

Le marché des E-services pour les séniors autonomes

**Santé - Assistance aux aidants - Bien-être - Mobilité -
Environnement domestique - Conciergerie**

Une proposition d'étude du cabinet
CODA Strategies

Disponible en octobre 2017



UNE ÉTUDE SUR LES TÉLÉSERVICES POUR SENIORS AUTONOMES : POURQUOI? POUR QUI?

Pourquoi cette étude?

Les potentialités des technologies d'information pour délivrer des services d'assistance aux seniors sont principalement portées vers des solutions de maintien à domicile pour des populations fragilisées.

De fait, la téléassistance pour seniors se cantonne en France sur des solutions pour personnes dépendantes de plus en plus âgées (âge moyen de 84 ans) avec une période d'équipements d'un peu plus de 2 ans.

Il apparaît donc nécessaire d'orienter de manière différente l'approche de l'assistance pour seniors de façon à ouvrir des marchés (équipements, services, applications) en direction d'un marché des seniors de masse.

Il s'agit d'un marché de seniors actifs qui ont des besoins de différentes natures qui dépassent voire ne concernent pas le simple service de téléassistance.

A qui est-elle destinée?

Dans ce contexte, l'étude vise à apporter des éléments d'analyse et de stratégie pour une pluralité d'offres.

Les sociétés de téléservices et de téléassistance qui disposent déjà d'infrastructure et de compétence dans le métier de l'assistance.

Les entreprises technologiques qui ont la capacité à traiter des données à grande échelle avec une facilité d'intégration des technologies d'information.

Les entreprises d'assurance et les mutuelles qui cherchent à apporter des services à valeur ajoutée à leurs prestations.

Les opérateurs de réseaux qui disposent de l'infrastructure, de capacités techniques incontestables et de bases clients conséquentes.

LES SENIORS DE 60 À 80 ANS: UNE POPULATION IMPORTANTE AVEC UNE VRAIE DIFFÉRENCIATION

Les seniors de 60 à 80 ans représentent 13 millions de personnes en France en 2016. Cette population en partie encore active comprend des personnes qui sont majoritairement autonomes sur le plan de la santé.

Cette population des seniors (60/80 ans) n'est pas en attente de services de téléassistance tels qu'ils sont conçus pour des personnes dépendantes voire des personnes ayant besoin d'être sécurisées.

Ces seniors ont une vie active, pour partie en progression dans une vie professionnelle, mais surtout dans des engagements personnels:

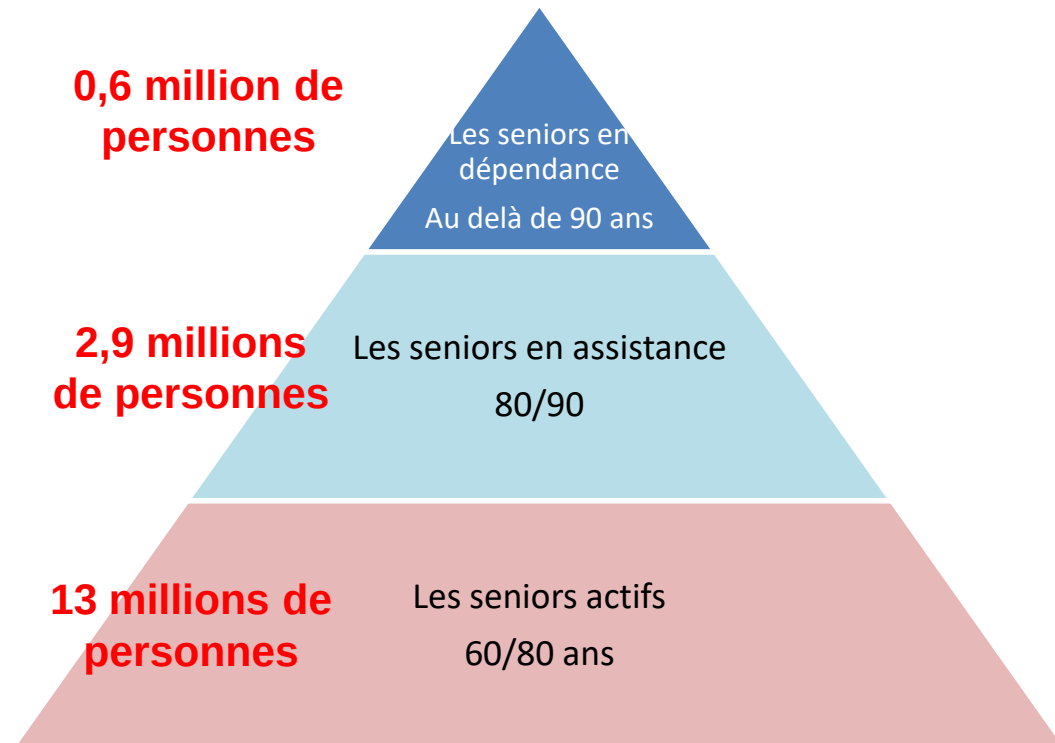
- ④ Le rôle d'aidants pour des proches (selon les études, l'âge moyen de l'aidant varie de 59 à 64 ans),
- ④ Un rôle dans la vie associative, 3 bénévoles sur 10 ont plus de 65 ans, ce qui représente près de 4 millions de personnes*.

