



## **BOURSE FNIM DE L'INFORMATION SANTÉ**

Accompagner l'innovation  
et la communication au service du patient

Nom projet :

**Diminuons significativement l'errance  
diagnostique des maladies rares**

Nom de l'Association :



Noms des porteurs de projets : **Zaïna AGMOUR Laïla EL AKROUTI Bianca DE ZOTTI Hugo ROTA**



## 1. Les porteurs du projet

HUGO ROTA



LAÏLA EL AKROUTI



BIANCA DE ZOTTI



ZAIÏNA AGMOUR



En 6ème année de Pharmacie et étudiants au Master Marketing Pharmaceutique & Technologies de Santé (MMPTS) de l'Université Paris-Saclay, nous avons uni nos compétences et nos forces pour valoriser une association : **AIDY** dont la cause nous tient à cœur !



## **2. Contexte : les maladies rares**

- Plus de **3 millions de patients** ont une maladie génétique rare
- Plus de **7 000** maladies rares génétiques recensées
- **30 à 40 %** de ces maladies présentent des **anomalies cranio-faciales**
- **50 %** des cas sont des enfants **de moins de 5 ans**

### **LES MALADIES GÉNÉTIQUES RARES EN FRANCE<sup>1,2,3</sup>**

- Période allant de **l'apparition des premiers symptômes** à la date à laquelle un diagnostic **précis est posé**
- Près de **5 ans** avant qu'un diagnostic précis ne soit posé
- **10 % des décès** entre un **1 et 5 ans**

### **L'ERRANCE DIAGNOSTIQUE<sup>1</sup>**

### 3. Contexte : pourquoi AIDY ?



Université Paris Cité

École doctorale : Frontières de l'Innovation en Recherche et Éducation (ED 474)

Laboratoire : UMR1163/Institut Imagine, Plateforme Data science / Laboratoire « Forme et croissance du crâne »

## **AIDY: Application of Artificial Intelligence to Dysmorphology**

*AIDY*

Par **Quentin HENNOCQ**

Thèse de doctorat en TECHNOLOGIES D'APPLICATION MEDICALE,  
DIAGNOSTIQUES, THERAPIES ET SANTE PUBLIQUE

Dirigée par **Roman Hossein KHONSARI**

Présentée et soutenue publiquement le 13/12/2023

## De la thèse...

En **2023**, issu de la thèse du Dr **Quentin Hennocq**, un outil d'intelligence artificielle est développé pour analyser automatiquement **les caractéristiques faciales** des maladies génétiques rares et réduire l'errance diagnostique.

## ...à l'association

Aujourd'hui, **8 experts** – chirurgiens, médecins, ingénieurs, photographe médicale... – travaillent sur AIDY pour transformer cette innovation en une solution accessible aux professionnels de santé, accélérant ainsi le diagnostic et l'orientation des patients.

### 3. Contexte : qui est derrière AIDY ?

## Dr Antoine Ferry

*Président de l'association AIDY*



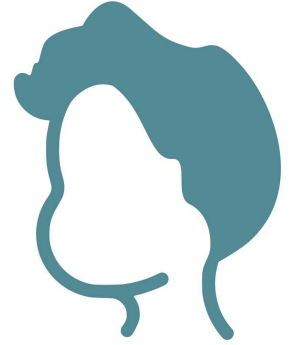
- **Médecin & membre du groupe permanent maladies rares du LEEM**
- Un acteur clé dans le développement de **solutions innovantes** pour les patients en errance diagnostique
- Un soutien essentiel à AIDY pour transformer l'IA en un **outil accessible aux soignants**







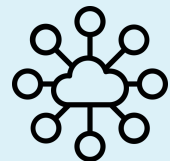
### **3. Une révolution dans la pratique : AIDY**



## **AIDY**

*Artificial Intelligence to DYsmorphology*

**LE PREMIER LOGICIEL D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE POUR  
ORIENTER LE PATIENT DANS LE BON PARCOURS DE SOIN**



Système de détection sur **photos**  
(face/profil/oreilles) : **1 100 000<sup>2,4</sup>**



Algorithme **de repérage unique** :  
puissance de calcul grâce aux données  
de patients atteints d'aucune pathologie



### 3. Une révolution dans la pratique : d'Orphanet à AIDY



orphanet

- Créé en **1997**, soutenu par l'INSERM, DGS, HAS
- Base **statique** avec 3 800 maladies répertoriées
- Plateforme informative mais **peu interactive**
- Consultation manuelle, sans aide au diagnostic
- Ressource vieillissante, plus adaptée aux besoins actuels

**IL Y A PLUS DE 25 ANS** 



aidy

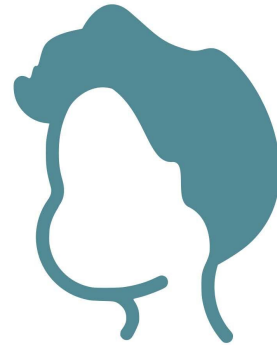
- Lancement en **2025**, soutenu par l'Institut Imagine et l'AP-HP
- **Base de données unique, enrichie en continu**
- Interface intuitive et assistance **en temps réel**
- Adapté à la pratique clinique moderne
- Outil intelligent **basé sur l'IA** destiné aux médecins

