



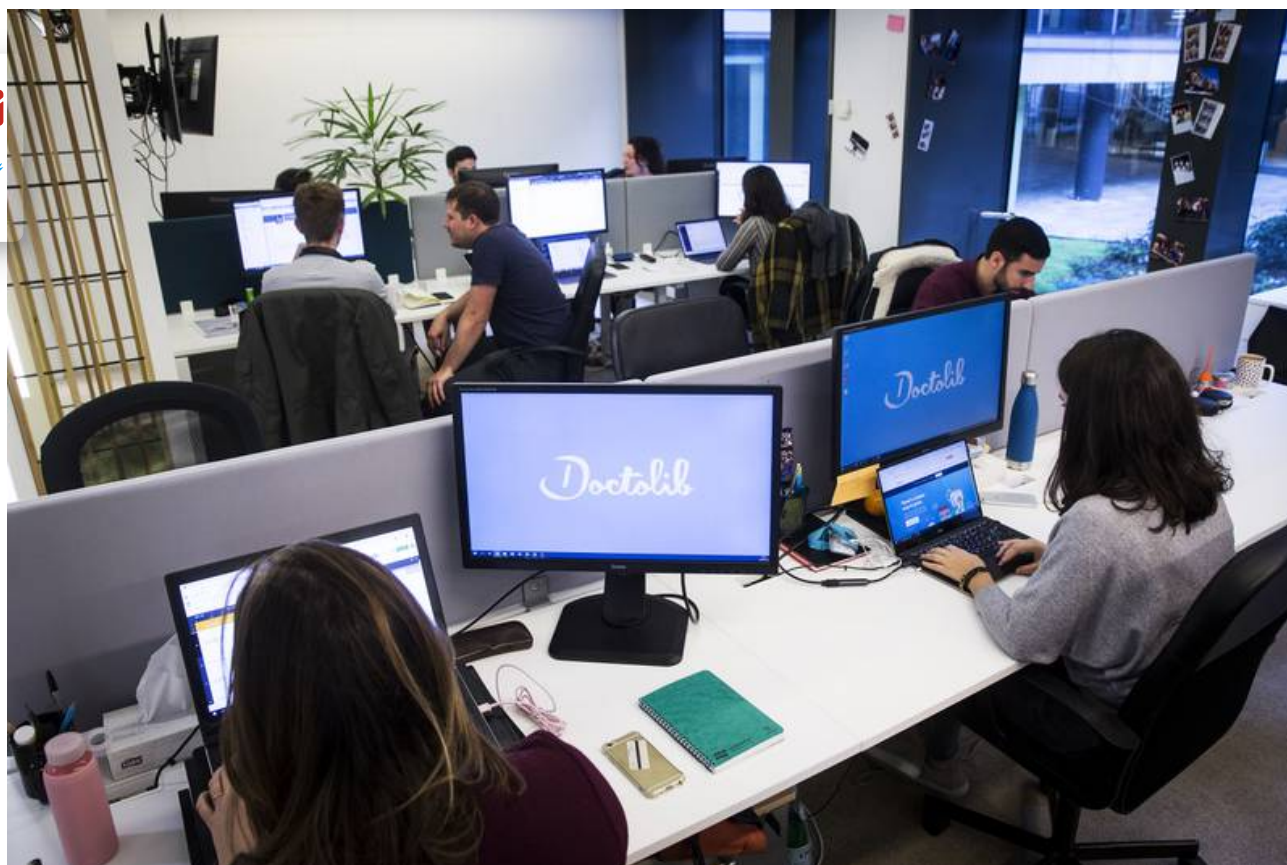
[Accueil](#) / [Economie](#) / [Economie numérique](#)

Récit

Doctolib, un nouveau monopole sur ordonnance ?

Article réservé aux abonnés

Désormais incontournable dans la santé, la société chérie de la macronie n'a laissé que des miettes aux concurrents qu'elle n'avait pas encore avalés. Les médecins s'inquiètent mais il est peut-être trop tard.



Les bureaux de Doctolib en 2019, lors de la visite de Cédric O, secrétaire d'Etat chargé du Numérique. (Gilles Bassignac/Divergence)

par Arthur Quentin

publié le 30 juillet 2021 à 20h35

Nous sommes le 3 avril 2019. Bien avant la pandémie de Covid-19. Cédric O vient tout juste d'être nommé secrétaire d'Etat au Numérique et pour sa première apparition publique, il fait le choix symbolique de se rendre chez Doctolib. Très enjoué, il déambule dans les locaux de la jeune société de prise de rendez-vous médicaux en ligne. Il veille scrupuleusement à saluer tous les employés et tutoie son jeune PDG (34 ans) Stanislas Niox-Château, traduisant une forte proximité entre l'entreprise et le gouvernement. Ce dernier est encore plus souriant que son invité, pour ne pas dire euphorique. Et pour cause. Doctolib vient d'accomplir une levée colossale

auprès de General Atlantic, un fonds d'investissement américain : 150 millions d'euros. Ce qui lui a permis d'entrer dans le club des «licornes» françaises, ces start-up valorisées à plus d'un milliard de dollars. Le genre de success-story de la «French Tech» qui plaît en macronie.

