



Convaincre son sponsor – l'histoire de Mes Remboursements Simplifiés

Je m'appelle Clélia Pienne et je suis conseillère au cabinet du Directeur Général de la Caisse Nationale de l'Assurance Maladie et notamment en charge du suivi des projets innovants.

En tant que sponsor mon job est de veiller à ce que les conditions nécessaires à la survie de la startup soient réunies. Je soutiens les intrapreneurs, je les aide à anticiper des difficultés qui viendraient de l'interne. Je m'assure qu'il n'y aura pas d'obstacles institutionnels, je facilite tout ce qui peut favoriser la réussite du projet, par exemple en préparant des relais au sein des directions centrales pour qu'elles deviennent supportrices.

L'objectif de mon témoignage est de vous donner des éléments pour vous permettre de convaincre votre futur sponsor de soutenir votre idée de startup .

La Startup d'Etat que je sponsorise s'appelle MRS ce qui veut dire mes remboursements simplifiés. C'est l'idée de deux supers intrapreneurs de la Caisse primaire d'assurance maladie de Toulouse.

Comment est-ce qu'ils m'ont convaincue de monter la Startup d'Etat ? Je dirais qu'il y a deux points essentiels.

Le premier critère est, comme vous l'a dit Pierre, le fait de bien identifier le problème, bien le qualifier et le quantifier. Mais au-delà de ça, je suis sensible à ce que ça dit de l'intrapreneur. Il faut beaucoup d'énergie pour se lancer dans l'aventure. Il faut y croire. Ce qui m'intéresse c'est :

- Qu'est ce qui a motivé l'idée ?
- Qu'est ce qui est au centre de ses préoccupations ?
- À quel point l'intra est prêt à se bouger pour résoudre le problème.

Les intrapreneurs de MRS ne sont pas venus en disant « *Tiens on va dématérialiser le formulaire B3625 parce qu'il ça sera plus facile à traiter* ».

Ils ont dit : « *Le remboursement des transports représente plus de 4% des dépenses de santé, soit plus de 60 millions d'euros en Haute Garonne. Le véhicule perso est le moins onéreux mais il ne représente que 1% des transports remboursés. Passer à 20% ferait gagner 1 million d'euros sur le seul CHU* ».

Ce que j'ai compris moi du problème, ce que j'ai décodé, c'est que l'intrapreneur en avait vraiment marre de cet insuccès et qu'il voulait changer les choses.

Parce que son vrai "drame" c'est qu'il a beau porter ses meilleurs arguments auprès des hôpitaux et des médecins, rien y fait, les patients préfèrent prendre le taxi.

Créer des services publics numériques innovants



beta.gouv.fr

C'est différent de l'intrapreneur qui vient présenter un problème parce qu'il croit qu'il aura des bons points. Là on sent que l'intra est moteur et qu'il est prêt à se mouiller, à prendre des risques pour tester une solution et à aller jusqu'au bout.

La deuxième chose importante concerne la faisabilité et le potentiel disruptif du projet. Ce qui compte vraiment ce n'est pas la faisabilité technique, ni l'innovation en soi, mais la manière dont le projet est envisagé et s'il va créer de la valeur. Est ce que le projet est mûr et si on le fait quel est l'impact ? Est ce que ça induit un changement de comportement ? Qu'est ce qui se passe si on passe à l'échelle ?

C'est réaliste quand on n'a pas pensé à tout mais qu'on manifeste la volonté d'être à l'écoute des utilisateurs, qu'on a une stratégie mais plusieurs leviers d'actions et qu'on définit des indicateurs qui vont mesurer si on est dans la bonne voie.

C'était le cas pour MRS. Ils m'ont dit : on pense que le bon angle d'attaque c'est de s'appuyer sur l'utilisateur. On va radicalement simplifier le remboursement des frais d'utilisation de sa voiture pour aller à l'hôpital, de manière à favoriser ce mode de transport. On va essayer de comprendre pourquoi le 1% en allant à la rencontre des patients et on va définir avec eux le processus qu'ils attendent. On va voir si, en 6 mois, on arrive à convertir 100 utilisateurs à changer leurs habitudes grâce à notre nouveau service.

C'est différent de la personne qui a l'idée d'un super service mais qui n'a aucune idée de la manière de l'implémenter, c'est parce qu'en fait elle n'est pas partie d'une situation concrète, de la réalité d'une pratique ou d'un usage.

A l'opposé il y a l'intra qui vient pour qu'on développe un produit, généralement une appli qui va lui simplifier la vie et dont il a quasi le cahier des charges en tête. On ne voit pas ce que ça va résoudre comme problème à part lui faire gagner du temps...

Voilà en résumé les 2 choses que j'essaie de détecter dans la fiche projet :

- 1/ l'envie de l'intra d'aller au bout de son idée avec persévérance mais sans être borné ;
- 2/ sa capacité à être à l'écoute et comprendre le besoin utilisateur sans en être l'esclave.

J'espère que vous tirerez quelques conseils de ce retour d'expérience. Bonne chance. Be cool.