de confirmer certains a priori sur le ressenti des personnes dans le domaine de la télésanté en général. Ils confèrent également des indications sur les meilleures façons d'aborder chacun des marchés nationaux dans le cas où des offres entièrement privées seraient envisagées.

Analyse croisée en terme de CSP (exemple)



Source: CODA Strategies

Présentation nationale des résultats



Source: CODA Strategies

Des résultats très intéressants sont obtenus. Si certaines populations ne montrent pas réellement de préférence particulière sur le type de technologie « wellness », certaines populations se montrent plus intéressées par des outils fixés et discrets tels que des caméras, des détecteurs de mouvements, de chutes ou encore de fumée, d'allergènes ou autres substances nocives.

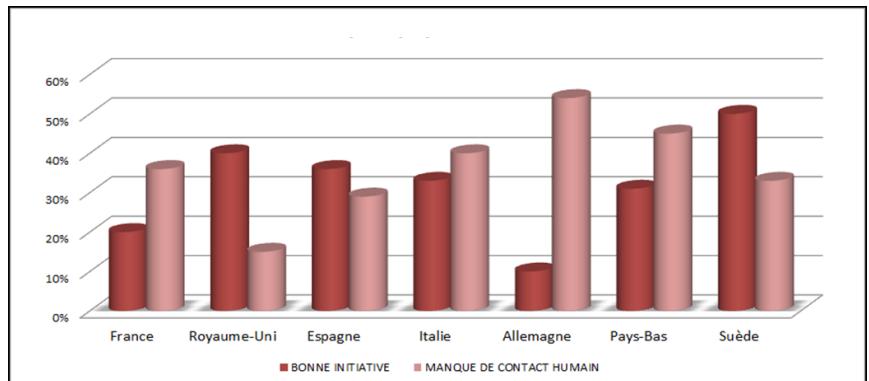
D'autres encore montrent une préférence pour des outils discrets et transportables comme les capteurs et textiles intelligents.

La demande européenne

Si les européens en bonne santé devaient installer des équipements de télésanté à leur domicile, leurs priorités sont différentes:

- Un groupe de personnes semblent principalement intéressés par la sécurité et la prévention d'éventuelles maladies.
- D'autres privilégieraient également la sécurité mais semblent plus enclins au confort qu'à la prévention de leur santé.
- Un autre groupe, en revanche, accorde plus d'importance à l'activité physique et une alimentation saine pour un meilleur équilibre.
- Certains se montrent exclusivement concernés par la prévention des pathologies.

