

CONFIDENTIEL

MÉMORANDUM DE PLACEMENT PRIVÉ

Memorandum No. _____

**DOCBOOKING
(MEDOCTOR TELEHEALTH LTD.)**

**475'000 ACTIONS ORDINAIRES
à US\$ 2.10 par Action**

25 Avril 2020

Cet investissement est spéculatif et comporte un degré de risque élevé. Les investisseurs potentiels devraient examiner attentivement la section de ce mémorandum intitulée «Facteurs de risque» pour une discussion de certains des risques importants de cet investissement.

	Prix pour Investisseurs	Commissionnement	Total Alloué à la Société
Par Action	US\$ 2.10	US\$ 0.168	US\$ 1.932
Total de l'Offre	US\$ 997'500	US\$ 79'800	US\$ 917'700

La Société a accepté de verser une commission de 8% du produit total reçu dans le cadre de cette offre à certains agents de placement, organisateurs de financement et agents de transfert en dehors des partenaires et entités existants impliqués dans la Société en compensation de leurs services de recherche d'investisseurs et d'assistance en complétant cette offre.

Aucune agence de réglementation des valeurs mobilières n'a examiné ou approuvé cette note de placement privé ni confirmé la pertinence ou l'exactitude des informations contenues dans le présent document. Toute déclaration contraire est une infraction pénale.

Les actions n'ont pas été enregistrées en vertu de la US Securities Act de 1933 ou qualifiées ou enregistrées en vertu des lois d'un État ou d'une autre juridiction en se fondant sur l'exemption des exigences d'enregistrement en vertu du règlement S de la Securities and Exchange Commission. Les actions ne sont pas des titres américains.

Le présent mémorandum ne constitue pas une offre de vente de titres dans quelque juridiction que ce soit, ni une sollicitation d'offres d'achat des actions, dans une juridiction où une telle offre serait illégale.

[A-DocBooking](#) Fast Booking

Home Doctors Patients Pages Blog Admin

DOC LOGIN / SIGNUP

I Want to Book a Doctor near Me

Map Satellite

Dr. Ruby Perrin MDS - Periodontology and Oral Implantology, BDS (17) ★★★★☆

Sort by Select

I Select

Medical Specialty

- General Practitioner
- Urologist
- Neurologist
- Dentist
- Orthopedic
- Cardiologist
- Psychologist
- Nutritionist-Dietician
- Pediatrician
- Dermatologist
- Physiotherapist
- Other

Language

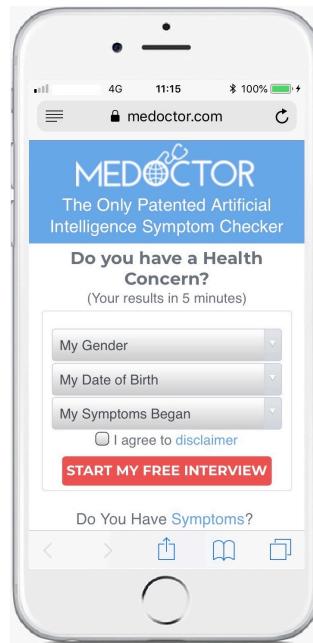
Select

I Book my Doctor

Dr. Ruby Perrin MDS - Periodontology and Oral Implantology, BDS (17) ★★★★☆ 98% 22 Feedback CHF 70 - 85

Dental Filling Whitening

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
11 MAR 2020	12 MAR 2020	13 MAR 2020	14 MAR 2020	15 MAR 2020	16 MAR 2020	17 MAR 2020
9:00 AM						
10:00 AM						
11:00 AM						
12:00 PM						
1:00 PM						
2:00 PM						
3:00 PM						
4:00 PM						
5:00 PM						



MEDOCTOR www.MEDoctor.com

INTERVIEW REPORT DATE: 5/1/2014 MY AGE: 49 MY GENDER: FEMALE

HEALTH ASSESSMENT

- Hay fever ICD-9: 477.9
- Seasonal allergy ICD-9: 477
- Common cold ICD-9: 460

THIS HEALTH ASSESSMENT IS BASED ON THE LOGIC OF THE MEDOCTOR SYSTEM AND THE ANSWERS PROVIDED. USE AT YOUR OWN RISK.

YOU ANSWERED YES TO THE FOLLOWING QUESTIONS:

Have you had this problem more than 72 hours?
Do you have a sore throat?
Do you have a feeling of discomfort?
Do you have a headache?
Does your nose itch?
Do you have a dry cough?
Do you have a runny nose?
Are your eyes red?
Do you have difficulty breathing?
Are you short of breath?
Are you having trouble breathing?
Do you have a tickly skin irritation?
Do you have trouble getting your right ear?
Do you feel tightness in your chest?
Do you feel pain in your heart?
Does your eye hurt?
Do you have a decrease in smell?
Do you have a tendency to lose taste?
Do you have a tendency to lose weight?
Do you have ticks on the coat of your mouth?
Do you have difficulty breathing through your nose?
Do you have a rash on your body?
Have you had a change in your voice?

YOU ANSWERED NO TO THE FOLLOWING QUESTIONS:

Do you have an ear infection or your eye?
Do you have a sore ear or your eye?
Do you have a sore throat?
Do you have a stuffy nose?
Do you have a cold congestion?
Do you have a headache?
Do you have a feeling of tightness in your chest?
Do you have a runny nose?
Are your eyes red?
Do you have difficulty breathing?
Are you short of breath?
Are you having trouble breathing?
Do you have a tickly skin irritation?
Do you have trouble getting your left ear?
Do you feel tightness in your chest?
Do you feel pain in your heart?
Does your eye hurt?
Do you have a decrease in smell?
Do you have a tendency to lose taste?
Do you have a rash on your body?
Have you had a change in your voice?

YOU SKIPPED THE FOLLOWING QUESTIONS:

None

NOTES:

DISCLAIMER:

The interview on this page is provided for educational purposes and is not intended to replace the medical advice of your doctor or physician. It is not a substitute for professional medical advice or treatment. If you are in the middle of a medical crisis or suspect you may be experiencing a medical emergency, please call 911 or seek medical attention immediately. Your use of the interview system does not establish a doctor-patient relationship. Please consult your physician. Medical knowledge and health developments and advances, and updates its contents as needed.

www.MEDoctor.com Developed by 24 American physicians 830 Diseases and 2200 Symptoms covered USA Patent # 7,149,756 A - EU Patent # EP 12846039 B1

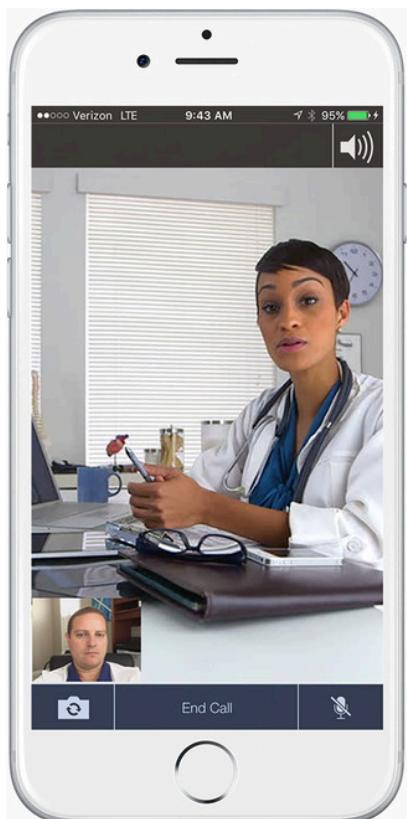


Table des Matières

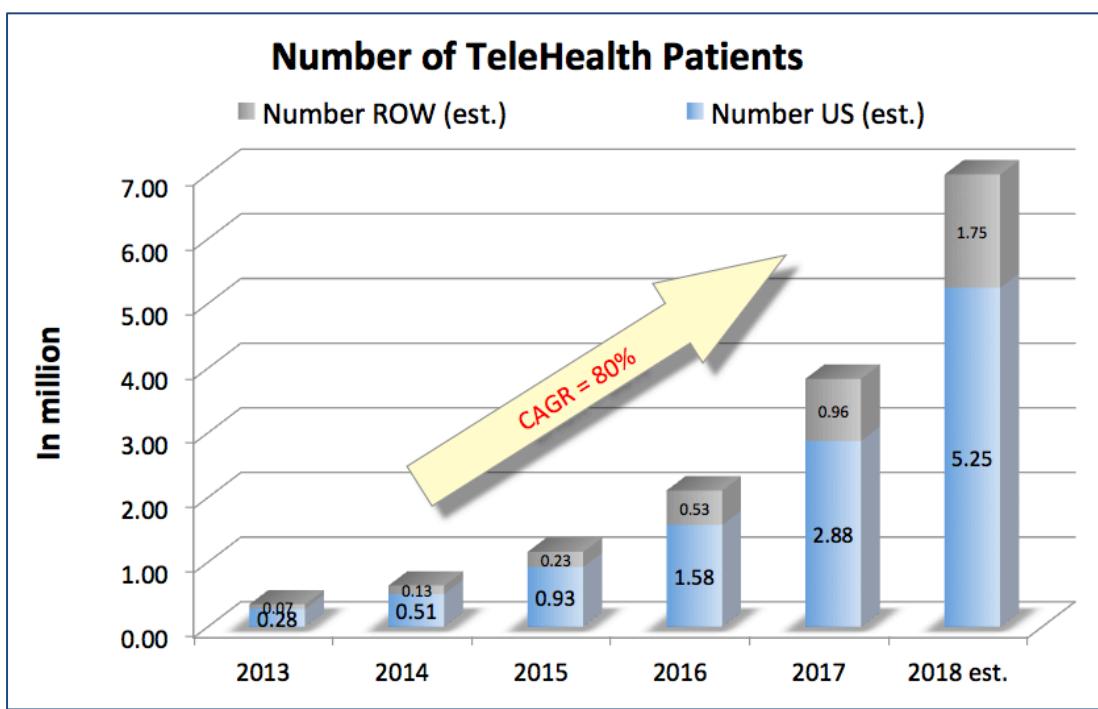
Pourquoi nous Existons et quels Problèmes nous Réglosn.....	4
Comment nous solutionnons les Problèmes Identifiés	7
Quels Produits nous avons pour Solutionner ces Problèmes	8
Description du Produit Principal	8
Description du Produit Secondaire	9
Documents Descriptifs.....	12
Résumé	12
Environnement Concurrentiel et Cas Pratiques	13
Dans le Secteur du Booking	13
Dans le Secteur des Intelligences Artificielles	13
Dans le Secteur des Dossiers Médicaux BlockChain	14
Dans le Secteur des Médecins par Vidéo (Télé-Santé)	15
Dans le Secteur des Pharmacies en Ligne	17
Autres Avantages Concurrentiels	18
Marketing et Progrès Actuels	20
Inciter nos Patients à Booker leur Médecin En-Ligne	20
Inciter nos Médecins à Utiliser DocBooking	20
Inciter nos Patients à Utiliser la Technologie MEDoctor	20
Inciter nos Patients à Consulter un Médecin par Vidéo.....	21
Inciter nos Patients à Acheter dans notre Pharmacie En-Ligne	21
Intégrer les Efforts Marketing du Booking, IA, Médecins En-Ligne et Pharmacie	21
Le Team.....	22
L'Equipe Dirigeante	22
Les Conseillers	24
Le Team Intelligence Artificielle	25
Facteurs de Risques.....	26
Détails de l'Investissement et Offre	29
Émetteur	29
Structure du capital	29
Offre.....	29
Admissibilité de l'acheteur	29
Prix par action.....	30
Forme de paiement et devise	30
Utilisation du produit du placement	30
Distribution de dividendes	30
Droit de vote	30
Droits de liquidation	30
Actions incitatives	31
Conditions de consignation	31
Date de clôture du placement privé.....	31
Actionnaires Actuels	32
Contrat de Souscription	33
Utilisation des Fonds Investis	35

