

## Retour à la croissance confirmé en 2004 : +10 %

**Succès du modèle d'éditeur grand public  
Consolidation des activités de prestations de services**

Au 31 décembre 2004, le chiffre d'affaires consolidé de **Medcost** s'établit à 3,96 M€, contre 3,59 M€ un an plus tôt, et marque ainsi une progression de 10,3 %.

Cette hausse confirme le retour de la croissance du groupe, tirée par le succès de sa filiale d'édition grand public **Doctissimo**. Les activités de conseil et de web agency connaissent pour leur part une stabilisation.

Données consolidées en M€

Au 31 décembre	2003	2004	Variation
Web agency	1,959	1,873	- 4,4 %
Conseil	0,925	0,954	+ 3,1 %
Edition grand public	0,653	1,092	+ 67,2 %
Autres produits	0,053	0,042	- 20,8 %
<b>Total consolidé</b>	<b>3,590</b>	<b>3,961</b>	<b>+ 10,3 %</b>

### Forte progression des revenus de Doctissimo

L'exercice 2004 consacre le succès et la rentabilité du modèle d'éditeur grand public développé par **Medcost** à travers sa filiale **Doctissimo**, 1<sup>er</sup> portail français dédié à la santé et au bien-être. L'intérêt du grand public pour les questions de santé, préoccupation n°1 des Français <sup>(1)</sup>, le développement très rapide de l'Internet haut débit et des contenus fortement attractifs permettent à **Doctissimo** d'atteindre le cap des 3 millions de pages lues par jour, pour 300 000 visites<sup>(2)</sup>.

Site de référence, **Doctissimo** est ainsi naturellement devenu en 2004 le support Internet privilégié des annonceurs du monde de la santé et du bien-être, ce qui lui permet d'afficher une rentabilité en progression régulière, le point mort ayant été atteint dès le quatrième trimestre 2003.

Durant l'exercice 2004, **Medcost** a consolidé ses positions dans ses métiers « historiques » de web agency et de conseil, dans un environnement encore marqué par la rareté de projets de grande ampleur et une pression sur les prix exercée par les offres *off shore*. Le retard pris dans la réforme de la tarification à l'activité des établissements de soins et le report des premières étapes du dossier médical personnel n'ont pas permis une relance des activités de services de **Medcost**.

**Medcost** annoncera ses perspectives de résultat 2005 lors de la présentation de ses résultats annuels 2004, le 5 avril prochain.

### 2005 : accélération de la croissance et confirmation du modèle à rendement croissant de l'édition électronique

**Medcost** envisage l'exercice 2005 avec confiance.

Le carnet de commande signé à ce jour garantit d'ores et déjà un premier trimestre profitable.

Les activités grand public devraient poursuivre leur développement très soutenu, la dynamique propre de **Doctissimo** s'ajoutant à la montée en puissance des sites récemment intégrés au groupe : **Momes.net** et **Ados.fr**.

La progression confirmée de l'audience de **Doctissimo** devrait contribuer à asseoir sa position de référence auprès des annonceurs de la santé, du bien-être et de la famille.

L'acquisition récente de deux sites détenant une part d'audience significative auprès des jeunes internautes, **Momes.net** et **Ados.fr**, devrait permettre à Medcost de conquérir les marchés publicitaires très actifs des 8-15 ans et des 15-25 ans et de dupliquer rapidement le succès du modèle économique de **Doctissimo.fr**.

Le lancement d'une Web TV renforce la stratégie grand public de **Medcost** et contribuera à confirmer sa position de leader de l'Internet de la famille, avec un objectif d'un million de visites par jour en janvier 2006.

**Doctissimo** devrait élever sensiblement son point mort au cours de l'exercice 2005 en dotant le pôle édition des moyens nécessaires à son développement :

- Renforcement de l'équipe commerciale,
- Mise en place de la plate-forme de WebTV,
- Coût de gestion des sites acquis,
- Dotations aux amortissements des développements immobilisés en 2004.

Le chiffre d'affaires de **Doctissimo** devrait croître d'au moins 100 % en 2005, ce qui couvrira très largement cette hausse du point mort et assurera une forte augmentation de la rentabilité.

La bonne tenue confirmée du marché de l'e-publicité conforte **Medcost** dans sa volonté de créer un groupe d'édition électronique dont les revenus ne seront soumis ni aux pressions sur les prix, ni à l'imprévisibilité de l'agenda de la réforme du système de santé. **Doctissimo** devrait ainsi représenter fin 2005 plus de la moitié du chiffre d'affaires du groupe.

<sup>(1)</sup> source IPSOS janvier 2005

<sup>(2)</sup> sources : Médiamétrie, Webalizer

### ***A propos de Medcost***

Medcost réunit des compétences complémentaires (médecine, informatique et communication) et propose une large gamme de services à forte valeur ajoutée, couvrant le conseil, la communication interactive et l'édition électronique à travers sa filiale Doctissimo.

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

### ***Vos contacts***

#### ***Medcost***

Laurent Alexandre  
Président de Medcost  
Mobile : 06 08 56 83 33  
l.alexandre@medcost.fr

Cédric Tournay  
Président de Doctissimo  
Mobile : 06 85 08 90 53  
c.tournay@doctissimo.fr

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

#### ***Agence Point Final***

Christine Salmeron  
Communication financière  
Tél. : 01 53 43 02 10  
csalmeron@pointfinal.com

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