



ÉCONOMIE

Un Français sur deux utilise désormais Doctolib

L'an dernier, 250 millions de rendez-vous ont transité par la plate-forme. Son fondateur s'engage à ne jamais vendre les données des patients.

PAR DANIEL ROSENWEG

QUI eût cru en 2013 que Doctolib, petite société par actions simplifiées, allait envahir le quotidien des Français, et maintenant des Allemands, avant sans doute les Anglais et les Italiens ? Utilisée par un Français sur deux, selon un bilan que nous avons pu consulter, la plate-forme étend chaque jour un peu plus son emprise sur la planète e-santé, au point de faire craindre à certains la constitution d'un monopole du rendez-vous médical en ligne et des téléconsultations. Les chiffres, c'est vrai, donnent le tournis : 50 millions de visiteurs uniques en janvier, 250 millions de rendez-vous et 150 000 téléconsultations enregistrées sur l'année 2019. Sans compter le seuil des mille salariés franchi en fin d'année dernière et celui des... 32 millions de comptes actifs de patients !

Une charte de protection des données

Mais à l'heure où les GAFA (Google, Apple, Facebook et Amazon) sont critiqués voire boudés pour utiliser les données personnelles de leurs clients/visiteurs, Doctolib doit montrer patte blanche. D'autant que certains l'accusent de monnayer les données de santé. « Totalement faux ! Il y a des rumeurs, mais il n'y a jamais eu de faits. Ça n'est pas notre modèle économique. Nous nous rémunérons en louant nos services aux professionnels de santé, c'est tout », s'insurge le PDG fonda-



Levallois-Perret (Hauts-de-Seine), hier. Le PDG de Doctolib, Stanislas Niox-Chateau, compte embaucher « 3 000 à 4 000 personnes d'ici à 2024 ».

teur de Doctolib, Stanislas Niox-Chateau, qui lance aujourd'hui, à l'adresse de ses patients et des 115 000 professionnels de santé abonnés à la plate-forme, une « charte de protection des données de santé » avec dix engagements. Respect de la directive européenne dite RGPD (règlement général sur la protection des données personnelles), contrôle total et exclusif de ses données par le patient, sécurisation des données par cryptage dès la collecte, utilisation des informations pour, exclusivement, aider les patients et professionnels à organiser et gérer les rendez-vous, et engagement de ne pas vendre des données personnelles.

« C'est interdit par la loi sous peine de cinq ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende », rappelle la charte. Enfin, s'agissant de santé, le texte rappelle que toutes les données sont stockées chez un hébergeur certifié par le ministère de la Santé.

Et si demain la société valorisée à plus de 1,2 milliard d'euros était vendue ? Quid des données de santé ? « Les peines de prison et d'amende s'appliqueront de la même manière », réplique Stanislas Niox-Chateau qui assure que « ça n'est absolument pas d'actualité. Nous voulons montrer que, contrairement à certains grands acteurs du digital, il est possible d'innover

sans renoncer aux valeurs d'humanité et d'éthique », martèle le PDG qui espère « obliger les autres acteurs de l'e-santé, présents et futurs, à s'aligner ». Cet engagement de

non-exploitation des données personnelles est devenu un passage obligé pour la société qui ambitionne de devenir le Google de la santé en Europe, en imposant petit à petit sa vision du cabinet médical de demain. Et c'est bien parti car la licorne française ne cesse de battre ses propres records.

Pas un mois ne passe sans que 3 000 à 4 000 nouveaux médecins, infirmiers, dentistes, pédiatres, kinés... ne viennent grossir l'effectif des professionnels abonnés à Doctolib, et donc l'offre de rendez-vous. Un cercle vertueux pour la jeune entreprise, devenue aussi l'un des acteurs majeurs de l'alternative aux urgences hospitalières. En 2019, révèle son président, 13 millions de rendez-vous ont été pris dans les 24 heures précédant les consultations. Grâce notamment au temps médical gagné par la baisse de 60 % des rendez-vous non honorés. Une dynamique qui pousse Doctolib à prévoir déjà l'embauche de « 3 000 à 4 000 personnes d'ici à 2024 ».

« Il y a un risque de monopole »

Le succès de Doctolib inquiète. « Il y a un risque de monopole », souligne le docteur Jean-Paul Hamon, président de la Fédération des médecins de France. Il est vrai que la concurrence se raréfie. Notamment depuis qu'en juillet 2018, Doctolib a racheté son principal concurrent : MonDocteur. La nouvelle entité revendiquée déjà un abonné sur deux parmi les spécialistes et un sur quatre chez les généralistes. Nouvelle consolidation en février avec Docavenue (propriété du groupe Cegedim) qui a racheté le site de rendez-vous en ligne RDVmedicaux. Ensemble, ils comptent 12 000 abonnés. Loin derrière, Allodocteur, Doctena, RDV Med, Docteur rendez-vous... peinent à percer, avec peu de professionnels de santé inscrits sur ces plates-formes.