Pourquoi nous Existons et quels Problèmes nous Réglos

Aujourd'hui, dans la prestation des soins de santé primaires, il existe plusieurs problèmes, qui s'expriment différemment dans plusieurs pays, mais néanmoins présents:

- Le temps d'attente moyen pour voir un généraliste ou un médecin de famille est de 17 jours.
- La distance moyenne pour le voir est de 13,8 km.
- Les patients hésitent à aller consulter lorsque la distance est supérieure à 32 km.
- La proportion de patients prenant leur voiture est de 88%.
- Le trajet aller-retour moyen (voyage, attente, visite et retour) prend 2,2 heures.
- Le coût moyen est de 119 US \$.
- La disponibilité du médecin est généralement uniquement aux heures de bureau.

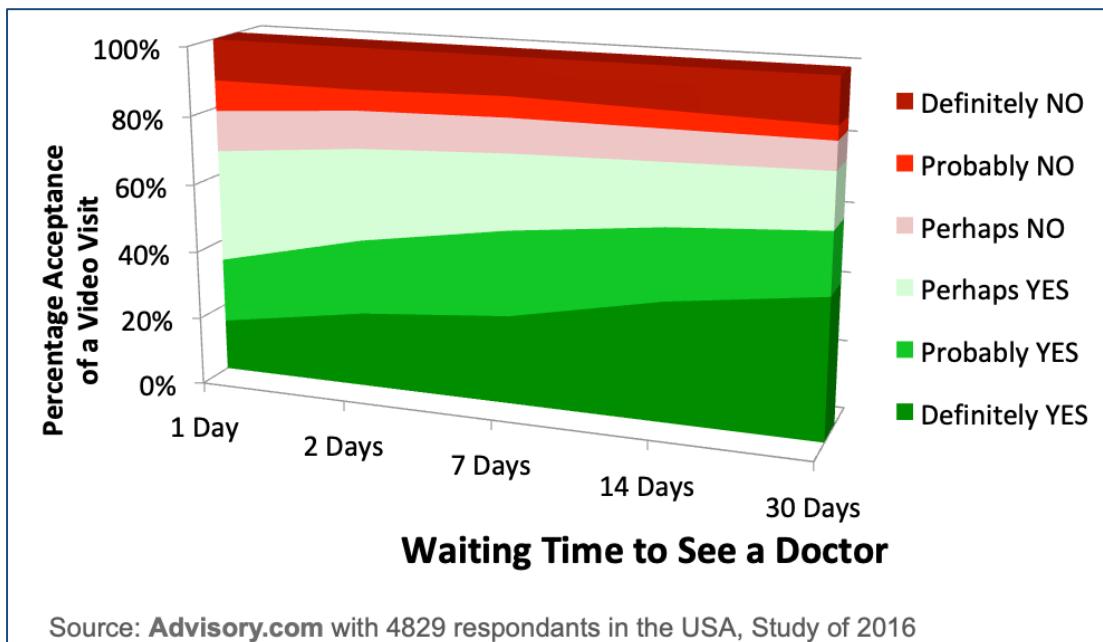
Ne pouvons-nous pas faire mieux? Oui nous le pouvons. Le booking en-ligne et la télé-santé (alias télé-médecine) résolvent la plupart de ces problèmes. C'est pourquoi ce nouveau marché croît à un rythme très élevé (près de 80% par an).



La télé-santé résout bon nombre de ces problèmes de la manière suivante:

La télé-santé est immédiatement disponible (pas de temps d'attente de 17 jours), pas de distance à parcourir et pas de voiture à prendre, un temps beaucoup plus court pour effectuer une visite médicale et un médecin disponible en tout temps. Le marché de la télé-santé aux États-Unis est en croissance, comme l'indique le graphique ci-dessus. Le potentiel de marché total de la télé-santé aux États-Unis uniquement devrait être de 400 millions de visites par an. Cela représente 33% de

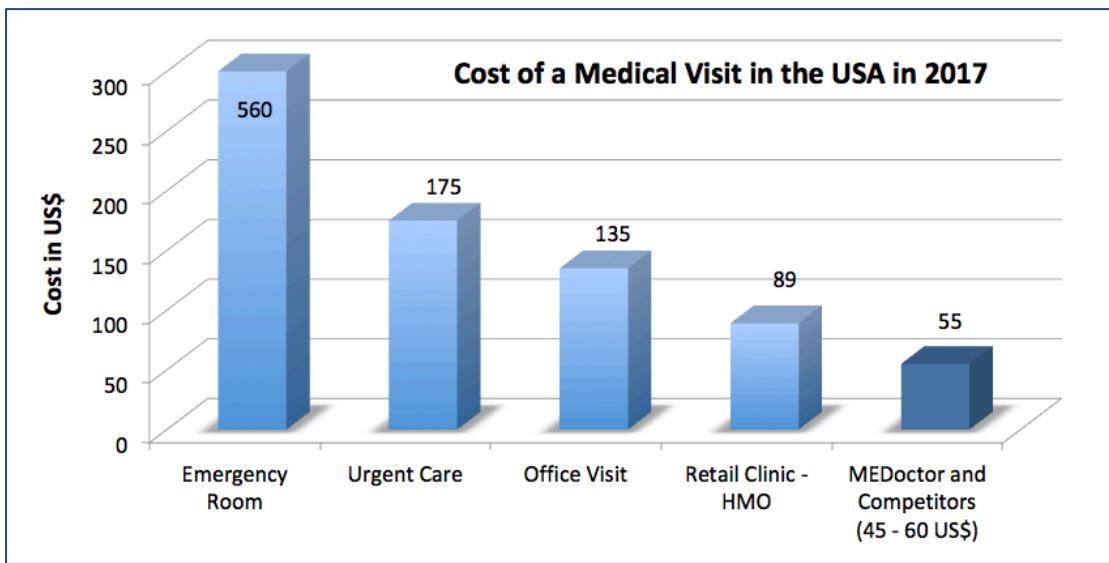
toutes les visites médicales aux États-Unis, qui sont estimées au nombre de 1,2 milliard par an. De plus, au regard de l'acceptation du concept de visite médicale virtuelle (vidéo ou téléphone) aux USA, nous avons le tableau suivant.



La conclusion est que les gens acceptent généralement l'idée de parler en ligne avec un médecin, par vidéo (smartphone, PC) ou par téléphone. Cette acceptation de la visite médicale par vidéo dépend du «temps d'attente». Si le temps d'attente est court pour voir un médecin en visite physique, alors le patient aura tendance à choisir la visite physique à 60%. Mais si la durée d'attente excède 7 jours, alors le patient est de plus en plus disposé à utiliser la télé-santé. Le résultat de l'enquête marketing donne près de 50% des patients qui sont «désormais OUI» ou «probablement OUI» disposés à utiliser la télé-médecine.

Au-delà des avantages pratiques, un autre composante principale émerge de la télé-santé. C'est le coût pour le patient d'une visite de télé-santé.

Ci-dessous sont illustrés les différents frais appliqués en moyenne aux États-Unis pour les différents types de visites médicales.



Les visites de télé-santé sont les moins chères, avec un prix moyen du marché pour une visite virtuelle aux USA de 55 US \$. Une visite de télé-santé ne se compare pas à une visite aux urgences, mais elle se compare à une visite au cabinet du médecin. Cet avantage distinctif donne du crédit aux visites de télé-santé, grâce à une forte courbe d'adoption.

Un des objectifs de DocBooking est de contribuer à résoudre les problèmes mentionnés précédemment. DocBooking peut amener gratuitement au patient une partie des services de santé, tout en rendant de nombreux services et produits plus abordables.

Notre objectif, notre cause et notre conviction sont de vouloir remettre en question le statu-quo dans les soins de santé, où nous laissons le patient prendre en charge son destin de santé. Avec des solutions de télé-santé, fournies entre autres par notre intelligence artificielle, DocBooking permettra au patient de prendre ses propres décisions éclairées pour des résultats de soins de santé meilleurs et moins chers.

