



Objets connectés, réseaux sociaux, *serious games*, applications mobiles : comment répondre aux attentes des médecins généralistes et spécialistes ?

Réussir sa stratégie digitale auprès des médecins



Les EchosÉTUDES
WWW.LESECHOS-ETUDES.FR

Une étude réalisée en partenariat avec



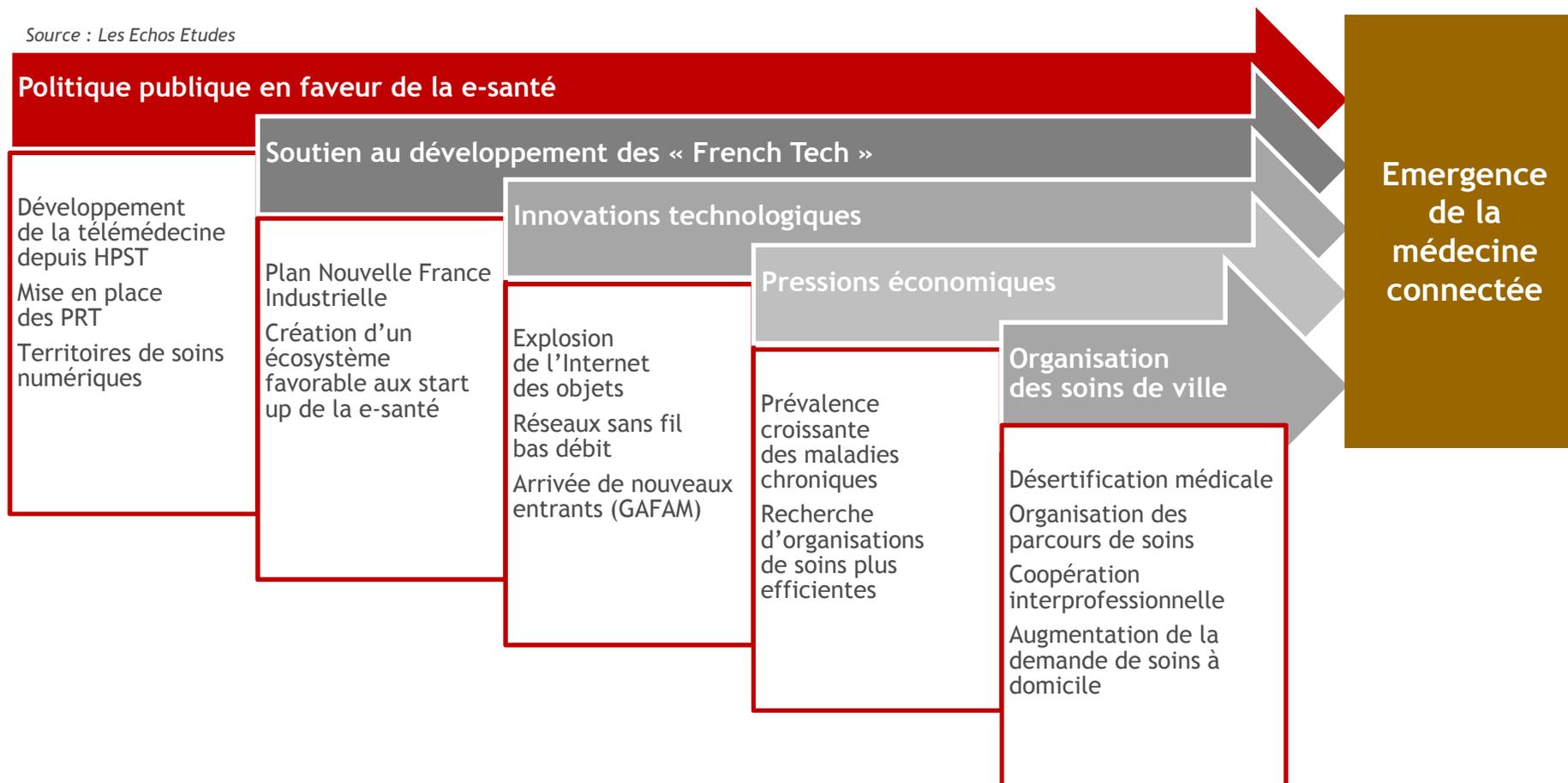
et



Contexte et objectifs de l'étude

2015 : un contexte favorable au développement des usages digitaux des médecins

Source : Les Echos Etudes

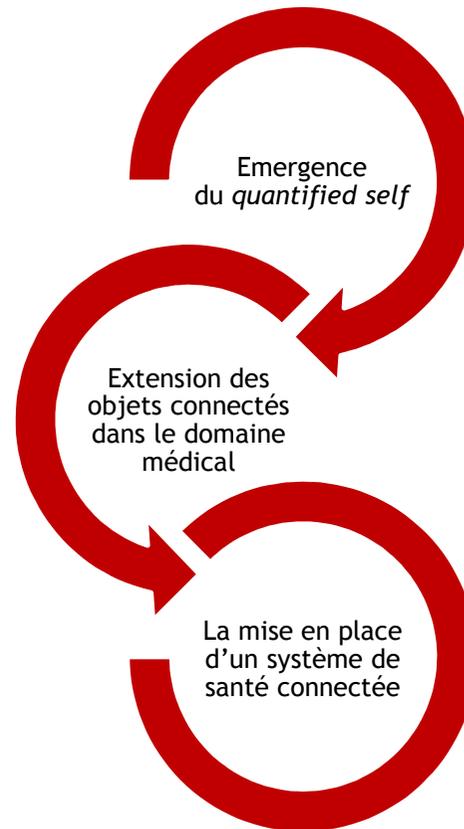


Contexte et objectifs de l'étude

Dans le prolongement du *quantified self*, la santé connectée va s'imposer comme le modèle de référence dans le secteur médical

S'appuyant sur le taux de pénétration élevé des smartphones, les « wearables » avec une fonction monitoring s'imposent comme un nouveau segment du marché de la santé. Portés par de nouveaux entrants (Withings, Fitbit...), ces offres, orientées bien-être, n'ont pas encore vocation à concurrencer les dispositifs électroniques plus sophistiqués utilisés en médecine.

L'ensemble des composantes du système de santé se digitalise, grâce à la baisse des coûts permise par le numérique et les objets connectés : matériel médical, hôpitaux, médecine ambulatoire... Dans ce nouvel environnement, la valorisation et la sécurité des données deviennent les expertises primordiales.



Près de 40 % des français déclarent que les médecins ne donnent pas suffisamment d'informations sur les médicaments qu'ils prescrivent. 78 % d'entre eux vont chercher des informations supplémentaires, en priorité sur les effets secondaires (58 %). Ils vont chercher ces informations sur les notices des médicaments (59 %), sur Internet (53 %) et auprès de leurs pharmaciens. Face à cette demande d'information, 57 % des français jugent utile d'avoir des outils sur leur téléphone portable pour gérer leur santé ou suivre leurs traitements.

Source : blog LunaWeb (Usages et équipements mobiles en France)

Les innovations se perfectionnent et permettent aux fabricants d'enrichir l'offre disponible (pilulier, oxymètre, tensiomètre, glucomètre, balance...). Simples d'utilisation, précis et moins encombrants, les objets intelligents s'imposent face aux produits traditionnels. La concurrence entre acteurs porte sur la capacité à adapter au mieux les technologies de l'Internet des objets aux besoins de santé.

