

**Séminaire
Ressources technologiques
et innovation**

*organisé grâce aux parrains
de l'École de Paris :*

Algoé²
Alstom
ANRT
AREVA²
CEA
Chaire "management multiculturel
et performances de l'entreprise"
(Renault-X-HEC)
Chambre de Commerce
et d'Industrie de Paris
CNES
Conseil Supérieur de l'Ordre
des Experts Comptables
Crédit Agricole SA
Danone
Deloitte
École des mines de Paris
ESCP Europe
Fondation Charles Léopold Mayer
pour le Progrès de l'Homme
Fondation Crédit Coopératif
Fondation Roger Godino
France Télécom
FVA Management
Groupe ESSEC
HRA Pharma
IBM
IDRH
IdVectoR¹
La Poste
Lafarge
Ministère de l'Industrie,
direction générale de la compétitivité,
de l'industrie et des services
OCP SA
Paris-Ile de France Capitale Economique
PSA Peugeot Citroën
Reims Management School
Renault
Saint-Gobain
Schneider Electric Industries
Thales
Total
Wight Consulting²
Ylios

¹ pour le séminaire
Ressources technologiques et innovation
² pour le séminaire Vie des affaires

(Liste au 1^{er} juin 2011)

**AVIZEN :
FACILITER LE MAINTIEN À DOMICILE
DE PARENTS DÉPENDANTS**

par

Antoine VIALLE
Associé fondateur d'Avizen

Séance du 16 mars 2011
Compte rendu rédigé par Elisabeth Bourguinat

En bref

Le vieillissement de la population se traduit par un accroissement continu du nombre de personnes dépendantes, mais de nombreuses sociétés ont échoué dans leur tentative d'exploiter ce nouveau marché avec divers équipements plus ou moins technologiques. La société Avizen, après avoir surmonté une première expérience avortée, a identifié chez les structures d'aide à domicile et chez les personnes accompagnées et leurs familles un besoin très précis, celui de coordonner les interventions à domicile et de gérer les changements incessants de planning. Avizen répond à ce besoin non par un nouvel équipement, mais par un portail Internet, qui sera bientôt disponible sur iPhone et iPad, plus facilement appropriables par les seniors et leurs enfants. C'est en "collant" de très près aux attentes des futurs utilisateurs que la société a su trouver la formule gagnante. Il lui reste cependant à affiner son modèle économique et, pour cela, à trouver un groupe industriel auquel s'adosser.

*L'Association des Amis de l'École de Paris du management organise des débats et en diffuse
des comptes rendus ; les idées restent de la seule responsabilité de leurs auteurs.
Elle peut également diffuser les commentaires que suscitent ces documents.*

EXPOSÉ d'Antoine VIALLE

Après mes études à l'École des mines, j'ai créé une première start-up autour d'un éditeur logiciel, que j'ai vendu au bout de trois ans à Apple Computer. J'ai ensuite travaillé dans un laboratoire du CEA pendant cinq ans et j'en suis sorti avec un nouveau projet, Avizen : un portail Internet destiné à aider les familles à organiser l'aide à domicile d'un parent âgé ou malade.

Le marché

Le vieillissement de la population se traduit par un accroissement continu du nombre de personnes dépendantes, et le marché du maintien à domicile est en pleine expansion. Il y a quelques années, le plan Borloo a cherché à structurer le secteur des services à la personne. De grandes associations se sont constituées puis regroupées en fédérations.

Parallèlement, de nombreux équipements plus ou moins technologiques, censés faciliter la vie du senior et de sa famille, ont fait leur apparition sur le marché. Certains répondent à un besoin de sécurité, comme la téléassistance, les détecteurs de chute, de fuite de gaz, d'intrusion. D'autres sont tournés vers la convivialité, comme les ordinateurs simplifiés ou la vidéoconférence. Enfin, les équipements de domotique cherchent à améliorer le confort des personnes dépendantes.