Editorial

Doctolib, un ogre aux bons soins de la macronie



Editorial 30 juil. 2021



Grâce à ses ingénieurs, l'entreprise a su mettre au point un outil à la fois performant et ergonomique pour mettre en relation médecins et patients et faciliter la prise de rendez-vous en ligne. Doctolib, qui tire ses revenus des abonnements payés par les professionnels de santé pour accéder à ses services, a connu depuis sa fondation en 2013 une ascension fulgurante. Aujourd'hui elle compte 1 700 salariés et collabore avec plus de 120 000 professionnels de santé (dont près de 40 000 médecins). Elle est déjà bien présente en Allemagne où elle participe à la campagne de vaccination et compte 30 000 clients, commence à l'être en Italie et sûrement dans d'autres pays à l'avenir. Et son chiffre d'affaires ? La société ne communique pas là-dessus, mais il peut être estimé à 50 millions d'euros par mois. Malgré cela, elle qui investit énormément dans son développement n'a pas encore atteint la rentabilité.

La crise sanitaire a accéléré les choses pour la start-up devenue licorne. A la faveur de celle-ci, Doctolib s'est imposée comme un acteur essentiel. La vaccination, la réalisation de tests : tout passe par Doctolib. Quant à la téléconsultation, service que la société a commencé à déployer début 2019 et qui cherchait encore son public, elle a connu un formidable coup de pub avec le confinement.

«Vous n'êtes plus un client, mais devenez le prestataire de cette entreprise»

Cette ascension s'est faite avec la bénédiction de l'Etat qui, en tant qu'actionnaire via la Banque publique d'investissement, voit dans la jeune société un fleuron français susceptible de tutoyer un jour les géants mondiaux de la santé numérique. Le marché de l'e-santé est monumental : en octobre 2019 – avant le boom induit par la pandémie de Covid-19 – le cabinet de consulting Frost & Sullivan estimait qu'il atteindrait plus de 230 milliards d'euros d'ici à 2023. De quoi attiser les ambitions de nombreuses start-up qui rêvent de venir talonner les acteurs traditionnels de la santé : Doctolib donc, son équivalent américain ZocDoc, la suédoise Livi, la britannique Babylon Health...

En attendant de s'imposer sur la planète santé, Doctolib règne de manière hégémonique sur le marché français. En juin 2020, le site internet Le Guide Santé a réalisé une enquête auprès de 81 631 professionnels du secteur abonnés à des services de gestion en ligne des consultations. Plus de 90 % d'entre eux l'étaient à Doctolib... Une position de quasi-monopole donc, qui peut inquiéter. Une enquête de l'Autorité de la concurrence, ouverte après une plainte pour «abus de position dominante» fin 2019 (vraisemblablement déposée par un concurrent) est toujours en cours. Le siège de l'entreprise, à Levallois-Perret, a même été perquisitionné en mai dernier.

A lire aussi

Doctolib, Keldoc, Maia : comment sont rémunérées les plateformes de prises de rendez-vous de vaccination ?

CheckNews 3 mars 2021 [abonnés](#)

Plusieurs médecins redoutent aussi la montée en puissance de Doctolib. *«S'ils sont seuls sur ce marché, ils vous tiennent, et la relation se modifie : vous n'êtes plus un client, mais devenez le prestataire de cette entreprise»*, pointe le Dr Jérôme Marty, président du syndicat de l'Union française pour une médecine libre (UFML-S). Un des risques lorsqu'une entreprise détient le monopole sur un marché, c'est de faire flamber les prix en dictant sa loi. Nous n'en sommes pas là, mais les services de Doctolib sont déjà les plus

onéreux : comptez 129 euros par mois pour la prise de rendez-vous en ligne et 79 supplémentaires pour la téléconsultation. Les concurrents Maiaa et Keldoc proposent ces deux mêmes services pour respectivement 149 et 89 euros. Leur problème est surtout leur manque de visibilité par rapport à celle de Doctolib.

Jean-Paul Hamon de la Fédération des médecins de France (FMF) estime à ce propos que l'Etat «sert la soupe» à Doctolib et que favoriser son hégémonie «ne rend pas service à la santé» : «Il vaut mieux multiplier les solutions pour ne pas être dépendant.» Il faut croire que le gouvernement s'en est rendu compte : en janvier, les challengers Maiaa et Keldoc ont été retenus avec Doctolib par les pouvoirs publics pour accompagner l'ouverture de la vaccination au grand public. Dominique Pon, responsable de la transformation numérique au ministère de la Santé, considère que «même si Doctolib avait une énorme avance d'un point de vue de parts de marché, cela a tout de même permis l'émergence de Keldoc et Maiaa».