Jusqu'en 2030, les seniors actifs de 60 à 80ans constituent un marché potentiel significatif en termes de dispositifs et de services d'assistance dédiés.

* Source France Bénévolat

Eservices pour seniors autonomes - France
Proposition d'étude CODA Strategies. Disponible en Octobre 2017

La pyramide des seniors en France (2016)



Source: CODA STRATEGIES d'après données publiques

DE NOMBREUSES TECHNOLOGIES D'INFORMATION AUX SERVICES DES SENIORS ACTIFS

Les téléservices en direction des seniors actifs peuvent couvrir plusieurs domaines avec l'utilisation de diverses solutions techniques associant équipements, applications, services et plateformes en ligne.

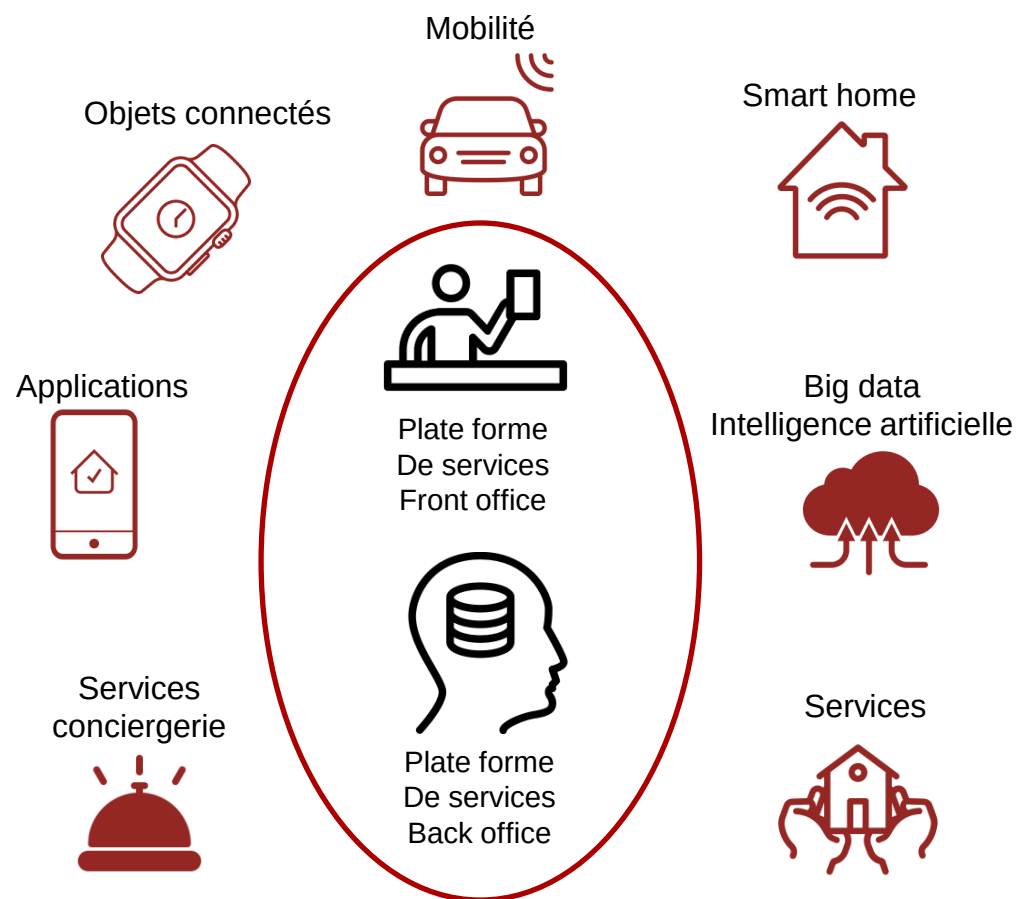
Les solutions étudiées relèvent des technologies de l'information avec des fonctionnalités de communication permettant d'offrir des services à valeur ajoutée.

