

**Chiffre d'affaires 2006 : + 82 %  
Accélération de la croissance de l'audience  
Medcost devient un « Pure Player Internet »  
Priorité à la rentabilité**

**MEDCOST** annonce une forte progression de ses ventes en 2006 : le chiffre d'affaires consolidé s'élève à 8,6 M€, en hausse de 82 %. **Doctissimo, dont les revenus publicitaires ont cru de plus de 80 % sur un an, a largement surperformé le marché de la publicité on-line.**

Données consolidées, en K€	2006	2005	Var. 2006/2005
<b>Services BtoB</b>	<b>3 255</b>	<b>2 465</b>	<b>+ 32,0 %</b>
<i>dont Edition déléguée</i>	<i>2 458</i>	<i>1 491</i>	<i>+ 64,9 %</i>
<i>dont Conseil</i>	<i>797</i>	<i>974</i>	<i>-18,2 %</i>
<b>Edition BtoC (Doctissimo)</b>	<b>3 973</b>	<b>2 196</b>	<b>+ 80,9 %</b>
<b>D3P<sup>(1)</sup></b>	<b>1 316</b>	<b>ns</b>	<b>ns</b>
Autres produits	68	75	ns
<b>Total CA consolidé</b>	<b>8 612</b>	<b>4 736</b>	<b>+ 81,8 %</b>

**Edition BtoC : accélération de la croissance de l'audience en 2006**

Doctissimo a finalisé des chantiers importants en 2006 :

- le développement de nouveaux espaces communautaires (cf. infra),
- l'unification des modèles de données et des back-offices des sites du réseau,
- le passage en 1024 pixels de large et la réorganisation des modèles de page pour y intégrer de nouveaux formats publicitaires à meilleur CPM (coût pour mille),
- la construction de nouvelles bases de contenus.

Cette politique offensive s'est traduite par une très forte croissance des revenus publicitaires (+ 81 %) et de l'audience : **Doctissimo Network a atteint 4,305 millions de visiteurs uniques (VU)** en décembre 2006, contre 2,395 en décembre 2005 (soit + 80 %) (*source Médiamétrie Nielsen Netratings*).

Les extensions thématiques sont également un succès : **Ados.fr a franchi pour la première fois le cap du million de VU en décembre** (*ibid.*) ; **Fluctuat.net** s'en approche et a affiché sa meilleure audience le même mois : 863 000 VU (*ibid.*).

Les efforts consentis en 2006 pour développer ces nouveaux espaces et enrichir les contenus ont permis l'accélération de la croissance de l'audience : le nombre de visites quotidiennes de Doctissimo Network s'accroît de 1 700 visites chaque jour<sup>(2)</sup>.

De nouveaux applicatifs communautaires développés en 2006 seront lancés dans les prochaines semaines :

- **Mon Doctissimo** : service personnalisé d'accès aux applicatifs communautaires et aux contenus de Doctissimo,
- **L'annuaire des Doctinautes** : réseau social permettant aux internautes de se regrouper par affinités et d'organiser des événements,
- **Tout-partout.com** : site de petites annonces gratuites.

Ces instruments de fidélisation renforceront la cohésion de la communauté, forgée sur l'un des dix plus gros forums de discussion mondiaux (*source Big-Boards.com*). Ils permettront en outre de satisfaire les attentes des internautes en s'inscrivant dans l'évolution des usages du « Web 2.0 ».

**Le point mort mensuel de Doctissimo est désormais stabilisé** à un niveau légèrement inférieur à celui de 2006 pour une **audience qui a considérablement augmenté**. Le point mort par VU mensuel a donc parallèlement fortement diminué, passant de 0,12 € à 0,07 € entre février et décembre 2006.

### **Services BtoB : recentrage sur l'édition déléguée. Fin des expérimentations DMP**

Les activités de services BtoB sont en hausse de 32,0 % en 2006, cette croissance étant essentiellement constituée par l'édition déléguée (+64,9 %), qui profite du réinvestissement de ses clients Web.

**Le conseil en économie de la santé**, activité historique, représente en 2006 moins de 10 % du chiffre d'affaires du groupe (en baisse de 18,2 % sur un an). Cette branche n'étant plus synergique des activités Web (Doctissimo et édition déléguée), elle sera cédée au premier trimestre 2007 par essai. **Cette cession se fera sans impact significatif** sur les résultats du groupe.

Par ailleurs, la phase d'expérimentation du dossier médical personnel (DMP) ayant pris fin le 31 décembre 2006, **l'activité de la filiale D3P est mise en stand-by** dans l'attente des décisions du GIP-DMP. Un arrêt éventuel de cette activité en 2007 n'aurait pas non plus d'impact sur les résultats du groupe car il a été entièrement provisionné sur l'exercice 2006 de D3P.

Quoi qu'il arrive, l'expérience acquise grâce à D3P, en termes d'hébergement à haute disponibilité, de sécurité et de cryptage, sera précieuse pour gérer la **croissance explosive de l'audience** du groupe et les **exigences de sécurité et de confidentialité** des applicatifs de Doctissimo.

Medcost aborde ainsi 2007 en qualité de « **Pure Player Internet** », alliant deux activités fortement synergiques :

- **l'édition BtoC**, au sein de sa filiale Doctissimo, fondée sur un modèle de revenus publicitaires à rendements croissants,
- **l'édition déléguée BtoB** pour le compte de quelques clients clés.

### **Perspectives 2007**

La priorité sera donnée en 2007 à la rentabilité, qui sera assurée par la poursuite de la baisse du ratio point mort par visiteur et par l'intensification du développement commercial du réseau Doctissimo.

Depuis la fin 2006, l'audience du réseau Doctissimo a atteint une taille suffisante pour une commercialisation efficace et rentable sur **3 nouveaux territoires publicitaires** :

- **Ados.fr, qui a dépassé 190 000 visites quotidiennes** (source Médiamétrie), intéresse de plus en plus d'annonceurs soucieux de s'adresser au marché des adolescents sur un support éditorial de qualité, ouvert aux préoccupations principales de ce public : la musique, le cinéma, les séries et les jeux vidéo,
- **Fluctuat.net** a vu son audience croître de plus de 700 % en un an et est ainsi devenu le deuxième site « culture et société » du Web francophone, **accueillant plus de 130 000 visites par jour** (source Médiamétrie),
- enfin, l'audience de **Doctissimo** est devenue si importante sur certaines zones francophones (**Belgique, Suisse et Canada** notamment) qu'elle permettra de lancer la commercialisation du site dans ces pays dès 2007.

<sup>(1)</sup> Consortium mené par Medcost-Doctissimo, Réseau Santé Social et Microsoft, pour répondre à l'appel d'offre public de gestion du Dossier Médical Personnel.

<sup>(2)</sup> Variation quotidienne de la moyenne mobile à 100 jours de l'audience journalière. (Source : Médiamétrie)

---

**Prochain rendez-vous, résultats annuels 2006 : mardi 3 avril à 17h30 (après Bourse).**

#### *Vos contacts*

##### *Medcost*

**Christophe Clément**

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](http://www.medcost.fr)  
et [www.doctissimo.fr](http://www.doctissimo.fr)**