À l'exception de la téléassistance, qui a réellement trouvé son marché, tous ces produits n'ont connu que peu de succès. Il y a quelques années a eu lieu une expérimentation à Rennes, dans un appartement témoin équipé de nombreux appareils. Des centaines de seniors d'âges variés ont pu tester les différents produits proposés par une série de fournisseurs. Trois ans plus tard a eu lieu une conférence pour présenter les conclusions de cette étude et notamment indiquer quels étaient les produits que les seniors étaient prêts à utiliser.

L'appareil qui venait en tête était le détecteur de gaz et d'incendie, en vente chez Leroy-Merlin au prix de quinze euros. Le second était le médaillon de téléassistance, qui existe depuis vingt ans. Le troisième était un balisage lumineux pour se rendre aux toilettes la nuit, fabriqué par Legrand. Le quatrième était la barre de sécurité dans la douche.

Si le maintien à domicile est en pleine expansion, le marché des équipements censés le faciliter est relativement étroit : il n'existe que peu de sociétés ayant vraiment gagné de l'argent dans ce domaine.

Le premier projet

Notre premier projet partait d'une idée d'ingénieur. Nous avons remarqué qu'un grand nombre des équipements proposés avaient en commun une même base technique : un processeur, la production d'informations et le transfert de données. Nous avons imaginé de tout regrouper dans une même plateforme, un boîtier qui, pour un coût bien moindre, répondrait aux différentes fonctions et permettrait d'assurer la communication avec les acteurs majeurs du maintien à domicile : la personne en voie de dépendance, les intervenants à domicile, la famille ou les proches, l'assureur, les "téléassistants", les financeurs, etc.

Le montage

Mon associé connaissait parfaitement le milieu de l'aide à domicile et il était capable d'assurer la commercialisation. Ensemble, nous avons constitué l'équipe technique. Nous avons également identifié des partenaires financiers. Pour ma première société, j'avais commis l'erreur de faire le développement d'abord, et de chercher de l'argent ensuite. Entre les deux, nous avons dû nous serrer la ceinture. Instruit par l'expérience, j'ai souhaité commencer par chercher de l'argent avant de réaliser le développement.

Le CEA a pris en charge le budget d'investissement. Le conseil général des Côtes d'Armor a financé une partie de l'expérimentation, à la condition qu'elle se déroule sur son territoire. Groupama a également participé au budget de l'expérimentation, en contrepartie de l'accès à l'ensemble des résultats. Nous avons par ailleurs répondu à un appel d'offres lancé par l'Agence nationale des services à la personne (ANSP) et la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS). Au total, nous avons réuni 500 000 euros qui nous ont permis de nous adresser à des sous-traitants pour réaliser le projet.

L'étude de marché

Très tôt, nous avons essayé de confronter notre maquette au marché. Nous avons défini des usages et organisé des *focus groups* réunissant des acteurs de l'intervention à domicile. Nous avons été aidés par des psychologues ergonomes du CHU de Lille, qui ont également réalisé des enquêtes avec des analyses d'usages pour les structures d'aide à domicile.

Nous avons naturellement interrogé les futurs utilisateurs et leurs familles. Nous avons installé notre appareil chez des seniors, nous leur avons présenté les différentes interfaces et les avons fait réagir sur l'utilité des fonctions proposées et la façon dont ils les appréhendaient. Nous avons constaté qu'ils ne s'intéressaient qu'à une petite partie d'entre elles : nous leur proposons un vaisseau spatial, ils étaient intéressés par une mobylette.

Pour un ingénieur comme moi, c'est forcément un peu frustrant, mais malheureusement, c'est toujours l'utilisateur qui a raison. Par exemple, nous proposons un équipement de vidéoconférence simplifié : les familles étaient intéressées et les seniors étaient tentés à l'idée de voir à l'écran leurs enfants et petits-enfants, mais en revanche ils n'avaient aucune envie de se montrer eux-mêmes. De plus, sachant que les proches habitent généralement à une vingtaine de minutes de la personne dépendante et lui rendent visite en moyenne une fois par semaine, le dispositif de vidéoconférence ne paraissait pas très utile. Enfin, les familles ont l'habitude de pouvoir disposer de ce genre de possibilité gratuitement sur Internet et n'étaient pas prêtes à payer pour ce service.

