



medcost

www.medcost.fr

L'Internet médical

à la convergence de deux marchés porteurs

Les nouveaux défis du monde de la santé

En France, le monde de la santé fait face à de nouveaux enjeux : la rationalisation économique et l'amélioration de la qualité des soins. Alors que les pouvoirs publics renforcent leur politique d'évaluation et de contrôle des pratiques médicales, les patients exigent une plus grande transparence dans leurs relations avec leurs médecins. Les nouvelles technologies sont en train de transformer l'accès à l'information et l'échange des connaissances entre professionnels de santé, pour une meilleure prise en charge des patients.

Un secteur fortement informatisé

Bien que récente, l'informatisation des professionnels de santé, très demandeurs de systèmes d'informations adaptés à leurs besoins, croît rapidement. Ainsi, près de 2 médecins libéraux sur 3 étaient informatisés fin 1999 et 95 % des pharmaciens sont équipés d'outils informatiques.

L'essor du commerce électronique B-to-B dans le secteur médical

Aux Etats-Unis, le commerce électronique destiné aux professionnels de la santé est en pleine explosion, comme en témoigne le succès de la première centrale d'achats en ligne lancée sur le marché américain dans ce secteur. En France, le chiffre d'affaires du marché des achats médicaux professionnels s'élevait en 1999 à 46 milliards de francs (source : S.N.I.P.). Ce marché représente donc un potentiel important pour le commerce électronique B-to-B. De plus, les services en ligne contribueront à renforcer la productivité du secteur de la santé et permettront de générer des économies d'échelle significatives.

En outre, les solutions Internet/Intranet sont au cœur du développement de nouveaux services à forte valeur ajoutée en santé : élaboration et diffusion massive de contenu, services personnalisés, communication en temps réel entre les différents acteurs et soins à domicile.

Un marché incontournable

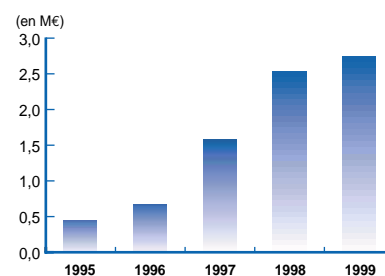
Le développement de nouveaux schémas de soins implique un recours croissant aux nouvelles technologies, appelées à constituer dans les prochaines années un rouage indispensable de l'innovation thérapeutique, de la production de soins ou de la distribution des produits médicaux.

L'Internet médical : de fortes barrières à l'entrée

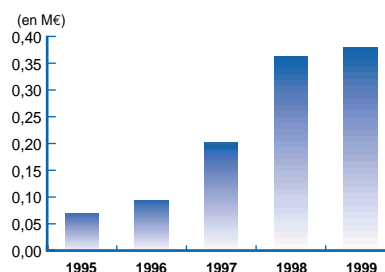
Pour se positionner sur le marché de l'Internet médical, il est indispensable de maîtriser parfaitement trois domaines : la santé, l'Internet et l'organisation des soins en France. Or, rares sont les SSII et les "Webagencies" spécialistes du secteur médical, et la maîtrise du système de soins français fait défaut aux start-up américaines de l'Internet médical. La société MEDCOST, elle, bénéficie d'une connaissance complète de ces trois domaines.

Une valeur Internet rentable

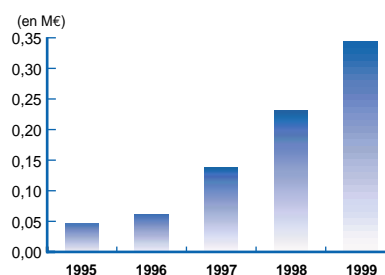
Evolution du chiffre d'affaires au 31/12/99



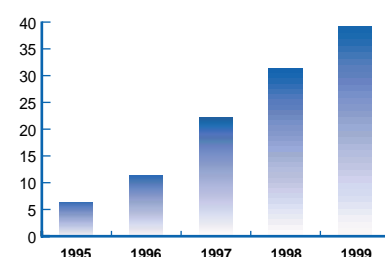
Evolution du résultat d'exploitation au 31/12/99