À l'avenir, la vision de DocBooking est,

"ATTENTION MÉDICALE IMMÉDIATE"

Comment nous solutionnons les Problèmes Identifiés

Le remplacement du système actuel de documentation papier est essentiel. La vision de DocBooking est de rester en ligne depuis le diagnostic d'une maladie puis d'accompagner le patient tout au long de son parcours de santé.

Heureusement, nous avons développé une grande technologie, une intelligence artificielle, permettant aux patients de découvrir par eux-mêmes les maladies probables qu'ils pourraient avoir. Tout cela est capturé sur le Web directement par le patient et gratuitement.

Tout cela est basé sur le Web. Et ça commence en amont du premier médecin. Une tendance à la hausse est clairement apparue au fil des ans:

En 1998, moins de 30% des adultes américains «avaient déjà cherché en ligne des informations sur leur santé».

En 2007, ce nombre est passé à environ plus de 70%.

En 2016, il est passé à 88%.

Ce comportement permet de soutenir l'hypothèse selon laquelle la technologie basée sur le Web continue de croître en tant que partie intégrante de la participation des patients au système de prestation de soins de santé.

Voici le cheminement du patient:

- DocBooking fait de la publicité via des bannières publicitaires dans des zones ciblées.
- C'est là que le patient ayant besoin d'un rendez-vous médical cliquera sur ce bandeau de publicité.
- Puis il prendra son rendez-vous et celui-ci sera confirmé.
- Dans l'attente de son rendez-vous, le patient pourra exécuter le diagnostic d'IA gratuit de DocBooking.
- Le patient reçoit d'abord un rapport DDx (diagnostic différentiel) produit par l'IA (gratuit).
- Le patient peut acheter un médicament prescrit ou en vente libre en ligne.
- Le patient stocke tout dans son dossier de santé personnel basé sur le Web (gratuit).
- Par la suite, le patient peut rentrer dans DocBooking à tout moment de son choix. Cela peut être via un nouveau diagnostic d'IA, via leur dossier de santé personnel Blockchain, via une visite de télé-santé ou via la pharmacie DocBooking (voir ci-dessous).

DocBooking souhaite fournir ses services à tout patient dans le monde. Tout le monde mérite des soins de santé appropriés, y compris dans les pays en développement et dans les régions reculées, où les soins de santé ne sont pas facilement accessibles.

Quels Produits nous avons pour Solutionner ces Problèmes

Description du Produit Principal

DocBooking est en train de développer un système de réservation, comme illustré ci-dessous. Un tel système de réservation permet à un patient de consulter l'horaire de plusieurs médecins dans son voisinage, de choisir la spécialité de santé de son choix, puis de réserver la date et l'heure choisies par le patient.

The screenshot shows the DocBooking interface. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Doctors, Patients, Pages, Blog, and Admin, along with a 'DOC LOGIN / SIGNUP' button. Below the navigation bar is a map of Lausanne with a callout box highlighting Dr. Ruby Perrin. The callout box contains a photo of Dr. Ruby Perrin, her name, title (MDS - Periodontology and Oral Implantology, BDS), and a 5-star rating with 17 reviews. The map also shows other medical facilities like AQUATIS Aquarium+ and Fondation de l'Hermitage. Below the map is a search results summary: 'Home / Search' followed by '29 matches for: General Practitioner in Lausanne'. On the right, there are 'Sort by' and 'Select' dropdown menus. The main content area is divided into two sections: 'I Select' and 'I Book my Doctor'. The 'I Select' section contains filters for 'Medical Specialty' (General Practitioner checked, others like Urologist, Neurologist, Dentist, etc., are unchecked) and 'Language' (a dropdown menu set to 'Select'). The 'I Book my Doctor' section shows a detailed profile for Dr. Ruby Perrin, including her photo, name, title, rating (17 stars), and location (Lausanne, Suisse). It also lists services like Dental Fillings and Whitening. Below this is a weekly calendar for March 11 to 17, 2020, with time slots from 9:00 AM to 11:00 AM. Specific times are highlighted in blue for availability.

Les médecins et plusieurs autres professionnels de santé sont les clients payants. Ils achèteront un abonnement mensuel, dont le prix oscille autour de 150 US\$ par mois. Pour connaître les propriétés et avantages pour le médecin, mais aussi pour le patient, ceux-ci sont énumérés ci-dessous dans la section marketing.

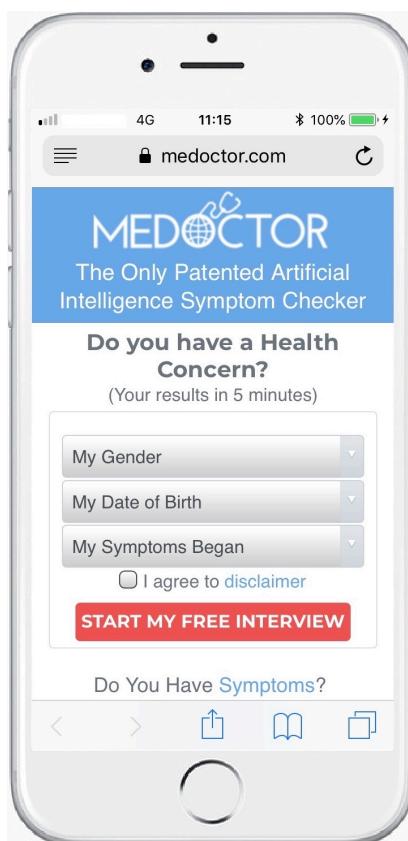
Nous cherchons à fournir au premier site Web toutes les fonctionnalités UX / UI appropriées, pour attirer les médecins et les patients, mais aussi pour les conserver avec de nombreuses fonctionnalités à valeur ajoutée.

Description du Produit Secondaire

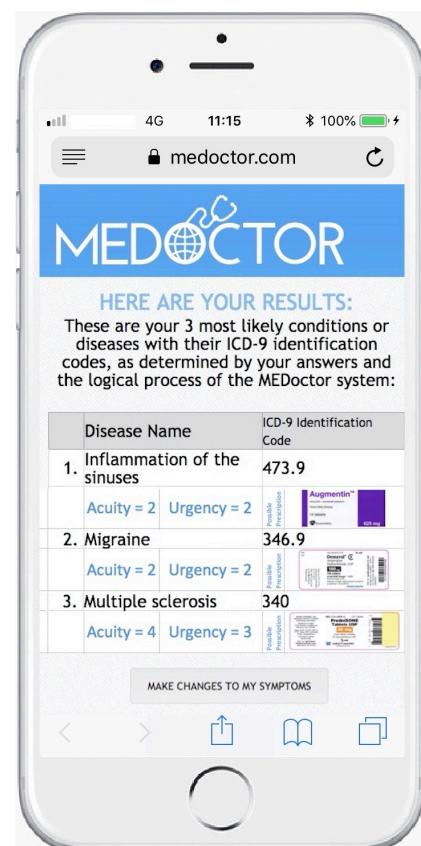
La filiale détenue majoritairement par DocBooking, MEDoctor Inc., une société du Delaware, a développé une intelligence artificielle pour le diagnostic (qui est gratuite pour une utilisation dans le monde entier). Sur la base de l'étude de cas exclusive de 27 560 entreprises, le MEDoctor AI comprend 898 maladies et affections couvrant plus de 99% des visites chez les médecins de soins primaires.

Ce produit secondaire est accessible sur le site Internet www.docbooking.ch, mais également directement sur www.MEDoctor.com. Les deux sites Web sont conçus pour être très conviviaux et réactifs. Ils sont optimisés pour un smartphone ou une tablette ou un PC / Mac. Il permet aux patients d'initier un diagnostic différentiel (DDx), les aidant à prendre la décision appropriée concernant leur maladie. Ils peuvent également obtenir un diagnostic pour une autre personne. Il est accessible 24 / 7 / 365 dans le monde entier.

Au début de la Consultation IA

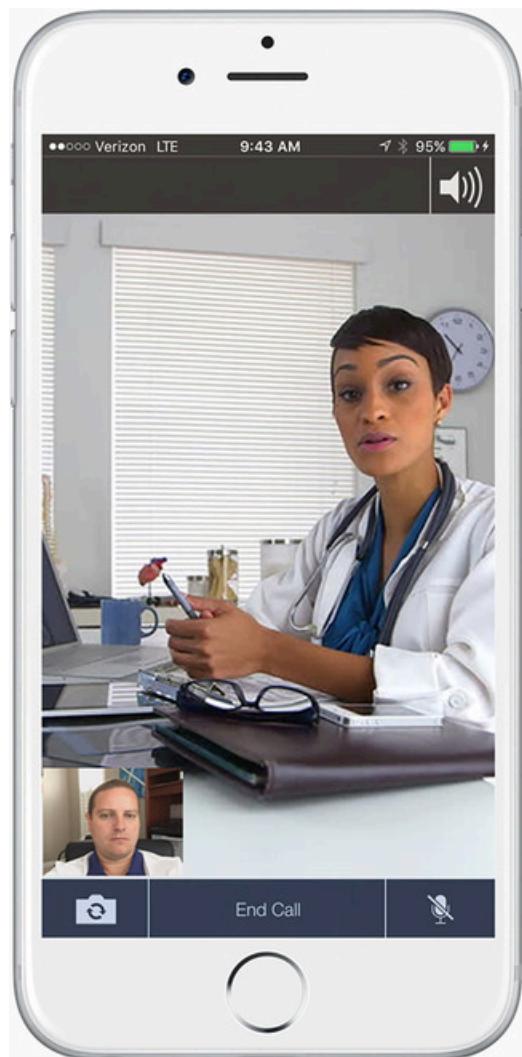


Après 20 à 60 questions
(4 à 7 minutes)



L'un des choix immédiats offerts au patient est de parler avec un médecin via son smartphone. Dans le réseau de DocBooking, les médecins en ligne, par vidéo, peuvent conseiller le patient, sans qu'il ait besoin de jours d'attente pour une consultation ou pour se déplacer, tout en recevant les conseils d'un professionnel de la santé agréé. Il peut également recevoir une ordonnance et un traitement, si nécessaire.