Source : Les Echos Etudes d'après Sterwen

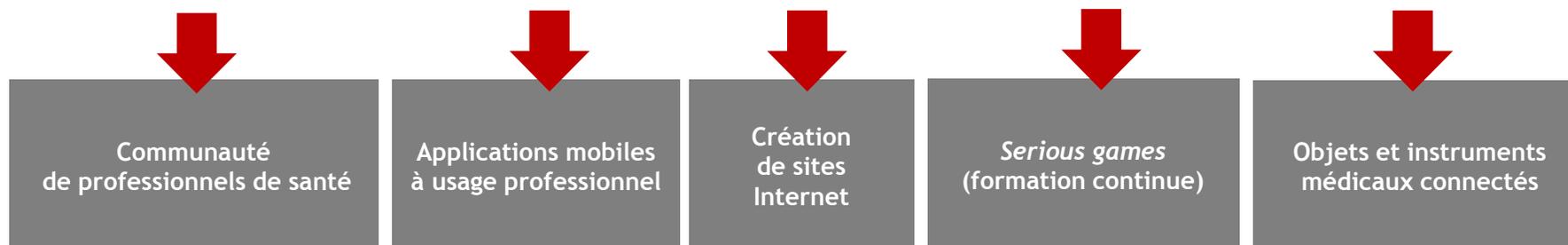
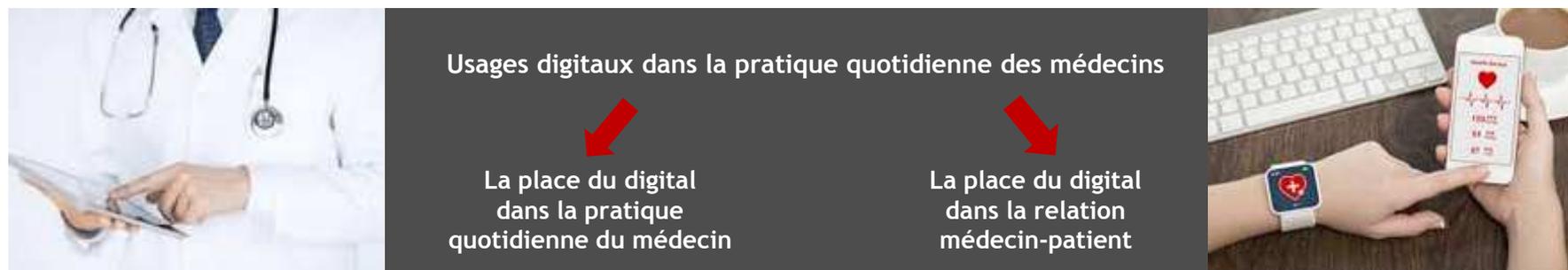
Contexte et objectifs de l'étude

Dans ce contexte et face à ces enjeux, les objectifs assignés à cette étude sont...



Le dispositif d'étude mis en place

Champ de l'étude : les solutions et services analysés



Comuniti® (MSD)
Medcllic (AstraZeneca)
iDocMed
Meltingdoc
Medscape
RéseauProSanté
Cardiagora (cardiologues)
Docatus
SanteConnect
...

Apps de BDD médicaments :
Vidal, BCB...

Apps par domaines thérapeutiques ou situation (urgences)

Docvadis® de MSD

Sites web par domaines thérapeutiques

4H30 Chrono® (SFNV et Bayer Healthcare)
VIHdeo game® (Janssen)
planete-ovanta® (Abbott)
X-TORP® (Alzheimer)
Cascade® (Alzheimer)
Voracy Fish® (rééducation post-AVC)
CiNACity® (premiers secours)

iBGStar® (Sanofi)
Thermoflash® (Visiomed)
Stéthoscope connecté (Eko)

Le dispositif d'étude mis en place

Un dispositif d'étude en trois volets

- **Desk Research**
 - < Analyse des facteurs endogènes et exogènes favorables à la digitalisation des pratiques médicales
 - < Revue synoptique des services et des dispositifs digitaux proposés en 2015 aux médecins
- **Phase qualitative**
 - < Entretiens approfondis semi-directifs d'1 h 30 à 2 h 30 menés en mars 2015 auprès de responsables de laboratoires (Sanofi), fabricants de dispositifs connectés et de solutions digitales pour les médecins (Visiomed), auprès du CNOM (Dr Jacques Lucas), du Vidal (Catherine Hubert), de Meditailing (Antoine Poignant), ainsi que de médecins « connectés » experts du digital (Docteurs Loïc Etienne, Dominique Dupagne, Eric Couhet et Nicolas Postel-Vinay)
- **Phase quantitative menée par Vidal auprès de 641 médecins en exercice**



Echantillon

Total : 641 médecins

315 médecins généralistes

326 médecins spécialistes

- 110 cardiologues
- 58 rhumatologues
- 53 dermatologues
- 55 endocrinologues
- 50 pneumologues



Dates du terrain

Du 16 mars au 6 avril 2015



Méthodologie

Enquête quantitative on-line

Méthode des quotas :

- Age du médecin
- Genre
- Lieu d'exercice
- Nombre de consultations exercées quotidiennement