Cette émergence est à relativiser puisque la prise de rendez-vous pour une grande majorité des centres de vaccination (près de 80 %) a été confiée à Doctolib. Mais il faut reconnaître que ses concurrents ont gagné une certaine visibilité, notamment dans certaines villes comme Toulouse pour Keldoc ou Marseille pour Maiaa. Le directeur général de Doctolib France lui-même, Arthur Thirion, se réjouit de la croissance de nouveaux acteurs : «Je vois d'un très bon œil l'existence de Maiaa, Keldoc, et plein d'autres start-up qui, je l'espère, vont se créer dans le monde médical. Car c'est le fait que l'on soit plus nombreux et qu'il y ait de la compétition qui va nous permettre de nous tirer vers le haut», assure-t-il à *Libération*. De belles paroles qui en feraient presque oublier comment la licorne qu'il représente est arrivée là où elle en est aujourd'hui.

Asphyxiés par la stratégie absolutiste

Si Doctolib salue aujourd'hui sa concurrence, il y a quelques années l'entreprise s'évertuait plutôt à la réduire le plus possible. En 2018, il existait

encore quatre acteurs crédibles sur un marché encore naissant (un peu plus de 10 % des praticiens étaient équipés). A l'époque, Doctolib est déjà le leader avec 45 000 clients, mais MonDocteur qui en compte 10 000 n'est pas en reste et peut envisager de concurrencer son rival. La future licorne n'en fera pourtant qu'une bouchée : disposant d'importantes liquidités grâce à deux précédentes levées de fonds, elle rachète MonDocteur au groupe Lagardère pour 60 millions d'euros en juillet 2018.



 Restent alors Docavenue et RDVMédicaux. Ils seront asphyxiés par la stratégie absolutiste de Doctolib. Celle-ci consiste d'abord à démarcher le plus de médecins possible grâce aux nombreux commerciaux que la société emploie (selon une enquête de *Télérama* l'an dernier, ils représenteraient 80 % des salariés). Ils sont présents dans chaque région de France, appellent les cabinets ou s'y rendent directement, ce qui ne laisse pas vraiment le choix aux praticiens...

A lire aussi

Doctolib, une santé d'affaires

Santé 20 mars 2019

A l'époque, les patients étaient aussi naturellement incités à choisir Doctolib par la «magie» du référencement. En octobre 2018, une fronde emmenée notamment par le docteur Bertrand Legrand se lève contre la société. Cette dernière est accusée de détournement de patientèle. Quand une personne cherchait le nom d'un médecin sur Google, le premier choix était ainsi une page Doctolib le mentionnant, et ce même si ce praticien n'en était pas client. En cliquant dessus, il se retrouvait face à une liste de médecins (eux clients de Doctolib) avec des créneaux de rendez-vous, celui recherché initialement n'y figurant pas. La communauté médicale s'enflamme alors et crie au «*Doctolibgate*».

«C'est quelque chose qui a été corrigé par Doctolib depuis. Mais à l'époque c'était totalement délibéré. Des rubriques spécifiques avaient été faites dans

leur code informatique», explique Bertrand Legrand, qui continue d'inspecter régulièrement les pages de Doctolib. Ce médecin généraliste à Tourcoing (Nord) raconte même avoir été appelé par General Atlantic, le fonds d'investissement auprès duquel Doctolib s'apprêtait à lever 150 millions. *«Ils voulaient savoir quel était le niveau du contentieux. Je leur avais signalé qu'il y avait un risque pénal qui n'était pas à négliger.»* La levée aura tout de même lieu en mars 2019.



«Les vrais concurrents de Doctolib, ce sont encore les praticiens»

Un autre événement a fait grincer des dents. L'attribution en 2016 du vaste marché de la prise de rendez-vous en ligne des Hôpitaux de Paris (AP-HP).

Politique

•Internat

•CheckN

• Culture

•Idées et

• Société

• Environ

• Econom

• Lifestyle

• Portrait

• Sports





Sections



JEAN-PIERRE LAROCHE

Doctolib en emploie plus du triple et vise le milliard d'euros de chiffre d'affaires.

On peut toutefois lui donner raison sur un point : sur les quelque 220 000  médecins en activité en France, beaucoup ne sont pas encore abonnés à aucun service de ce type.  «*Les vrais concurrents de Doctolib, ce sont encore les praticiens qui prennent en consultation libre, usent de leur téléphone ou ont un secrétariat. En réalité, Doctolib ne pèse pas plus de 30 % du marché*», analyse le Dr Bertrand Legrand. Mais à l'avenir, la majorité des médecins soucieux de garder et d'étendre leur patientèle seront tentés de s'abonner aux services de la licorne ou à ceux d'un concurrent qui aura résisté au rouleau compresseur. Nous y sommes peut-être déjà : aussi réfractaire qu'il soit, le Dr Jérôme Marty de l'UFML-S est lui-même sur Doctolib.

La pandémie de Covid-19 en France

Dans la même rubrique