Evolution du résultat net au 31/12/99



Evolution des effectifs au 31/12/99



Un leader français de l'Internet médical

Fondée en 1995 par son Président actuel, le Docteur Laurent ALEXANDRE, chirurgien et économiste de la santé, la société MEDCOST est un opérateur Business-to-Business de l'Internet médical spécialisé dans quatre métiers complémentaires à forte valeur ajoutée :

- prestations de services Internet/ Intranet pour le secteur de la santé ;
- gestion d'essais cliniques en ligne ;
- gestion de réseaux de soins coordonnés et de dossiers médicaux électroniques ;
- animation de portails verticaux thématiques destinés aux décideurs du secteur de la santé.

MEDCOST intervient sur un marché spécifique, à la convergence de deux secteurs porteurs : la santé et Internet.

Grâce à une image de marque forte et une expertise reconnue, MEDCOST s'impose aujourd'hui comme un leader en France des applications Internet dédiées au monde médical.

Avec 52 collaborateurs au 1^{er} mai 2000, MEDCOST affiche un taux moyen de marge nette de 10 % depuis sa création et a réalisé, sur son dernier exercice, un chiffre d'affaires de 2,73 M€.



Message des dirigeants

Les nouvelles technologies entraînent une mutation sans précédent du monde de la santé. C'est dans ce contexte que notre société, MEDCOST, a su s'imposer rapidement sur le marché de la santé électronique.

Précurseur de l'Internet médical en France, MEDCOST est un opérateur Business-to-Business qui maîtrise quatre métiers à la pointe de la technologie : prestation de services Internet/Intranet, réalisation d'essais cliniques en ligne, gestion de réseaux de soins et animation de portails verticaux.

Notre objectif, désormais, est de devenir le leader européen de l'Internet médical. Pour cela, nous entendons conforter notre leadership sur le marché français en procédant à l'industrialisation de nos services et en accueillant de nouveaux collaborateurs, avant de nous implanter dans un futur proche sur les places européennes stratégiques (Londres et Bâle en 2001) pour y déployer nos solutions de commerce électronique. Enfin, nous prévoyons des opérations de croissance externe pour augmenter nos parts de marché en France et en Europe.

Notre société s'introduit au Nouveau Marché de la Bourse de Paris pour deux raisons majeures : accroître notre notoriété et lever les fonds nécessaires à la mise en œuvre de notre stratégie de croissance.

Laurent ALEXANDRE
Président-Directeur Général

Cédric TOURNAY
Directeur Général

Christophe CLEMENT
Directeur Général Adjoint

Thierry DISPOT
Directeur Médical

Didier BEAUMELLE
Directeur Informatique

Un opérateur Business-to-Business



MEDCOST propose une vaste gamme de services destinée aux laboratoires pharmaceutiques, aux établissements hospitaliers, aux sociétés d'assurances santé, aux organisations médicales représentatives ou à d'autres acteurs du monde de la santé. La société possède en outre une parfaite maîtrise de la gestion de projets complexes et une connaissance approfondie du secteur de la santé.

Les prestations de services Internet/Intranet

MEDCOST conçoit, développe, héberge et anime des services en ligne sophistiqués pour le compte de ses clients. Avec 150 sites hébergés au 1^{er} mai 2000, MEDCOST est le premier opérateur de sites Web médicaux en France. En avril 2000, ces sites enregistraient une audience cumulée de 152 000 sessions par mois.

La société fournit également des "briques-système", parties indépendantes de programmes existants, adaptables en fonction de la demande, aux sites Web médicaux.

MEDCOST conseille et conduit des projets globaux dans le domaine du commerce électronique. Il a su s'imposer comme un partenaire de premier plan auprès de ses clients. Le conseil est une des activités stratégiques de la société.