Les accès directs à des plateformes d'écoute ne sont pas exclus du périmètre, elles permettent de rendre également des services, éventuellement en mode automatisé (chatbots).

En terme d'automatisation, les objets connectés et la domotique sont particulièrement adaptés pour apporter des services d'assistance et de contrôle.

L'évolution de l'écosystème des véhicules (services avec chauffeur, voitures connectées et autonomes) apporte également des fonctionnalités particulièrement adaptées aux seniors.

Les différentes solutions permettant d'offrir des téléservices aux seniors

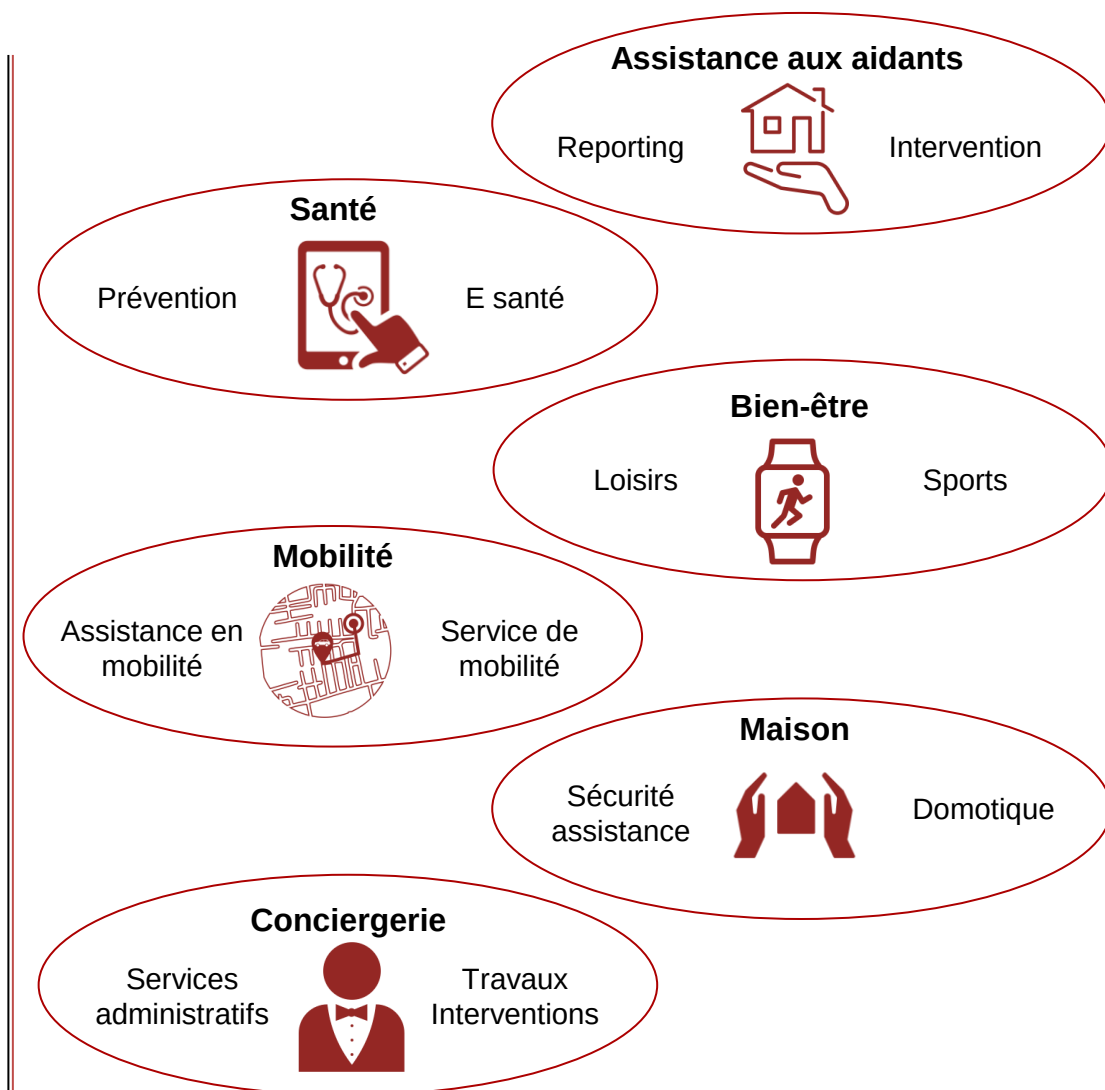


Source: CODA STRATEGIES

DES DOMAINES D'APPLICATIONS VARIÉS À VALIDER DANS LE CADRE DE L'ÉTUDE

L'étude devra valider les domaines d'applications et l'intensité des attentes des seniors. Les domaines qui seront à tester concernent:

- ④ La **santé** avec ses différentes composantes de prévention, de suivi de la santé, voire de suivi de maladies chroniques
- ④ L'**assistance aux aidants** tant en termes d'information que de capacité d'intervention
- ④ Le **bien être/wellness** avec les activités sportives et les loisirs
- ④ La **mobilité** qui peut renvoyer à des services d'assistance comme à des services prenant en charge la mobilité
- ④ L'**environnement domestique** avec les dimensions sécurité de l'habitat et les différentes fonctionnalités liées aux automatismes
- ④ Les **services de conciergerie** en ligne dans lesquels sont regroupés les services d'intervention (petits travaux), l'assistance administrative, voire des services personnalisés à la demande



COMPRENDRE LES BESOINS, ANALYSER LES STRATÉGIES, QUANTIFIER LES MARCHÉS À HORIZON 2023

L'assistance numérique pour les seniors de 60 à 80 ans peut représenter un marché significatif tant en termes d'équipements dédiés, d'applications, et surtout de services, il est cependant nécessaire de qualifier de manière précise les besoins des cibles identifiées.

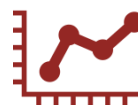
Les potentiels des marchés étudiés doivent par ailleurs être précisés de façon à distinguer d'autres marchés proches, soit par rapport aux finalités des services, soit eu égard aux classes d'âge des consommateurs,

Les chaines de valeur sur ces nouveaux marchés devraient refléter les mutations en cours liées à la digitalisation des activités.