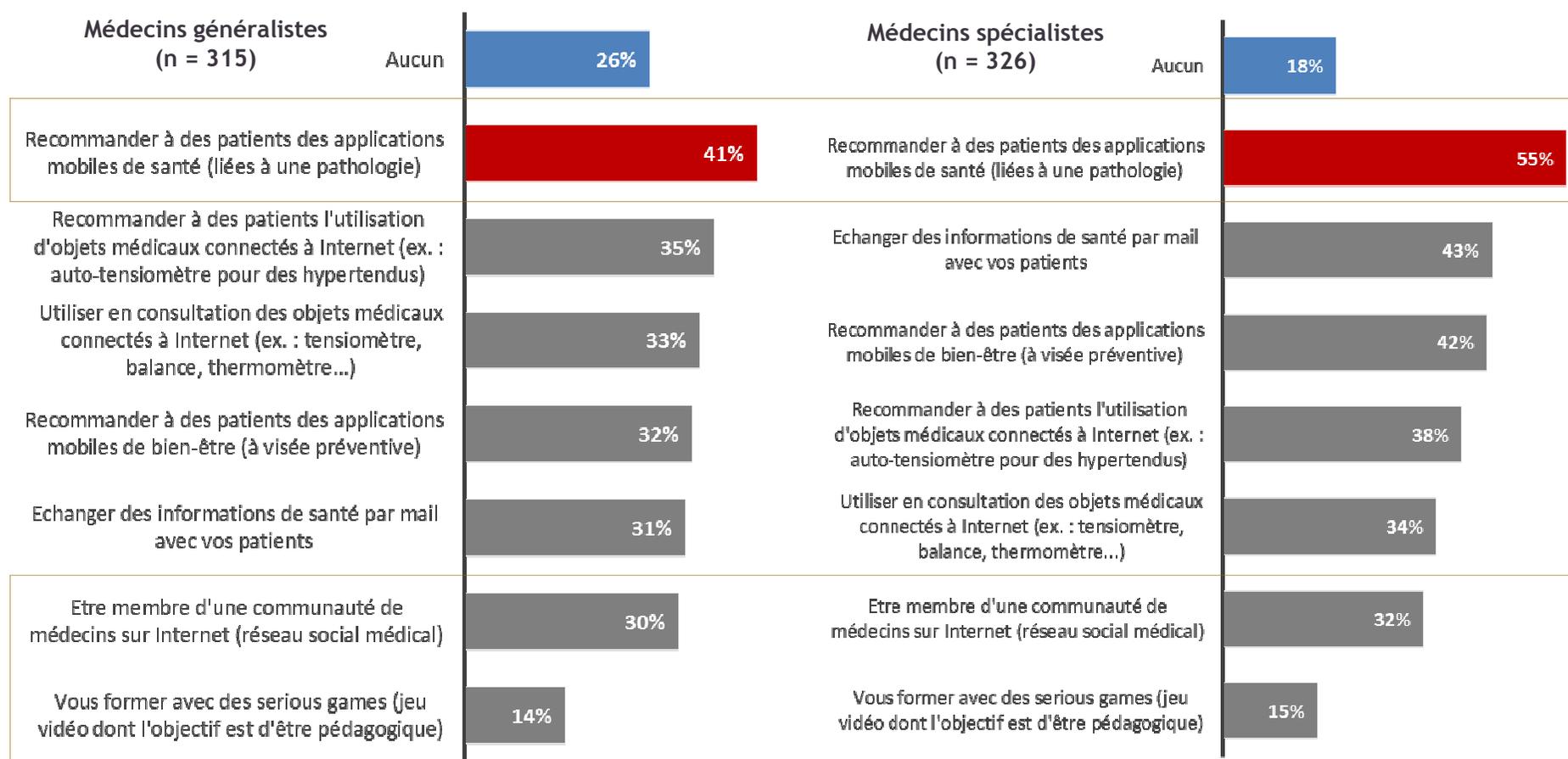
Modalités de traitement des données : tris à plat, tris croisés, redressement d'échantillon

Analyse conjointe (trade-off) permettant de comprendre les processus de choix des services / solutions digitales sur la base de 14 critères

Quelle est la place en 2015 du digital dans la pratique quotidienne des médecins ?

Les services et les dispositifs digitaux qui entrent ou pourraient entrer dans la pratique quotidienne des médecins : recommander des appli mobiles « santé » aux patients arrivent en tête, tant chez les MG que chez les spécialistes. En revanche, l'adhésion à des réseaux sociaux et l'utilisation de *serious games* n'ont pas encore trouvé leur place dans les pratiques des médecins.