**AUJOURD'HUI** 





## **4. Comment fonctionne l'application AIDY ?**



**Pour visionner la vidéo,  
cliquez sur le lien suivant :**

**[VIDÉO DÉMO AIDY LINKEDIN](#)**





## **5. La problématique**



**Comment accroître sur l'année 2024/2025 la visibilité d'AIDY et sensibiliser les professionnels de santé à l'utilisation de l'application pour réduire l'errance diagnostique des maladies rares ?**





## 6. État des lieux

### RÉSEAUX SOCIAUX



Pas de plateforme internet  
utilisée :

- **Pas de réseaux sociaux**
- **Pas de site internet**

Existant :

- Publications scientifiques  
reportées sur LinkedIn



## 6. État des lieux

### RÉSEAUX SOCIAUX



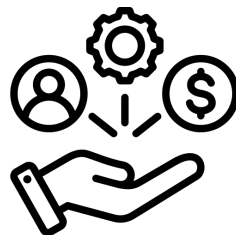
Pas de plateforme internet  
utilisée :

- **Pas de réseaux sociaux**
- **Pas de site internet**

Existant :

- Publications scientifiques  
reportées sur LinkedIn

### RESSOURCES FINANCIÈRES



**Absence de fonds** pour  
développer l'application

**Coût élevé** de développement

## 6. État des lieux

### RÉSEAUX SOCIAUX



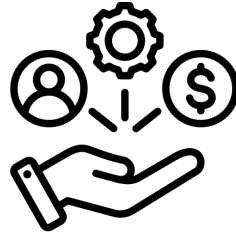
Pas de plateforme internet utilisée :

- Pas de réseaux sociaux
- Pas de site internet

Existant :

- Publications scientifiques reportées sur LinkedIn

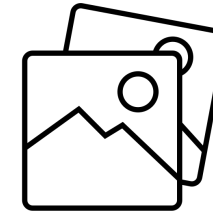
### RESSOURCES FINANCIÈRES



**Absence de fonds** pour développer l'application

**Coût élevé** de développement

### DONNÉES



Toutes les données photos ne sont **pas intégrées** au logiciel  
→  $\frac{1}{3}$  **des pathologies** non disponibles

**Manque de ressources humaines** : 8 membres actifs  
→ Un effectif plus important est nécessaire



## 7. Comment y répondre ?

### STRATÉGIE DIGITALE

Développer une stratégie digitale sur les réseaux et des campagnes de sensibilisation

Créer du contenu éducatif expliquant comment AIDY réduit le temps de diagnostic et améliore la prise en charge des patients

### RESSOURCES FINANCIÈRES

Mobiliser les mécènes et les partenaires financiers en mettant en avant l'impact d'AIDY

Développer une campagne de don auprès du grand public avec un message fort :

**“AIDY, un espoir pour des milliers de familles en errance diagnostique”**

### COLLECTE DE DONNÉES

Apporter notre soutien dans l'acquisition des données au sein de l'application

Veiller à la pertinence des photographies enregistrées

## 8. Nos objectifs

**RENFORCER  
LA VISIBILITÉ  
ET L'ADOPTION**

**ENRICHIR LA  
BASE DE  
DONNÉES**

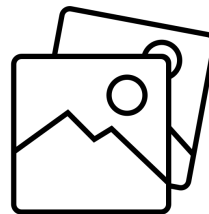
**LEVER DES  
FONDS**



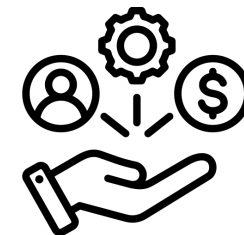
Le grand public



Les professionnels de santé



Base de données



Entreprise





## 8. Nos objectifs par cibles



### **GRAND PUBLIC**

Sensibiliser sur l'errance  
diagnostique des maladies rares  
Informer les patients et familles  
sur l'utilité d'AIDY  
Améliorer la vie des familles  
touchées par les maladies rares



### **PROFESSIONNELS DE SANTÉ**

Médecins et Pharmaciens

Faire connaître AIDY  
Développer l'utilisation de  
l'application dans la pratique des  
médecins



### **ENTREPRISES**

Industries pharmaceutiques,  
Tech, & innovation, fondations  
d'entreprises

Inviter les partenaires à devenir  
acteurs d'une révolution médicale  
Récolte de fonds

## 9. Parlons d'AIDY



### **INFORMER, SENSIBILISER, DYNAMISER**

- Faire connaître le projet AIDY aux différentes parties prenantes
- Positionner AIDY comme un **outil innovant**, aligné sur les enjeux éthiques des Maladies Rares
- Promouvoir l'application auprès des PDS\* pour **enrichir** la base de données et **accroître** son impact



- Montrer la valeur ajoutée de l'application pour **faciliter le diagnostic des syndromes génétiques**
- Mettre en avant des **résultats concrets** (ex : temps de diagnostic réduit, syndromes identifiés)

## 10. La stratégie de communication - Le récap !

Créer une **présence** sur les réseaux :

- La charte graphique
- AIDY sur Instagram
- AIDY sur LinkedIn



[En savoir plus](#)

Campagne d'emailing auprès des **entreprises / mécénats ciblés** pour le financement



[En savoir plus](#)

**CONSTAT**

**CRÉATION  
PRÉSENCE  
RÉSEAUX**

**ACTIONS DE  
COM**

**EMAILING**

**Questionnaire** grand public sur les maladies rares et leur prise en charge

[En savoir plus](#)



Réalisation d'actions de **communication** :  
Création de partenariats avec le média *Pharmaceutiques*

[En savoir plus](#)