Le lancement

Nous avons ensuite préparé une plaquette commerciale et avons lancé la distribution de notre produit auprès des seniors en passant par trois structures d'aide à domicile, deux associations et une société privée.

Nous étions très optimistes : tout se déroulait comme prévu. Nous avons défini les besoins et réussi à identifier des fonctions qui plaisaient à tout le monde. Les retours d'expérimentateurs montraient que les seniors étaient satisfaits et se sentaient capables de se servir des différents outils.

Un problème

La question suivante était : « *Seriez-vous prêt à payer pour avoir cet équipement chez vous ?* » Avec l'aide de l'une des structures et d'un échantillon d'une vingtaine de seniors, nous avons établi tout un argumentaire commercial destiné à obtenir une réponse favorable.

Nous avons envoyé la plaquette, par courrier, à un premier fichier de 150 personnes. Résultat : zéro retour. Nous avons imaginé toutes sortes d'explications : les adresses n'étaient pas bonnes, le numéro de téléphone que nous avons donné comportait peut-être une erreur, ou bien les gens avaient appelé pendant notre absence ; ou alors ils avaient mis la lettre de côté en pensant que c'était un document à donner à leurs enfants quand ils rentreraient de vacances.

Nous avons également fait l'hypothèse que le taux de retour serait sans doute plus faible que prévu et que l'échantillon de 150 adresses n'était pas suffisant. Nous avons légèrement

remanié notre plaquette et modifié le mode de distribution : nous les avons fait remettre aux seniors par les personnes intervenant à leur domicile. Sur 500 courriers distribués de cette façon, nous avons eu 5 retours positifs. Indubitablement, il y avait un problème.

Le nouveau projet

Nous avons mis en ligne des questionnaires sur des forums traitant du maintien à domicile pour essayer de mieux comprendre quelles étaient les fonctions attendues de ce type de dispositif. Nous avons également interrogé les destinataires de nos courriers et leur avons demandé pourquoi ils n'avaient pas donné suite. Ces divers retours nous ont conduits à remettre en cause l'ensemble du concept ainsi que le circuit de commercialisation.

Heureusement, nous avons pris la précaution de réunir suffisamment de fonds à l'avance, ce qui nous a permis de réorienter notre plan de développement et mener à bien les différentes modifications.

La dématérialisation

Dans notre premier projet, nous installions un petit boîtier avec un écran chez les utilisateurs. Or, les seniors sont très réticents à laisser des inconnus entrer chez eux pour assurer l'installation ou la maintenance de ce genre d'équipement. Nous avons donc fait le choix de tout dématérialiser et de ne travailler que sur un logiciel, qui n'a même pas besoin d'être téléchargé : il est installé sur un portail auquel les utilisateurs se connectent via Internet.

Une offre B to B to C

Nous avons comparé notre produit aux services permettant de gérer les comptes bancaires en ligne. Les gens trouvent ces services utiles et apprécient de pouvoir s'en servir, mais ils estiment qu'ils n'ont pas à payer pour cela. Les banques les ont donc inclus dans d'autres offres au lieu de les proposer indépendamment.

Dans notre nouveau *business-model*, nous ne vendons plus le produit à l'utilisateur final. Il lui est proposé au sein d'un bouquet de services délivré par la structure d'aide à domicile. Notre produit n'est donc plus présenté sous la marque Avizen, mais sous la marque de la structure. En d'autres termes, nous sommes passés d'un modèle *B to C* à un modèle *B to B to C*. Le senior et sa famille ne sont plus nos clients, ils sont seulement les utilisateurs du service.