[Interview Vidéo avec le Médecin](#)



Pour voir un médecin de façon traditionnelle, le temps moyen de soins aux patients est de 2 heures 25 minutes. Cela comprend les déplacements (18 minutes en moyenne), le temps d'attente, le temps de visite / traitement et le temps de retour. Le temps moyen dans la salle d'attente pour voir un médecin est de 47,4 minutes.

Avec DocBooking, ce processus est réduit à 6 minutes en moyenne pour l'IA et à 11 minutes en moyenne pour la visite de télé-santé avec le médecin. L'ensemble du processus se fait en 20 minutes environ. Dans certains cas, ce gain de temps peut être critique, par exemple: une crise cardiaque.

Interface Médecin



De l'autre côté de la visite par vidéo, le médecin a sa propre console (ci-dessus), qui s'affiche devant lui, permettant un diagnostic plus rapide et plus précis que les autres entreprises de télé-santé. Sa console comprend la divulgation complète des questions et réponses du patient (à gauche) et des maladies probables et des médicaments associés. Ainsi, il n'a pas besoin d'exécuter l'entretien en redémarrant un processus complet de questions / réponses depuis le début. Le médecin peut simplement lire le travail produit par le patient quelques minutes plus tôt. Il peut alors demander des précisions supplémentaires au patient et passer plus de temps de qualité avec lui.

La capacité vidéo HD est également très importante pour le médecin. Cela permet une détermination plus précise de certains symptômes et signes visuels, tels que la peau, la langue, les yeux, etc.

L'approche de DocBooking en matière de télé-santé est assez compétitive, grâce à ces fonctionnalités. Il augmente le débit des patients. Il offre également une meilleure protection juridique pour le médecin en cas d'erreurs médicales potentielles, car toutes les données sont stockées et récupérables.

Avec la plupart, sinon la totalité, des concurrents de DocBooking, l'interface du médecin se limite à une capacité vidéo. Ces médecins ne sont généralement pas du tout accompagnés ou assistés par une IA. Pourtant, il est possible que quelques-uns de ces concurrents développent leur propre IA à l'avenir.

Une fois que tout est complété, toutes les données du patient sont stockées dans son dossier de santé personnel blockchain (BPHR). Ce service est gratuit. Il sert à

stocker toutes les données du patient, mais aussi à stocker les ordonnances et les résultats du patient, afin, entre autres, d'éviter les médicaments contrefaçons. L'un des grands obstacles auxquels sont confrontés les fournisseurs concurrents de stockage de dossiers de santé est la conformité HIPPA. DocBooking a depuis le début été construit dans le respect total de ces réglementations.

L'opportunité est également donnée au patient d'acheter ses produits pharmaceutiques à prix réduits sur la pharmacie DocBooking qui lui est immédiatement mise à disposition.

Le but de DocBooking est de résoudre plusieurs de ces problèmes, d'abord en utilisant l'intelligence artificielle, mais aussi en offrant au patient tout ce qui est immédiatement accessible sur le Web pour sa santé. DocBooking offre à tout patient du monde entier une partie des soins de santé gratuitement et réduit le coût de nombreux services et produits, tout en restant une activité rentable.

Documents Descriptifs

Une présentation approfondie de l'entreprise sur un pdf est disponible à:
<https://www.docbooking.ch/docbookingspresentation-fr.pdf>

Une vidéo est également disponible sur:
<https://youtu.be/bPTtLbjlh4>

D'autres documents financiers sont disponibles à la demande, notamment les projections financières.

Résumé

Le dossier de santé personnel (BlockChain Personnel health Record = BPHR) de DocBooking est au cœur de toute la stratégie de DocBooking. Par conséquent, nous accordons une grande attention à sa construction, son entretien et sa croissance.

Une fois que le BPHR est créé pour le patient, il peut, facilement et à tout moment, accéder à l'IA de diagnostic de DocBooking, au médecin en ligne du réseau DocBooking ou à la pharmacie en ligne de DocBooking.

Le dossier de santé personnel (BPHR) de DocBooking est à tout moment sous le contrôle total du patient. Le patient peut ajouter des éléments au BPHR. Mais le patient peut également à tout moment supprimer l'intégralité du dossier, s'il le souhaite.

Le dossier de santé personnel (BPHR) de DocBooking est également très utile à DocBooking pour encourager le patient à tout moment à utiliser les autres services de DocBooking.

Environnement Concurrentiel et Cas Pratiques

DocBooking a plusieurs concurrents dans les différents secteurs. Mais aucun de ces concurrents n'est présent dans tous les secteurs d'activité de DocBooking. Ces concurrents sont la preuve de modèles commerciaux viables et rentables pour DocBooking. Nous appellerons ces sociétés des «cas pratiques» pour respecter la terminologie de l'industrie.

Ces concurrents sont dans 4 secteurs:

- a. Réservation
- b. Diagnostic
- c. Dossiers de santé sur Blockchain
- d. Médecins en ligne (Télé-santé)
- e. Pharmacies en ligne

Nous allons parcourir pas à pas ces concurrents incontournables, qui servent tous de cas d'utilisation.

Dans le Secteur du Booking

Dans le domaine de la réservation de médecins en ligne, nous avons les sociétés suivantes fournissant des services dans ce secteur d'activités:

Zocdoc in the US

<https://www.zocdoc.com/>

Doctolib in France

<https://www.doctolib.fr>

PushDoctor in the UK

<https://www.pushdoctor.co.uk>

OneDoc in Switzerland

<https://www.onedoc.ch>

Pourtant, ces entreprises font de la réservation pure à ce stade et ne montrent pas qu'elles ont des produits secondaires supplémentaires qui leur sont attachés.

Dans le Secteur des Intelligences Artificielles

On peut trouver plusieurs concurrents à MEDoctor de DocBooking pour limiter la recherche à quelques maladies. Tout d'abord, voici une liste pour les États-Unis:

WebMD

<https://symptoms.webmd.com/>

Mayo Clinic

<https://www.mayoclinic.org/symptom-checker/select-symptom/itt-20009075>

Isabel Healthcare

<https://www.isabelhealthcare.com/>

Healthline

<https://www.healthline.com/symptom-checker>

EverydayHealth

<https://www.everydayhealth.com/symptom-checker/>

Les concurrents suivants sont en dehors des États-Unis:

AdaHealth in Germany

<https://www.ada.com>

BabylonHealth in the UK

<https://www.babylonhealth.com>

Pourtant, aucune de ces sociétés n'a de brevet sur leur système (davantage de détails sont décrits plus bas). Elles n'utilisent pas non plus un algorithme d'intelligence artificielle approprié. Ils utilisent souvent une arborescence à questions fixes, qui agit plutôt comme un outil pour confirmer une maladie déjà présente et dont on connaît les symptômes.

Tous ces services sont gratuits, tout comme l'IA de MEDoctor. Ces concurrents tirent tous leur activité des services de santé secondaires par le biais de leur site Web, tels que les références.

Dans le Secteur des Dossiers Médicaux BlockChain

Tous ces concurrents cherchent à conquérir une part de marché dans le domaine des dossiers médicaux payés. Avoir un dossier médical payant, en espèces ou en crypto-monnaie, génère des revenus pour ces sociétés de dossier médical électronique (DSE). Un coût pour le patient par patient et par mois (qui peut varier considérablement) pour le maintien d'un dossier patient semble être le prix du marché aujourd'hui aux États-Unis.

Patientory

<https://patientory.com/>

AmChart

<https://amchart.io/>

MedicalChain

<https://medicalchain.com/en/>

TrustedHealth

<https://www.trustedhealth.com/>

Healthureum

<https://www.healthureum.io/>

MedRec

<https://medrec.media.mit.edu/>

DocBooking a un dossier de santé personnel gratuit. DocBooking peut se permettre de le garder gratuit pour le patient, étant donné que DocBooking génère ses revenus à partir d'autres sources, telles que les visites chez le médecin en ligne et les produits pharmaceutiques. L'équipe de DocBooking estime qu'aucun patient ne devrait payer pour son dossier de santé. Mais cela ne semble pas être le choix de certains de ses concurrents décrits ci-dessus.

DocBooking ne sait pas avec précision quels sont les coûts d'acquisition de clients aujourd'hui pour ses concurrents dans le secteur des dossiers de santé personnels. Ceux-ci sont estimés à 50 à 80 US \$ par nouveau compte patient, par expérience, ayant été dans ce domaine par le passé. En comparaison, le coût d'acquisition de clients chez DocBooking pour 1 dossier de santé personnel blockchain est de 1,00

US\$ en moyenne. Il s'agit d'un avantage concurrent très solide. Les détails seront fournis dans un chapitre suivant.