**Pharmaceutiques**  
NUTRITION, ECONOMIE, INNOVATION EN SANTÉ

## 10. La stratégie de communication - Questionnaire grand public

**Objectif :** Faire un constat et comprendre la perception du public des maladies rares & de l'IA en médecine

CONSTAT



Diffusion : réseaux AIDY & relais followers

Connaissance des maladies rares

Confiance dans les nouvelles technologies

Opinion sur l'IA en santé

**Thématiques  
abordées**



## 10. La stratégie de communication - Questionnaire grand public

CONSTAT

Questions Responses **220** Settings

Sensibilisation aux maladies rares génétiques et à l'IA

**B** *I* U ↻ ✕

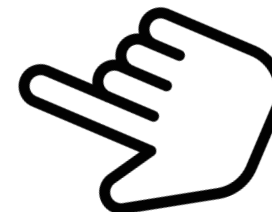
Suivez nous sur Instagram / LinkedIn pour soutenir le projet de AIDY et en apprendre plus sur l'errance diagnostique : @aidy.association



**200 réponses en moins de 48h !**

**Vous aussi, participez et répondez au questionnaire de manière anonyme :**

[ACCÉDEZ au questionnaire sur les maladies rares et l'IA](#)



## 10. La stratégie de communication - Questionnaire grand public

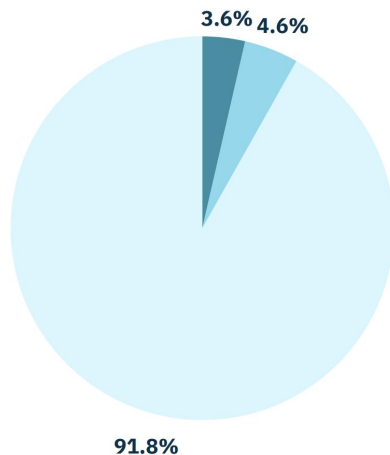
CONSTAT

### Qu'en est-il ressorti ?



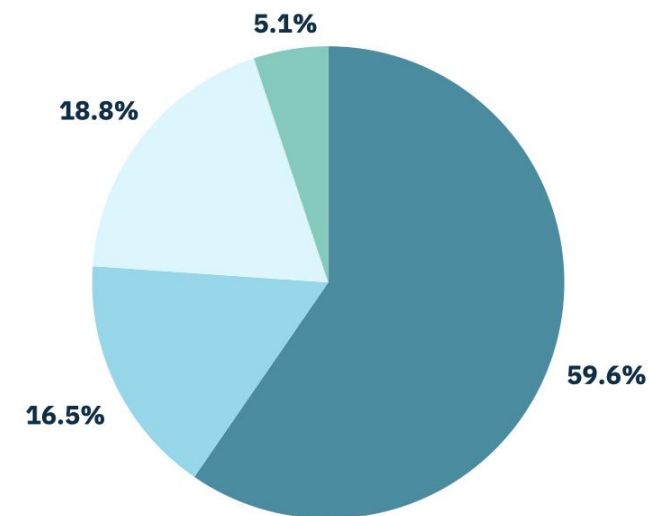
Seriez vous favorable à l'utilisation de l'intelligence artificielle pour aider au diagnostic des maladies rares ?

- Oui cela pourrait accélérer le diagnostic et améliorer la prise en charge
- Je ne sais pas
- Non je préfère une approche exclusivement humaine



Selon vous, combien de personnes sont touchées par une maladie rare en France ?

- Environ 3 millions de personnes
- Environ 300 000 personnes
- Environ 30 000 personnes
- Aucune idée





## 10. La stratégie de communication - Questionnaire grand public

CONSTAT

Qu'en est-il ressorti ?



59,6% des personnes interrogées pensent que les maladies rares n'affectent que 300.000 personnes contre **3 MILLIONS de personnes**



91,8% des personnes interrogées pensent que l'IA peut être une aide dans le diagnostic des maladies rares

## 10. La stratégie de communication - Développer les réseaux sociaux

CRÉATION  
PRÉSENCE  
RÉSEAUX



Pourquoi **INSTAGRAM** ?  
Réseau social idéal pour toucher le **GRAND PUBLIC** :  
les patients et leurs familles



1

**Sensibiliser** à l'errance  
diagnostique des maladies  
génétiques rares

2

Informar sur les **avancées**  
**et les bénéfices** d'un outil

3

**Renforcer** l'engagement des  
patients et de leurs familles  
dans une cause d'intérêt  
collectif



## 10. La stratégie de communication - Développer les réseaux sociaux

CRÉATION  
PRÉSENCE  
RÉSEAUX



Pourquoi **LINKEDIN** ?

Cibler les **professionnels de santé**,  
les **associations d'acteurs de santé**,  
les **laboratoires pharmaceutiques**



Faire **connaître AIDY** auprès  
des professionnels de santé



Promouvoir **l'utilisation et  
l'adoption** de l'application  
pour le lancement en  
octobre 2025



Renforcer la **crédibilité  
scientifique** et  
professionnelle du projet en  
partageant des contenus  
spécifiques

# 10. La stratégie de communication - Développer les réseaux sociaux

## 1- Diagramme de GANTT



[Découvrir l'étape de la création de charte graphique](#)

## 10. La stratégie de communication - Développer les réseaux sociaux

### 2- Charte Graphique

Élaboration de la **charte graphique / template de post**:

1. L'inspiration : le logo AIDY
2. Analyse des **bonnes pratiques des réseaux sociaux**
3. Sélection des éléments les plus **pertinents** et **attrayants** pour nos deux publics cibles