L'analyse du besoin

Actuellement, les structures d'aide à domicile gèrent les relations avec leurs clients de façon très classique, via le courrier pour l'envoi des plannings, le téléphone pour modifier les rendez-vous, et un cahier de liaison placé au domicile de la personne, sur lequel les différents intervenants notent leur passage.

Sachant que ces structures interviennent en mode prestataire, le planning adressé sous forme papier devient obsolète en quelques jours. Il suffit que l'un des intervenants soit malade et qu'un autre soit absent pour que tout soit bouleversé, les noms des personnes mais aussi leurs horaires de passage. Les "responsables de secteur" passent généralement 70 % de leur temps à gérer les changements de planning.

Leurs principaux interlocuteurs sont les seniors eux-mêmes, mais ils doivent souvent aussi prévenir les familles. Toutes ne souhaitent pas être informées des changements, mais certaines veulent être informées de tout, par exemple lorsque leur parent est particulièrement malade ou fragile. La communication est d'autant plus délicate qu'il existe souvent plusieurs interlocuteurs au sein d'une même famille : un jour c'est le fils qui s'occupe de sa maman, un jour c'est la fille, un autre jour le beau-fils, etc. De même, lorsque les intervenants constatent que quelque chose ne va pas et souhaitent prévenir la famille, ils ne savent pas forcément à quel interlocuteur s'adresser.

Un extranet à la disposition de la famille

Dans sa version actuelle, notre portail comprend un planning où sont indiqués les horaires de passage des intervenants, un carnet d'adresses qui centralise tous les contacts, une messagerie entre les différentes personnes ayant accès à la page, et diverses autres informations. D'autres fonctions sont dans les cartons pour améliorer encore l'utilité du portail et gagner en simplicité de gestion.

Avec cet outil, nous permettons à la structure d'aide à domicile de rendre accessibles aux familles, via un extranet, les informations qu'elle donne aux seniors. La structure n'a pas besoin de saisir ces données sur le portail : nous nous interfaçons avec son système de gestion et nous récupérons toutes les informations, que nous envoyons sur la page de chaque senior. Les familles peuvent ainsi, à tout moment, disposer de la version actualisée du planning d'intervention chez leur parent.

Pour la structure, cela représente une économie de temps considérable et cela peut nettement améliorer la qualité des relations avec la famille. À une personne excédée qui s'indigne de ne pas avoir été prévenue de tel ou tel changement, la gestionnaire de réseau peut proposer de consulter le portail, où tous les changements sont indiqués en temps réel.

De son côté, si la famille souhaite annuler un rendez-vous, par exemple parce que le senior part quelques jours en vacances chez l'un de ses enfants, elle peut transmettre cette information via le portail, ce qui réduit le temps passé au téléphone. Cette gestion peut se faire au moment qui convient le mieux à la famille, par exemple le dimanche, ou le soir à 20 heures : elle n'est plus assujettie aux horaires de la structure d'aide à domicile.

Quant aux intervenants, ils disposent d'un outil très simple pour prévenir l'ensemble des proches d'un problème particulier, ou tout simplement pour leur faire part de l'état général de la personne. Ils utilisent le téléphone du senior pour laisser un message audio qui est aussitôt transféré sur le portail. Les proches sont alors prévenus qu'un message a été déposé à leur intention.

De nouvelles plateformes

Nos questionnaires nous ont montré qu'un bon nombre des utilisateurs potentiels (les seniors, qui en moyenne ont plus de 85 ans, mais aussi leurs enfants, qui ont autour de 65 ans), savent mieux se servir d'un téléphone mobile que d'un ordinateur. Certains étaient intéressés par le portail, mais à condition de pouvoir le consulter sur leur iPhone. De même, aux États-Unis, des études ont montré que 25 % des utilisateurs d'iPad sont des personnes qui n'étaient pas connectées à Internet auparavant. Ce phénomène va probablement se développer en France aussi, d'ici un an ou deux. Nous travaillons donc sur de nouvelles versions du portail, adaptées aux iPhone et aux iPad.