Benchmark européen



Source: CODA Strategies

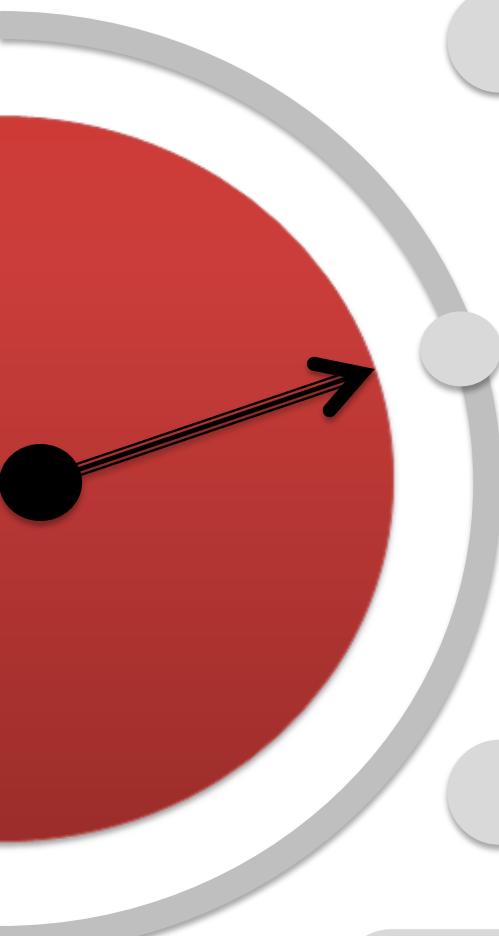
Synthèse des situations nationales

pays	Appétence télésanté (% population intéressée)	Propension à payer	Implication de l'état	Implication du privé	Offres de services	Offres d'équipements	Profil pays
Très forte (69%)	bonne	... très peu, pas de remboursement	+++	Téléassistance (Téléassistance verte, Téléassistance Europe Assistance...), Offres exclusivement privées	Quelques grosses cartes (Tunstall, Bosch, Thomson, Telecom...)		Potentiel très fort
Forte (45%)	bonne	**** Très forte, prise en charge de la totalité des frais	Dynamique croissante 50% de sous-traitance	Principalement privées	Numeriques, Entreprises privées principalement Marché très concurrentiel Tunstall et Chubbs principaux acteurs		Potentiel très fort
Forte (45%)	Très bonne	Très important	Sous-traitance par sociétés publiques exclusivement	Publiques+++ Privées---	Présence de grands groupes internationaux comme Tunstall, Acteur important: Vodafone		Potentiel très fort
Très forte (56%)	bonne	+++ très forte	-- Faible	Abondante Mutualisation avec d'autres activités. Par les communautés locales principalement	Quelques gros fabricants (Beghelli, Urmet...)		Potentiel très fort
Bonne (38%)	excellente	-- faible	-- bonne	Privées:++	Quelques grands offleurs (Bosch, Vitek, Viba, Tunstall, plusieurs petits)		Potentiel fort
Forte (45%)	moyenne	-- très forte	--- très faible	Très peu d'offres privées	Peu de concurrence. Quelques grands groupes (Philips, Tunstall plus récemment) à côté de start ups nationales		Potentiel fort
Très forte (71%)	excellente	Très forte Service entièrement en charge par les prestations publiques	-- faible	Sous-traitance massive au profit des prestataires privés (Tunstall, Atendo, SOS alarm...)	Essentiellement publiques		Potentiel très fort

Source: CODA Strategies

- Des pays montrent une forte motivation pour la sécurité à leur domicile mais sont également intéressés par d'autres domaines.
- Certains se montrent ouvert à tous les domaines wellness
- Enfin, certains accordent beaucoup d'importance au confort et aucune aux pathologies. Pour eux, le bien-être rime avec loisir, sport, équilibre, sécurité et confort et non avec la détection des paramètres vitaux au quotidien.

Sommaire de l'étude



T1: Environnement

T1: Demande

T2: Offres de téléassistance-télémédecine

**T2: Quantification de marchés de téléassistance et
télémédecine**

T3: Le wellness, concept et offre

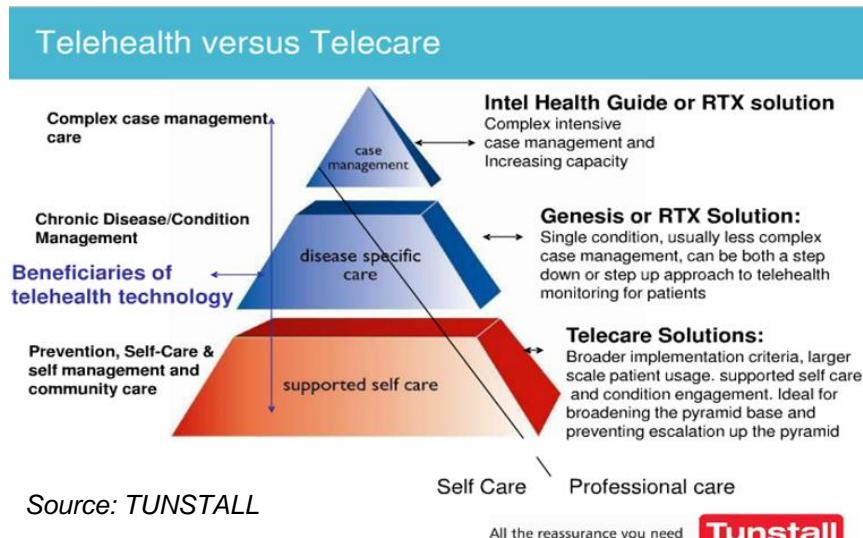
T3: Quantification de marchés du wellness