POST N°5 MALADIES RARES  
Publication Instagram



POST N°4: Au cœur de ce qui nous ...  
Publication Instagram



POST N°2 "DES MILLIONS EN ATTE...  
Publication Instagram



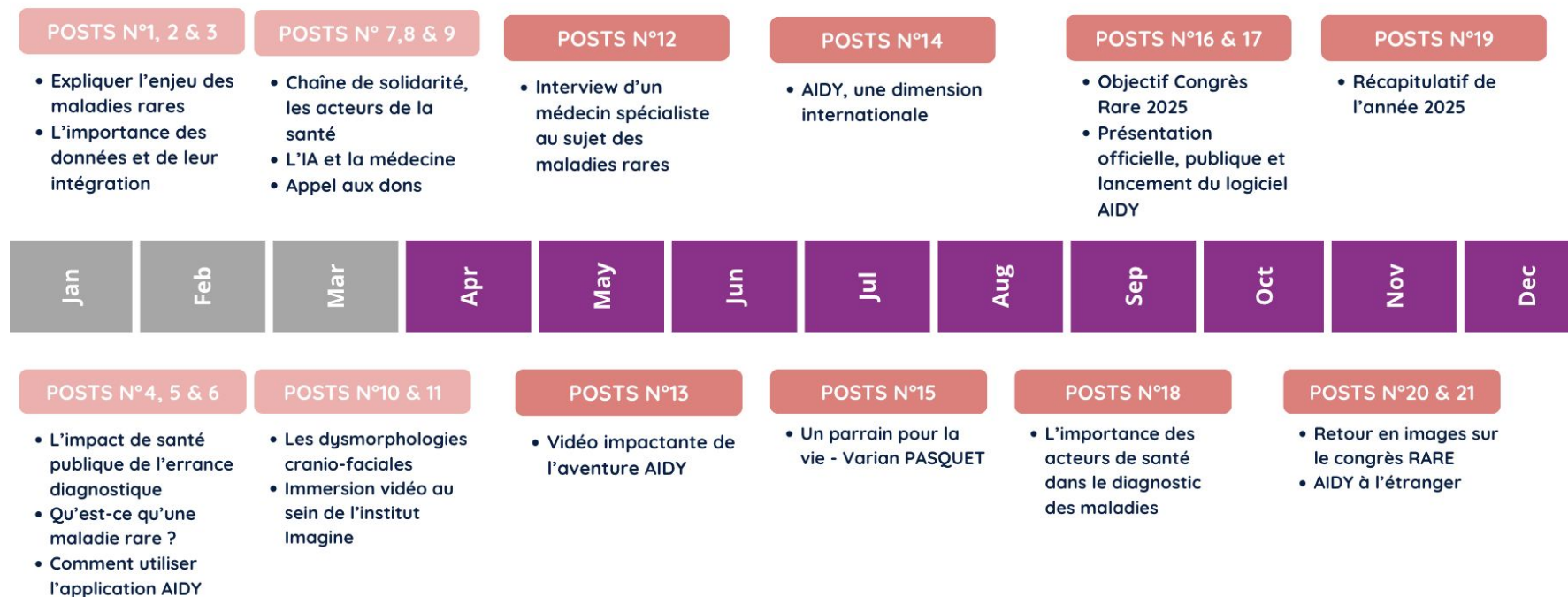
POST N°1 PRÉSENTATION AIDY  
B +3 Publication Instagram

- **Tonalités du logo de AIDY**
- **Choix de couleurs neutres = Lisibilité optimale**
- **Accroche percutante dès la première slide = Capturer l'attention**

# 10. La stratégie de communication - Développer les réseaux sociaux

## 3- Timeline Instagram

### POSTS TIMELINE 2025





# 10. La stratégie de communication - Développer les réseaux sociaux

## 3- Timeline LinkedIn

### POSTS TIMELINE 2025



## 10. La stratégie de communication - Développer les réseaux sociaux

### 4- Exemple : Vidéo présentation de l'ensemble de l'équipe



Où ?

Réalisation à l'institut  
de recherche Imagine



Diffusion

Via **LinkedIn & Instagram**



Quand ?

Publication le **28 février 2025**

*Journée internationale des  
Maladies Rares*

[Lien vers la vidéo](#)





## 10. La stratégie de communication - Faire parler d'AIDY !

# Pharmaceutiques

POLITIQUE, ÉCONOMIE, INNOVATION EN SANTÉ

### Sélection du Média → Pourquoi nous avons pris contact avec *Pharmaceutiques* ?

- Média référent dans le secteur de la santé et de l'industrie pharmaceutique
- Audience qualifiée
- Expertise en communication scientifique

### Diffusion & Amplification → Maximiser l'impact

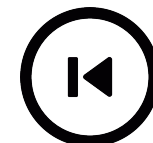
- Parution dans la Revue de presse du 12 mars (rubrique *Réseaux sociaux*)
- Parution dans le magazine mensuel, numéro d'avril (insertion d'une brève)
- Pour projet : Participation à une table ronde sur le thème de l'IA dans les maladies rares (Q3 2025)

### Réseaux sociaux



- [L'Institut Curie](#) lance sa campagne "une Jonquille Contre le Cancer" pour soutenir la recherche et l'innovation médicale menées par ses médecins et ses chercheurs.
- Gérard Charles, Managing Director de Servier pour l'Asie du Sud-Est et la Corée du Sud, est le nouvel invité du podcast "mentors" d'[Anca Petre](#).
- [IQVIA France](#) annonce une collaboration avec Resilience pour accélérer la recherche clinique en oncologie grâce aux données de vie réelle (RWE).
- Le Hub FrancelA, en partenariat avec la Direction générale des entreprises et la Haute Autorité de santé, lance une [grande enquête nationale](#) pour dresser un état des lieux précis de l'utilisation de l'IA dans les secteurs sanitaire et médico-social.
- [L'association AIDY](#), qui s'appuie sur une base de données photographiques de plus d'un million d'images de visages, profils et oreilles, présente son travail autour de l'intelligence artificielle pour analyser des caractéristiques uniques, afin d'identifier des maladies génétiques rares.