Dans le Secteur des Médecins par Vidéo (Télé-Santé)

Dans le domaine des docteurs en ligne, également appelés télé-santé ou télé-médecine, nous avons les sociétés suivantes qui fournissent des services:

American Well

<https://www.americanwell.com/>

Doctor-On-Demand

<https://www.doctorondemand.com/>

Teladoc

<https://www.teladoc.com/>

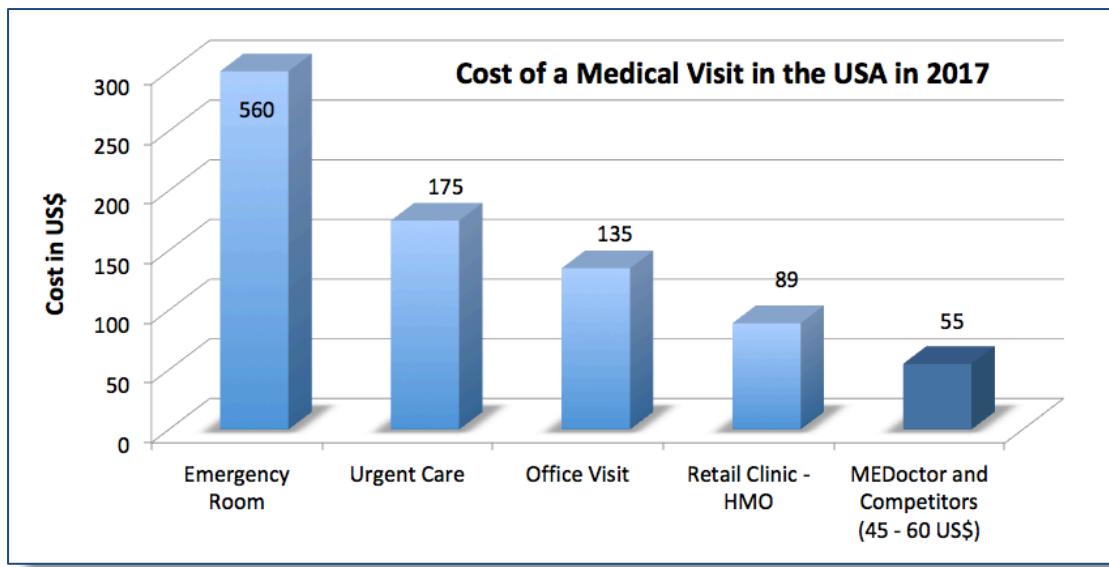
MD Live

<https://www.mdlive.com/>

HealthTap

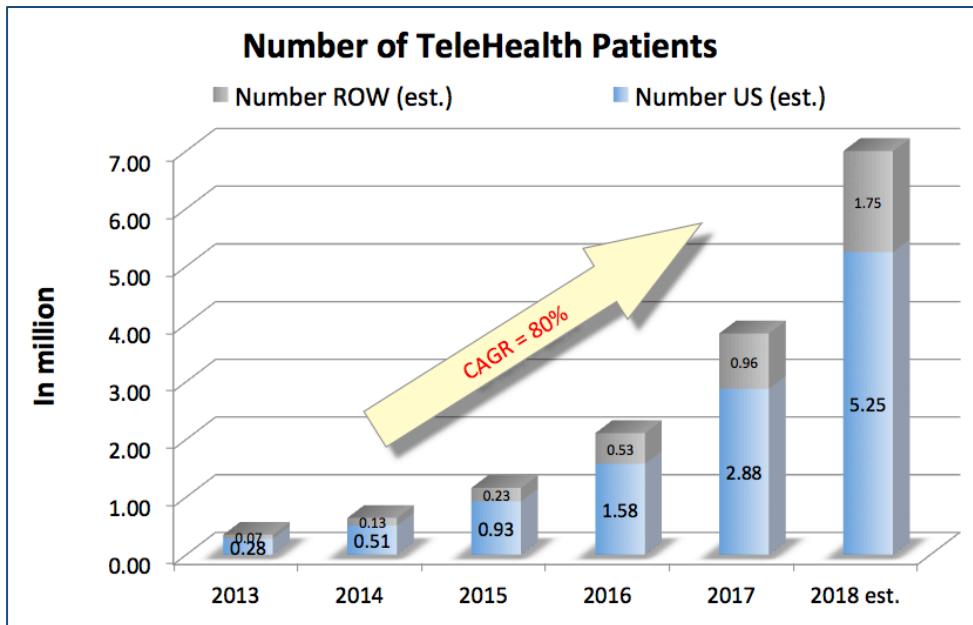
<https://www.healthtap.com/>

Toutes ces entreprises sont des prestataires de télé-santé. Elles ont à ce jour plusieurs entreprises clientes. Ils facturent tous 45 à 60 US\$ par visite de télé-santé. Voici un exemple des différences de prix.



Les prix dans les autres pays sont: UK 25 £ (mais juste pour une réservation sans délai), Inde 900 roupies. Nous explorons d'autres zones géographiques.

Le marché des patients en télé-santé est néanmoins intéressant, étant donné qu'il croît d'environ 80% CAGR par an en nombre de visites. On estime que 7 millions de ces visites auront eu lieu dans le monde en 2019, essentiellement fournies par les entreprises ci-dessus, dont plus de 7 millions aux États-Unis seulement. Donc, nous n'inventons pas une nouvelle entreprise. Mais nous nous améliorons par rapport à ces métiers existants. Nous voulons sauter sur ce train en marche et profiter de l'opportunité de ce taux de croissance annuel composé de 80% du nombre de visites.



Pourtant, aucune de ces sociétés n'a la capacité de fournir l'interface suivante à leurs médecins en ligne. Il s'agit d'un fort avantage concurrentiel.



Seul DocBooking peut le faire, où toutes ces données du patient sont collectées par le patient, en amont du médecin puis lui sont fournies. C'est l'avantage inégalé de DocBooking.

Dans l'image ci-dessus est l'interface du côté du médecin, lors de la conversation avec le patient. Le médecin en ligne reçoit les symptômes du patient, déjà enregistrés par le patient au préalable. Il reçoit les propositions de maladies, ainsi que les possibilités de médicaments y relatifs.

Le médecin peut alors valider une maladie, rédiger une ordonnance, rédiger un certificat de maladie ou écrire simplement pour communiquer un traitement au patient.

De là, le patient peut choisir d'acheter ses médicaments via notre pharmacie en ligne ou non. Notre pharmacie DocBooking émettra des remises pour inciter les patients à acheter via notre pharmacie en ligne.

Dans le Secteur des Pharmacies en Ligne

Il existe une multitude de pharmacies en ligne. Certains sont grandes et certaines sont plus locales. Les principaux noms aux US sont:

CVS

www.cvs.com

Walgreens

www.walgreens.com

www.drugstore.com

Direct Rx

www.directrx.com

FamilyMeds

www.familymeds.com

Ces pharmacies sont définitivement concurrentes. L'avantage de DocBooking réside dans le fait que le patient a son dossier médical avec DocBooking, ce qui permet d'afficher les possibilités de médication pour le patient et le médecin. Cela réduit considérablement les coûts de commercialisation pour accéder au patient et livrer ses produits pharmaceutiques.

De plus, lorsque le médecin prescrit des médicaments à un patient, la prescription se fait en ligne et le patient peut alors commander le médicament immédiatement à la pharmacie DocBooking. Mais DocBooking aura l'avantage de pouvoir offrir immédiatement des réductions au patient, pour l'encourager à acheter son produit auprès de la Pharmacie DocBooking.

Nous ne seront pas très différents des autres pharmacies en ligne. Pourtant, nous voulons générer des affaires dans notre propre "marque" de pharmacie.

Aux États-Unis, le surdosage des opioïdes est devenu un problème majeur. DocBooking travaillera avec nos fournisseurs de produits pharmaceutiques pour surveiller les tendances d'utilisation et les prescriptions délivrées pour aider à atténuer ce problème.

Enfin et surtout, l'un des objectifs de DocBooking est de lutter contre les médicaments contrefaçons. Souvent, les patients courrent le risque d'acheter des médicaments contrefaçons lorsqu'ils commandent en ligne. La pharmacie en ligne de DocBooking a une politique de zéro faux médicament passant par son réseau.

Autres Avantages Concurrentiels

Les Brevets:

Le cabinet d'avocats Foley and Lardner, le plus grand cabinet d'avocats des États-Unis dans le domaine de la santé, a été engagé pour préparer nos demandes de brevet PCT pour la technologie propriétaire de la société. La société a reçu les brevets :

- USPTO 7 149 756 par le US Patent and Trademark Office.
- EP 1284639 B1 par l'Office européen des brevets (EPO).

Le titre du brevet de la société est:

«[Système et méthode pour déterminer l'existence probable d'une maladie](#)».

Outre les brevets de la société, les droits d'auteur ont également été indiqués sur le site Web de la société et d'autres biens, le cas échéant. MEDoctor, Inc., filiale détenue majoritairement, détient la propriété intellectuelle. En outre, des cessions de technologie et des accords de confidentialité ont été obtenus auprès de tous les employés et sous-traitants indépendants qui ont travaillé sur le système de l'entreprise.

Les vérificateurs de symptômes concurrents, obligeant les utilisateurs à «entrer» les symptômes que l'on ressent, peuvent être inexacts ou incomplets. Pareillement, des systèmes coûteux, comme IBM Watson, peuvent ne pas être rentables, car ils nécessitent une utilisation par des professionnels de la santé. Le système MEDoctor est complètement différent, car, en utilisant des mathématiques avancées, notre système crée les questions sur les symptômes à partir de notre vaste base de données de symptômes. Les patients MEDoctor répondent uniquement «Oui / Non» à nos brèves questions sur ces symptômes. MEDoctor fait ainsi gagner du temps au médecin en utilisant à l'avance le temps du patient.

Le Coût de RéPLICATION de l'Intelligence Artificielle MEDoctor:

Comme MEDoctor a récemment développé son intelligence artificielle, le budget ci-dessous a été présenté comme si l'entreprise avait construit toute la technologie depuis ses débuts. Le coût de conception, création et finalisation de notre technologie d'IA, y compris les brevets associés, aurait été d'environ 23'000'000 USD. Ci-dessous, un tableau illustre ce budget.

Mais nous avons su prendre quelques raccourcis, bénéficiant des travaux préalables de certains de nos inventeurs. Aussi, nombreux de nos inventeurs ont été payés en actions dans la société.

	headcount	ann. salary	12 months	30 months	
Personnel					
Managers, incl. AI Specialists	8	200'000	1'600'000	4'000'000	
Medical Staff	20	150'000	3'000'000	7'500'000	
Programmers	15	80'000	1'200'000	3'000'000	14'500'000
Overhead		add. costs			
Managers		35%	560'000	1'400'000	
Medical Staff		35%	1'050'000	2'625'000	
Programmers		35%	420'000	1'050'000	5'075'000
Office					
Telecommunications	per employee per year	2'500	107'500	268'750	
Rent	per employee per year	4'500	193'500	483'750	
Other	per employee per year	1'200	51'600	129'000	881'500
Transportation					
Travel	per employee per year	4'000	172'000	430'000	430'000
Technology & Legal					
PCs, Servers, Networks	per employee per year	4'000	172'000	430'000	
Software and Databases			150'000	375'000	
Legal & Patents			300'000	750'000	1'555'000
Medical Libraries			300'000		500'000
Translations			100'000		200'000
					23'141'500

MEDoctor, grâce à quelques raccourcis dans le processus et grâce à l'expérience précédemment acquise par ses managers qui ont tous précédemment opéré dans des environnements d'IA similaires, le coût réel de la technologie a été ramené à 3,2 millions US\$, plus une grande partie payée en fonds propres aux inventeurs. Néanmoins, un concurrent, désireux de construire la même technologie, consacrera un temps et des efforts financiers considérables à reproduire la technologie.