Facteurs clés de succès

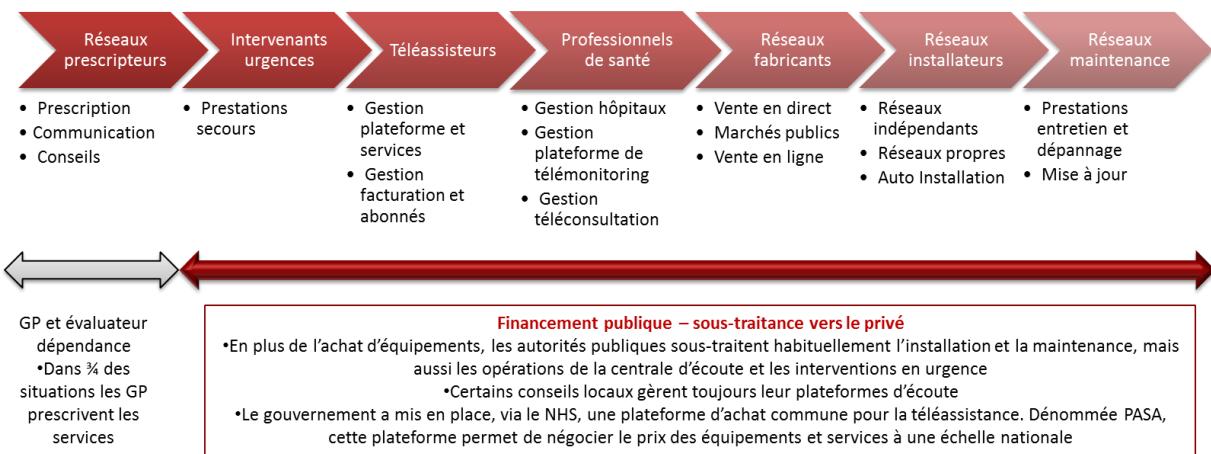
L'analyse de l'offre

- Par delà l'inventaire de quelques offres représentatives des positionnements actuels sur les différents marchés étudiés, cette partie étudie les composantes de la chaîne de valeur dans chaque pays étudié.

Stratégie d'un offre: Tunstall



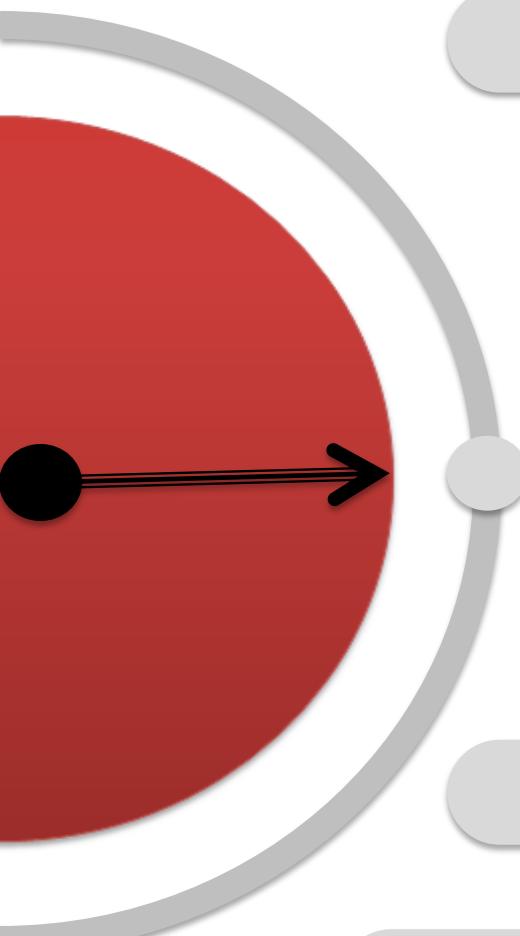
Analyse par la chaîne de valeur



Source: CODA Strategies

- Cette partie comprend un benchmark de 3 grands offreurs de solutions à destination des marchés étudiés: Philips Healthcare, Bosch Healthcare et Tunstall.
- Ce focus permet de comprendre les stratégies globales de ces grands acteurs et donne des indications sur les marchés qui paraissent les plus porteurs au niveau européen mais aussi au niveau mondial.

Sommaire de l'étude



T1: Environnement

T1: Demande

T2: Offres de téléassistance-télémédecine

**T2: Quantification de marchés de téléassistance et
télémédecine**

T3: Le wellness, concept et offre

T3: Quantification de marchés du wellness

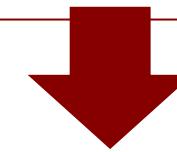
Facteurs clés de succès

Méthodologie de la quantification des marchés de la téléassistance/télémédecine

Offres téléassistance télémédecine	Cibles
Téléassistance classique	Nombre de personnes >65 ANS
Téléassistance vidéo	Nombre de personnes >65 ANS
Téléassistance enrichie (capteurs...)	Nombre de personnes >65 ANS
Smart Home/ AAL	Nombre de personnes >65 ANS
Télémédecine fixe: Diabète	Nombre de diabétiques
Télémédecine mobile: Diabète	Nombre de diabétiques
Télémédecine fixe: Maladies Cardiaques	Nombre de personnes avec des problèmes cardiaques
Télémédecine mobile: Maladies Cardiaques	Nombre de personnes avec des problèmes cardiaques
Télémédecine fixe: Maladies Pulmonaires	Nombre de personnes avec des troubles respiratoires
Télémédecine mobile: Maladies Pulmonaires	Nombre de personnes avec des troubles respiratoires
Télémédecine démences (solution GPS)	Nombre de personnes atteints de démence



Pénétration choisie en fonction de différentes variables (année de démarrage, offreurs, besoins..) déterminées par les entretiens effectués et aux réponses de l'enquête demande.



