
Résultats du 1^{er} semestre 2010

31 août, 2010

Groupe Hi-media – La plateforme de monétisation d’audience leader en Europe

Hi-media parmi les principaux groupe de media online en Europe



1^{er} réseau en Europe



1^{ère} plateforme de micropaiement



c. 50 millions de visiteurs uniques¹



Groupe Hi-media – Croissance globale de l'activité

Croissance de l'activité de 8% en proforma et de 46% en publié



-2% de croissance du chiffre d'affaires en proforma
(incluant AdLINK Media au 1^{er} janvier 2009)



+21% de croissance du chiffre d'affaires



-22% de croissance du chiffre d'affaires



+8% de croissance du chiffre d'affaires en proforma à **108,7 millions** d'euros
(+46% en publié)

1. Hi-media Advertising

2. Hi-media Payments

3. Hi-media Publishing

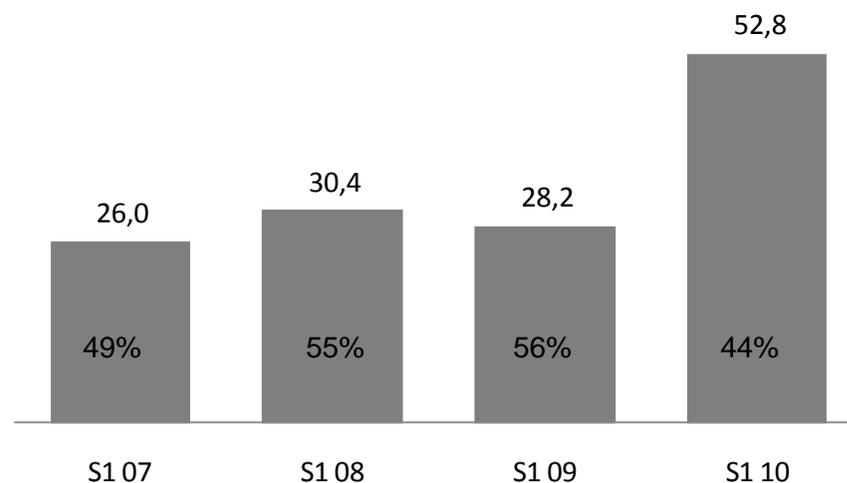
4. Performance du Groupe sur le 1^{er} semestre de l'exercice 2010

5. Développements & Perspectives

Hi-media Advertising – Performance du 1^{er} semestre 2010

Début d'année plus difficile que prévu sur le segment du branding – Problèmes réglés. Lancements réussis et prometteurs des nouveaux produits.

- Des difficultés en Allemagne et au Pays-Bas
 - Problèmes de management
 - Nouveau management au Pays-Bas et changements organisationnels en Allemagne
- Dynamisme des autres pays
 - Belgique: **+18%** (exclue l'activité de SEM qui est en baisse)
 - Italie: **+16%**
 - Portugal: **+7%**
 - Royaume-Uni: **+5%**
 - France: **+5%**
 - Suède: **+3%**
 - Espagne: -2% (bonne performance compte tenu de la dégradation du marché espagnol)
- Lancements réussis
 - Performance
 - Mobile



Note: Chiffre d'affaires d'Hi-media Advertising en '000 euros. Marge brute en %
Source: Hi-media

Remarque: Il convient de noter que le chiffre d'affaires et la marge brute des comptes consolidés ne correspondent pas à l'addition des trois activités, Publishing, publicité en ligne et micropaiement. En effet, le chiffre d'affaires et la marge brute de l'activité Publishing se retrouvent en grande partie dans le chiffre d'affaires et la marge générés par les activités de micro-paiement et de publicité en ligne.

Hi-media Advertising – De nombreux succès suite au rachat d'AdLINK Media

Dans une période marquée par le processus de rachat et d'intégration d'AdLINK Media, le Groupe a été capable de limiter la perte de contrats alors que les signatures de nouveaux sites (notamment paneuropéens) ont été nombreuses

