

Chiffre d'affaires 3^{ème} trimestre 2007 : + 80 % (nouveau périmètre) Edition grand public : + 113 %

Sur son cœur de métier d'éditeur Web, qui constitue le nouveau périmètre du groupe, Doctissimo accélère à nouveau : le chiffre d'affaires à fin septembre s'établit à 7,9 M€, en croissance de 74 % par rapport à la même période de 2006.

Données consolidées, en K€	T3 07	Δ / T3 06	9 mois 2007	9 mois 2006	Δ 9 mois 2007/2006
Total nouveau périmètre	2 595	+ 80,1 %	7 873	4 531	+ 73,8 %
Dont e-publicité	1 913	+ 113,0 %	5 565	2 840	+ 96,0 %
Dont édition déléguée	682	+ 25,6 %	2 308	1 691	+ 36,5 %
Activité en cours d'arrêt (conseil et D3P ¹)	0	ns	88	1 711	ns
Autres produits	10	ns	29	66	ns
Total CA consolidé	2 605	+ 4,7 %	7 990	6 308	+ 26,7 %

NB : en comparaison avec 2006, le 3^{ème} trimestre 2007 n'intègre plus l'activité de D3P⁽¹⁾ : la perte du chiffre d'affaires consolidé de la filiale s'accompagne d'une diminution, pour un montant similaire, des charges correspondantes et n'aura donc aucun impact sur le résultat du groupe.

Les revenus publicitaires ont plus que doublé au 3^{ème} trimestre

Au cours du 3^{ème} trimestre, les revenus publicitaires ont progressé de 113 %, portant le chiffre d'affaires publicitaire à 5,6 M€. Ils représentent ainsi **70 % des revenus du groupe** au 30 septembre, pour une audience totale de Doctissimo network toujours en progression spectaculaire : **14,8 millions de visiteurs uniques en septembre**⁽²⁾.

Cette dynamique permet à Doctissimo d'établir de nouveaux records : un mois après avoir dépassé un million de visites dédoublées par jour, **Doctissimo a franchi le cap de 1 100 000 visites par jour**⁽²⁾.

Les lancements prochains sur Doctissimo.fr des onglets « **Mode** » et « **Ecologie** » et d'un espace « **Animaux** », très attendus par les Doctinautes et les annonceurs, devraient soutenir la croissance de l'audience et permettre de **continuer à faire baisser le ratio charges/visite**, directement corrélé à la rentabilité de l'activité.

Des perspectives encourageantes

Dans un marché de l'e-publicité en plein essor, soutenu par le **transfert des budgets des anciens médias vers le Web**, les annonceurs « féminins » sont particulièrement dynamiques. L'objectif du groupe Doctissimo est de **continuer à surperformer le marché**, grâce à son positionnement **leader sur la cible féminine**.

Doctissimo poursuivra ses développements thématiques et applicatifs (en France et dans les pays francophones). Des acquisitions ciblées et la maîtrise des charges devraient nourrir une croissance forte et rentable. **Le chiffre d'affaires de Doctissimo Edition du mois d'octobre, en hausse de plus de 120 % par rapport à octobre 2006, confirme la pertinence de la stratégie menée.**

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

(2) source Mediametrie Cyberstats : audience de Doctissimo network

Vos contacts Doctissimo

Christophe Clément

Mobile : 06 85 08 90 52

c.clement@doctissimo.fr

Communication financière - Actifin

Nicolas Meunier – Stéphane Ruiz

Tél : 01 56 88 1111

nmeunier@actifin.fr

Retrouvez-nous également sur www.doctissimo.fr