



## Belgian Marketing Awards

### Young Marketing Company of the Year : Nobi

**Une technologie de soins pilotée par l'IA et discrètement intégrée dans une lampe élégante pour détecter, prévenir et prédire les chutes. Cela n'a rien d'un fantôme ou d'une utopie digne d'un roman de science-fiction. Ce produit aussi intelligent que réconfortant a été mis au point par la scale-up Nobi, dont le projet se double d'une stratégie marketing mûrement réfléchie. Celle-ci n'a pas échappé au Steering Committee des Belgian Marketing Awards. Nobi est l'un des trois finalistes du Young Marketing Company of the Year Award.**

« Nous avons mis au point la lampe la plus intelligente du monde. » L'entretien vient à peine de commencer que déjà Liesbeth Pyck, responsable marketing chez Nobi, affirme avec aplomb le savoir-faire de son entreprise. Mais on ne peut lui donner tort, car cette lampe révolutionnaire associe de façon réellement inédite innovation, design et soins, offrant ainsi une réponse originale et efficace au vieillissement et aux défis liés à ce phénomène de société.

#### **Une situation intenable**

Et ces défis sont de taille, car le vieillissement met à rude épreuve le secteur des soins de santé. En effet, l'augmentation rapide du nombre de personnes âgées va de pair avec une demande croissante de soins appropriés. C'est à ce besoin que Nobi entend répondre, comme l'explique Liesbeth : « Plus il y a de seniors, moins il y a de personnel soignant. Ce paradoxe débouche sur une situation intenable qui hypothèque la qualité des soins. Nobi a pour ambition de garantir ces soins indispensables. Nous nous sommes donné pour mission,

ou *purpose* si vous préférez, d'aider les personnes âgées à mener une vie heureuse en garantissant leur autonomie le plus longtemps possible. »

De prime abord, on ne voit pas en quoi une lampe tendance pourrait accroître la qualité de vie de nos anciens. Comment Nobi entend-elle fournir des soins personnalisés à l'aide de produits d'éclairage au design raffiné ? La responsable marketing élucide ce mystère : « Tout d'abord, les lampes sont des objets présents partout sans attirer l'attention. Ensuite, elles n'ont rien d'intrusif, contrairement à ces boutons rouges que les personnes doivent parfois porter autour du cou. Notre système high-tech de détection et de prévention des chutes entend être aussi efficace que les autres dispositifs existants. Les dernières études d'impact, réalisées avec la collaboration du National Health Service au Royaume-Uni, montrent même que nous sommes encore plus performants que les systèmes traditionnels. Ainsi, notre lampe intelligente détecte 100 % des chutes, alors que les autres technologies n'obtiennent qu'un score de 38 %. D'autre part, nous voulons que nos utilisateurs âgés puissent bénéficier de produits à la fois utiles et beaux. Efficacité et esthétique vont de pair chez Nobi. C'est pourquoi nous développons des lampes design qui s'intègrent parfaitement à l'espace tout en y ajoutant une touche d'élégance. »

## **Technologie de pointe**

Voilà pour l'emballage, passons maintenant au contenu. Comment fonctionne donc cette fameuse lampe révolutionnaire ? Pour un appareil doté d'intelligence artificielle, son mécanisme semble d'une grande simplicité. Concrètement, la lampe intègre des capteurs optiques qui prennent des photos en continu, qui sont ensuite analysées par un système d'IA. Notons que ces données sont stockées localement et ne sont transmises qu'en cas de chute. Les images sont alors envoyées vers un environnement sécurisé où elles pourront être consultées avec l'accord explicite de la personne concernée.

En résumé, il s'agit d'une « age-tech », c'est-à-dire d'une technologie adaptée aux besoins spécifiques des personnes âgées. Un oxymore, direz-vous ? Pas du tout, vous répondra Liesbeth. Car s'il peut sembler paradoxal d'appliquer une telle technologie aux soins de santé où le facteur humain domine, c'est justement là que réside selon la responsable marketing *la* clé de l'avenir du secteur. « La réalité même nous contraint à déployer cette technologie pour répondre à la demande croissante de soins. La diminution inexorable du personnel soignant rendra cette assistance technologique toujours plus nécessaire. Il est donc essentiel que les professionnels de la santé, les membres de la famille, mais aussi les décideurs politiques se penchent sur la question, car les nouvelles technologies telles que Nobi ne sont efficaces que dans la mesure où elles sont autorisées à jouer leur rôle d'appui dans la société et dans le système des soins. »

## **Gain de temps**

Les établissements de soins – hôpitaux et maisons de repos, entre autres – constituent pour l'instant la principale cible de Nobi, comme le souligne Liesbeth : « Nous essayons d'apporter

une solution performante pour épauler les professionnels de la santé. Nobi accomplit une partie de leurs tâches pour leur permettre de se concentrer sur d'autres tâches plus importantes. Résultat : un gain de temps, moins de stress pour le personnel et une plus grande proximité avec les résidents et les patients. »