Contrats paneuropéens renouvelés ou gagnés sur S1 2010



Aucun contrat paneuropéen perdu sur S1 2010

Contrats locaux gagnés sur S1 2010

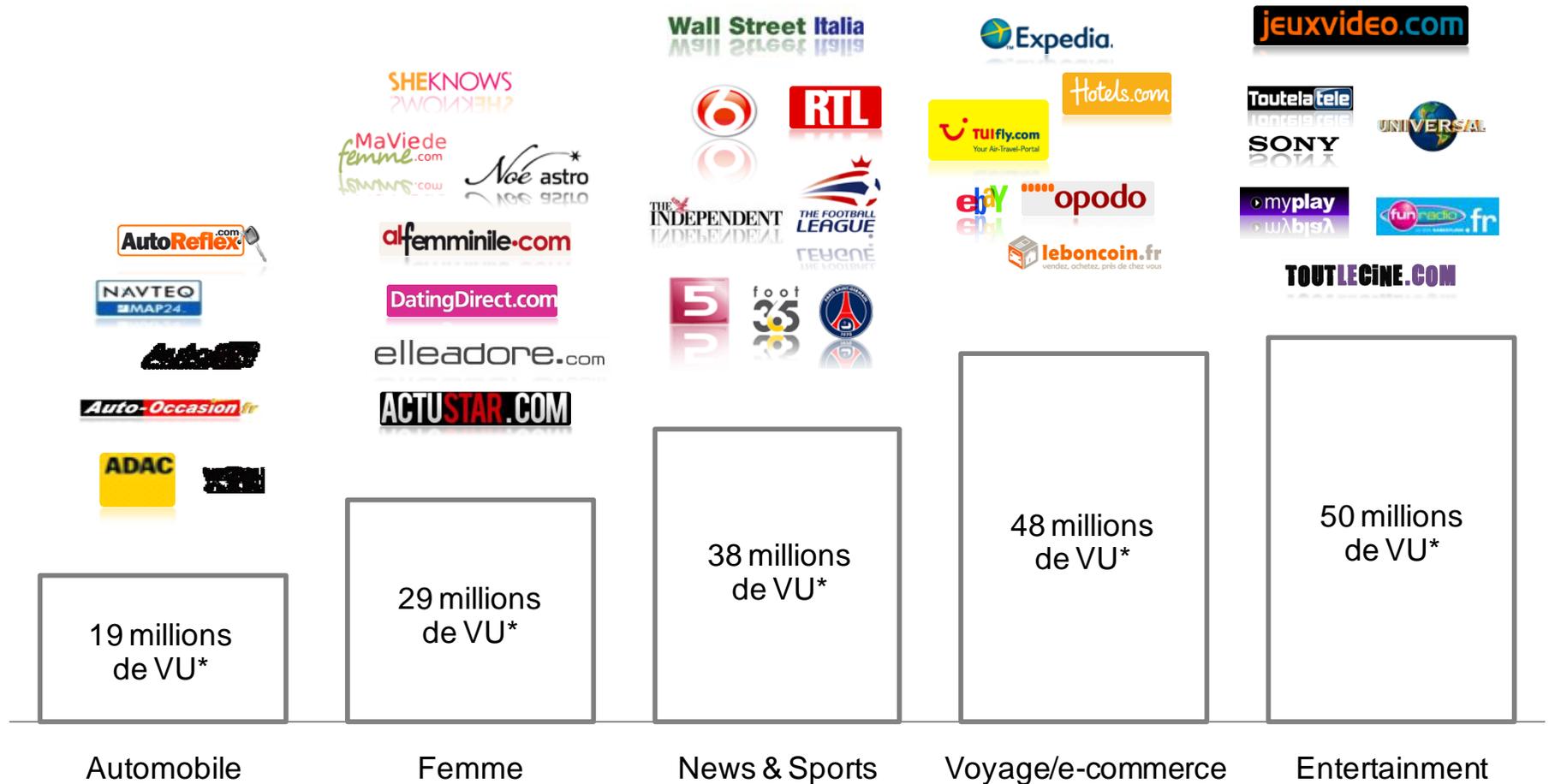


Contrats locaux perdus sur S1 2010



Hi-media Advertising – Une offre européenne inégalée

Avec 138 millions de visiteurs uniques par mois¹, soit plus d'un internaute européen sur deux sur son réseau, Hi-media Advertising propose l'offre qualifiée la plus large du marché