Marketing et Progrès Actuels

La Société a effectué plusieurs tests de marketing, afin de permettre aux patients de réserver des médecins en ligne. Nous avons effectué plusieurs tests marketing dans plusieurs directions à cet égard. Cet exercice n'est possible que lorsqu'une entreprise a un produit fini ou au moins un produit minimum viable (MVP). Cela définit également DocBooking comme une entreprise et pas seulement comme un projet, au contraire de 90% de tous les concurrents. Les tests marketing effectués par notre équipe marketing montrent des résultats très prometteurs comme indiqué ci-dessous. Ainsi, nous continuons nos efforts UI / UX pour améliorer continuellement le trafic, le produit et son acceptation.

Inciter nos Patients à Booker leur Médecin En-Ligne

Les développements marketing actuels sont assez avancés. À ce stade, nous avons déjà effectué plusieurs tests sur Google Ads pour générer du trafic.

Les résultats sont les suivants en Suisse. Si nous dépensons 1'000 US\$ dans Google Ads, nous parvenons à:

- générer un clic et donc un visiteur de notre site pour 0,32 US\$
- atteindre un «taux d'engagement» de 16,5% (taux de personnes réservant réellement pour une visite)

Par conséquent, nous générerons une réservation par un patient pour un coût marketing de 1,94 US \$ (calculé: $1000 / (1000 / 0,32 * 0,165) = 1,94$ US\$). Ce nombre est notre coût d'acquisition client (CAC) aujourd'hui.

Nous pensons que les mêmes chiffres et ratios peuvent être atteints dans tout marché ou région future dans lequel nous prévoyons d'entrer.

Inciter nos Médecins à Utiliser DocBooking

Nous développons également les relations avec les médecins pour devenir membres de DocBooking. Les médecins, même s'ils sont un peu lents à adopter un nouveau système, sont intéressés à l'idée de remplir chaque case vierge de leur horaire.

Pour cela, nous travaillons sur 3 pistes:

- marketing direct pour atteindre les médecins, où nous passons des appels téléphoniques et rendons visite au médecin personnellement
- des professionnels de la santé parlent à d'autres professionnels de la santé
- le patient parle de DocBooking au médecin

Nous pensons que les mêmes chiffres et ratios peuvent être atteints dans tout marché ou région future dans lequel nous prévoyons d'entrer.

Inciter nos Patients à Utiliser la Technologie MEDoctor

Nous faisons essentiellement Google Adwords pour générer du trafic vers le site www.docbooking.ch et donc pour avoir accès à nos services.

Sur le site Web, le patient a un deuxième choix, qui est de commencer un entretien médical par intelligence artificielle. De ce fait, le taux de conversion (le pourcentage de patients) des patients commençant l'entretien est assez élevé. Pour 100 patients potentiels venant sur le site Web, essentiellement via un smartphone, 8 à 13 d'entre eux démarrent en fait l'entretien d'IA. Et

puis, entre 6 et 9 d'entre eux complètent effectivement un entretien, malgré les 30 à 50 questions posées au cours du processus.

Pourtant, l'objectif principal du site Web (et des futurs sites Web) sera de prendre des rendez-vous pour nos patients. La technologie MEDoctor est là, en annexe de l'activité de réservation, afin de créer des clients fidèles. Cet avantage sur les autres sites de réservation sera là pour rivaliser avec les concurrents. Nous pensons que c'est une bonne valeur ajoutée pour les patients. Mais nous avons une autre capacité de garder les patients fidèles à DocBooking, qui est de créer le dossier de santé personnel des patients.,.

Notre méthode de marketing, via Google Adwords, est assez efficace à cet effet. Cela en fait le dossier de santé personnel blockchain le moins cher que l'on puisse trouver sur le Web aujourd'hui. Il permet de créer 1'000'000 DocBooking BlockChain Personal Health Records pour la modique somme d'à peine 1 US\$ chacun. Ce chiffre est d'une grande signification.

Avec nos efforts continus pour améliorer Ui / Ux, nous sommes convaincus d'être en mesure de réduire ce coût d'acquisition client (CAC) à près de 1,90 US\$ aujourd'hui et de nous mettre hors de portée de nos concurrents.

Inciter nos Patients à Consulter un Médecin par Vidéo

Nous élaborons également un plan pour offrir à nos médecins la possibilité de parler aux patients par vidéo. Cette fonction est particulièrement demandée par les médecins, en particulier dans les événements actuels d'une pandémie, où le médecin peut réduire son exposition aux risques. Un plan de marketing spécialisé est en cours d'élaboration à cet égard, où le médecin reçoit à l'avance les symptômes du patient et peut déterminer si ce patient a une maladie infectieuse, même avant la première visite du patient.

Inciter nos Patients à Acheter dans notre Pharmacie En-Ligne

Il est maintenant temps pour le médecin de prescrire au patient un ou plusieurs produits pharmaceutiques, à la fin de la visite. Le patient recevra sa prescription au format pdf à son adresse e-mail et la conservera en même temps dans son dossier de santé personnel blockchain. Le patient a le choix d'acheter ses médicaments dans la pharmacie la plus proche ou de les acheter dans une pharmacie en ligne.

Nous avons un plan pour fournir au patient le service d'achat de ses médicaments via notre pharmacie en ligne. Vraisemblablement, ces services seront sous-traités à une pharmacie en ligne partenaire, car ils sont maîtres de cette logistique. Nous avons l'intention de recevoir quelques commissions sur les produits vendus, mais pas de nous lancer dans de telles affaires qui sont à logistique lourde. L'activité principale de notre entreprise est de rester une entreprise de services, et de ne pas avoir à traiter avec des biens physiques.

Intégrer les Efforts Marketing du Booking, IA, Médecins En-Ligne et Pharmacie

Contrairement à nos concurrents qui dépensent tous pour générer des ventes, chacun dans son domaine, nous bénéficions chez nous d'un fort avantage de ventes croisées.

En effet, DocBooking n'a besoin de générer un fort effort de vente qu'une seule fois, pour la première visite de télé-santé des patients. Mais une fois devenu membre de la communauté de DocBooking, via son diagnostic d'IA et via son dossier de santé personnel blockchain, il sera plus facile de convaincre le patient de rester au sein de la communauté, où il aura accès au booking, au diagnostic par IA, à son dossier médical et à la pharmacie en ligne.

DocBooking estime que ses capacités de vente croisée et son dossier de santé personnel blockchain seront primordiaux pour cet avantage concurrentiel.

Le Team

L'Equipe Dirigeante

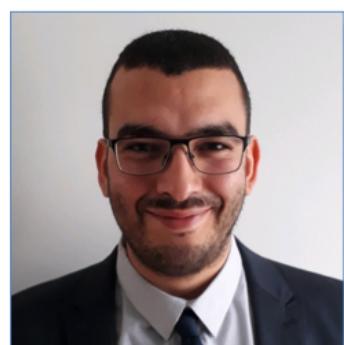
Les personnes derrière DocBooking sont les suivantes:



Sean Kelly
CEO
Geneva, Switzerland



George Kelly
Chief Marketing Officer
Fort Myers, FL, USA



Mourad Redjah
Smart Chain Technology
Paris, France



Bernard Jordan
CEO - Switzerland
Lausanne, Switzerland

Sean Kelly

54 ans, Sean, entrepreneur en série et investisseur, il est un grand défenseur de la blockchain et des crypto-monnaies. Il a travaillé pour LODH, la célèbre banque suisse, Bank SCS Alliance, Rothschild's et SG Warburg. Diplômé en finance de l'Université de Genève, il a opéré avec succès en tant qu'analyste, vendeur et gestionnaire de fonds pour divers fonds institutionnels et a été chroniqueur pour la presse financière et animateur de radio dans les rubriques financières. Sean s'est impliqué dans ses premières startups en 2001.

George Kelly

76 ans, Georges a plus de 40 ans de ventes et marketing à l'international dans plusieurs domaines. Démarré et dirigé avec succès deux entreprises. Expérimenté dans les métaux précieux et le développement immobilier. Actuellement impliqué dans la construction de projets résidentiels aux États-Unis et en préparant le terrain pour l'introduction de notre produit de télé-santé sur le marché nord-américain.

Mourad Rejah

33 ans, Mourad a toujours eu un fort intérêt pour les nouvelles technologies, ce qui l'a amené à poursuivre une carrière de développeur pendant de nombreuses années. Il possède d'excellentes compétences en administration de serveurs, en analyse et en prévention des failles de sécurité, avec des expériences réussies dans des sociétés telles que ST Microelectronics et GFI Informatique. Son fort intérêt pour les crypto-monnaies a commencé dès 2011 depuis qu'il était un trader et détenteur passionné. Voici ses mots à propos de notre projet: «L'objectif de toute notre équipe est d'apporter de bonnes vibrations au monde de la cryptographie, de changer la politique des « seuls bénéfices », de replacer la décentralisation au centre de nos intérêts.

Bernard Jordan

52 ans, Bernard Jordan, docteur en médecine du sport et également consultant dans les domaines liés à la santé, a une grande expérience dans la gestion et la conduite de projets. Il a travaillé pour d'importants groupes en Suisse et en France. Il a dirigé avec succès des projets d'implantation, de restructuration et d'accompagnement de nombreuses institutions médicales. Il est également consultant pour plusieurs startups en biotechnologie et e-Santé. Son expérience en conseil est de plus de 15 ans.