*Newsletter du 11/03/25 (rubrique  
Réseaux sociaux)*



## 10. La stratégie de communication - Campagne d'emailing personnalisée

EMAILING



Définir nos cibles

Validation d'un template de mail et d'une présentation d'AIDY dédiée aux donateurs par notre référent Antoine

Étape 2

Réponses négatives ou absence de réponse.  
Mise en place d'une nouvelle stratégie, avec une cible spécifique à la santé

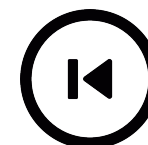
Étape 4

Étape 1

Répartition au sein de l'équipe des prises de contact  
**40 fondations identifiées** et contactées depuis le 9 janvier

Étape 3

Nouvelle vague de contact en cours !





## 11. Les dispositifs d'accompagnement - Le récap !

→ Incorporation de **photos** d'enfants dans la **base de données d'AIDY**, afin d'entraîner l'IA à la reconnaissance des maladies rares

[En savoir plus](#)

**TROUVER UN  
PARRAIN**

**COLLECTE DE  
DONNÉES**

**PROCHAINES  
ÉTAPES**

→ Identification d'une **personnalité influente** pour renforcer la **crédibilité** et la **visibilité** d'AIDY

[En savoir plus](#)

→ Présentation des **démarches** engagées et des **résultats** attendus

[En savoir plus](#)



## 11. Les dispositifs d'accompagnement - Notre parrain !

### TROUVER UN PARRAIN



**Varian PASQUET**



Rugbyman  
Champion  
Olympique



Contrat de  
parrainage signé



**1** parrain pour AIDY  
parrain pour la vie !



Sensible aux causes de  
santé publique et  
impliqué dans le soutien  
aux patients

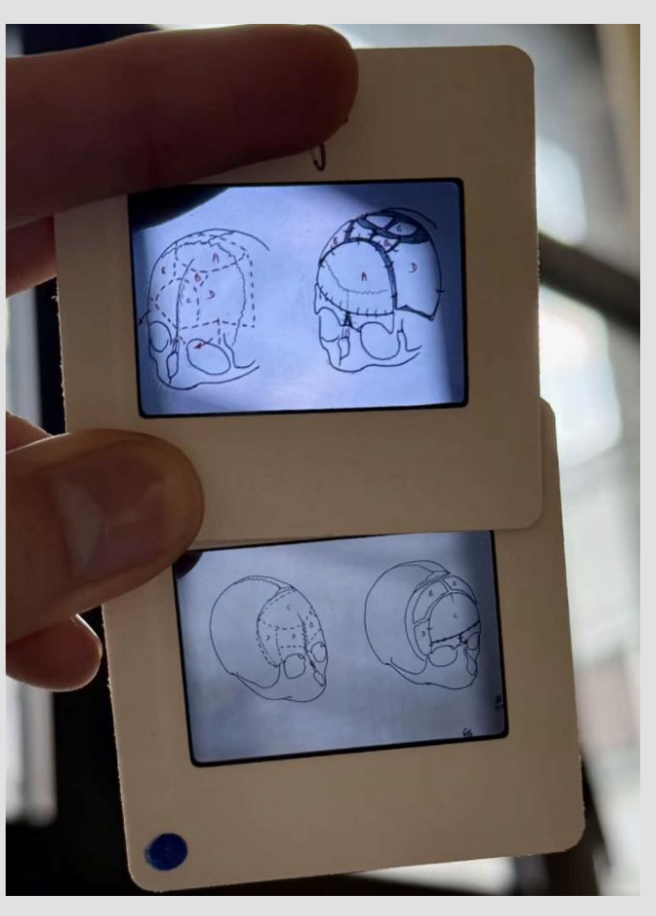
### Objectifs de la collaboration



1. Associer AIDY à une personnalité engagée
2. Accroître sa visibilité
3. Sensibiliser aux maladies rares et au diagnostic précoce

## 11. Les dispositifs d'accompagnement - Collecte de données

**COLLECTE  
DE DONNÉES**



*Photos de croquis pour exemples  
(les photos de patients étant confidentielles)*

Depuis 1975, des chirurgiens maxillo-faciaux prennent des photos de patients atteints de dysmorphies cranio-faciales

Ces images représentent une précieuse ressource de données pour AIDY

Notre action est d'intégrer ces milliers d'archives dans l'IA pour augmenter sa puissance





**BOURSE FNIM  
DE L'INFORMATION SANTÉ**

Accompagner l'innovation  
et la communication au service du patient

**Nom projet : Diminuons significativement l'errance diagnostique des maladies rares**

**PROCHAINES  
ÉTAPES**

**À vos agendas !**

**AIDY : DU PROJET AU  
LANCEMENT OFFICIEL**

[Lien vers le pré-programme](#)