Bientôt la commercialisation... et le rachat

Nous avons réalisé un bêta test sur environ 400 personnes, dont nous avons tiré de nouveaux enseignements.

La valeur ajoutée du produit dépendra de sa capacité à centraliser toutes les données du maintien à domicile : celles que nous recueillons auprès des structures de service à la personne (aujourd'hui, il s'agit essentiellement de l'agenda, mais demain ces informations pourront comprendre également la partie gestion et facturation) ; celles que ces structures souhaitent elles-mêmes mettre à la disposition de leurs clients ; et enfin les données communiquées par les autres acteurs du dispositif, tels que les conseils généraux, les assureurs, etc.

Nous devons encore affiner certains paramètres du *business model*, comme le prix et le modèle de distribution, ainsi que l'argumentaire commercial. Cependant, pour l'essentiel, notre *business model* est validé et nous avons constaté que les clients sont désormais faciles à trouver. La commercialisation est prévue pour la fin de l'année.

Enfin, pour que notre société puisse vraiment se développer, nous souhaitons l'adosser à un groupe industriel actif dans le domaine et il est probable que des rapprochements auront lieu dans les mois qui viennent.

Innovation et services Internet

En finissant, je voudrais vous livrer quelques remarques tirées de mon expérience d'innovation et de création d'un service Internet, et aussi de l'intérêt de travailler en lien avec la recherche académique pour monter ce genre de projet.

Entrepreneur : un métier et un plaisir

Créer une entreprise est un état d'esprit : certaines personnes, plus que d'autres, aiment essayer de nouveaux concepts, les tester, les promouvoir, faire bouger les lignes. Mais c'est aussi et surtout un métier, une activité dans laquelle on progresse par essais et erreurs successifs, et que l'on apprend essentiellement "sur le tas", quelle que soit l'excellence des formations à l'entrepreneuriat. De nombreux réflexes ne s'acquièrent que lorsque l'on est confronté à des situations difficiles.

L'un des intérêts de ce métier est qu'on peut l'adapter à ses envies et à son profil personnel. On définit le rôle où l'on sera soi-même le plus pertinent dans l'équipe, et on remplit ensuite les "trous" avec d'autres profils. À chacun ses compétences : ceux qui lancent le projet ne seront pas forcément les plus performants pour le développer commercialement, ni pour réussir son intégration au sein d'un grand groupe. Créer une entreprise, c'est un peu comme si l'on construisait une voiture autour de l'allume-cigare...

La création d'entreprise est aussi le royaume des bouts de ficelle. Il faut en permanence se débrouiller avec des ressources limitées, fixer des priorités, reporter à plus tard certains développements, faire appel à des stagiaires, chercher des solutions pour imprimer des documents à bas coût, etc.

Heureusement, c'est aussi un plaisir, d'abord parce qu'en principe, on travaille avec des gens qu'on aime bien, puisqu'on les a recrutés ; ensuite, parce qu'on a le sentiment de construire quelque chose et d'en maîtriser tous les tenants et aboutissants.

Un environnement favorable

L'environnement macroéconomique est, depuis plusieurs années, plutôt favorable à la création de services sur Internet. Le métier d'éditeur de logiciel est amené à disparaître : les gens préfèrent désormais louer un service global, y compris l'hébergement. Les consommateurs sont de plus en plus habitués au commerce électronique, au fait de consulter des informations sur Internet, d'accéder à leurs données bancaires ou de Sécurité sociale. Il leur paraît normal d'utiliser la plupart des services depuis chez eux.

Enfin, le développement d'un logiciel coûte beaucoup moins cher qu'il y a quelques années. Le coût de l'hébergement et de la bande passante est négligeable. Il existe de nombreux *frameworks* permettant de développer très rapidement des applications Internet complètes, avec à la fois le *backend* et le *frontend*. Il est donc possible d'imaginer des sites web pour des secteurs qui avaient été délaissés jusqu'ici, faute de rentabilité suffisante.