La gestion d'essais cliniques en ligne

Avant de commercialiser leurs médicaments, les laboratoires pharmaceutiques procèdent à des essais cliniques, qui représentent de lourds investissements. MEDCOST propose une solution de gestion d'essais thérapeutiques allant du recueil au traitement en temps réel de données cliniques en ligne. Les procédures de contrôle et de validation systématiquement effectuées au cours des différentes étapes de l'essai constituent un gage de qualité des données recueillies. Le transfert rapide des données via des serveurs sécurisés réduit la durée des essais cliniques. MEDCOST établit et gère également des panels d'investigateurs, en collaboration avec le laboratoire pilotant l'essai.

La gestion de réseaux de soins coordonnés et de dossiers médicaux électroniques

Les réseaux de soins connectent médecins, patients et chercheurs, et contribuent ainsi à la rationalisation du système de santé et à l'amélioration de la qualité des soins.

MEDCOST propose des solutions en ligne complètes qui permettent une gestion fine des dossiers médicaux, la diffusion d'informations sur les pathologies, la communication entre professionnels de santé, le suivi des patients à domicile et l'analyse médico-économique de données anonymisées.

Au second semestre 2000, la société lancera des services Web de consultation de dossiers médicaux pour les patients ainsi que des espaces de dialogues protégés réunissant médecins et patients.

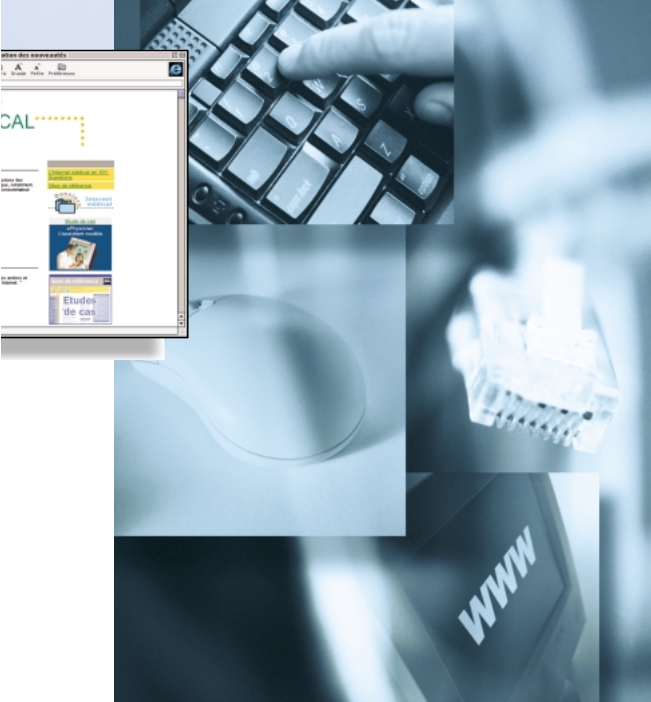
L'animation de portails verticaux

MEDCOST conduit actuellement, par autofinancement, trois projets de portails verticaux. Ces portails proposeront des services à forte valeur ajoutée dans le domaine du Business-to-Business.

Médiachat est une plate-forme électronique de gestion des achats de santé destinée aux établissements hospitaliers. Ce service implique une expertise pointue du monde de la santé (exemple : dispositifs réglementaires, traçage des produits, pharmacovigilance).

Pharma4net est un portail vertical s'adressant aux cadres de l'industrie pharmaceutique et du secteur de la santé. Avec Pharma4net, les abonnés pourront optimiser l'organisation de leur vie professionnelle et accéder à des informations personnalisées et exclusives (par exemple : agenda, bibliothèque, messagerie, tableaux de bords, journaux d'informations en santé, études et dossiers, chiffres clés, forums d'échanges).

MEDCOST projette également de lancer un portail international expert sur les thèmes liés à la médecine électronique. Ce portail sera développé à partir du site www.medcost.fr, qui fait figure de référence dans le domaine des nouvelles technologies de l'information appliquées à la santé (500 visiteurs par jour à mi-février 2000).