À l'occasion de cet évènement incontournable :  
une table ronde sur l'IA et les maladies rares avec  
le Dr Antoine FERRY

**Un évènement clé pour faire  
rayonner AIDY auprès des acteurs  
majeurs des maladies rares**

**rare 2025**

les rencontres des maladies rares

CITÉ INTERNATIONALE UNIVERSITAIRE DE PARIS

**7 & 8 oct. | PARIS**

  
FONDATION  
Maladies Rares

## 12. Et les KPIs ?

Objectifs primaires	<b>RENFORCER LA VISIBILITÉ ET L'ADOPTION</b>	
Cibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grand Public, Patients, Familles</li> <li>- Professionnels de santé</li> <li>- Fondations</li> </ul>	 
Étapes clés du projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Initier une campagne de communication sur-mesure via les réseaux sociaux (Instagram pour le Grand Public, LinkedIn pour les professionnels de santé)</li> <li>- Renforcer la notoriété de l'outil au travers d'une vidéo immersive dans le quotidien des chercheurs</li> </ul>	
KPIs (Objectifs > 1 an)	<b>INSTAGRAM : +1000 ABONNÉS</b> 	<b>LINKEDIN : +1000 ABONNÉS</b> 



## 12. Et les KPIs ?

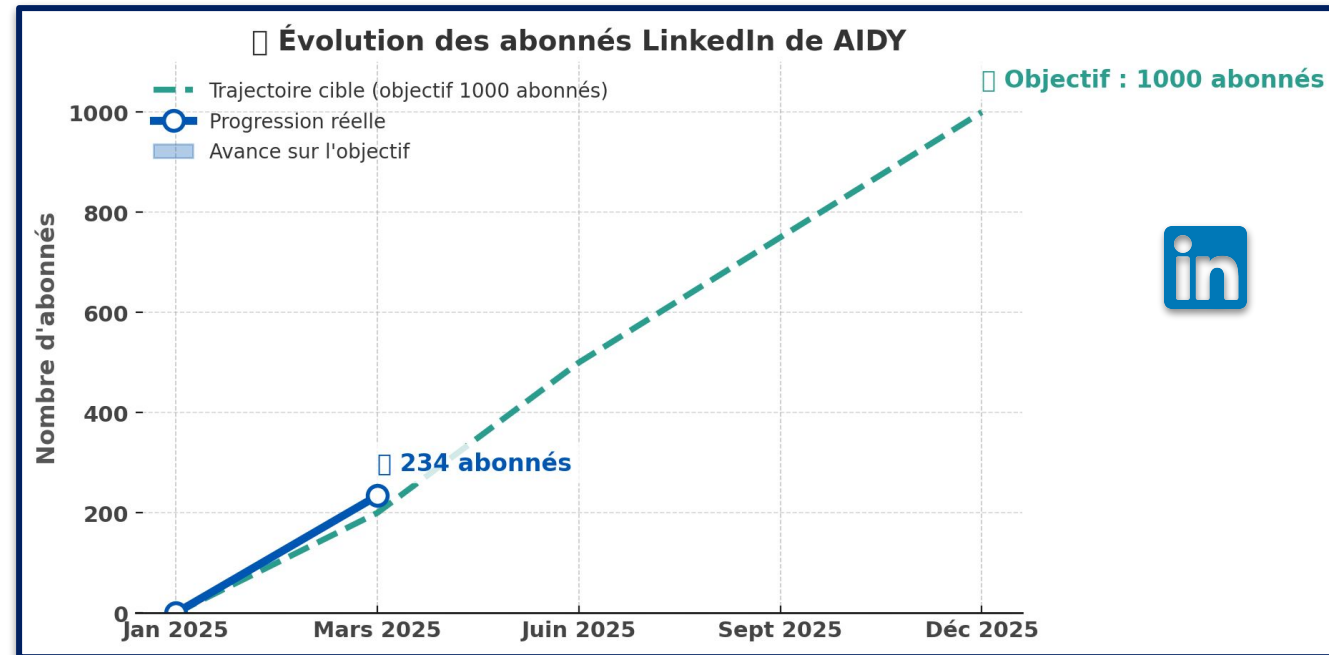
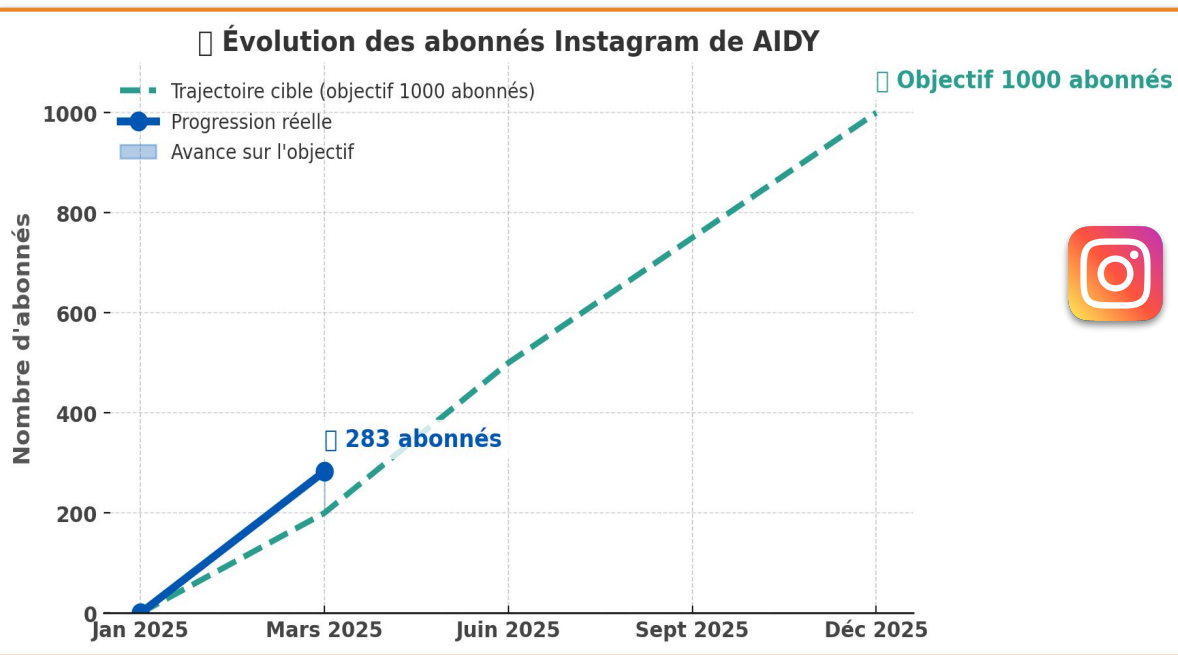
### OÙ EN SOMMES NOUS EN MARS 2025 ?

