

Résultats annuels 2005

Accélération de la croissance Doctissimo, moteur du développement

MEDCOST publie les résultats de l'exercice clos le 31 décembre 2005, intégrant une bonne progression de l'activité (+19,2 %) et des pertes transitoires, liées à la mise en œuvre des investissements nécessaires à l'accélération du développement. L'exercice 2005 est surtout marqué par l'affirmation du rôle moteur de Doctissimo en ce qui concerne tant la hausse du chiffre d'affaires que les résultats.

Au 31 décembre, en M€	2005	2004
Chiffre d'affaires	4,76	3,99
Total Charges d'Exploitation	5,83	4,23
Résultat opérationnel courant	(1,07)	(0,24)
Coût de l'endettement financier net	(0,03)	(0,04)
Impôts	0,14	(0,50)
Résultat Net Consolidé	(1,17)	0,70
Résultat Net Part du Groupe	(1,17)	0,70

Résultats : une rentabilité consolidée négative malgré une contribution positive de Doctissimo.

En 2005, Doctissimo représente 47 % du chiffre d'affaires consolidé de MEDCOST, avec une croissance du chiffre d'affaires de + 93,4 % sur l'exercice : fort de son audience¹, Doctissimo a vu ses recettes publicitaires plus que doubler sur le 4^{ème} trimestre 2005. **Cette très bonne performance s'est naturellement traduite par une forte hausse de la contribution de l'édition grand public dans les résultats consolidés du groupe** : la contribution de Doctissimo au résultat d'exploitation s'élève ainsi à 0,44 M€ en 2005 (contre 0,28 M€ en 2004).

Le renforcement des équipes rédactionnelles et commerciales, les améliorations de la plateforme technique et les investissements liés au projet de Dossier Médical Partagé ont mobilisé des ressources qui ont pesé sur les comptes de l'ensemble du groupe. Le résultat opérationnel courant s'établit ainsi en perte de (1,07) M€, contre (0,24) M€ en 2004.

Ces investissements, qui pénalisent provisoirement les résultats, sont nécessaires à la conduite de la stratégie du groupe : bâtir un leader du web français à destination des femmes, de la famille et des jeunes.

2006 : priorité à l'audience

Pénétration accrue d'Internet, développement du haut-débit, mutation des médias traditionnels au profit de l'Internet, forte croissance de la publicité en ligne, évolution en profondeur de l'économie de la santé : au cœur d'évolutions accélérées, MEDCOST déploie une stratégie offensive pour occuper demain une position clé.

Dans cette perspective, les priorités pour 2006 vont à la croissance de l'audience du pôle Edition et à la focalisation du pôle Conseil / Web Agency sur les grands comptes et le Dossier Médical Partagé.

■ *BtoC : poursuite de la forte croissance de l'édition grand public*

La priorité accordée à l'audience s'est traduite par un renforcement des équipes et un élargissement des thèmes traités. L'objectif est de constituer un leader du web français à destination des femmes, de la famille et des jeunes. **L'acquisition récente du site Fluctuat.net s'inscrit pleinement dans cet objectif.**

■ *BtoB : focus sur les expertises clés*

La mobilisation sur le Dossier Médical Partagé, à travers le consortium D3P², s'accompagne d'une montée en gamme sur les activités de conseil. Cette évolution positive et prometteuse valide le bien fondé de la stratégie conduite historiquement par MEDCOST sur ce pôle.

¹ 8,15 millions de visiteurs uniques en mars 2006, source Médiamétrie.

² Consortium mené par Medcost-Doctissimo, Réseau Santé Social et Microsoft dans le cadre de l'appel d'offre public pour la gestion du Dossier Médical Personnel.

Prochain rendez-vous, chiffre d'affaires T1 2006 : semaine du 1^{er} mai 2006

Vos contacts

Medcost

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

Cédric Tournay
Président de Doctissimo
06 85 08 90 53
c.tournay@medcost.fr

Christophe Clément
Directeur Financier
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