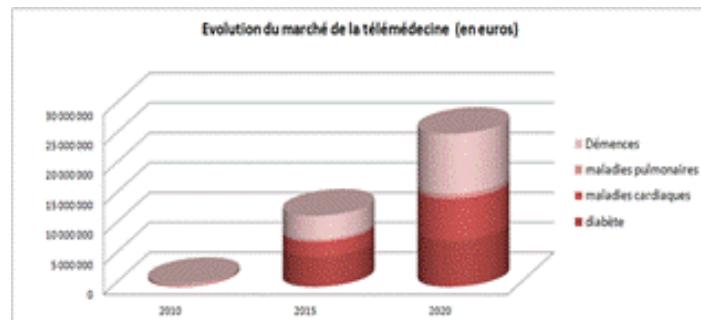
Evolution des marchés en volume et en valeur des différents types de services et équipements possibles sur le marché des « tic & Wellness »

Résultats des quantifications des marchés de la téléassistance et de la télémédecine

A partir d'un modèle construit suivant le schéma de la page précédente, des données de quantification d'utilisateurs sont extraites pour chacun des pays et sur chacun des segments de marché identifiés.

La valorisation des équipements et des services s'opère ensuite en tenant compte des différents paramètres propres à ces marchés (taux de rétention et de renouvellement, évolution du cout des équipements...).

Marché par segments



Source Coda Strategies

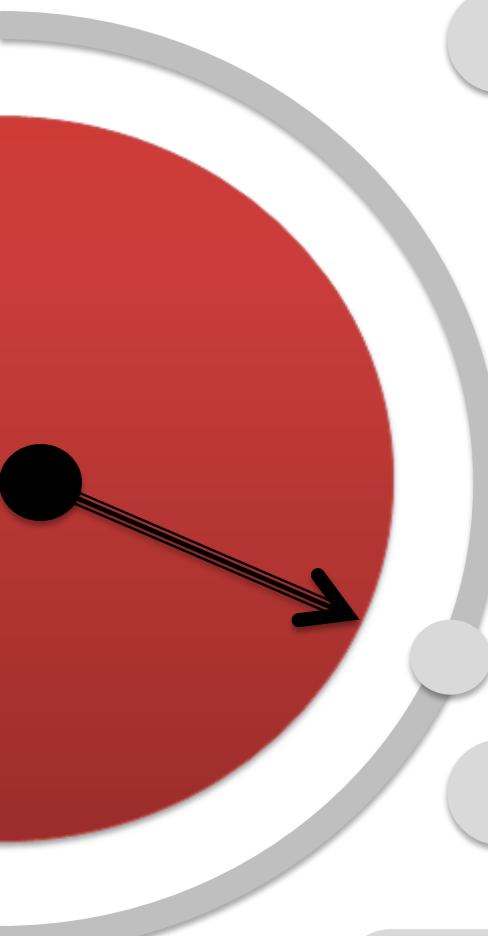
Tableau de données de quantification

Service	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total marché	272 235 246	288 011 276	296 505 393	296 369 732	301 313 722	305 972 645	310 024 075	314 120 152	318 367 915	322 363 185	322 363 345
Téléassistance classique	8 876 767	14 651 143	19 644 875	21 809 282	26 765 895	28 706 139	29 859 228	29 898 343	29 479 426	29 047 285	27 914 089
Téléassistance video	9 509 986	23 253 827	28 655 279	34 248 564	40 015 237	45 878 922	53 852 393	58 796 235	63 793 396	68 229 138	69 222 267
Capteurs intelligents...	29 194	294 685	606 658	1 521 298	1 525 325	2 184 852	2 767 643	3 382 484	4 052 325	4 712 610	5 276 508
Smart Home/ AI	2 465 729	6 887 849	17 019 961	30 048 565	41 987 308	51 851 794	67 409 815	77 859 952	86 621 282	94 345 667	101 968 926
Télémédecine fixe: Diabétés	175 909	525 813	1 102 371	1 897 681	2 960 191	4 097 348	5 479 098	6 888 363	8 423 790	9 968 426	11 517 214
Télémédecine mobile: Diabétés	6 825 961	11 051 256	23 795 338	21 064 887	26 851 020	33 165 468	40 007 846	48 995 969	54 068 352	61 185 875	68 365 160
Télémédecine fixe: Maladies Cardiaques	6 612 805	6 394 842	9 976 967	14 366 523	29 529 631	25 461 346	33 096 702	38 666 949	45 729 647	52 850 992	59 813 649
Télémédecine mobile: Maladies Cardiaques	696 298	11 993 871	25 457 527	39 908 923	55 861 811	72 107 572	96 093 340	108 947 859	128 888 145	148 679 251	168 209 250
Télémédecine fixe: Maladies Pulmonaires	9 449 756	25 689 057	21 237 762	26 103 367	29 832 621	32 346 349	34 423 898	34 854 427	35 199 276	35 218 155	34 840 882
Télémédecine mobile: Maladies Pulmonaires	5 011 310	11 403 894	38 549 647	24 489 383	28 849 383	32 253 184	39 392 273	38 138 476	38 723 455	38 953 290	38 953 212
Téléassistance	290 137 599	320 918 247	338 806 140	354 432 158	368 296 654	380 357 796	393 631 894	405 544 755	409 520 727	417 633 580	419 519 325
Télémédecine	23 241 518	32 543 108	90 673 823	133 409 371	177 796 667	221 458 770	269 508 913	304 049 007	358 924 494	402 274 562	444 609 104
Total	318 462 813	385 251 735	448 636 267	533 412 150	576 408 038	610 336 475	701 886 221	756 154 658	835 226 985	863 512 050	908 358 350

