

SILVER ÉCO, MODÈLES ÉCONOMIQUES ET MARCHÉ SUBVENTIONNÉ




LE RAPPORT DE 2013



- Offre hétérogène, besoins identifiés multiples
- Impossibilité de « solvabiliser toute la demande »

- Proposition de segmentation du « marché »
- Articuler infrastructure et nouveaux services/produits
- Agir sur l'épargne et la consommation


LE RAPPORT DE 2013

- 
- Demande éclatée des plus dépendants – besoins très spécifiques
 - Mais un grand nombre de services communs, parfois même *design for all*

 - Nombreuses solutions concurrentes
 - Les plus innovantes butent sur un marché sans prescripteurs

 - Beaucoup de techno existent ou à TRL élevés
 - La question organisationnelle mérite une réponse techno

LE RAPPORT DE 2013

- 
- Avancer sur les solutions pour la dépendance
 - Mais favoriser le développement du marché pour les plus aisés et les mieux portants pour :
 - ✓ *Inscrire des pratiques côté offre : packaging (bouquets de solutions), plateformes permettant de s'abonner, faire le suivi et la facturation, etc.*
 - ✓ *Inscrire des pratiques côté demande : recours à des services sur plateformes, bouquets de services...*
 - **L'enjeu était la structuration du marché et des pratiques par la demande non subventionnée pour garder les ressources pour les besoins non solvables**


LA PRÉSENCE PUBLIQUE

- APA et APA dirigé, déductions fiscales, ...
- Aides à l'innovation (sub, fonds propres), pour beaucoup sur un critère d'innovation (Concours mondial de l'innovation, Concours numérique, PIA régionalisé filières..., SISA) : Wandercraft par ex.
- La filière Silver Eco qui matérialise l'ambition publique et favorise le rôle de cluster de Silver Valley
- Mais pas d'organisation de la partie infrastructures clef pour les rendements d'échelle (celles-ci se développent dans le médical en // ou de façon indépendante comme Bluelinea ou d'autres tentatives régionales)

QUEL MODÈLE AU FINAL ?

- Modèle par prescription d'un bouquet minimal avec options d'élargissement du même bouquet
 - ✓ *Sélection de solutions subventionnées sur critère non forcément innovant avec une part de marché laissée aux nouveaux entrants*
 - ✓ *Plateformes centralisant info, appli, solutions, reporting APA, reporting tiers jouant le rôle de places de marché – lien avec le médical*
- Ces mêmes gammes de bouquets de solutions accessibles hors prescription et pour d'autres services (mobilité)
- Financement de l'innovation de façon « indépendante »
- *Quel rôle pour un centre de preuves dans un tel dispositif ?*

QUEL RÔLE POUR UN CENTRE DE PREUVES (1/3)

- 
- L'évaluation technique et socio-économique des solutions
 - ✓ *La tenue d'un référentiel d'évaluations ex post en la matière a beaucoup de valeur*
 - ✓ *Car il s'agit de faire des évaluations ex ante calibrées sur elles*
 - L'expérimentation plus coûteuse
 - L'évaluation nécessite une analyse stratégique du marché
 - ✓ *Normalisation des hypothèses par le Centre de preuves*
 - ✓ *Essentielle pour les entreprises dans un marché en construction*
 - *Positionnement en tant que service et/ou en tant qu'agence de labellisation ?*

QUEL RÔLE POUR UN CENTRE DE PREUVES (2/3)

- Entreprises
 - ✓ *Aide à la planification stratégique*
 - ✓ *Effet label pour financement et pour prescription*
 - ✓ *Effet cluster*
- Etat, prescripteurs publics, système de santé
 - ✓ *Orientation subventions (R&D, déploiements et produits)*
 - ✓ *Aide à la planification et à la décision*
- Prescripteurs privés (mutuelles et assurances)
 - ✓ *Adaptation aux attentes, produits, différenciation*
- Personnes âgées et aidants
 - ✓ *Simplification, utilité effective, coûts...*

QUEL RÔLE POUR UN CENTRE DE PREUVES (3/3)

- Deux positionnements polaires
 - ✓ *Services aux entreprises, à l'Etat et aux prescripteurs privés*
 - ✓ *Agence de labellisation*
- Dans les deux cas structuration de la filière
 - ✓ *Par l'offre ou par la demande d'une certaine manière*
 - ✓ *Par la demande : renforce le côté « dispositif médical » (télésurveillance des chutes par exemple) et ferme les stratégies structurantes (plateformes par exemple)*

AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DE LA LABELLISATION (1/2)

- Marché en construction avec fortes asymétries d'information et risques sur la santé pour certains produits => label
- Mais :
 - ✓ *Les labels ont des aspects contre-productifs en tant que tels*
 - ✓ *Risque de focalisation sur les produits alors que « le » marché de la silver éco porte des enjeux de transformation sociétale et non seulement la satisfaction d' « un » besoin*
 - ✓ *Risque de focalisation sur des produits moins « indispensables » brouillant le signal qui fait la valeur d'un label (aujourd'hui encore, besoin d'accompagnement, de coordination, d'administration...)*

AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DE LA LABELLISATION (2/2)

- Trois effets contre-productifs des labels
 - ✓ *Effet rigidification*
 - ✓ *Effet certification « produit » (labels techniques vs expérientiels)*
 - ✓ *Effet de dérive*
- Effet rigidification
 - ✓ *Barrière à l'entrée (coût de la labellisation) favorisant l'offre existante*
 - ✓ *Risque d'effet lobby*
 - ✓ *Découragement de l'innovation radicale, R&D sur différenciation incrémentale*
 - ✓ *Les acteurs préfèrent une amélioration des labels existants plutôt qu'un nouveau label*
- Effet certification « produit »
 - ✓ *Les impacts à mesurer concernent la filière et l'ensemble de la société*
 - ✓ *Les services et applications difficiles à évaluer sans expérimentation (renchérissant le coût) et sans prise en compte des complémentarités*
- Effet de dérive
 - ✓ *Si un produit est bon et créateur de valeur pourquoi ne pas le subventionner ?*