Les avantages d'un réseau de R&D

Ayant lancé ce projet en étant chercheur dans un laboratoire, j'ai pu mesurer le bénéfice que l'on peut tirer du fait de s'appuyer sur la recherche académique en France.

Le premier avantage auquel on pense est la possibilité d'accéder à des technologies et à des brevets. Mais de plus, en communiquant sur ces brevets, on crée une barrière à l'entrée pour d'éventuels compétiteurs. Troisième avantage, faire partie d'un réseau de R&D permet de récupérer en continu de l'information technique et d'exercer une veille : les chercheurs sont très bien informés de ce qui se passe dans le monde entier aussi bien sur le plan technique qu'en matière de financements et d'appels d'offres. Un quatrième avantage est la possibilité de recruter des profils techniques de bon niveau. Enfin, les chercheurs qui créent une entreprise bénéficient d'un accompagnement à l'essai qui est très sécurisant.

Un impératif : coller aux utilisateurs

J'ai vu beaucoup d'entreprises développer un service entièrement "en aveugle", le mettre sur le marché en étant convaincues que leur produit était génial et se retrouver confrontées à un gigantesque "flop" parce que leur service était mal ciblé ou ne correspondait pas aux besoins des utilisateurs.

Il est très important de se confronter très vite au marché et de "coller" en permanence aux utilisateurs. Pour élaborer la maquette de base, nous avons fait appel à une vingtaine d'utilisateurs, afin de vérifier que nous allions dans une bonne direction. La deuxième étape, destinée à approfondir la partie distribution et à mesurer la sensibilité des utilisateurs potentiels à des paramètres tels que le prix de vente, a été menée avec une centaine d'utilisateurs. C'est au cours de cette phase que nous avons élaboré les arguments commerciaux. La troisième étape nous a permis d'affiner l'interface, de vérifier que tout allait bien, que des fonctions n'avaient pas été oubliées et qu'elles étaient bien exploitées ; nous avons fait appel à 400 utilisateurs. La dernière étape est celle de la maturité, qui marque normalement la fin d'un bêta classique. Pour un service comme le nôtre, elle doit faire appel à un millier d'utilisateurs.

Entreprendre en France

On parle souvent de la difficulté d'entreprendre en France. Il est certain que le droit du travail français est contraignant : on a besoin de recruter un certain profil à un moment donné, mais six mois plus tard on n'a plus de travail pour cette personne et il est très difficile de s'en séparer. D'où le fait que la plupart des entreprises recourent désormais à des sous-traitants ou à des indépendants pour mener à bien les premières étapes de leur développement. Par ailleurs, en France, le coût du travail est relativement élevé et la taille du marché français restreinte.

Mais la France offre aussi de vrais atouts, à commencer par la qualité de sa recherche, qui est largement subventionnée et à laquelle il est très peu coûteux de recourir pour une entreprise. Je connais d'ailleurs de nombreuses sociétés qui, tout en vendant leurs produits aux États-Unis, souhaitent mener leurs recherches en France afin de bénéficier de cette opportunité. Jusqu'à l'an dernier, grâce au crédit impôt-recherche, on pouvait travailler avec un laboratoire public à titre pratiquement gratuit. Par ailleurs, les chercheurs français ont généralement l'esprit ouvert et sont tout à fait capables de collaborer avec des sociétés.

DÉBAT

Les seniors

Un intervenant : *Que recouvre exactement le terme de seniors ?*

Antoine Vialle : Ce terme semble plus “politiquement correct” que d’autres expressions comme *anciens, aînés, personnes âgées*, etc., mais il ne correspond pas à un âge très précis. Certaines personnes, à 95 ans, se portent comme un charme et n’ont jamais eu besoin d’aide, alors que d’autres, à 75 ans, sont atteintes d’une maladie neurodégénérative et très dépendantes. On emploie souvent ce terme de senior pour désigner une personne *en perte d’autonomie*, formule également plus employée que *dépendante*.