Source Coda Strategies

Les quantifications sont réalisées année par année jusqu'en 2020.
Un benchmark européen permet d'identifier les segments porteurs pays par pays.

Sommaire de l'étude



T1: Environnement

T1: Demande

T2: Offres de téléassistance-télémédecine

**T2: Quantification de marchés de téléassistance et
télémédecine**

T3: Le wellness, concept et offre

T3: Quantification de marchés du wellness

Facteurs clés de succès

Différents exemples d'offres wellness

- Différentes offres de type wellness sont analysées de façon à identifier:
 - les types de positionnement sur une chaîne de valeur,
 - les business models entrevus
 - et naturellement les besoins supposés être couverts par l'offre.

Une offre analysée: Runstatic



Source: RUNSTATIC

Benchmark des offres wellness

Offre	Entreprise	Secteur d'activité de base	Type de service proposé (offline, on line...)	Domaines d'action de l'offre wellness	Cibles?	Prix	Légitimité en tant qu'offreur?
		Équipement sportif	Capteurs intelligents sur chaussures	Sport, fitness	Sportifs modérés à intenses	19€ + chaussures	excellente
		Équipement sportif	Capteurs intelligents sur chaussures	Sport, fitness Accompagnement physique, coach sportif...	Sportifs modérés à intenses		excellente
		Start-up	Objets intelligents: Montres et podomètres	Coach sportif, système de récompense			
		Startup , début en 2008	Application iphone	Jogging, marche, vélo		4,99\$	
		Aide médicale (Aide au diagnostic rapide)	Application mobile (coaching); apprentissage (web)	Addiction tabac, nutrition, stress, activité physique	Grand public, personnes à risques		
		Électronique, jeux vidéo	Jeu video	Fitness, sport		Env 200€	
		Start-up	Vêtement intelligents	Mesures globales des paramètres vitaux	Grand public		
		Start-up	Objets intelligents (balance, tensiomètre...)	Mesures globales des paramètres vitaux			
			Objets intelligents fixes	capteurs de bruits, qualité de l'air...			

Source Coda Strategies

- Plusieurs familles d'application sont développées ici:
 - Les TIC dans l'équilibre environnemental et physiologique,
 - dans la santé mentale,
 - dans l'équilibre nutritionnel
 - et dans le sport font l'objet d'une investigation particulière.

Sommaire de l'étude



T1: Environnement

T1: Demande

T2: Offres de téléassistance-télémédecine

**T2: Quantification de marchés de téléassistance et
télémédecine**

T3: Le wellness, concept et offre

T3: Quantification de marchés du wellness

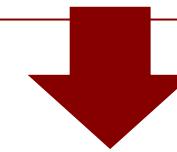
Facteurs clés de succès

Méthodologie de la quantification des marchés du wellness

OFFRES WELLNESS	Cibles
Applications mobiles: nutrition	nombre de personnes obèses +10%pop
Applications mobiles: sport	personnes faisant du sport au moins 1 fois/semaine
Applications mobiles: santé mentale	Nombre de personnes avec des troubles mentaux
Capteurs et objets intelligents transportables: Sport	personnes faisant du sport au moins 1 fois/semaine
Capteurs et objets intelligents transportables: santé mentale	personnes faisant du sport au moins 1 fois/semaine
Serious game jeu vidéo: sport	Nombre de personnes avec des troubles mentaux
Serious game / jeu vidéo: nutrition	nombre de personnes en surpoids (IMC>30) +10%pop
Serious game / jeu vidéo: santé mentale	Nombre de personnes avec des troubles mentaux
Capteurs et objets intelligents fixes	% de personnes intéressées par télésanté (= résultat enquête demande)
Télé-coaching santé mentale	% personnes avec troubles un trouble psychiatrique
Télé-coaching addictions	Nombre de fumeurs



Pénétration choisie en fonctions de différentes variables (année de démarrage, offreurs, besoins..) déterminées par les entretiens effectués et aux réponses de l'enquête demande.

