

E-santé et objets connectés

Économistes, chefs d'entreprise et jeunes vétérinaires en start-up ont passé en revue, lors d'une soirée-débat organisée par le Club vétérinaires et entreprises, les opportunités offertes par la e-santé et les objets connectés.

Les applications santé fleurissent : 165 000 sont référencées, dont 7 % dédiées au suivi d'une pathologie. Le Conseil national de l'Ordre des médecins a publié, en janvier 2015, un livre blanc de la e-santé, terme qui englobe tout ce qui contribue à la transformation numérique du système de santé : systèmes d'information des cliniques, dossiers médicaux informatisés, télésanté avec des services de santé en ligne et des réseaux sociaux, m-santé représentée par les applications, objets connectés et tissus intelligents, et télémédecine (prestation de santé à distance grâce à l'échange d'informations via les télécommunications).

Une évolution des pratiques de société

« La e-santé et les applications santé sont trop souvent perçues comme une avancée technologique plutôt que comme une avancée des pratiques », a constaté Frédéric Bizard, lors d'une soirée-débat organisée à Paris, le 2 juin, par le Club vétérinaires et entreprises. La valeur d'usage de ces outils, souvent liée à leur capacité à analyser des données, ne doit pas être oubliée. Stéphane Korsia-Meffre a ainsi cité une application australienne qui s'est montrée efficace sur l'amélioration des facteurs de risque de maladies cardiovasculaires : Text me (pour Tobacco, exercise and diet messages) envoie quotidiennement des sms encourageant à adopter un mode de vie sain. Son efficacité a été attribuée à la pertinence des SMS, coécrits avec des patients, donc ciblés, et proches de leurs préoccupations. Le Code de déontologie ne permet cependant pas à un médecin de recommander une application en santé. « Seules 24 % des applications déclarent l'intervention d'un professionnel de santé lors de la conception, 79 % n'ont pas de conditions générales d'utilisation et 51 % ne mentionnent même pas le contact de l'éditeur », a indiqué Justine Henry, de DMD santé. Cette start-up, animée par des médecins et des vétérinaires, vise à dispenser un label aux applications répondant à des exigences de confidentialité, de qualité et de fiabilité, comme pour les dispositifs médicaux, afin de permettre aux médecins de les prescrire.

Éviter une captation de valeur par les non-vétérinaires

Jean-Luc Chambrin, créateur de la société Skwazel ("aide" en breton), a signalé que les animaux de production sont déjà équipés de nombreux capteurs et objets connectés qui relèvent les paramètres de production et de production laitière. « Ces données profitent aux producteurs de robots de traite, de génétique...

« Seules 24 % des applications déclarent l'intervention d'un professionnel de santé lors de la conception », indique Justine Henry (DMD santé).

La valeur d'usage de ces outils, souvent liée à leur capacité à analyser des données, ne doit pas être oubliée.

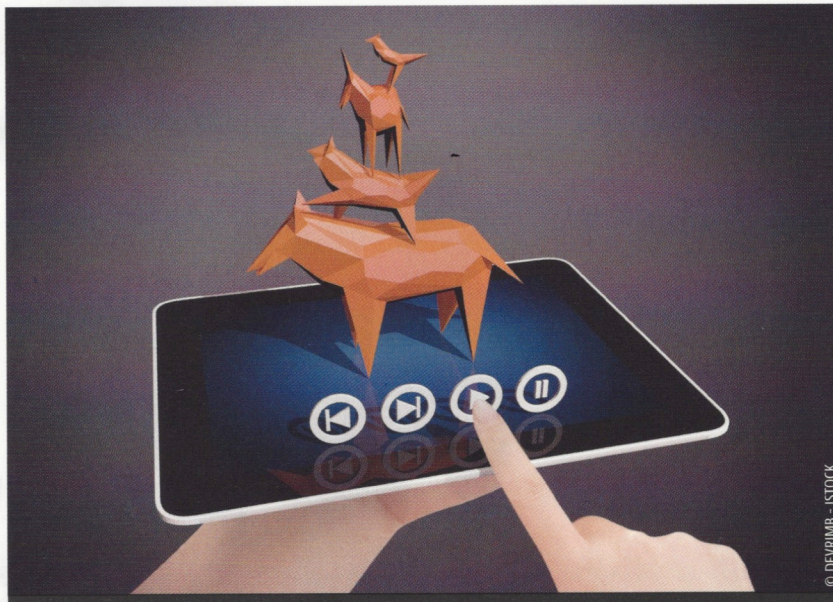
Seul le marché des animaux de compagnie est encore disponible pour les vétérinaires », estime-t-il. Sa start-up propose des objets pour assurer le suivi des animaux et l'accompagnement des propriétaires à distance, tels qu'une pilule connectée, pour le suivi de la température des chiens contagieux, et un tapis de cage connecté, qui renseigne sur les fréquences cardiaque et respiratoire.

Pour conclure la soirée, de jeunes vétérinaires ont présenté les projets de leurs start-up en e-santé. Wizzvet, plateforme de télémédecine portée par Dorine Olejnik, a l'ambition de mettre en relation praticiens généralistes et spécialistes. Marine Slove, d'Equisense, a exposé Motion®, un capteur positionné sur le sternum

qui permet d'analyser l'allure des chevaux et de décomposer les séances de travail. Il est prévu d'intégrer toutes les informations de l'écurie (alimentation, calendrier des soins, etc.) et de les analyser afin

d'anticiper la survenue de coliques. Jagger & Lewis, représentée par Joanna Lees, propose un collier connecté évaluant le sommeil, l'anxiété et la douleur, et indiquant au propriétaire le bien-être de son chien. Même si ces produits ciblent avant tout le propriétaire et le cavalier, ces jeunes entrepreneurs n'entendent pas exclure le vétérinaire. Ils aspirent, au contraire, à l'associer à la prescription de leurs objets connectés, qui fourniraient des données dépassant l'observation du propriétaire. Si le modèle économique de certains projets n'est pas encore déterminé, en médecine vétérinaire, l'utilisateur est habitué à régler lui-même les frais : l'innovation y est donc moins limitée, le bien-être a son marché. ●

SÉGOLÈNE MINSTER



© DEVRIMB - ISTOCK