Ci-dessous une liste de services ou de dispositifs digitaux. Selon vous, quels sont ceux qui entrent ou pourraient entrer dans votre pratique professionnelle ?

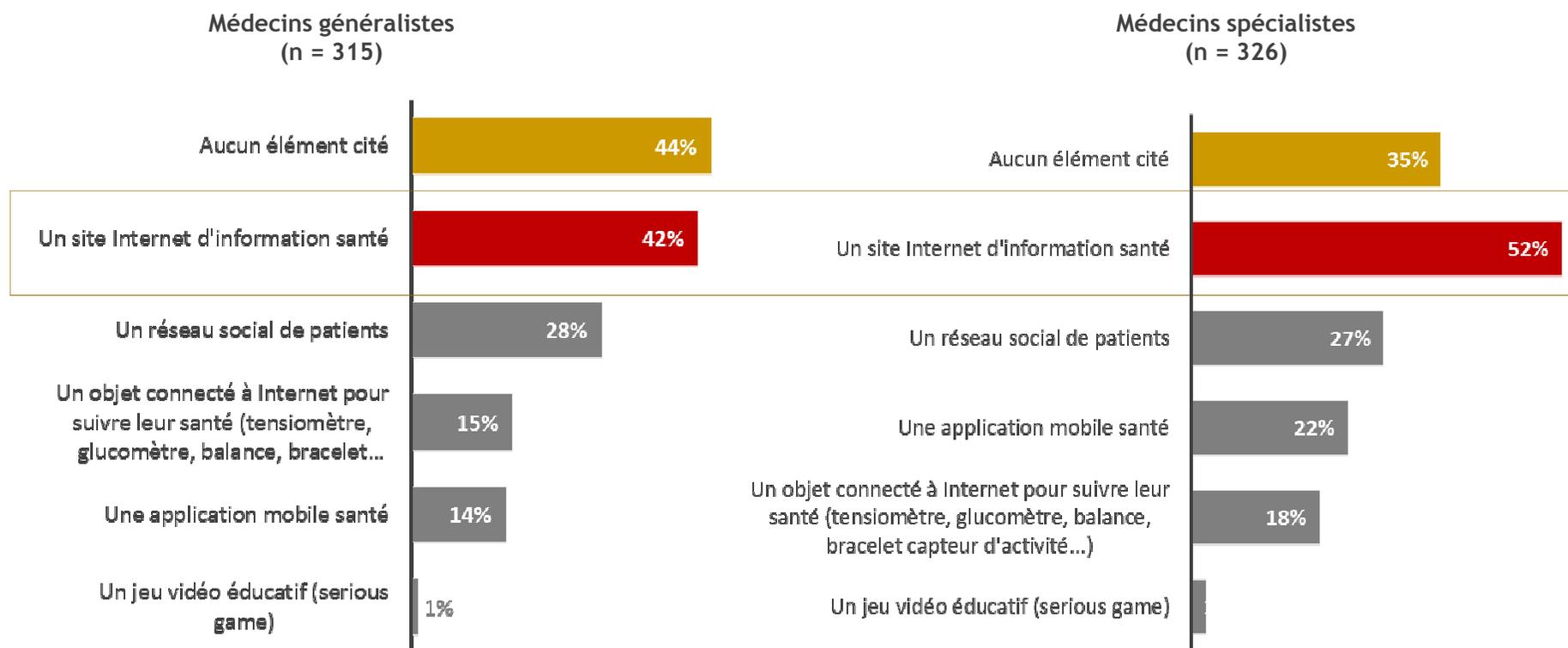


Source : enquête Les Echos Etudes et Vidal, mars-avril 2015 (en % des répondants)

Extraits

Une majorité de médecins a déjà recommandé à ses patients au moins un dispositif digital : les sites Internet d'information arrivent largement en tête, notamment auprès des spécialistes. L'adhésion aux réseaux sociaux se hisse au 2^e rang, cité par 27-28 % des répondants.