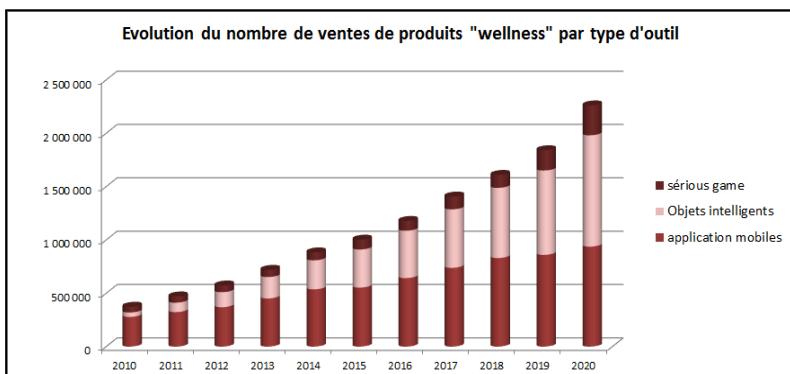


Evolution des marchés en volume et en valeurs des différents types de services et équipements possibles sur le marché des « TIC & Wellness »

Résultats des quantifications des marchés du wellness

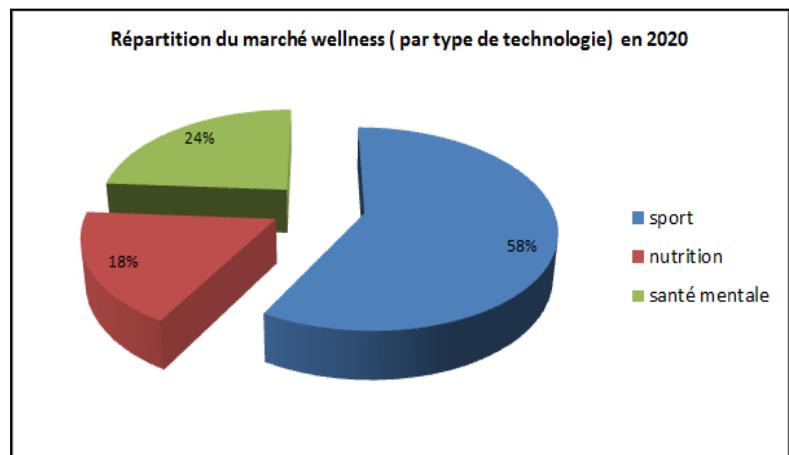
- A partir d'un modèle construit suivant le schéma de la page précédente, des données de quantification d'utilisateurs sont extraites pour chacun des pays et sur chacun des segments de marché identifiés dans le domaine du wellness.
- La valorisation des équipements et des services s'opère ensuite en tenant compte des paramètres de valorisation des équipements et des applications.

Tableau de données de quantification (pour un pays étudié)

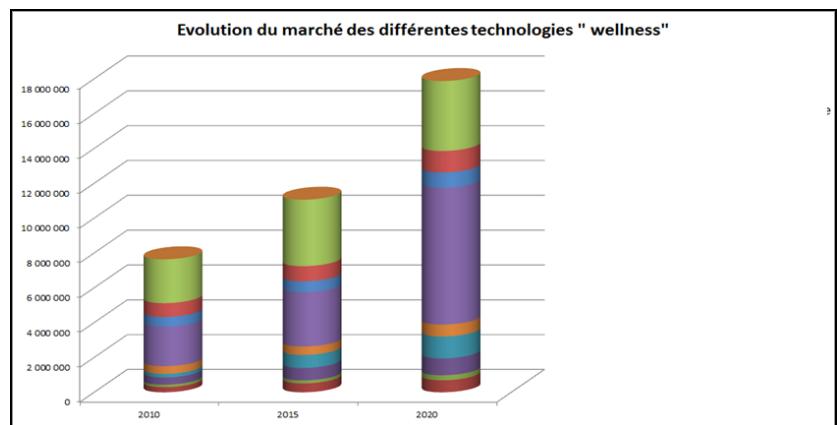


Source Coda Strategies

Marché par segments (pour un pays étudié)



