

"Les services dans le domaine de la santé sont devenus un axe majeur pour Orange".

Fabien Dallot, responsable du programme Mobile Care Services présente les initiatives d'Orange, la marque commerciale du groupe France Télécom, en matière de santé. Elle se mobilise sur plusieurs projets de prévention, d'accompagnement thérapeutique et d'assistance aux personnes âgées.

Latribune.fr : Quand Orange a-t-il décidé d'investir le secteur des services de santé ?

Fabien Dallot-C'est il y a 2 ans, en 2004, qu'Orange a décidé d'étudier les services que nous pourrions mettre en place dans le domaine de la santé. Nous sommes partis du constat que le téléphone mobile peut jouer un rôle important dans les services de santé. Le portable permet déjà en cas de problème, d'alerter un proche, un médecin, les secours en montagne notamment. Mais nous pensons que l'on peut aller plus loin. On peut imaginer qu'un patient reçoive des messages d'accompagnement thérapeutique sur son téléphone mobile, ou bien que l'on utilise le mobile comme un nouveau vecteur pour délivrer des messages de santé publique, ou encore que des données issues de capteurs sur le téléphone mobile soient envoyées à un centre d'appels ou à un médecin. Nous avons donc décidé de lancer un grand programme baptisé "Mobile Care Services" autour de trois grands chantiers : la prévention et l'éducation santé, l'accompagnement thérapeutique et enfin l'assistance aux personnes âgées.

- Quel a été le premier grand chantier de ce programme ?

- En juin 2004, nous avons lancé une action d'accompagnement thérapeutique avec la CPAM (caisse primaire d'assurance-maladie) de Saône et Loire. L'idée étant de proposer à des volontaires qui veulent arrêter de fumer de les aider dans leur démarche, en leur envoyant des SMS personnalisés tous les 2 jours pendant 3 mois. Cette période de 3 mois a été déterminée par les tabacologues comme étant le temps nécessaire à un sevrage. Par le biais des pharmacies, des lycées ou encore des tabacologues, 500 personnes à ce jour, ont participé à cette expérimentation. Il y a deux profils de testeurs : ceux qui souhaitent s'arrêter par leur seule volonté et ceux qui utilisent des méthodes de sevrage classique (patches, consultations tabacologiques...). Pour mettre en place cette expérimentation, nous avons tout d'abord dressé différents profils, car on ne peut pas envoyer les mêmes messages à une femme qu'à un homme, à un jeune ou à une personne âgée ou encore à une personne très dépendante du tabac. Nous avons donc mis au point des messages spécifiques de motivation ou de mise en garde sur le tabac, par exemple pour les femmes sur le thème des dangers de la cigarette quand on est enceinte ou sur les risques d'impuissance pour les hommes.

**- Quels sont les premiers résultats de cette expérience ?
Est-ce que cela a aidé ces fumeurs à arrêter ?**

- Nous avons des retours intéressants, des fumeurs avec qui nous avons fait des bilans réguliers, au bout d'un mois d'expérience, à la fin des 3 mois, puis 6 mois après. Ils nous ont dit que ces SMS, qu'ils relisaient parfois quand le sevrage était difficile, les aidaient à se remotiver, qu'ils étaient une aide, un coup de pouce. D'autres, mais c'est un pourcentage très faible nous ont demandé d'arrêter l'envoi de SMS. Notre test en Saône et Loire a donc concerné 500 personnes depuis 2004. Notre objectif est d'arriver à 1.200 personnes au total pour mesurer l'efficacité de ce coaching par SMS, en complément des méthodes de sevrage tabagique classiques. L'expérimentation a été étendue, en mars 2005, nous avons passé un accord avec la CPAM du Rhône. Et d'ici la fin de l'année, une autre CPAM, cette fois-ci dans le Nord de la France pourrait se joindre à ce test.

- Et dans le domaine de la prévention, quelle initiative avez-vous lancée ?

- Toujours sur le principe de l'utilisation de SMS, nous avons travaillé à l'été 2005 avec le CHU de Nice. L'idée était de proposer aux clients qui achetaient des crèmes solaires dans les pharmacies de recevoir chaque jour, gratuitement, un message sur leur téléphone mobile. Il s'agit de messages de prévention pour s'exposer sans risques au soleil. On a effectué le test pendant 1 mois auprès de 150 familles, à qui l'on a envoyé chaque jour, un message différent leur indiquant l'indice UV du jour et l'indice de protection solaire à appliquer et un conseil sur les bonnes pratiques pour s'exposer sans risque. Les personnes qui ont participé à ce test, l'ont trouvé intéressant et ludique. La majorité des testeurs ont jugé que les SMS étaient adaptés pour délivrer des messages de santé publique. Nous souhaitons étendre ce type de dispositif au niveau national, dans le domaine de la prévention contre les cancers de la peau, mais aussi pourquoi pas, pour participer à la lutte contre l'alcoolisme ou l'obésité. Sachant que ce nouveau mode de prévention nécessite l'accord préalable de la personne pour qu'elle reçoive ces messages SMS.

- Dans le domaine de l'aide aux personnes âgées, vous avez commercialisé en juin dernier, un bracelet pour les personnes atteintes d'Alzheimer, quel est le premier bilan de cette opération ?