Les Conseillers

Nous recrutons également une bonne équipe de conseillers, qui ne cesse de croître. Nous cherchons à avoir des conseillers dans toutes les régions du monde. Ceci est en effet important pour nous, car notre produit et notre système sont utilisables dans n'importe quel pays du monde. Les conseillers que nous avons aujourd'hui dans notre équipe sont énumérés ci-dessous. Gardez également à l'esprit que cette liste est en constante augmentation et fait l'objet de mises à jour régulières.



Paul McCauley
REIT ICO & Tokenisation Expert
London, UK



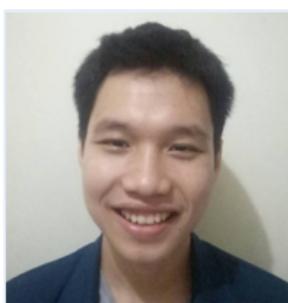
Mikael Tigran Kayanian
Gcrypt Corporation Ltd.
London, UK



Nicola Matarese
Continent Mu Projects
Luzern, Switzerland



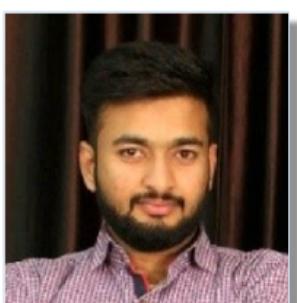
Jonathan Farrugia
Startups Founder, M&A, Strategy Advisor
Geneva, Switzerland



Ahmad Dewanto
Gravitas Holdings (Pte) Ltd.
Java, Indonesia



Talia East
ICOMax.io
Berlin, Germany



Sahil Dubb
CodeHouser
Chandigarh & Sydney



Octavio Padilla
World Education Blockchain Association
Mexico City, Mexico



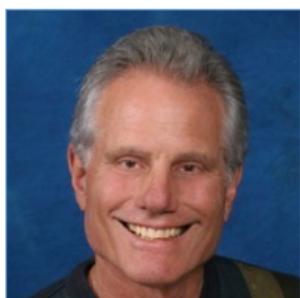
Dipankar Bose
STO & ICO Strategy Consultant
UAE

Le Team Intelligence Artificielle

L'équipe d'Intelligence Artificielle a fait ses preuves dans la collecte de plusieurs millions de dollars américains pour bâtir l'intelligence artificielle de MEDoctor (les 3,2 millions de dollars américains susmentionnés), ce qui rend le présent produit opérationnel et breveté.



Charles Kelly
Strategist
Jacksonville, FL, USA



Rick Kozlenko
SBS Food Group
San Francisco, CA, USA



Peter Emblad
MD, Kaiser Permanente
San Francisco, CA, USA



Paul Auerbach
MD, FACEP
Stanford University Medical Center
Stanford, CA, USA



Yunkap Kwankam
PhD, Former Director E-Health
World Health Organization (WHO)
Geneva, Switzerland



Jeff Miller
Miller Communications
New York, NY, USA

Facteurs de Risques

Un investissement dans la société présente une variété de risques. Voici une liste non-exhaustive de nos risques:

Nous avons un historique d'exploitation limité et aucun historique de bénéfices

Nous sommes une entreprise en phase de démarrage sans historique d'exploitation, de revenus ou de bénéfices. Vous ne pouvez donc pas vous référer à la performance historique de cette entreprise dans l'évaluation de votre investissement. Au lieu de cela, vous devrez supposer que nous réaliserons notre plan d'affaires afin de réussir et de réaliser un retour sur investissement. Ce n'est en aucun cas assuré, et si nous ne fonctionnons pas comme prévu, vous risquez de perdre la totalité de votre investissement.

Nous n'avons obtenu aucun client à cette date

Un aspect-clé de la mise en œuvre réussie de notre plan d'affaires sera la signature de contrats de licence avec des distributeurs. À ce jour, nous n'avons conclu aucun accord avec de telles organisations pour distribuer nos services. Si nous ne sommes pas en mesure de conclure des accords avec ces organisations, ou si les conditions dans lesquelles elles sont disposées à distribuer nos services sont moins favorables que celles que nous prévoyons actuellement, nos résultats financiers et nos perspectives commerciales pourraient être considérablement affectés.

Nous ne sommes pas certains que les consommateurs accepteront nos produits

Bien que nous croyions que nos services plairont aux consommateurs, nous ne sommes pas certains que le public acceptera largement nos services, car nous ne les avons pas offerts au grand public à ce jour. De plus, il se peut que nous ne soyons pas en mesure de commercialiser nos services auprès du public, si nous ne sommes pas en mesure de constituer une équipe de vente expérimentée pour commercialiser correctement notre produit. Un échec à atteindre nos objectifs de pénétration des ventes auprès des consommateurs pourrait sérieusement nuire à notre programme et potentiellement réduire nos revenus en cours, car les clients pourraient décider de changer leurs comportements d'achat.

Nous pourrions ne pas être en mesure de protéger nos droits de propriété

Une grande partie de notre plan d'affaires dépend de notre capacité à commercialiser nos produits en tant que service unique doté d'une technologie exclusive et d'une large reconnaissance de notre nom. Bien que nous ayons un brevet déposé, nous ne pouvons pas être certains que nous obtiendrons finalement une couverture de brevet pour tous les pays. Si nous n'obtenons pas de brevet pour un pays donné, il peut être impossible d'empêcher des concurrents de créer des services concurrents avec les nôtres, réduisant ainsi nos revenus pour ce pays donné. De plus, nous pouvons juger nécessaire d'engager des dépenses substantielles pour poursuivre les contrevenants à notre brevet et à nos marques commerciales, ce qui détournerait du temps et des ressources dans la conduite de nos affaires et nous affecterait financièrement.

Aucun membre de notre équipe de direction n'a une vaste expérience dans l'industrie de la réservation

Aucune personne de notre équipe de direction n'a d'expérience dans l'exploitation d'une entreprise dans le secteur de la réservation pour médecins. Cette industrie est soumise à un grand nombre de règles spécialisées et de lobbying, et nous pouvons être désavantagés sur le plan de la concurrence lorsque nous tentons de mener des activités dans cette industrie sans personnes connaissant bien le secteur de la réservation. Nous avons l'intention de recruter des cadres supérieurs qui ont de l'expérience dans ce secteur, mais rien ne garantit que nous serons en mesure de retenir des personnes qualifiées à cette fin.

Nous ne pourrons peut-être pas gérer la croissance

Alors que nous commençons à établir des opérations commerciales complètes, nous allons devoir ajouter du personnel et des ressources considérables rapidement et efficacement. Parce que nous pourrions nous développer très rapidement, cette expansion pourrait peser sur nos ressources et nous empêcher de réaliser correctement notre plan d'affaires.

Un environnement réglementaire difficile peut nous empêcher de mener nos activités commerciales. L'offre de réservation pour les médecins et les professionnels de la santé est fortement réglementée dans de nombreuses juridictions. Ces réglementations prennent diverses formes dans différents pays. Cela pourrait nous faire engager des dépenses importantes pour nous conformer à ces réglementations.

Par exemple, notre programme peut être difficile à commercialiser dans certains pays. Bien que nous n'ayons pas l'intention d'exploiter ce service là où il serait interdit, il est possible que des modifications inattendues de la réglementation de divers pays nous obligent à cesser de faire des affaires dans ces pays ou à engager des dépenses importantes pour avoir le privilège de continuer à fonctionner en tant qu'entreprise dans ces juridictions.

Nous sommes confrontés à des menaces de problèmes technologiques

Comme nos produits sont principalement des produits technologiques, qui dépendent essentiellement de la disponibilité d'un personnel de haute qualité. Nos opérations sont vulnérables à la dotation en personnel, et des échecs répétés dans l'embauche du personnel qualifié peuvent entraîner une réduction de l'acceptation des consommateurs de nos produits, ce qui pourrait nuire à nos activités.

Nous sommes confrontés à un certain nombre de concurrents et nous n'avons peut-être pas les ressources nécessaires pour leur faire une concurrence adéquate

Il y a quelques entreprises dans les juridictions ciblées qui sont actuellement actives dans la réservation pour les médecins et les professionnels de la santé. Ces entreprises nous font concurrence directement et indirectement pour les utilisateurs, les annonceurs, les partenaires stratégiques et les affiliés. Comme nous l'avons vu, nous pensons pouvoir distinguer nos services de ceux de la concurrence. Néanmoins, dans de nombreux cas, nos concurrents disposent de ressources financières considérablement plus importantes et de canaux de vente et de marketing plus établis que nous, ce qui pourrait nous désavantager considérablement.

En outre, il est possible que ces concurrents étendent leurs offres de produits pour nous concurrencer plus directement, ce qui est une possibilité distincte si nous commençons à obtenir une large reconnaissance du marché pour nos services. Une forte concurrence pourrait nous obliger à réduire les prix, augmenter considérablement nos dépenses de commercialisation et pourrait nuire à nos marges bénéficiaires ou augmenter nos pertes.

Il n'y a pas de montant minimum d'offre, et nous pourrions avoir besoin de lever des fonds supplémentaires si nous ne recevons pas le financement maximum

Il n'y a aucun montant minimum de financement que nous sommes tenus d'obtenir dans le cadre de cette offre, ni aucun engagement dans lequel le produit du financement doit être placé jusqu'à ce qu'un certain montant minimum de financement soit levé. Nous aurons un accès complet à tous les fonds investis dès réception des souscriptions des actions. Il est possible que nous levions beaucoup moins que le montant maximum de financement que nous recherchons dans cette offre. Si cela se produit, nous devrons peut-être réduire considérablement l'expansion proposée et / ou lever des capitaux supplémentaires. À ce jour, nous n'avons pas pris de dispositions pour lever des fonds supplémentaires et nous ne savons pas si nous pourrions obtenir ce financement ou, si nous le faisons, sous quelle forme ou selon quelles conditions ce financement serait accordé. En tant qu'investisseur, vous courez le risque que votre investissement soit affecté par le fait que nous ne puissions pas mettre pleinement en œuvre notre plan d'affaires ou que nous devions obtenir un financement à des conditions moins favorables si nous ne recevons pas le montant maximum de financement.