IDENTIFIER LES BESOINS ET LEUR INTENSITÉ

- ✓ Confirmer et affiner les catégories de besoins déjà répertoriées
- ✓ Identifier les cibles (âges, revenus, mode de retraite....)
 - ✓ Définir les qualités de service attendues
- ✓ Qualifier les propositions de services s'appuyant sur des dispositifs IT (objets connectés, applications mobiles, plateformes d'écoutes, chatbots....)
 - ✓ Tester la solvabilité des services
- ✓ Tester la pertinence des paniers de service



DÉFINIR LES CARACTÉRISTIQUES DES MARCHÉS

- ✓ Estimer la valeur des marchés des différentes composantes de l'offre (équipements, applications, services)
- ✓ Donner des estimations de pénétration des services par catégorie
- ✓ Identifier les chaines de valeur adaptées à ces nouveaux marchés
- ✓ Evaluer les modes de répartition de la valeur, les modes de solvabilisation de la demande

Volet 1



LES BESOINS ET LES ATTENTES

Identifier et hiérarchiser les attentes et les besoins des seniors de 60/80 ans

Préciser les attentes en termes d'offre

Déterminer la propension à payer

- **Les besoins par domaine:** santé, confort, mobilité, assistance administrative....
- **L'étendue des services:** information, conseils, intervention
- **L'apport des technologies** dispositifs connectés, applications, plate forme
- **La qualification des offreurs et des distributeurs:** légitimité et pertinence, réseau de prescripteurs
- **La solvabilité:** propension à payer, analyse par panier de services
- **La pertinence des offres assurantielle/mutualiste:** services/distribution/mode d'organisation/d'implication

Volet 2



L'ORGANISATION DE L'OFFRE LES DIFFÉRENTES CHAINES DE VALEUR

Analyser les offres d'équipements et de services et d'applications

Présenter les différentes chaines de valeur possibles sur les marchés visés

Identifier les stratégies des différents acteurs

Quelle importance accordée aux offres communautaires?

- **Les typologies d'offres équipements/services/applications:** marchés cibles, business model
- **Les modes d'intégration des innovations en cours et prévus:** IOT, big data, intelligence artificielle, mobilité
- **Les chaînes de valeur :** les différentes fonctions techniques et commerciales, les positionnements des acteurs
- **Les exemples dans les autres marchés développés:** offres et stratégies des acteurs, leçons
- **Les modes de financement et de prise en charge:** modèle B2C, modèle assurantiel,

Volet 3



STRATÉGIES D'ENTRÉE SUR LES MARCHÉS DES SENIORS

Par type d'acteurs:

Quels sont les enjeux?

Quels sont les facteurs clés de succès en termes de compétence technique et de présence commerciale?

Quels sont les bouquets de service les plus porteurs?

Quels sont les canaux d'accès aux marchés?

Quels sont les business models les plus adaptés?

Quelques problématiques par grandes familles d'acteurs?

- **Les opérateurs de téléassistance:** quels atouts/handicaps par rapport au positionnement actuel? Quel relai de croissance?
- **Les assureurs, les mutuelles:** quelles complémentarités avec le cœur de métier? Quels avantages induits par les réseaux de distribution?
- **Les entreprises du numérique:** quel apport différenciant procuré par le traitement des données? Quel atout des business models disruptifs?
- **Les opérateurs de services (banques, distribution...):** Quels sont les avantages d'une présence sur un marché de masse? Comment crédibiliser des offres ciblées « seniors »?

QUELS BUSINESS MODELS PERTINENTS PAR TYPOLOGIE D'OFFREURS?

Par typologie d'acteurs, les éléments clés des business models sont analysés:



- La position sur la chaîne de valeur
- Les segmentations de la demande
- Les packages d'offre à privilégier

- Les positionnements prix des offres
- Les éléments de différenciation
- Les canaux d'accès B2B, B2C

QUELS ACQUIS?

QUELLES OPTIONS?



PLATEFORME DE SERVICES

Financement lié services et équipements/logique de bouquets d'offre/plateforme de services

Quels réseaux pour le B2C, les opportunités des plateformes de services en B2B...



ASSUREUR

Capacité à solvabiliser les cibles, bouquets de contrats dans une logique de loyauté (la personne, la maison, la famille...) réseaux

Jusqu'où investir sur l'infrastructure? Quels effets réseaux? Quel package d'offre avec l'assurance? Quelle offre en contrat collectif?



ENTREPRISE DU NUMERIQUE

Capacité à déployer des objets communicants et à gérer les données, gestion de modèle gratuit et premium

Avec qui crédibiliser une offre seniors? Pertinence de la distribution en ligne sur les cibles?



