

**Communiqué de presse**  
Paris, le 9 février 2004

## **Le décollage de Doctissimo a partiellement compensé la baisse des activités multimédia.**

Au 31 décembre 2003, le chiffre d'affaires consolidé de Medcost s'est établi à 3,61 M€ contre 4,48 M€ un an plus tôt.

La contraction du chiffre d'affaires, essentiellement imputable aux activités de Web agency, s'atténue progressivement sous l'effet de la croissance rapide des revenus issus des activités d'édition.

Données consolidées en M€

CA groupe Medcost (en K€)

	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2002</b>	<b>variation</b>
<b>web agency</b>	<b>1982</b>	<b>3143</b>	-37%
dont Webtrials	294	192	53%
<b>conseil</b>	<b>925</b>	<b>1087</b>	-15%
<b>édition grand public (Doc)</b>	<b>653</b>	<b>182</b>	259%
<b>autres produits</b>	<b>53</b>	<b>68</b>	-22%
<b>TOTAL</b>	<b>3613</b>	<b>4480</b>	-19%

La baisse des activités de Web agency s'est poursuivie en 2003, modérée par les progrès enregistrés dans l'offre Webtrials de gestion d'essais cliniques sur Internet.

Medcost a en revanche développé avec succès sa stratégie dans les activités d'édition grand public. Doctissimo, 1<sup>er</sup> portail francophone consacré à la santé et au bien-être, bénéficie de l'augmentation rapide du nombre d'abonnés ADSL : avec un nouveau record d'audience de 110.000 visites quotidiennes et 1 million de pages lues par jour, le site affirme sa position auprès des annonceurs sur le Web et accentue la progression de ses recettes publicitaires.

### **Perspectives**

En 2004, le redémarrage des marchés de l'informatique et du Web devrait bénéficier aux activités de service de Medcost.

La réforme en cours du système de soins engendrera, elle, d'importants besoins en conseil médico-économique à partir de la mi 2004.

Enfin, la poursuite de la montée en puissance des recettes publicitaires sur Doctissimo doit permettre au Groupe de retrouver progressivement une orientation favorable de son chiffre d'affaires.

## **A propos de Medcost**

Par la réunion de compétences complémentaires (médecine, informatique et communication), Medcost fournit à sa clientèle (industrie pharmaceutique, établissements de soins, assureurs, organisations médicales, etc) une large gamme de services à forte valeur ajoutée, couvrant le conseil, la Web agency et l'édition santé grand public.

Positionné sur les segments à plus forte valeur ajoutée du marché de l'e-santé, Medcost a connu, depuis sa création en 1995 jusqu'en 2001, une croissance soutenue et une rentabilité moyenne de 10 %. En 2001, la conjoncture très dépréciée des marchés de l'Internet a conduit la société à enregistrer les premières pertes de son histoire et à mettre en œuvre un plan vigoureux d'adaptation de ses structures aux nouvelles conditions de marché.

Au cours de l'exercice 2001, la société s'est néanmoins diversifiée, avec le rachat de Doctissimo, leader des sites santé francophones.

Medcost est cotée au Nouveau Marché de Euronext Paris depuis le 9 juin 2000.

### **Vos contacts**

#### **Medcost**

Christophe Clément  
Relations Analystes / Investisseurs  
Tél. : 01-42-15-08-08  
[c.clement@medcost.fr](mailto:c.clement@medcost.fr)

#### **Agence conseil : Point Final**

Manuel Andersen  
Communication financière  
Tél. : 01-53-30-26-87  
[mandersen@pointfinal.com](mailto:mandersen@pointfinal.com)  
Céline Pardo  
Relations Presse  
Tel : 01.53.30.27.11  
[cpardo@pointfinal.com](mailto:cpardo@pointfinal.com)

**Retrouvez-nous également sur [www.medcost.fr](http://www.medcost.fr) et [www.doctissimo.fr](http://www.doctissimo.fr)**