Source Coda Strategies



Sommaire de l'étude



T1: Environnement

T1: Demande

T2: Offres de téléassistance-télémédecine

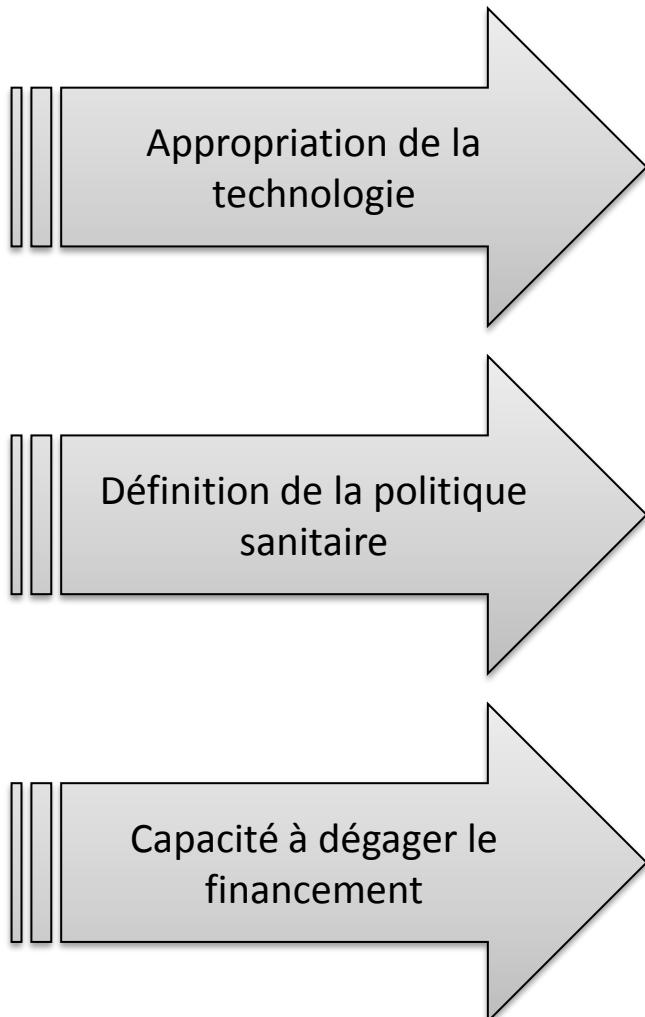
**T2: Quantification de marchés de téléassistance et
télémédecine**

T3: Le wellness, concept et offre

T3: Quantification de marchés du wellness

Facteurs clés de succès

Facteurs clés de succès des TIC et santé à domicile

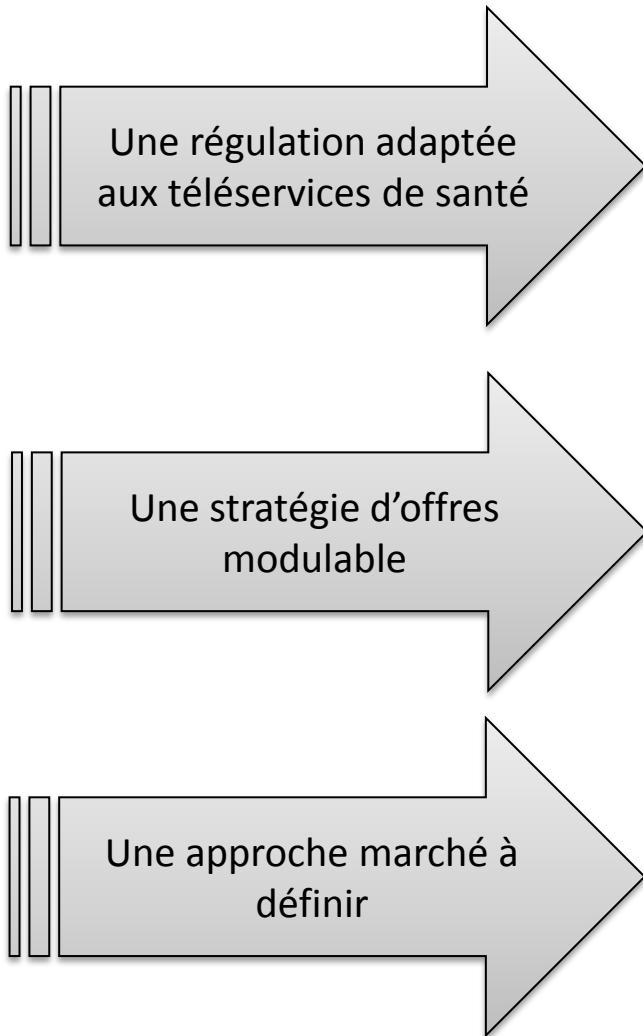


Quelles technologies sélectionnées, quel niveau d'intégration et d'interopérabilité?
Comment intégrer dans la chaîne technique les bonnes pratiques des professionnels de santé en évitant de reproduire des modèles inefficients?

Quels sont les meilleurs choix publics pour les téléservices dans le domaine de la santé?
Quid de l'évaluation entre qualité des soins et efficacité économique appliquée à la santé?
Quel est l'apport d'un dossier médical uni dans ces téléservices?

Quels sont les réels apports des subventions publiques aux projets de télémedecine?
Quel équilibre entre prise en charge et participation financière des usagers?
Comment bénéficier d'un financement dédié comme celui de la dépendance?