¹Source: Comscore, janvier 2010
* VU = visiteurs uniques par mois

Hi-media Advertising – Publicité à la performance

Un début prometteur – Accélération du déploiement de la solution

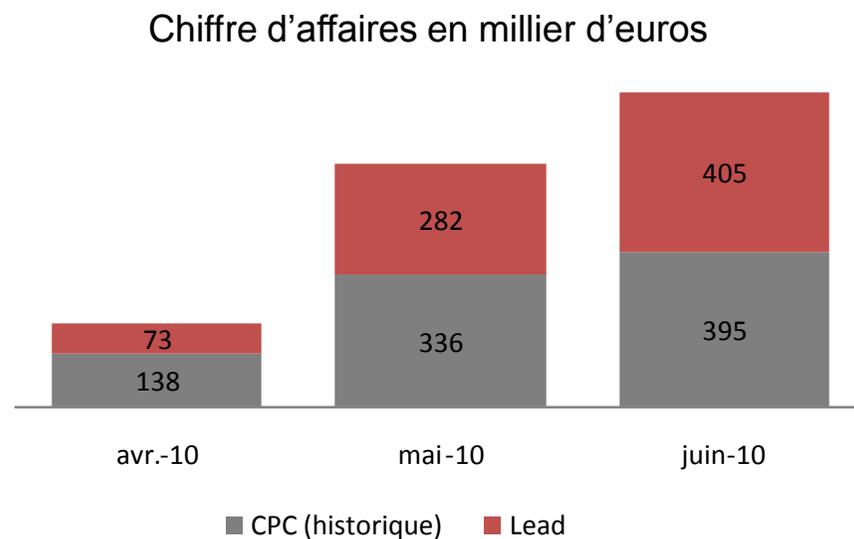
- Développement d'une technologie propriétaire
 - Développée sur 3 ans
 - 4 milliards de pages vues délivrées par mois
- Roadmap:
 - Lancement en France Avril 2010
 - T2 2010: France et Espagne
 - T3 2010: Allemagne
 - T4 2010: Pays-Bas, Royaume-Uni, Belgique



Hi-media Advertising – Publicité à la performance

Un début prometteur – Accélération du déploiement de la solution

- Forte croissance de l'activité historique CPC du groupe
 - +38% au 1^{er} semestre 2010 vs. 1^{er} semestre 2009
- L'activité performance génère plus de 0,8 million d'euros par mois



Source: Hi-media

Hi-media Advertising – Régie mobile

Constitution d'une large offre européenne de sites premiums

- Lancement début 2010
 - Couverture géographique:
 - France, Allemagne, Pays-Bas, Italie, Espagne
 - Trois verticales
 - Entertainment, News & Sports et e-Commerce/voyage
 - c.100 millions d'impressions par mois
- Large palette de solutions
 - Display
 - Sites
 - Applications
 - Marketing direct
- Un marché naissant, à taille réduite mais très dynamique
 - 150K€ de chiffre d'affaires au 1^{er} semestre 2010
 - 300K€ de chiffre d'affaires prévu au 2^{ème} semestre 2010



1. Hi-media Advertising

2. Hi-media Payments

3. Hi-media Publishing

4. Performance du Groupe sur le 1^{er} semestre de l'exercice 2010

5. Développements & Perspectives

Les solutions Hi-media Payments

Allopass

- Modes de paiement alternatifs
 - Multiplicité et simplicité des modes de paiement
 - Adresse la cible des non bancarisés
- Tarification: limitée par les paliers
 - Tarifications dépendante des paliers fixés par les opérateurs télécoms
 - Pas de possibilités de facturer de très petits montants
 - Pas de possibilités de facturer des montants plus élevés
- Cible: essentiellement jeune
- Industrie: jeux vidéo en ligne, medias et réseaux sociaux – plus globalement l'Entertainment

Hipay

- Modes de paiement monétiques
 - Cartes de paiements; e-wallet
 - Coûts faibles
- Tarification: pas de limites
 - Possibilité de facturer tout type de montant
 - Nanopaiements
 - Micropaiements
- Cible: public large
- Industrie: services grands publics, medias, Entertainment...

