



## Doctissimo bénéficiaire sur six mois

1<sup>er</sup> site francophone consacré à la santé et au bien-être, Doctissimo est bénéficiaire sur six mois consécutifs, d'octobre 2003 à mars 2004\*.

Filiale à 100% de Medcost, Doctissimo bénéficie du développement rapide de l'Internet grand public, lié à la croissance spectaculaire du nombre d'abonnés ADSL, et d'un intérêt de plus en plus marqué des annonceurs pour ce média.

### Doctissimo : leader sur un marché en très forte croissance

Dans ce contexte porteur, l'audience de Doctissimo croît très rapidement. Plus d'un million de pages lues et 110 000 visites par jour (source : Mediamétrie) témoignent aujourd'hui d'une dynamique exceptionnelle.

Doctissimo est aussi devenu un lieu de rencontre et de solidarité entre les patients, avec quelques 150 forums de discussion et plus de 15.000 messages par jour.

### Doctissimo ambitionne de doubler son audience et d'atteindre 2 000 000 de pages lues par jour avant l'été

Doctissimo prévoit la poursuite de son développement rapide dans les mois à venir et devrait doubler son audience d'ici l'été. La croissance devrait se poursuivre au moins jusqu'en 2007, date à laquelle 10 millions de foyers devraient être connectés à l'Internet haut débit contre 3,5 millions aujourd'hui (sources : ART et Plan RESO 2007).

La dynamique de transfert d'audience des médias traditionnels vers le Web renforcera la position de Doctissimo auprès des annonceurs et assurera la croissance de ses recettes publicitaires.

### De nouveaux produits, source de revenus complémentaires

Les conditions technologiques du développement d'une offre de télé-médecine sur Doctissimo se trouveront bientôt réunies :

- pénétration significative de l'ADSL dans les foyers
- émergence de l'UMTS
- arrivée des standards de vidéophonie
- généralisation de l'équipement informatique des médecins.

La popularité de Doctissimo et l'expertise technique de Medcost, qui mène depuis 4 ans des expériences dans ces domaines, devraient faire de Doctissimo un leader sur ce marché de croissance.

Le contexte réglementaire favorable (Loi du 4 mars 2002 sur le droit des patients) devrait également favoriser la mise en place des dossiers médicaux en ligne. Doctissimo s'apprête ainsi à lancer des applications mobiles, optimisées pour l'UMTS, pour le suivi des patients atteints de maladies chroniques, comme le diabète.

### **Un modèle économique à rendement croissant**

Compte tenu de la structure de ses coûts, majoritairement fixes, ainsi que des déficits désormais indéfiniment reportables dont bénéficie Doctissimo (plus de 8 millions d'Euros), la contribution du site aux résultats consolidés de Medcost devrait s'avérer significative dès 2004.

### ***A propos de Medcost***

Medcost réunit des compétences complémentaires (médecine, informatique et communication), et fournit à sa clientèle (industrie pharmaceutique, établissements de soins, assureurs, organisations médicales, etc) une large gamme de services à forte valeur ajoutée, couvrant le conseil, la web agency et l'édition santé grand public à travers sa filiale Doctissimo.

Medcost est cotée au Nouveau Marché de Euronext Paris depuis le 9 juin 2000.

### ***Vos contacts***

#### **Medcost**

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

Cédric Tournay  
Président de Doctissimo  
Mobile : 06 85 08 90 53  
c.tournay@doctissimo.fr

Christophe Clément  
Directeur financier  
Mobile : 06 85 08 90 52  
c.clement@medcost.fr

#### ***Agence Point Final***

Manuel Andersen  
Communication financière  
Tél. : 01 53 30 26 87  
mandersen@pointfinal.com

Céline Pardo  
Relations Presse  
Tél : 01 53 30 27 11  
cpardo@pointfinal.com

***Retrouvez-nous également sur [www.medcost.fr](http://www.medcost.fr) et [www.doctissimo.fr](http://www.doctissimo.fr)***

*\* Cette période, du 1<sup>er</sup> octobre 2003 au 31 mars 2004, ne correspond pas à un semestre comptable. La rentabilité jusqu'au 31 mars est d'ores et déjà assurée compte tenu du chiffre d'affaires signé à ce jour.*