OPERATEURS DE SERVICES

Réseaux de proximité clients, plateformes de services

Quels atouts de la plateforme de services? Quelle pertinence du réseau de distribution?



OPERATEURS TÉLÉCOMS

Large base clients, modèles d'abonnement, déploiement objets communicants et mobilité, plateformes de services

Quels avantages techniques en termes d'installation, maintenance? Quelle crédibilité commerciale? Quels partenariats métier?

DES MÉTHODOLOGIES DE PLUSIEURS NATURES



RESSOURCES INTERNES CODA

Plus d'une **vingtaine d'études** ad-hoc et multi-clients sur les marchés des seniors et la valorisation des marchés d'équipements et de services associés. Accompagnement stratégique de plusieurs acteurs / BM sur le marché des technologies innovantes (téléassistance, e-santé, mobile health, objets connectés, smart home....)



ENTRETIENS QUANTITATIFS

Enquête téléphonique/web en France auprès de **400 seniors autonomes** (55/75 ans, en décalage par rapport aux seniors cibles (60/80 ans), sera réalisée couvrant l'ensemble des thématiques identifiées (besoins, attentes, solvabilité, acceptabilité technique et commerciale, pertinence des offreurs et commercialisateurs...)



ENTRETIENS QUALITATIFS

Entretiens face-à-face et téléphoniques avec des offreurs de solutions, opérateurs de services, distributeurs et commercialisateurs, assureurs, mutuelles. **50 entretiens** sont réalisés couvrant ces cibles. Ces entretiens permettent d'échanger sur la perception de la demande, les modes d'organisation des chaînes de valeur, les éléments structurants liés au financement des offres. Une observation des marchés étrangers pertinents (demande, offre)



MODÉLISATION MARCHES

Modélisation des marchés des équipements et services par segment de marché, valorisation en fonction des bouquets de services, répartition de la valeur selon les modèles de chaînes de valeur, projections France sur 2018/2023 en volume et en valeur

PLUSIEURS LIVRABLES POUR RÉPONDRE AUX ATTENTES CLIENT



UN RAPPORT REDIGÉ EN FORMAT PDF

Un rapport rédigé en français de plus de 200 pages comportant l'analyse des 3 volets de l'étude délivré en format pdf, incluant également les principaux résultats quantitatifs portant sur la demande et les marchés associés



BASE DE DONNÉES EXCEL: DEMANDE ET MARCHÉ

Une base de données sous forme de fichier Excel comportant deux parties:

- ⌚ une partie relative aux résultats détaillés de l'enquête demande
- ⌚ une partie relative au modèle de quantification des marchés (volume/valeur) avec interface ergonomique



PRÉSENTATION PERSONNALISÉE

A la demande du client, une présentation personnalisée peut être réalisée par CODA Strategies dans les locaux du client, cette prestation correspondant à une demi-journée de présentation et d'échanges

L'étude est en cours de réalisation et sera disponible en Octobre 2017

CODA STRATEGIES EN BREF

CODA Strategies est un cabinet d'analyse de marchés spécialisé sur les équipements et les services innovants dans les domaines de l'énergie, du bâtiment et de l'habitat, de la santé et de la mobilité. Depuis près de 30 ans, CODA Strategies a accumulé une forte expérience sur ces marchés, donnant lieu à des études reconnues par la profession.

CODA Strategies accompagne à travers la réalisation d'études de marchés, les grands groupes de ces domaines comme les start up, pour définir des plans de marketing stratégiques de développement en France et à l'international.

Nos méthodes de réalisation sont adaptées à chaque problématique, et se basent en grande partie sur des données en interne, des entretiens avec les acteurs réalisés par les consultants, des enquêtes quantitatives réalisées dans nos propres locaux, d'analyse de business models, et de quantification de marchés. Ces données acquises nous donnent une vision très pertinente et nous permet d'évaluer des marchés en analysant l'environnement réglementaire, les normes, labels, la demande, le financement, les offres, les stratégies d'acteurs, les facteurs clés de succès, les perspectives...