Hi-media Payments – Positionnement et articulation des offres

Exemples de clients Allopass (jeux video, réseaux sociaux, medias)



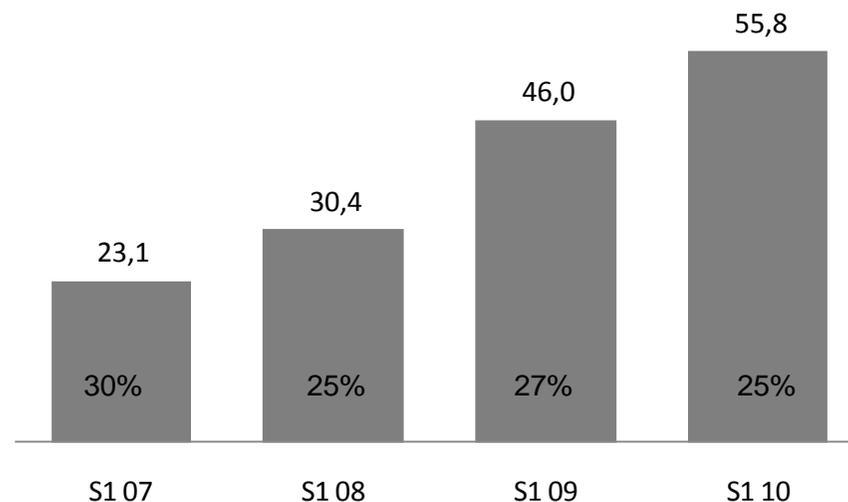
Exemples de clients Hipay (e-commerce, Entertainment)



Hi-media Payments – Performance du 1^{er} semestre 2010

Forte croissance et montée en puissance du SMS et de l'activité à l'international

- Positionnement d'une offre complète Allopass + Hipay
 - Permet de répondre à l'évolution du marché
 - Forte croissance des marchés sous-jacents
- Forte croissance d'Allopass: +21%
 - Forte croissance à l'international
 - +39% de croissance du nombre de transactions à l'international vs. S1 2009
 - Succès du déploiement européen
 - Belgique et Espagne lancés il y a 2 ans
 - Allemagne lancé en début d'année
- Montée en puissance du SMS
 - 78% de croissance du nombre de transactions par SMS vs. S1 2009
 - Décroissance de 12% du nombre de transactions par Audiotel vs. S1 2009
- Accélération du déploiement au deuxième semestre 2010 en Allemagne



Note: Chiffre d'affaires d'Hi-media Advertising en '000 euros. Marge brute en %
Source: Hi-media

Remarque: Il convient de noter que le chiffre d'affaires et la marge brute des comptes consolidés ne correspondent pas à l'addition des trois activités, Publishing, publicité en ligne et micropaiement. En effet, le chiffre d'affaires et la marge brute de l'activité Publishing se retrouvent en grande partie dans le chiffre d'affaires et la marge générés par les activités de micro-paiement et de publicité en ligne.

Hi-media Payments – Allopass: Développement de l'activité à l'international

L'activité de la plateforme de micropaiement poursuit son dynamisme et son expansion internationale

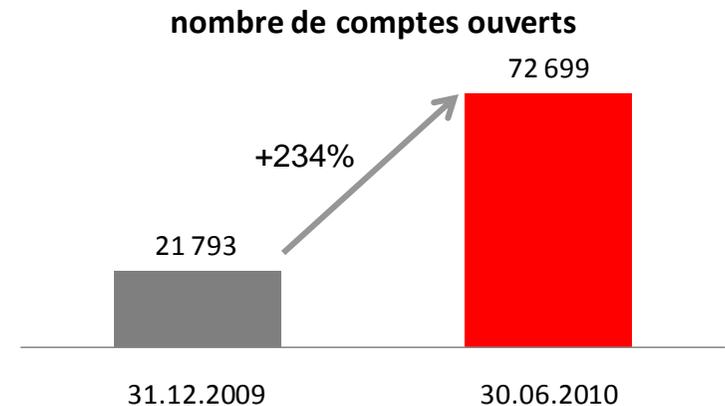
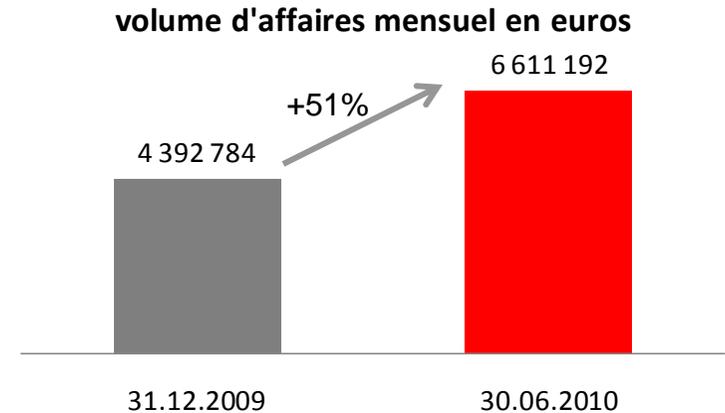
- Dynamisme commercial
 - Plus de 2 millions de transactions par mois effectuées en dehors de la France
 - De nombreux clients gagnés
 - L'univers des jeux video en ligne reste le segment le plus prépondérant
- Plusieurs succès en Espagne et en Allemagne qui ouvrent la voie à une accélération de l'activité dans ces pays
 - Décision d'augmenter les moyens humains et d'accélérer le déploiement de la solution en Espagne et en Allemagne
- Différentiel de marge brute du fait de la moindre position de force que sur le marché domestique
 - Situation qui devrait s'atténuer dans le temps avec la croissance du volume de transactions
 - Marge brute moyenne de l'activité à l'international 14% vs. 24% de marge brute pour la France (hors Hipay et Publishing)