Facteurs clés de succès des TIC et santé à domicile



Quelle est la meilleure régulation pour les nouveaux services, comme le wellness par exemple?

Quelle responsabilité?

Quelle acceptation opérationnelle du risque pour les offreurs?

Quelle place occuper dans la chaîne de valeur?

Comment entrer dans le dispositif public et parapublic de la santé?

Quel est l'apport de l'intermédiation de l'assurance privée dans le contrat collectif d'entreprise par exemple?

Quelles sont les cibles visées par les solutions de téléservices de santé?

Quels sont les prescripteurs légitimes et attendus?

Quelles sont les incitations possibles dans le wellness?

Entre les 20/35ans et les plus de 65 ans, quelles sont les propositions pertinentes?

La présentation de CODA Strategies

3 directeurs d'étude

- ✓ Compétences
- ✓ Réactivité
- ✓ Transparence
- ✓ Ecoute
- ✓ Expertise
- ✓ Implication
- ✓ Flexibilité
- ✓ Relation privilégiée

Consultants

Réseau consultants associés Europe

Responsable pôle enquêtes

Enquêteurs internes

Assistante de recherche trilingue

Vacataires « terrain »

Responsable commerciale ad hoc et multi clients

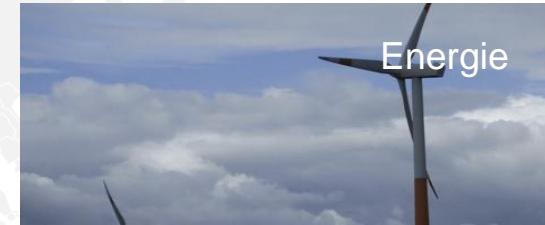
France
Europe
International

- ✓ Etudes de marchés
- ✓ Marketing stratégique B to B
- ✓ Veille technologique
- ✓ Accompagnement stratégique
- ✓ Marchés innovants
- ✓ Conseil
- ✓ Quantification de marchés
- ✓ Business models
- ✓ Book produit

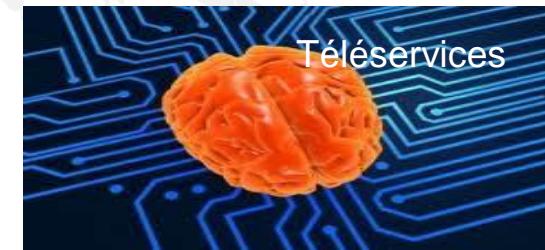
Bâtiment intelligent



Energie



Téléservices



Télécommunications



L'équipe de réalisation et leurs études réalisées dans ce domaine

Henri Delahaie

Diplômé IEP Paris
Directeur d'études depuis 1987
Associé CODA STRATEGIES

Responsable du domaine téléservices:

- ✓ Gestion des identités et des services numériques
- ✓ Télémédecine
- ✓ Téléassistance
- ✓ Téléassistance médicale mobile
- ✓ Machine to Machine
- ✓ Télé échographie

Connaissance de la structuration des marchés européens

Directeur du projet

Réalisation d'entretiens

Participation à la rédaction

Mihai Petcu

Master en informatique
Master en Gestion
Consultant depuis 2008
Associé CODA STRATEGIES

Réalisation d'études France et Europe

- ✓ Le marché des Smart Cities
- ✓ La gestion des charges électriques
- ✓ Le comptage intelligent
- ✓ Téléassistance
- ✓ Télémédecine
- ✓ Télé échographie robotisée
- ✓ Téléassistance médicale mobile

Encadrement logistique

Réalisation d'entretiens

Réalisation quantification des marchés

Caroline Simonpietri

MBA Spécialisé Marketing et Communication Santé
Master 2 Recherche « Bio-santé » option Neuropsychologie
Master1 "Bio-Santé" (UPS): spécialités neurobiologie, cognition animale, nutrition et pharmacologie

Consultante chez CODA Strategies depuis 2010

Réalisation d'entretiens

Participation à la rédaction

Responsable des études quantitatives

Leurs études
dans ce domaine

- 2012: Technologies innovantes dans les établissements pour séniors en France
- 2011: Les opportunités associées aux marchés de maintien à domicile, pays émergents
- 2010: Etude sur la télééchographie robotisée
- 2010: Etude sur une solution innovante d'aide médicale à distance
- 2009: Haut débit mobile au service des populations fragilisées
- 2009: De la téléassistance à la télésanté en Europe à horizon 2015
- 2008: La téléassistance mobile dans 3 pays européens
- 2005: La téléassistance en Europe
- 2003: La télémédecine en Europe

Pour tous renseignements complémentaires,
merci de contacter:
Muriel Meurat
Tél: 01 30 30 74 68
Email: muriel.meurat@codastrategies.com