**KPIs**  
(Objectifs > 1 an)


**INSTAGRAM : +1000 ABONNÉS**



**LINKEDIN : +1000 ABONNÉS**



## 12. Et les KPIs ?

<p><b>Objectifs secondaires</b></p>	<p><b>Renforcer l'impact sociétal, scientifique et stratégique d'AIDY en sensibilisant, collaborant avec des partenaires clés, et facilitant l'accès aux soins adaptés.</b></p>		
<p><b>Cibles</b></p>	<p>Associations et fédérations de patients Étudiants et jeunes professionnels de santé Partenaires technologiques Institutions publiques et décideurs politiques</p>		
<p><b>Étapes clés du projet</b></p>	<p>Sensibiliser le grand public et les associations Créer des partenariats avec institutions et entreprises Enrichir la base de données via contributions actives</p>		
<p><b>Quels résultats avons-nous obtenus ?</b></p>	<p><b>DONNÉES</b></p> <p> <b>+86</b></p> <p>photos ajoutées dans l'application</p>	<p><b>FONDS</b></p> <p> <b>+600€</b></p> <p>récoltées depuis le lancement de la campagne de com</p>	<p> </p>



## 13. Les perspectives à 1 an

**La Bourse FNIM serait un catalyseur**

FAIRE **GRANDIR** AIDY

Enrichir la base de données

Recrutement de deux ARCs

Optimiser l'algorithme



Acquisition d'un  
appareil photo 3D



Développement du  
site internet\* d'AIDY



*\*En savoir plus sur le site internet*

Nous tenions à exprimer notre profonde gratitude à :

✨ **La FNIM**, de nous avoir donné l'opportunité sur un tel projet !

✨ **Antoine** – Pour nous avoir permis de découvrir AIDY et son engagement

✨ **Lhoan, Ana Julia, Amandine, Hossein, Ahmed, Olivier & Quentin** – Pour leur accueil chaleureux et leur présentation enrichissante d'AIDY dans leurs locaux

✨ **Ingrid Zittel** – Pour son accompagnement et son suivi précieux tout au long du projet

✨ **Caroline Mascret** – Pour nous avoir offert l'opportunité de participer à ce projet inspirant

## UN IMMENSE MERCI



Grâce à vous, cette aventure a été aussi enrichissante que passionnante. Un grand merci pour votre temps, votre bienveillance et votre engagement à nos côtés !



## 14. Annexes

### → Preview du compte LinkedIn



AIDY, l'outil d'IA au service des maladies rares.

**AIDY Association**  
« Réduire l'errance diagnostique des maladies rares »  
Santé et services sociaux · Paris · 235 abonnés · 2-10 employés

Artificial Intelligence travaille ici

Message Suivi

Accueil À propos Posts Emplois Personnes

**Présentation**

AIDY : Révolutionner le diagnostic des maladies rares grâce à l'IA.  
1,2M photos, 500 pathologies, une base unique au monde.  
Rejoignez-nous pour transformer la vie des patients → <https://soutenir.institutimagine.org/AIDY/~mon-don>  
Contactez-nous pour collaborer !

**Site web**  
<https://soutenir.institutimagine.org/AIDY/~mon-don>

**Secteur**  
Santé et services sociaux

**Taille de l'entreprise**  
2 - 10 employés  
1 membre associé

Accueil Réseau Publier Notifications Offres d'emploi

### → Preview du compte instagram



aidy.association

Partager une note

10 publications 284 followers 13 suivi(e)s

AIDY  
La révolution pour réduire l'errance diagnostique des maladies rares  
[soutenir.institutimagine.org/AIDY/~mon-don](https://soutenir.institutimagine.org/AIDY/~mon-don)

Tableau de bord professionnel  
11,4 K vues au cours des 30 derniers jours.

Modifier le profil Partager le profil

UNE IMMERSION A L'INSTITUT IMAGINE

MIEUX COMPRENDRE POUR MIEUX SOIGNER

UN INDIVIDU UN TYPE D'OREILLE.

UNE CHAINE DE SOLIDARITE.