Soins médicaux, soins sociaux

Int. : *Vous avez parlé de “la” structure d’aide à domicile qui intervient auprès du senior. Mais en général, il s’agit de plusieurs structures et non d’une seule. Votre outil permet-il de coordonner l’ensemble des intervenants ?*

A. V. : Les services de type social, assurés par des femmes de ménage ou des auxiliaires de vie, sont la plupart du temps organisés par une structure unique en mode prestataire. C’est ce que souhaite en général le financeur (le plus souvent, le conseil général), pour une plus grande simplicité de gestion. Les actes médicaux sont effectués par les SSIAD (Services de soins infirmiers à domicile), entités qui sont en général différentes des structures d’aide à domicile. C’est pourquoi les interventions médicales ne sont pas prises en compte dans l’outil que nous proposons.

Int. : *Pourquoi limiter votre champ à la prestation sociale ? Le problème des personnes âgées dépendantes et de leurs familles est justement de devoir coordonner à la fois des intervenants médicaux et non médicaux.*

A. V. : Il est évident que c’est un objectif vers lequel nous devons tendre. Mais, au stade actuel, cela représenterait un coût de développement que nous ne pouvons pas nous permettre. S’y ajoutent des problèmes d’usage liés au secret médical et au plus ou moins bon vouloir des médecins à utiliser les outils que nous pourrions leur proposer.

Int. : *On assiste en ce moment à des regroupements aussi bien horizontaux que verticaux, et l’on risque donc de voir de plus en plus de structures assurer les deux types de prestations.*

Les utilisateurs

Int. : *En définitive, qui sont les utilisateurs du service que vous proposez ? Les seniors eux-mêmes, ou leurs familles ?*

A. V. : Statistiquement, sur l’échantillon dont nous disposons, les deux tiers des utilisateurs sont les seniors eux-mêmes, et l’autre tiers, les familles. Cela dit, cet échantillon a été constitué en milieu urbain et comprend de nombreuses personnes issues de catégories socioprofessionnelles relativement élevées, habituées à se connecter à Internet.

Int. : *Toutes les familles ne souhaitent pas forcément être informées de la vie quotidienne de leurs parents dépendants et ne font pas uniformément preuve d’attention, de disponibilité et de bienveillance dans leurs rapports avec eux. Inversement, certaines personnes âgées ne souhaitent pas que leur famille se mêle de leur vie. Quelle proportion des utilisateurs potentiels peut être réellement intéressée par votre service ?*

A. V. : En écartant les personnes dépendantes sans famille, les familles qui ne souhaitent pas s’occuper de leur parent dépendant, les personnes dépendantes qui ne souhaitent pas que leur

famille dispose d'informations les concernant, il reste environ 30 à 40 % d'utilisateurs potentiels correspondant au profil qui nous intéresse.

Int. : *Avez-vous pris en compte leur taux de connexion à Internet ?*

A. V. : Nous nous sommes intéressés surtout au taux d'équipement des familles, c'est-à-dire essentiellement des enfants des personnes dépendantes, qui ont en général entre 65 et 75 ans. Environ 65 % des personnes de cette génération sont équipées d'un ordinateur et d'un abonnement Internet, que ce soit pour leur propre usage ou pour celui de leurs enfants. Certaines n'ont pas d'ordinateur mais savent en revanche se servir d'un iPhone. Cela dit, les responsables de secteur estiment que 10 % seulement des familles s'impliquent réellement dans le suivi de leur parent dépendant, et c'est plutôt ce chiffre que nous retenons.

L'utilité du service

Int. : *Quelle est la probabilité qu'une structure d'aide à domicile se dote d'un outil qui ne sera utilisé que par 10 % de ses clients, tout en lui demandant une charge de travail supplémentaire ?*

A. V. : Il n'y a pas de charge supplémentaire pour la structure, car c'est nous qui alimentons le portail à partir de son système d'information. Le portail permet au contraire un allègement de ses tâches, grâce à la suppression d'un certain nombre de coups de fil et même d'interventions.