Un savoir-faire rare et maîtrisé

Un précurseur

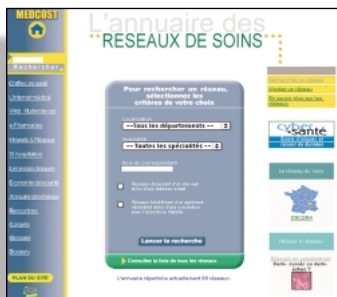
Dès sa création en 1995, MEDCOST lance le premier site Internet médical en France : www.medcost.fr. En 1996, lors de la réforme du système de santé français, MEDCOST se positionne sur des marchés émergents à forts potentiels. En 1997, la société développe sa propre plate-forme d'hébergement et le premier système d'information de réseau de soins. En 1998, MEDCOST devient le premier opérateur global de l'Internet médical et réalise, en 1999, son premier essai clinique en ligne.

Des spécialistes de l'Internet médical

Chirurgien urologue, diplômé de l'I.E.P. de Paris et ancien élève de l'E.N.A., Laurent ALEXANDRE est le précurseur de l'Internet médical en France. Fondateur de MEDCOST, il est considéré comme un véritable leader d'opinion parmi les professionnels de la santé. Issus de formations de haut niveau, les 52 collaborateurs de MEDCOST possèdent une expertise pointue dans le domaine de l'Internet médical. Un tiers des collaborateurs ont une formation médicale, atout primordial pour affirmer le savoir-faire de la société dans le secteur de la santé.

Une expertise unique

MEDCOST dispose d'une expertise à la fois technologique et sectorielle qui lui confère une position unique sur le marché. La société possède un réel savoir-faire technologique, reposant sur une veille constante. Par ailleurs, elle possède sa propre plate-forme de développement et d'hébergement et réalise le traitement de données médicales complexes. Son expérience technologique lui permet de proposer des solutions Internet/Intranet stables et sécurisées. MEDCOST maîtrise également l'ensemble des facteurs juridiques, économiques et institutionnels du secteur de la santé. Cette connaissance sectorielle approfondie fait de MEDCOST un acteur de référence sur le marché de l'Internet médical.



Une ambition européenne

Conforter son leadership en France

MEDCOST entend renforcer son leadership sur le marché français en intégrant de manière croissante les processus d'innovation thérapeutique, de production et de distribution de soins.

Pour cela, la société envisage d'industrialiser les services qu'elle a développés. En matière de prestations Internet/Intranet, MEDCOST souhaite développer des projets à forte valeur ajoutée en se concentrant sur une clientèle de grands comptes.

Concernant les essais cliniques en ligne, la société entend commercialiser largement l'offre Webtrials, dont la version expérimentale a donné entière satisfaction à l'ensemble de ses clients.

MEDCOST prévoit également d'étendre son offre de gestion de réseaux de soins coordonnés et de dossiers médicaux électroniques sur le marché français.

Dans le domaine de l'animation de portails verticaux, la société souhaite amener à maturité des services complexes à forte valeur ajoutée, tels qu'e-Healthtronics, Médiachat et Pharma4net.

Pour conserver sa position de leader en France, MEDCOST va renforcer ses équipes. Les capacités de production vont être développées et la qualité de service enrichie (exemple : mise en place d'un contact center).

Se développer à l'international

MEDCOST ambitionne de s'implanter sur les places stratégiques européennes, notamment à Londres et à Bâle, courant 2001, pour proposer des services complexes à forte valeur ajoutée. La société renforcera sa participation à des projets européens.

MEDCOST souhaite déployer son offre par étapes successives. La société proposera rapidement son offre Webtrials au niveau européen et définira progressivement le positionnement de ses portails verticaux en fonction des évolutions du marché. MEDCOST entend également asseoir son offre Internet/Intranet dans les principaux pays d'Europe.

MEDCOST

33, rue Raffet - 75016 Paris

Tél. : 01 42 15 08 08 - Fax : 01 42 15 00 17

www.medcost.fr