

Paris, le 5 novembre 2009

**HI-MEDIA CONTINUE A GAGNER DES PARTS DE MARCHÉ:
PROGRESSION DE 18% DE SON CHIFFRE D'AFFAIRES AU TROISIEME TRIMESTRE 2009**

- **Belle performance de la publicité en ligne. Intégration d'AdLINK Media très prometteuse**
- **Le micropaiement consolide sa croissance naturelle**

Paris, 5 novembre 2009 – le groupe media online Hi-media (Code ISIN FR0000075988 - HIM, HIM.FR), un des leaders européens de la monétisation de l'audience sur Internet, publie aujourd'hui son rapport d'activité pour le troisième trimestre 2009.

Principales données consolidées (en millions d'euros)

Chiffres d'affaires en millions d'euros	T3 2008	T3 2009	Variation	9 mois 2008	9 mois 2009	Variation
Publicité	11,9	15,6	+31%	42,3	43,8	+4%
Micropaiement	21,3	23,5	+10%	51,7	69,5	+34%
Total	33,2	39,0	+18%	94,0	113,4	+21%

Commentant les chiffres de ce troisième trimestre 2009, Cyril Zimmermann, fondateur et Président Directeur Général de Hi-media, déclare :

« Ce troisième trimestre a été marqué par l'acquisition et l'intégration d'AdLINK Media au sein du Groupe qui a été menée de façon rapide et très satisfaisante. Les équipes ont été réunies sous un management commun et les offres ont été fusionnées dès la fin de l'été pour tirer le meilleur parti de notre position de leadership européen sur la fin de l'année et en 2010. Le Micropaiement et le Publishing continuent à se développer avec de très bonnes performances même en plein été. Les débats actuels sur les contenus gratuits et les contenus payants rendent de plus en plus évidente la nécessité d'allier la production de contenu, l'agrégation d'audience et leur monétisation par la publicité ou les micropaiements ».

Publicité en ligne

L'activité de publicité en ligne du Groupe présente des signes encourageant de sortie de crise du marché publicitaire avec des niveaux d'activité qui se rapprochent de ceux de l'année précédente hors acquisition (-4%). Avec l'intégration de l'activité de régie publicitaire d'AdLINK AG au 1^{er} septembre 2009 l'activité augmente de 31% par rapport au troisième trimestre 2008. La nouvelle entité consolidée est désormais présente dans 9 pays européens et permet de communiquer auprès de 127 millions d'internautes. La nouvelle offre est leader sur des thématiques clés telles que l'entertainment, les femmes,

l'automobile, les news et sports. Le réseau représente désormais plus de dix-huit milliards d'objets publicitaires par mois.

La solidité du niveau d'activité de l'entité consolidée et sa position du leader sur le marché lui permettent d'être idéalement placée pour la reprise du marché attendue en 2010.

Micropaiement

Les revenus du micropaiement ont progressé de plus de 10% au troisième trimestre, démontrant la constance et la solidité des fondamentaux de cette activité alors que la période des vacances scolaires estivales est défavorable à l'activité des sites de jeux-vidéos qui se sont progressivement affirmés comme les premiers clients de la plateforme Allopass.

Celle-ci continue sa stratégie d'expansion géographique avec une couverture désormais étendue à plus de 55 pays (vs. 45 le trimestre dernier). Par ailleurs, après l'ouverture de nouveaux marchés tels que les Etats-Unis et la Scandinavie, Allopass devrait ouvrir des bureaux au Royaume-Uni et en Allemagne dans les prochains mois, en s'appuyant sur le réseau et les infrastructures de l'activité publicitaire, conformément au plan de développement du Groupe.

Publishing

Les sites propriétaires de Hi-media représentent toujours plus de 10% du chiffre d'affaires du Groupe malgré l'effet négatif de l'intégration d'AdLINK Media.

De nouveaux services ont été lancés pour intégrer les contenus de Hi-media publishing au sein de Facebook et de la nouvelle version de Windows media center (Vista et Windows 7). Fotolog a dépassé la barre des 28 millions de membres et 700 millions de photos en base de données tandis que jeuxvideo.com a battu de nouveaux records d'audience. Ainsi l'audience consolidée s'est maintenue à plus de 50 millions de visiteurs uniques pendant les mois d'été.

Situation financière

Les taux de marge brute de l'activité de publicité en ligne (48%) et du micropaiement (28%) se maintiennent à des niveaux très satisfaisants. La baisse du taux de marge de l'activité de publicité en ligne s'explique par (i) l'intégration d'AdLINK Media qui avait historiquement un taux de marge brute plus faible que celui d'Hi-media et (ii) la dilution de l'impact positif de l'activité publishing (100% de marge brute) du fait de cette même intégration.

Au global le taux de marge brute consolidé se maintient à un niveau élevé à 36% (vs. 38% l'année précédente) conforme au plan de marche du Groupe.

Perspectives

La pertinence du modèle économique reposant sur les trois métiers du Groupe ne cesse de se renforcer trimestre après trimestre.

Hi-media aborde l'avenir avec confiance et pense que sa solidité financière et ses positions de leader dans chacun de ses domaines d'activité lui permettront de voir croître substantiellement son activité et ses résultats avec l'amélioration de l'environnement économique.

Le présent communiqué de presse constitue le rapport narratif du troisième trimestre 2009, tel que communiqué par le Conseil d'Administration de la société en application de l'article IV L 451-1-2 du code monétaire et financier et de l'article 221-1 du règlement général de l'AMF (Autorité des Marchés Financiers).

Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres Hi-media. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes sur Hi-media, nous vous invitons à vous reporter à notre site Internet <http://www.hi-media.com>, rubrique Informations Corporate.

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que Hi-media estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations. Hi-media opère dans un secteur des plus évolutifs au sein duquel de nouveaux facteurs de risques peuvent émerger. Hi-media ne prend en aucune manière l'obligation d'actualiser ces déclarations de nature prévisionnelle en fonction de nouvelles informations, événements ou autres circonstances.

A propos du Groupe Hi-media

Hi-media, groupe media on-line, figure parmi les plus grands éditeurs de sites Internet grand public au monde avec plus de 50 millions de visiteurs uniques. Hi-media est également leader européen sur le marché de la publicité interactive et celui des paiements électroniques. Son modèle économique s'appuie donc sur deux sources de revenus : la publicité en ligne via la régie Hi-media Network et la monétisation des contenus via la plateforme de micro-paiements Allopass.

Présent dans 9 pays européens, aux Etats-Unis et au Brésil, le groupe emploie plus de 500 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 135 millions d'euros en 2008 (excluant AdLINK Media). Indépendante depuis sa création en 1996, la société est cotée depuis 9 ans sur le segment principal d'Euronext Paris (Eurolist C) et fait partie des indices SBF 250, CAC IT, et CAC Small 90. Code ISIN : FR 0000075988. Hi-media est labélisée OSEO « entreprise innovante » (qualification FCPI).

Site : www.hi-media.com

Communication financière

Chiffre d'affaires du 4^{ème} semestre 2009: 26 janvier 2010, après bourse

Contact investisseur

Cyril Zimmermann

Président Directeur Général

David Bernard

Directeur Général Délégué

Tél : (33) 1 73 03 89 00

Fax : (33) 1 73 03 42 36

E-mail : infofin@hi-media.com

Site : www.hi-media.com