Avez-vous déjà recommandé à des patients :



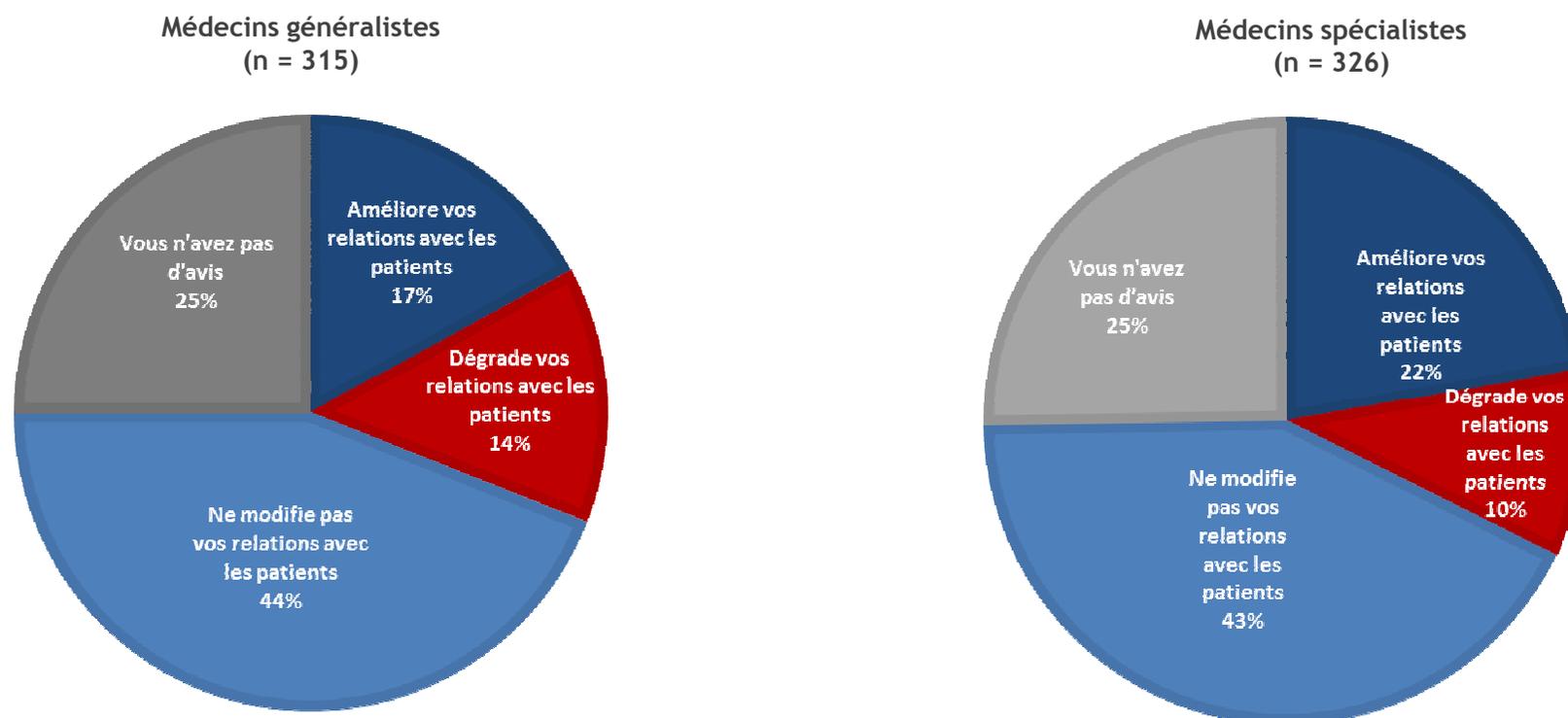
Source : enquête Les Echos Etudes et Vidal, mars-avril 2015

Extraits

L'impact du digital dans la relation médecin – patient : la perception globale des médecins oscille entre une opinion positive ou neutre. Ils sont moins de 15 % à affirmer que le digital « dégrade » leurs relations avec les patients.

Une position majoritairement neutre à l'égard du digital : environ 45 % des médecins estiment qu'il n'a pas d'impact - positif ou négatif - sur les relations avec les patients. Un quart des médecins n'a pas d'avis. Cette proportion importante s'explique par le fait que les usages digitaux n'ont pas encore trouvé toute leur place dans les pratiques médicales.

De manière générale, vous diriez que le digital (réseaux sociaux, applications mobiles, objets connectés...) :



Source : enquête Les Echos Etudes et Vidal, mars-avril 2015