Int. : *Même si cela ne demande pas de travail supplémentaire à la structure, elle devra, pour le moins, vous payer une licence. Le surcoût est-il justifié, compte tenu du faible nombre d'utilisateurs à prévoir ?*

A. V. : Les 10 % des familles les plus mobilisées accaparent environ 30 % du temps des responsables de secteur. Tout ce qui peut contribuer à alléger leur demande est le bienvenu.

Int. : *Il est clair que ce service intéressera une part de plus en plus importante de la population, car les générations actuelles et à venir sont complètement familiarisées avec Internet.*

Le modèle économique

Int. : *Par rapport au coût extrêmement élevé de l'aide à domicile, le surcoût lié à votre service ne devrait pas être considérable. Les conseils généraux ne pourraient-ils pas le prendre en charge ?*

A. V. : Certains d'entre eux sont exsangues : ils consacrent déjà la moitié de leur budget aux prestations concernant les personnes âgées. Leur priorité est de réduire les dépenses. De notre côté, nous souhaitons éviter de faire appel à la collectivité, sans quoi les freins seront trop nombreux et cela risque de prendre trop de temps.

Int. : *Votre portail va fédérer les différents acteurs intervenant autour des personnes dépendantes. La vente d'espace publicitaire ne pourrait-elle pas contribuer à financer le service ?*

A. V. : Dans le secteur social, il faut être très prudent avec les propositions purement marchandes que l'on pourrait être tenté de greffer sur le service apporté. Le moindre faux pas peut conduire à un rejet global par l'ensemble des partenaires et clients. C'est pourquoi toutes les pistes que nous envisagerons seront soumises à un comité d'éthique composé de personnalités extérieures à l'entreprise, qui auront un droit de veto sur chacune des offres.

Int. : *Disposerez-vous du fichier des utilisateurs, que vous pourriez céder à des tiers ?*

A. V. : C'est généralement chaque structure qui gère son fichier d'adhérents et nous n'y avons pas accès.

Int. : *Vous avez évoqué le fait de vous adosser à un groupe industriel. Peut-être la solution viendra-t-elle de là ? De quel secteur industriel s'agirait-il : l'informatique, les compagnies d'assurance, les mutuelles ?*

A. V. : Je ne peux rien dire tant que cela n'est pas fait...

Des brevets dans les services ?

Int. : *Vous avez laissé entendre que le fait de posséder des brevets constituait une barrière vous protégeant des nouveaux entrants. Mais on n'a pas le sentiment que les brevets soient essentiels dans votre offre de service, qui est sans doute très utile mais pas très technologique. C'est d'ailleurs un problème général pour la protection de l'innovation dans les services.*

A. V. : Certaines technologies du CEA vont être intégrées dans notre produit, à terme. Cela dit, pour nous, la plus grande barrière à l'entrée est ailleurs. Il s'agit d'un accord que nous avons signé avec un industriel et qui rend notre logiciel compatible avec 40 % des systèmes informatiques des structures d'aide à domicile. Nous pouvons ainsi récupérer très facilement leurs données. Lorsqu'une nouvelle structure souhaite bénéficier de notre service, elle n'a strictement aucun investissement supplémentaire à réaliser : le portail peut être instantanément créé et mis à la disposition de ses clients. Nos éventuels concurrents ne disposeront pas forcément d'un accord de ce type.

Présentation de l'orateur :

Antoine Vialle est ingénieur des Mines de Paris, MBA du Collège des Ingénieurs ; entrepreneur récidiviste, passionné par la technologie, il a fondé deux start-ups et travaille au CEA ; il partage sa passion auprès de jeunes créateurs d'entreprise.
<http://fr.linkedin.com/in/vialle>

Diffusion juin 2011