Hi-media Payments – Hipay: Développement de l'activité

Le porte monnaie électronique du Groupe développe sa couverture en France et en Belgique et s'exporte en Europe

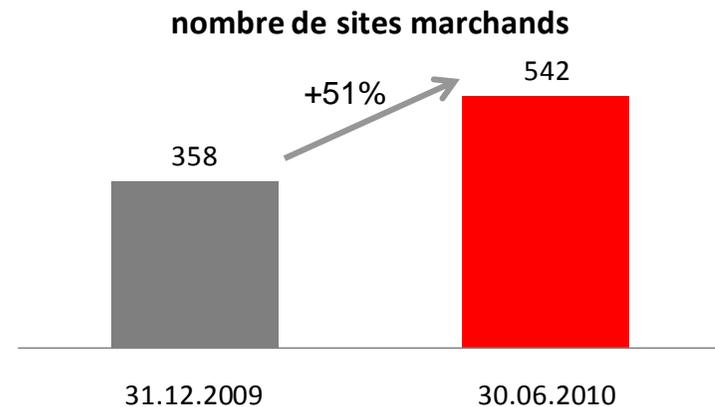
- Augmentation continue du nombre d'ouvertures de compte et du volume global de transactions
- Les tendances pour la fin de l'année sont très encourageantes avec un volume d'affaires courant qui devrait être de l'ordre de 8/9 millions d'euros par mois



Hi-media Payments – Hipay: Développement de l'activité

Le porte monnaie électronique du Groupe développe sa couverture en France et en Belgique et s'exporte en Europe

- Hipay a signé des partenariats avec des grands comptes en France, en Belgique et au Portugal
 - Après le e-commerce, percée dans l'univers de l'Entertainment
- Qualités des prospects en Allemagne avec des grands comptes



1. Hi-media Advertising

2. Hi-media Payments

3. Hi-media Publishing

4. Performance du Groupe sur le 1^{er} semestre de l'exercice 2010

5. Développements & Perspectives

Hi-media Publishing: Une place prépondérante dans l'univers de l'Entertainment

c.50 millions de visiteurs uniques; 2 milliards de pages vues. Recrutement d'un nouveau directeur du Publishing.

blogorama^{2.0}

FOTOLOG™

ACTU**STAR**.COM

jeuxvideo.com

adoro**cinema**

Vivat

noNuba beta
Games

TOUTLE**CINE**.COM

you**sair**

PROGRAMME**TV**.COM

psychonet.fr

10-**famers**

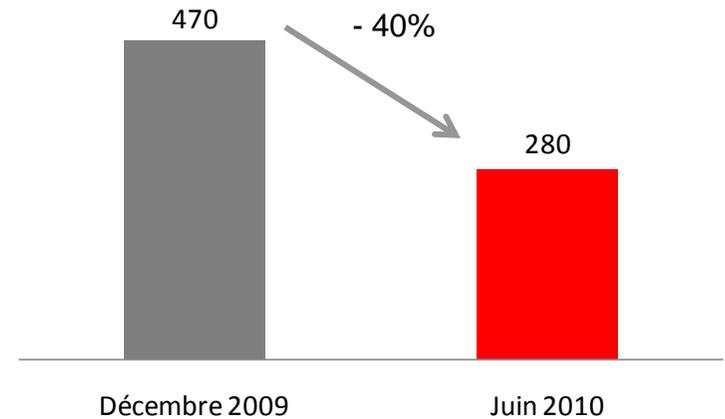
game**Only**
com

magic**rpm**.com
UBER COOL INDIE POP WEBSITE



- Résultat fortement impacté par la baisse du chiffre d'affaires
- Indicateurs de perte de valeur
 - Baisse de l'audience
 - Baisse des revenus
 - Echec de certains projets