Outre le secteur des soins de santé, Nobi s'intéresse de plus en plus au marché résidentiel. Une expansion qui élargit la cible potentielle de l'entreprise, mais qui s'attaque également au défi du vieillissement, estime la responsable marketing : « Nos lampes intelligentes ont une influence bénéfique sur les personnes âgées et leur famille. Qui plus est, elles contribuent à résoudre le problème du vieillissement de la population : plus les gens peuvent vivre chez eux longtemps, moins la pression sur le système de soins de santé est forte. »

## **Touche personnelle**

L'automatisation et les progrès technologiques apportent indéniablement de nombreux avantages. Mais comment pourra-t-on encore garantir des soins personnels dans un monde régi par les algorithmes et les données ? « C'est justement cette attention personnelle que nous visons avec Nobi. "Personnelle" dans le sens où nous voulons aider la famille et le personnel soignant à fournir à nouveau des soins dévoués à nos anciens. Notre technologie est secondaire par rapport au milieu chaleureux qui entoure les personnes âgées. Le fonctionnement très discret de nos lampes intelligentes permet aux professionnels de la santé de se concentrer sur la dimension humaine. » Par ailleurs, Liesbeth réfute l'idée selon laquelle l'IA ferait obstacle à une approche personnalisée, du moins dans le secteur des soins. « C'est exactement l'inverse. L'IA apprend très vite et peut donc toujours mieux adapter ses conseils en matière de soins, ce qui rend l'aide aux personnes beaucoup plus personnalisée et permet également une détection précoce des problèmes de santé. »

## **Confiance**

Créer une technologie efficace (et personnelle) qui allège le fardeau des soins est une chose ; gagner la confiance de la population âgée en est une autre. En effet, ces personnes sont souvent réfractaires à tout ce qui touche de près ou de loin à l'automatisation. Dans ces conditions, comment la lampe Nobi parvient-elle à gagner leur confiance ? « La confiance est au cœur de notre plan marketing : tout en dépend. C'est d'ailleurs elle qui a motivé et inspiré le développement de notre gamme de produits. En effet, la protection de la vie privée est cruciale pour la crédibilité de nos produits. Notre point de départ est toujours le respect des utilisateurs. »

Il suffit d'examiner de plus près les valeurs défendues par Nobi pour vérifier la véracité de cette affirmation. L'authenticité, l'impact humain, l'engagement et donc le respect sont des éléments communs à toutes les parties prenantes de l'entreprise. Car Nobi a beau être une société commerciale à but lucratif, sa priorité est de s'engager pour le bien-être des utilisateurs, affirme Liesbeth: « Toutes les personnes impliquées dans Nobi ont des intérêts semblables et défendent les mêmes valeurs. »

En un mot : tous les nez pointent dans la même direction. Nobi écrit donc une histoire collective, où la collaboration est cruciale. Et notre responsable marketing de conclure : « La collaboration est extrêmement importante dans notre projet. Je dis délibérément "notre" parce que Nobi vise chaque personne, partout au monde. Notre rêve est de créer un grand système de soins holistique où les technologies seraient connectées entre elles et les données rassemblées, et où l'ensemble pourrait être utilisé simplement par le personnel soignant et les personnes âgées. Le rythme rapide des changements exige que l'on revoie les modes de penser et d'agir. Or, ce n'est possible que si toutes les parties s'engagent pleinement. »

**Jo Van den Broeck (EMEA/comité de sélection Belgian Marketing Awards) à propos du case**

« Leur expansion rapide sur le marché et leur quête constante de satisfaction du client soulignent leur rôle de partenaire fiable sur la voie de la vieillesse. Nobi est un modèle de la manière dont la technologie innovante peut avoir un impact social profond, ce qui en fait un symbole d'espoir et de progrès dans le secteur des soins. »

---

**Title**

Belgian Marketing Awards – Young Marketing Company of the Year: Nobi

**Newsletter**

Une technologie de soins pilotée par l'IA intégrée dans une lampe élégante pour détecter, prévenir et prédire les chutes. Cela n'a rien d'un fantasme ou d'une utopie digne d'un roman de science-fiction. Ce produit aussi intelligent que réconfortant a été mis au point par la scale-up Nobi, dont le projet se double d'une stratégie marketing mûrement réfléchie, qui a également séduit le comité de sélection des Belgian Marketing Awards.

**Metadescription**

Une technologie de soins de santé pilotée par l'IA et intégrée dans une lampe élégante : c'est Nobi, finaliste du Young Marketing of the Year Award.

**LinkedIn**

Une technologie de soins de santé pilotée par l'IA et intégrée dans une lampe élégante : c'est Nobi, finaliste du Young Marketing of the Year Award.