CODA Strategies souhaite avec les études multi clients vous aider à mieux comprendre les marchés, à mieux les appréhender, et à affiner votre positionnement que ce soit au niveau stratégique, marketing ou commercial, dans un contexte national voire international.

- Près de 30 ans d'expérience
- Plus de 3 000 entretiens en face à face
 - Plus de 35 000 enquêtes BtoB
 - Plus de 25 000 enquêtes BtoC
 - Plus de 100 tables rondes
 - Plus de 250 business models
- Plus de 300 quantifications de marchés
 - Plus de 400 études réalisées

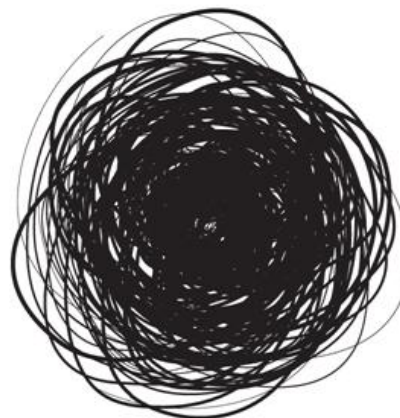
Traitement de l'ensemble de la chaîne de valeur

NOS RÉFÉRENCES SUR LE MARCHÉ DES SÉNIORS

- Panorama de l'offre de téléassistance et des services associés pour le maintien à domicile des seniors en France et dans certains pays et analyse des déterminants de la demande sur le marché français - DGE/CNSA/DGCS

Etude disponible: <http://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/avenir-du-marche-de-la-teleassistance-et-des-services-associes>

- Etude de marché produit autonomie et Senior Care - Assisteux
- Le marché des solutions échographiques, attentes et évolution des équipements et des services associés – Industriel
- Enquête auprès des propriétaires occupants ayant effectué des travaux de maintien à domicile (personnes âgées ou en situation de handicap) entre 2011 et 2014 et des instructeurs - ANAH
- Identification des opportunités industrielles en téléassistance et télémédecine – Industriel
- Habitat et Silver Economie- Quels marchés accessibles en Europe? Equipements intégrés au bâti et automatismes- Multi clients
- Mobile Health. Le marché européen à horizon 2017 – Multi clients
- Le marché des automatismes domestiques et de la maison connectée en Europe - Multi clients
- Les solutions associées aux marchés de maintien à domicile - Industriel
- Le positionnement de l'offre sur une solution d'électromobilité personnelle sur les marchés européens et français, environnement réglementaire et partenariats, les modèles de déploiement à horizon 2020/2025 (focus e sur les marchés seniors) – Constructeur automobile
- Les technologies innovantes dans les établissements pour seniors – Bâtiment, énergie, Mutualisation des services. – Multi clients
- TIC et santé à domicile. Opportunités européennes à horizon 2020 - Multi clients
- Focus des TIC et de la santé à domicile en Allemagne - Industriel
- Le marché des Smart Cities en Europe. Quelles attentes et quelles valeurs ajoutées à horizon 2020?– Multi clients
- Etude du contexte et de l'environnement de développement d'une solution Smart Home haut de gamme Monde- Start-up
- Benchmark des business models d'équipementiers dans le domaine de la téléassistance/télésanté - Industriel
- Etude sur la télé échographie robotisée - CNES
- Etude sur une solution innovante d'aide médicale à distance – Assisteux
- La téléassistance mobile dans 3 pays européens – Opérateur télécoms
- De la téléassistance à la télésanté. Les applications pour les seniors en Europe. Le marché des applications et des services. - Multi clients
- Haut débit mobile et inclusion sociale - ARCEP



CODA Strategies

Muriel Meurat
Responsable commerciale
Tél: 09 77 21 57 37
Mobile: 06 80 02 02 96
Email: muriel.meurat@codastrategies.com

CODA Strategies
1 rue des Gâtines
75020 Paris
www.codastrategies.com