- Il est encore un peu tôt pour faire un bilan, nous le ferons à la fin de l'année, mais les premiers mois de lancement sont positifs. Ce bracelet qui est porté au poignet par le malade et qui pèse 60 grammes a été baptisé "Columba" du nom latin du pigeon voyageur qui sait retrouver son chemin. Il a une fonction d'alerte. C'est la première innovation issue du programme "Mobile Care Services" que nous commercialisons. Nous l'avons lancé en juin dernier dans toute la France. Il faut savoir qu'il y a 1 million de malades atteints d'Alzheimer aujourd'hui dans l'Hexagone. L'un des principaux symptômes de cette maladie, c'est que parfois les personnes atteintes font des fugues, sont désorientées et partent de chez elles, parfois en pleine nuit, ce qui inquiète leurs proches qui ne savent pas où les retrouver. Columba permet d'améliorer la prise en charge de cette maladie et d'offrir une alternative aux familles, qui sont parfois contraintes d'enfermer le malade. Nous avons développé un partenariat avec une société canadienne qui a mis au point ce bracelet. Il permet de localiser les malades quand

ils sortent d'un périmètre (par exemple 500 mètres autour de leur domicile) qui a été délimité avec leur famille. Dans ce cas, Columba, qui intègre une carte SIM Orange et un système de géolocalisation GPS, déclenche une alerte. Le malade porte le bracelet en permanence. Il est conçu pour résister à l'eau et aux chocs. Un plateau d'assistance reçoit alors le signal. Il peut localiser alors la personne en fugue quand elle est dans la zone couverte par le réseau Orange en France. Actuellement, le fonctionnement de ce bracelet est limité à l'Hexagone.

Ce bracelet est vendu dans les agences **France Télécom** et dans les pharmacies. Il coûte 199 euros en offre promotionnelle dans nos agences actuellement et 259 euros dans les pharmacies. À ce prix, il faut ajouter 59 euros par mois, pour être abonné au service de géolocalisation et d'assistance de Medical Mobile. Columba est disponible pour le grand public, mais nous avons également beaucoup de demandes de maisons de retraite et d'hôpitaux qui souhaitent avoir un moyen de faire face à ces problèmes de fugues des malades d'Alzheimer, car ces établissements sont pénalement responsables, s'il arrive quelque chose à leurs pensionnaires.

- Outre la France, est-ce que vous allez commercialiser ce bracelet dans d'autres pays ?

- Pour l'instant ce bracelet est commercialisé uniquement en France, mais nous souhaitons le lancer également dans d'autres pays européens courant 2007, nous n'avons pas encore d'échéance précise. Par ailleurs, nous avons testé à Issy-les-Moulineaux, de mars 2005 à mars 2006, auprès de 50 personnes (âgées de 60 à 80 ans) un autre service "Fil Orange" en partenariat avec **Axa** Assistance. Il s'agit d'une assistance localisée pour les personnes âgées, par le biais d'un téléphone mobile spécifique équipé d'un bouton d'urgence et d'un GPS intégré. En cas de malaise par exemple, elles appuient sur le bouton, ce qui déclenche un appel vers un plateau d'assistance et l'envoi de la géolocalisation. L'opérateur d'**Axa** Assistance peut parler à la personne, la rassurer et visualiser sa position géographique sur une carte. Si nécessaire, il peut transmettre l'appel à un médecin présent 24h/24 sur le plateau d'assistance et déclencher l'intervention des secours publics (pompiers ou SAMU). Nous envisageons l'extension de ce service au niveau national en 2007.

- Quel est l'enjeu pour vous de ces services, quand pourraient-ils se développer en France ?

- Le développement des usages liés à la santé est devenue un axe majeur pour Orange. Pour le moment, notre démarche est de valider la pertinence de ces concepts et d'évaluer les bénéfices apportés par ces services, à travers les différents tests que nous avons réalisés depuis 2004 et la commercialisation de Columba. La santé est une préoccupation majeure des français et Orange en tant que leader, doit montrer l'exemple en mettant son savoir-faire technologique et son innovation au service de l'amélioration du quotidien de chacun. Je pense que dans les prochaines années, je n'ai pas d'échéance précise, les services dans ce domaine vont se développer en France. Le bracelet Columba qui a été très médiatisé, est une première étape.

- Comment se positionne la France vis-à-vis des autres pays européens ?

- Les services de santé commencent à se développer en Europe, en Allemagne, mais surtout en Grande-Bretagne, qui a pris de l'avance dans ce domaine. Ainsi la National Health Security (l'équivalent de notre Sécurité Sociale) qui a décidé de moderniser ses services, a lancé fin 2005, un programme national d'accompagnement par SMS pour aider les Britanniques qui souhaitent arrêter de fumer. Par ailleurs, toujours outre-Manche, il y a un programme d'envoi de SMS pour rappeler aux patients, leurs rendez-vous à l'hôpital. On a en effet constaté que 10% à 30% des rendez-vous ne sont pas honorés, ils sont pris plusieurs semaines à l'avance et oubliés notamment. Quelques jours avant le jour J, le malade reçoit un SMS de rappel, ce qui permet à la National Health Security de faire des économies substantielles. C'est un service dont nous avons parlé avec le CHU de Nice et que nous pourrions mettre en place en France, où il serait également utile.

Propos recueillis par Lala Moulay