

Doctissimo

Société anonyme au capital de 1 109 313 €
Siège social : 33, rue Raffet, 75016 Paris.
399 444 629 R.C.S. Paris.
Société cotée sur Eurolist d'Euronext, compartiment C
Code ISIN FR0000076150

Rapport financier semestriel « narratif » Semestre clos le 30 juin 2007

Etabli conformément à la position AMF du 16 octobre 2006, visant les périodes intermédiaires, débutant avant le 20 janvier 2007 et se terminant après cette date

DOCTISSIMO (anciennement dénommée MEDCOST) a choisi cette année de diffuser, dans les deux mois de la fin du 1^{er} semestre, un rapport financier semestriel narratif conformément à la position de l'AMF d'octobre 2006 (communiqué AMF du 16 octobre 2006). **La communication sur les résultats semestriels chiffrés est prévue le 24 septembre 2007 (après clôture de la bourse).**

Le présent rapport a été diffusé conformément aux dispositions de l'article 221-3 du règlement général de l'AMF. Il est notamment disponible sur le site de notre société www.doctissimo.fr.

1. L'activité du semestre

Un bon semestre sur un marché porteur

Au 1^{er} semestre 2007, le chiffre d'affaires consolidé du groupe Doctissimo s'établit à 5,4 M€, en progression de 42 % par rapport au 1^{er} semestre 2006. **Sur le nouveau périmètre d'activité du groupe, la croissance s'établit à +72 %.**

Le premier semestre a été marqué par la poursuite de la croissance de l'audience du groupe Doctissimo : selon comScore, avec 5,985 millions de visiteurs uniques (VU)⁽¹⁾, Doctissimo est en juin 2007 **le premier network positionné en France sur l'univers féminin**. Selon comScore toujours, l'audience mondiale de Doctissimo atteint 10,215 millions de visiteurs uniques, grâce à la bonne performance des autres pays francophones.

Pendant cette même période, le chiffre d'affaires publicitaire a cru de près de 90 % et représente désormais plus des deux tiers du chiffre d'affaires du groupe. **Les revenus publicitaires contribuaient au 1^{er} semestre 2007 à 68% des revenus du Groupe, contre 53 % en 2006.**

Lancement du site tout-partout.com

Au cours du 1^{er} semestre, le réseau Doctissimo s'est enrichi d'un nouveau site, **Tout-partout.com**, site de **petites annonces gratuites** dédiées à la communauté des Doctinautes.

Facilement accessible depuis les sites du réseau et construit pour mettre en avant les catégories d'annonces préférées de nos lectrices (puériculture, layette, vêtements...), Tout-partout.com bénéficiera d'emblée d'une communauté forte de plus de **1 600 000 membres**.

De nouvelles acquisitions pour renforcer le l'audience du Groupe

Le 1^{er} semestre 2007 a également vu Doctissimo se porter acquéreur de Gyneweb.fr, site grand public dédié à la santé de la femme. Fondé en 1996 par le Docteur Christian Fossat, un des pionniers de l'Internet médical, Gyneweb est devenu en dix ans une marque Internet reconnue dans le secteur de

la santé féminine. Le site accueille en moyenne 150 000 Visiteurs Uniques par mois ⁽²⁾ et son Club fidélise plus de 135 000 membres.

Cette audience exclusivement féminine et hautement qualifiée renforce le leadership de Doctissimo auprès des femmes et va permettre d'améliorer encore les performances publicitaires de Doctissimo auprès des annonceurs féminins.

Doctissimo entend accroître fortement l'audience de Gyneweb dans les mois qui viennent, sur le modèle des précédentes acquisitions.

Doctissimo a également racheté un réseau de petits sites de services à la société Chatlumo : 123-encheres.com, annonces.org, contactoo.com et visez.com.

Ces opérations, entièrement autofinancées, n'augmentent pas le niveau de charges de Doctissimo et sont immédiatement relatives. Elles seront suivies d'autres acquisitions ciblées dans les thématiques féminines au cours du second semestre.

2. Description générale de la situation financière et des résultats de l'émetteur et de ses filiales pendant le semestre

La croissance du chiffre d'affaires de Doctissimo s'est faite sans relèvement du point mort, grâce à la poursuite de l'automatisation de la production (back-office, outils de publication, gestion des bases de données...) engagée depuis 18 mois. A la faveur de cet **effet de levier favorable, le groupe prévoit une forte amélioration de la rentabilité, avec un résultat net semestriel proche de 40 %⁽³⁾ du chiffre d'affaires.**

3. Objectifs 2007

Poursuite de la croissance de l'audience et accroissement de la rentabilité

Récemment marquée par l'acquisition de Gyneweb, la stratégie de croissance externe se traduira par d'autres opérations d'ici la fin de l'année. Associée à une croissance interne toujours soutenue, cette orientation permettra d'asseoir le leadership féminin du groupe et de répondre à l'explosion de l'e-publicité dans les années qui viennent.

Le second semestre a débuté de façon très dynamique, le chiffre d'affaires publicitaire du mois de juillet s'affichant en hausse de plus de 110 % par rapport à juillet 2006.

Doctissimo est particulièrement bien placé pour profiter de la dynamique du marché de l'e-publicité par son positionnement proche des attentes des femmes et des annonceurs, fondé sur trois univers :

- la santé et le bien-être,
- la cuisine et la nutrition,
- la beauté et la forme.

Ces segments, qui sont parmi les plus dynamiques du marché publicitaire, devraient permettre à Doctissimo d'accroître encore sa rentabilité.

(1) Source : comScore, l'un des leaders mondiaux en matière de mesure d'audience. La très forte audience de Doctissimo dans les pays francophones n'est pas incluse dans ces chiffres, tout comme l'audience de Gyneweb.

(2) Source : Panel Nielsen-Médiamétrie pour la France.

(3) Données non encore auditées. Ce résultat net intègre l'effet du crédit d'impôt sur les sociétés dont bénéficie le groupe. Du fait de ce crédit d'impôt, le résultat courant avant impôts et le résultat net sont comparables.