

Maiia fait de l'hébergement des données de santé son atout pour contrer Doctolib

Retenue par le gouvernement comme prestataire pour la prise de rendez-vous en ligne en vue de la vaccination contre le Covid-19, Maia mise sur l'expertise de sa maison-mère Cegedim. La plateforme est agréée pour héberger des données de santé et estime qu'une fenêtre existe sur ce marché, malgré l'hégémonie de Doctolib.

Son service a près de 6 ans de moins que Doctolib. Pourtant, Maia estime avoir les cartes en main pour combler son retard dans le domaine des agendas médicaux. Créé en 2018 par Docavenue, une filiale de Cegedim, l'outil a hérité de les fondations techniques des précédents logiciels développés par le groupe cinquantenaire - spécialiste de la gestion de cabinets médicaux. Il a aussi récupéré sa base de 100 000 utilisateur·rice·s. Il n'a donc pas tout à bâtir, comme son principal concurrent... parti de zéro à sa création en 2013. « *Un agenda numérique a toujours été intégré aux offres pro de Cegedim, sans que cela ne soit un grand succès commercial* », raconte à Maddyness Richard

Kritter, directeur produit de Maiia, qui précise que la volonté d'investir dans ce segment a été prise « *courant 2018* ».

Un hébergeur de données de santé agréé

La filiale de Cegedim a estimé que la prise de rendez-vous en ligne, à l'image de ce que propose Doctolib, était une brique cruciale afin de fournir « *un service à la fois au patient et au professionnel* ». Portée par les synergies de groupes, Maiia a aussi saisi l'opportunité de la présentation par le gouvernement de sa stratégie Ma santé 2022 – qui encourage notamment le développement de la télémédecine. « *Nous n'avons que 12 mois pour sortir un produit qui s'intégrerait dans l'écosystème Cegedim* », pointe Richard Kritter. Cela a été chose faite en février 2020, avec un credo : si Doctolib occupe une position hégémonique sur le marché, seul·e·s 20 % des praticien·ne·s sont équipé·e·s dans l'effet. L'espace est suffisant pour que l'entreprise prospère.

Il y avait également un enjeu en matière de concentration selon Maiia, puisqu'en 2018 son principal adversaire sur le segment de la prise de rendez-vous en ligne n'a fait qu'une bouchée du numéro 2 du marché à l'époque : MonDocteur. « *Les professionnels auraient inévitablement souffert d'un manque de concurrence* », avance Richard Kritter, qui rappelle que c'est cette dernière qui « *stimule l'innovation* ». D'ailleurs, la filiale du groupe de technologies et de services de santé cultive sa différence. Des téléconsultations sont disponibles « *sans rendez-vous, contrairement à Doctolib* ». Des « *centaines de milliers de documents* » sont, par ailleurs, partagés tous les mois entre patients et praticiens. Et c'est là que Maiia dispose d'un avantage stratégique : sa maison-mère a été agréée par l'Agence française de la santé numérique pour héberger des données de santé à caractère personnel. Tout peut donc être traité en interne, quand Doctolib a recours à un prestataire assermenté pour manipuler ces informations sensibles. Pour mémoire, la scaleup avait été victime d'un vol de données personnelles non-médicales à l'été 2020.

À lire aussi

Covid-19 : Doctolib tenu d'accorder des rendez-vous à ceux qui en font la demande

Gagner en visibilité grâce à la vaccination

Pouvoir s'appuyer sur un groupe d'ores et déjà établi, disposant d'infrastructures critiques, « *rend tout scalable en matière de technologies* », estime Richard Kritter. C'est ce qu'a voulu prouver Maiia en se positionnant pour devenir l'un des prestataires de l'État dans le cadre de la campagne de vaccination contre le Covid-19. Retenue aux côtés de Doctolib et de Keldoc, la filiale de Cegedim dit n'avoir eu « *que quelques molettes à ajuster pour régler les serveurs* » et les rendre capables d'encaisser la demande de rendez-vous. Elle revendique 2 millions de comptes patients, avec une accélération ces derniers mois. Cet engagement dans le processus vaccinal constitue une opportunité de « *gagner en visibilité, au-delà de l'aide apportée à la population* ». Comme son concurrent, la plateforme ouvre des créneaux dans les centres de vaccination au fur et à mesure que le gouvernement alloue des doses.

Maiia n'a pas souhaité donner les tarifs négociés avec le ministère des Solidarités et de la Santé - Doctolib a, pour sa part, précisé appliquer le prix de son abonnement mensuel classique, soit 129 euros par mois et par centre. Richard Kritter souligne néanmoins que « *tous les acteurs se sont alignés au niveau tarifaire et aucun n'est rentable sur l'opération, car le fait d'envoyer des SMS de rappel en vue du rendez-vous aux patients coûte cher* ». Selon le directeur produit, ce type de services est « *même plus accessible pour les centres de vaccination* » qu'il ne l'est pour les professionnels de santé exerçant en libéral. Dès « *la fin février* », plus précisément le jeudi 25 à en croire les dernières annonces de Doctolib, les pharmacies et cabinets de médecins généralistes volontaires pourront enfin participer.

À lire aussi

[Covid-19 : la vaccination en entreprise peut accélérer la campagne](#)

Le télésuivi comme axe de

développement

La filiale de Cegedim planche déjà sur le « préparamétrage » de son outil pour ce nouveau public, qui y est moins habitué. « *Nous comptons aujourd'hui 1 800 pharmacies équipées, notamment pour ce qui relève de la téléconsultation. La prise de rendez-vous est moins répandue dans les officines, que l'on démarche ou qui nous contactent directement en vue de la vaccination* », affirme Richard Kritter, qui précise « *ne pas encore avoir de visibilité sur le nombre d'établissements, sûrement important à terme* », qui souhaiteront être équipés. Le directeur produit argue toutefois que sa plateforme est « *tout à fait robuste et évolutive* ».

C'est justement la stratégie de développement envisagé par Maiia à plus long terme, une fois la crise sanitaire passée. L'accent sera mis sur le télésuivi. La plateforme sera adaptée pour faciliter la transmission d'informations entre patients et praticiens, par saisie manuelle ou par le biais d'objets connectés (stéthoscope, otoscope, balance, etc.). Maiia entend aussi favoriser l'échange de données médicales entre professionnels via un chat sécurisé afin que ceux-ci puissent s'adresser des patients les uns aux autres. De multiples recrutements sont prévus (développement commercial et produit) ces prochains mois pour concrétiser cette vision, alors que la filiale de Cegedim se dit « *en pleine structuration* ». Pour rappel, elle fait état de quelque 200 salarié-e-s à date quand sa maison-mère en compte au total 5 300 dans 10 pays. Cette dernière affirme avoir généré en 2020 un chiffre d'affaires de 497 millions d'euros.