COMMENT UTILISER L'APPLICATION AIDY?

QU'EST-CE QU'UNE MALADIE RARE ?

ACCUEIL

Accueil Recherche Ajouter Partager Profil



## 14. Annexes

→ Preview site internet en cours de développement



AIDY Accueil À propos Notre organisation Liste des syndromes Publications FAIRE UN DON

**206**  
DAYS

23 HOURS 40 MINUTES 59 SECONDS

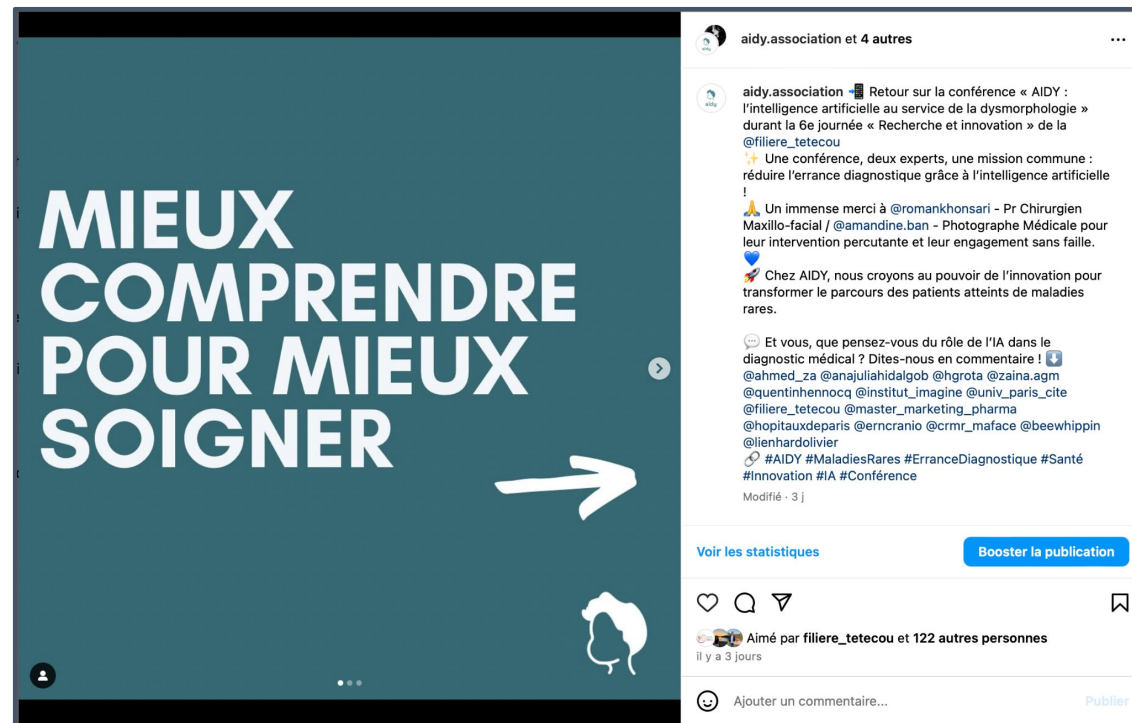
UNTIL

Congrès RARE 2025

**NOTRE ORGANISATION**

Fondée par un collectif de professionnels de santé, de chercheurs et de

→ Exemple d'un post réalisé sur le compte instagram



aidy.association et 4 autres

Retour sur la conférence « AIDY : l'intelligence artificielle au service de la dysmorphologie » durant la 6e journée « Recherche et innovation » de la @filiere\_tetecou

Une conférence, deux experts, une mission commune : réduire l'errance diagnostique grâce à l'intelligence artificielle !

Un immense merci à @romankhorsari - Pr Chirurgien Maxillo-facial / @amandine.ban - Photographe Médicale pour leur intervention percutante et leur engagement sans faille.

Chez AIDY, nous croyons au pouvoir de l'innovation pour transformer le parcours des patients atteints de maladies rares.

Et vous, que pensez-vous du rôle de l'IA dans le diagnostic médical ? Dites-nous en commentaire ! @ahmed\_za @anajuliahidalgab @hgrota @zaina.agm @quentinhennocq @institut\_imagine @univ\_paris\_cite @filiere\_tetecou @master\_marketing\_pharma @hopitauxdeparis @erncranio @ccmr\_maface @beewhippin @lienhardolivier

#AIDY #MaladiesRares #ErranceDiagnostique #Santé #Innovation #IA #Conférence

Modifié · 3 j

Voir les statistiques Booster la publication

Aimé par filiere\_tetecou et 122 autres personnes il y a 3 jours

Ajouter un commentaire... Publier

## 15. Sources

1. Dgos. (2025, 25 février). *Les maladies rares – Ministère du Travail, de la Santé, des Solidarités et des Familles.*  
Ministère du Travail, de la Santé, des Solidarités et des Familles.  
<https://sante.gouv.fr/soins-et-maladies/prises-en-charge-specialisees/maladies-rares/article/les-maladies-rares>
2. *Détail d'une thèse | Portail des thèses.* (s. d.-c). [https://u-paris.fr/theses/detail-dune-these/?id\\_these=5754](https://u-paris.fr/theses/detail-dune-these/?id_these=5754)
3. *Les centres de référence maladies rares.* (s. d.). Institut Imagine.  
<https://www.institutimagine.org/fr/les-centres-de-referance-maladies-rares-142>
4. *Présentation d'AIDY - fournie par Antoine Ferry*