Vous serez soumis à une dilution immédiate et substantielle de votre investissement

Dans notre phase de démarrage, nous avons émis des actions à nos actionnaires fondateurs, consultants et premiers investisseurs. Dans le cadre du financement d'aujourd'hui, nous levons des fonds au prix de 2,10 US\$ par action. Les investisseurs seront invités lors des prochains tours à acheter des actions à un prix supérieur à 2,10 US\$ par action pour un financement beaucoup plus important. Il s'agit d'une augmentation substantielle par rapport aux cycles de financement précédents. L'investisseur réalisera une dilution très importante et immédiate sur la valeur de votre investissement.

Nous avons un large pouvoir discrétionnaire sur la façon dont nous utilisons le produit, et nous ne pouvons pas les utiliser de la manière décrite dans le présent mémorandum

Nous avons pleinement l'intention d'utiliser le produit de cette offre aux fins énumérées dans le présent mémorandum. Cependant, la direction peut, à sa discrétion, utiliser le produit à d'autres fins si elle juge, à son avis, qu'une telle utilisation est dans le meilleur intérêt de la société. Compte tenu du large pouvoir discrétionnaire dont dispose la direction à l'égard du produit de cette offre, vous devez savoir que ces fonds peuvent être utilisés à des fins autres que celles décrites dans le présent mémorandum.

Détails de l'Investissement et Offre

Émetteur

La société s'appelle légalement MEDoctor Telehealth Ltd. à la date du présent document. Nous avons envisagé de la renommer en DocBooking, mais cela n'est pas encore effectif. C'est également une entreprise britannique.

Le siège social de la société se trouve à l'adresse suivante:

MEDoctor Telehealth Ltd.
35/37 Ludgate Hill
London EC4M 7JN
England
Company Number 11882833

Le centre d'exploitation de l'entreprise doit encore être choisi en Suisse. Une adresse postale temporaire est proposée à:

c/o Fiduciaire Vital Fid SA
4, place de la Gare
1020 Renens

Structure du capital

Le capital de la société est composé de 8 507 800 actions d'une valeur nominale de 0,01 US\$ chacune. Il n'y a qu'une seule catégorie d'actions, toutes votantes.

Offre

Par le présent document, la société propose d'augmenter son capital de 475'000 actions supplémentaires.

Admissibilité de l'acheteur

Chaque acheteur:

- (a) si vous êtes aux États-Unis ou si vous êtes une personne américaine (au sens du règlement S du US Securities Act de 1933, tel que modifié (le «Securities Act»)), vous devez être un «investisseur accrédité» vérifié (au sens du règlement D en vertu de la Securities Act) ou
- (b) si en dehors des États-Unis, doit être une personne non américaine qui n'achète pas pour le compte ou au profit d'une personne américaine (au sens de la réglementation S du Securities Act) et qui est autorisée à acheter et à détenir des actions en vertu des lois applicables de la juridiction de l'acheteur. Aux États-Unis, le placement est effectué conformément à la règle 506 (c) du règlement D en vertu de la Securities Act.

Prix par action

2,10 US\$

Forme de paiement et devise

Les devises acceptées pour l'investissement sont US\$, GBP, EURO ou CHF. La valeur du prix d'achat sera réputée en US\$, même si l'acheteur paie avec une autre devise. Le «taux de change applicable» désigne le taux de change appliqué par la banque destinataire, ou, en cette absence du taux de change de tout autre service de change accepté par la société à sa seule discrétion, le jour de la réception de l'investissement.

Utilisation du produit du placement

La société prévoit qu'une partie substantielle du produit du placement sera utilisée pour faire progresser le développement de l'infrastructure commerciale en ligne de la société, le montant restant étant utilisé à des fins générales. L'utilisation du produit est décrite dans les annexes. L'utilisation du produit peut changer au cours des développements. Ainsi, les annexes ne sont pas juridiquement contraignantes et peuvent changer de temps à autres.

Distribution de dividendes

Aucune distribution de dividendes n'est prévue aux actionnaires. À l'avenir, une distribution de dividendes ne peut être effectuée que lorsqu'un bénéfice régulier est réalisé et qu'un dividende est voté par l'Assemblée Générale des actionnaires.

Droit de vote

Les actions auront chacune un droit de vote.

Droits de liquidation

Sous réserve de la loi applicable, les détenteurs des présentes actions offertes n'auront aucun droit de liquidation privilégié en cas de faillite ou de liquidation de la société.

Actions incitatives

Il est prévu que 50'000 actions soient émises par contrat à un cadre supérieur de l'entreprise. Ces actions seront émises pour le dédommager de ses services à partir du 1er février et devraient durer 24 mois. Il n'y a pas d'autres actions émises pour toute autre compensation à la date de la présente convention. La société prévoit d'imposer des calendriers d'acquisition appropriés pour les actions incitatives émis de cette manière. La société se conformera aux lois sur les valeurs mobilières applicables concernant les actions incitatives émises aux fournisseurs de services, y compris aux membres de l'équipe dirigeante.

Conditions de consignation

Les conditions de consignation sont les suivantes:

- Les frais de consignation sont à la charge de la société.
- Le compte de consignation (aussi appelé compte de séquestre) ne rapporte aucun intérêt à l'investisseur.
- Une fois les actions remises aux souscripteurs, les fonds du compte de consignation seront versés sur un compte bancaire détenu par la société.

Le produit du présent investissement est mis sous consignation. Les détails du compte de consignation sont les suivants:

Fiduciaire Vital Fid SA
contact@jflconsult.ch
4, place de la Gare
1020 Renens

Compte de consignation en CHF

Banque: Banque Raiffeisen d'Assens
Beneficiaire: Vital Fid SA
IBAN: CH78 8080 8009 3932 2659 7
BIC: RAIFFCH22414

Date de clôture du placement privé

La date de clôture du présent placement privé est le 30 juin 2020.

Actionnaires Actuels

Il y a actuellement 8'507'800 actions ordinaires en circulation. Ce qui suit est une liste de tous les actionnaires qui possèdent individuellement plus de 3% des actions en circulation, ou s'ils sont des membres actuels ou précédents de la direction.

Nom	Nombre d'Actions	Pourcentage
Sean Kelly	2'760'390	32.45%
George Kelly	2'084'890	25.24%
Charles Kelly	1'050'000	12.71%
Derek Kelly	500'000	6.05%
Armand Schmitt Family	379'000	4.59%
Frances Gonzales	110'000	1.33%
Jeffrey Aguilera	100'000	1.21%
Jeffrey Miller	100'000	1.21%
John Griffith	100'000	1.21%
Keith Rauseo	100'000	1.21%
Autres	1'223'520	11.81%
Nombre d'Actions Actuelles	8'507'800	100.00%
Nombre d'Actions Offertes	475'000	
Nombre d'Actions après Financement	8'982'800	

Contrat de Souscription

Je reconnais (nous reconnaissions) avoir reçu le mémorandum de placement privé, daté du 25 avril 2020, décrivant l'offre de DocBooking - MEDoctor TeleHealth Ltd. (la «société») d'un maximum de 475'000 actions ordinaires (les «Actions») au prix de 2,10 \$ US par action. Je (nous) souscris par les présentes pour acheter à la Société le nombre d'Actions indiqué ci-dessous:

Prix par Action = _____ US\$

Nombre d'Actions = _____

Investissement Total = _____ US\$

Dans le cadre de la souscription à l'achat des Actions, en signant le contrat de souscription suivant, je (nous) reconnais par la présente que ce qui suit est vrai et correct.

- Je (nous) comprenons les conditions de consignation de l'accord de placement privé susmentionné.
- J'accepte que la société puisse accepter, refuser ou accepter partiellement ma (notre) souscription pour quelque raison que ce soit à sa seule discrétion.
- Je (nous) comprenons que la fiduciaire mentionnée ci-dessous agit uniquement en tant qu'agent de consignation pour la société et décline toute responsabilité quant au succès de l'offre de placement privé, et je (nous) comprenons que, si les actions perdent une partie ou la totalité de leur valeur, je (nous) ne pouvons en aucun cas tenir la fiduciaire responsable.

L'ACHETEUR

Nom: _____

Adresse: _____

Signature: _____

Date: _____

INSTRUCTIONS DE SOUSCRIPTION

Fiduciaire Vital Fid SA
contact@jflconsult.ch
4, place de la Gare
1020 Renens

Compte de Consignation en CHF

Banque: Banque Raiffeisen d'Assens
Beneficiaire: Vital Fid SA
IBAN: CH78 8080 8009 3932 2659 7
BIC: RAIFFCH22414

POUR L'ENVOI DE L'ACCORD DE SOUSCRIPTION

Veuillez envoyer les pages 33 et 34 de ce contrat de souscription par courrier postal ou par e-mail au format pdf ou image jpg à la société.

DocBooking - MEDoctor Telehealth
c/o Fiduciaire Vital Fid SA
4, place de la Gare
1020 Renens-Lausanne, Switzerland
docbooking.switzerland@gmail.com

A ÊTRE REMPLI PAR LA SOCIETE

Accepté et approuvé par DocBooking - MEDoctor Telehealth Ltd.:

Par: _____

Titre: _____

Date: _____

Annex A

Utilisation des Fonds Investis

L'utilisation du produit du capital prévu être levé est la suivante. Cette allocation de fonds n'est pas contraignante à l'accord ci-dessus et peut être modifiée par la seule décision des administrateurs de la société.

20'000 US\$	Finalisation du premier site Web (Suisse)
	- 5'000 US\$ pour les fonctions de base
	- 10'000 US\$ pour les systèmes additionnels
200'000 US\$	Dépenses Marketing des Médecins à devenir Clients
	- 160'000 US\$ Salaires
	- 40'000 US\$ Déplacements et Autres
600'000 US\$	Marketing et Ventes
	- 60'000 US\$ pour l'Assistance Téléphonique
	- 540'000 US\$ pour publicité pour attirer des patients
100'200 US\$	Réserves
79'800 US\$	Commissionnement sur Capitaux Levés
<hr/>	
997'500 US\$	Total