

Activité du 1^{er} semestre 2005 : + 11,8 % **Doctissimo représente plus de 50 % du chiffre d'affaires du groupe au 2^{ème} trimestre**

La croissance de MEDCOST s'est intensifiée au 2^{ème} trimestre de l'exercice 2005, avec un chiffre d'affaires de 1,15 M€, en progression de 17 %.

Après un 1^{er} trimestre en hausse de 7 %, cette accélération permet à MEDCOST de totaliser un chiffre d'affaires de 2,34 M€ sur les six premiers mois de l'exercice, soit + 11,8 % par rapport au 1^{er} semestre 2004.

Données consolidées, en K€	T2.05	Δ / T2.04	S.1 2005	S.1 2004	Δ S1.05 /S1.04
Web Agency	306	- 24,8 %	775	1 047	- 26,0 %
Conseil	259	+ 1,6 %	549	488	+ 12,5 %
Edition grand public	583	+ 82,8 %	986	528	+ 86,7 %
Autres produits	16	ns	25	26	ns
Total CA consolidé	1 164	+ 17,0 %	2 335	2 089	+ 11,8 %

Cette évolution traduit l'évolution de Medcost vers un positionnement d'éditeur Web.

Les activités de Web Agency, pour lesquelles MEDCOST poursuit une stratégie opportuniste, totalisent un chiffre d'affaires de 0,78 M€ au 1^{er} semestre 2005, contre 1,05 au 1^{er} semestre 2004.

Le Conseil a progressé de 12,5 % au cours de la même période.

L'édition grand public, vecteur de développement prioritaire : + 87 %

Avec un chiffre d'affaires de près d'1 M€, l'activité d'édition grand public a presque doublé au 1^{er} semestre 2005. Ces chiffres reflètent l'ambition que se donne MEDCOST pour l'édition électronique : Doctissimo.fr, leader des sites santé en France, est aujourd'hui accompagné des sites Ados.fr et Momes.net, afin de présenter une offre complète tournée vers la famille.

Perspectives 2005

Souhaitant appuyer son développement en priorité sur l'édition électronique et son modèle de revenus publicitaires, MEDCOST poursuit en 2005 les investissements nécessaires à la progression de son audience par l'extension de son offre.

2005 est en effet marquée par un double accroissement de la pression concurrentielle sur Doctissimo :

- provenant d'une nouvelle offre de contenus santé (lancement de nouveaux sites santé),
- issue de portails généralistes comme Yahoo! et Msn qui étoffent continuellement leurs services.

Pour y faire face, MEDCOST investit dans le domaine éditorial, en améliorant et élargissant son offre de contenus (auprès de nouveaux publics et sur de nouveaux formats comme la radio et la WebTV) et en accélérant la mise à disposition d'applicatifs web communautaires simples, gratuits et riches en fonctionnalités.

MEDCOST se donne ainsi les moyens de mieux répondre aux exigences croissantes des internautes.

Cependant, compte tenu d'un marché publicitaire général atone, MEDCOST anticipe désormais une croissance du chiffre d'affaires de DOCTISSIMO de 70 à 90 % sur 2005, au lieu du doublement initialement prévu. MEDCOST confirme son objectif d'accroissement de la rentabilité de DOCTISSIMO, mais la moindre croissance du chiffre d'affaires publicitaire ne compensera pas la baisse tendancielle de la Web Agency et affectera donc la rentabilité de l'ensemble.

A partir de 2006, le déclin de la Web Agency ne devrait plus peser sur la rentabilité consolidée, du fait :

- du caractère de plus en plus marginal de cette activité,
- de la poursuite anticipée d'une très forte croissance de DOCTISSIMO.

Les résultats semestriels de MEDCOST (normes IFRS) seront publiés le 4 octobre 2005.

A propos de Medcost

Medcost réunit les compétences complémentaires (médecine, informatique et communication) et propose des services couvrant le conseil, la communication interactive et l'édition électronique grand public à travers sa filiale Doctissimo.

Medcost est cotée depuis le 9 juin 2000 (Nouveau Marché puis Compartiment C de l'Eurolist Paris).

Vos contacts

Medcost

Christophe Clément
Directeur Financier
Mobile : 06 85 08 90 52
c.clement@medcost.fr

Communication financière - Actifin

Nicolas Meunier – Stéphane Ruiz
Tél : 01 56 88 1111
nmeunier@actifin.fr

Retrouvez-nous également sur www.medcost.fr et www.doctissimo.fr