Evolution du niveau d'activité mensuel (en '000 euros)

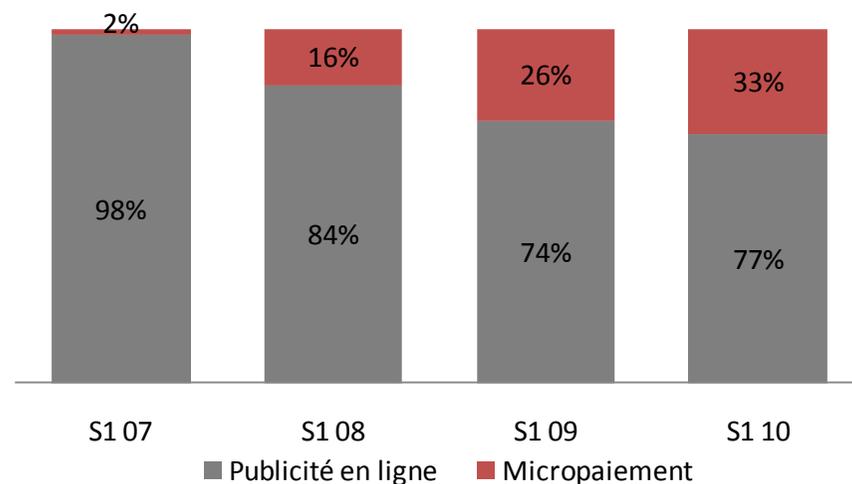


Source: Hi-media

Hi-media Publishing – Performance du 1^{er} semestre 2010

Baisse des revenus et de l'audience de Fotolog – Impact de la moindre performance de la publicité graphique sur l'ensemble des sites du Groupe.

- Baisse des revenus:
 - 6,2 millions d'euros vs. 7,9 millions en 2009
 - Hausse de la contribution du micropaiement qui représente désormais 1/3 des revenus du publishing
- Rationalisation du périmètre:
 - Restructuration
 - Priorité sur les actifs rentables
- Bonne performances de jeuxvideo.com
 - Performances financières
 - Chiffre d'affaires de 3,7 millions d'euros au S1 2010
 - EBIT supérieur à 25% au S1 2010
 - Performances d'audience
 - 9,4 millions de visiteurs uniques par mois¹
 - 537 millions de pages vues par mois (vs. 424 millions de pap en juin 2009, soit 27% de croissance)
 - Record de pages vues par jour battu en juin avec plus de 25 millions de pap en une journée



Source: Hi-media

1. Hi-media Advertising

2. Hi-media Payments

3. Hi-media Publishing

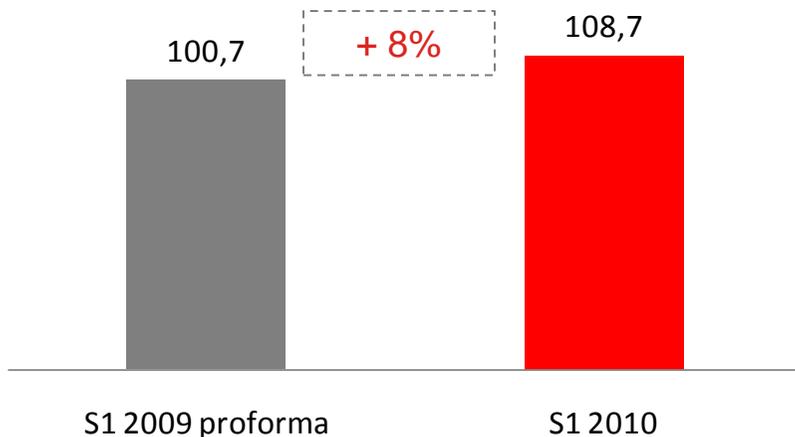
4. Performance du Groupe sur le 1^{er} semestre de l'exercice 2010

5. Développements & Perspectives

Performances du Groupe sur au 1^{er} semestre 2010

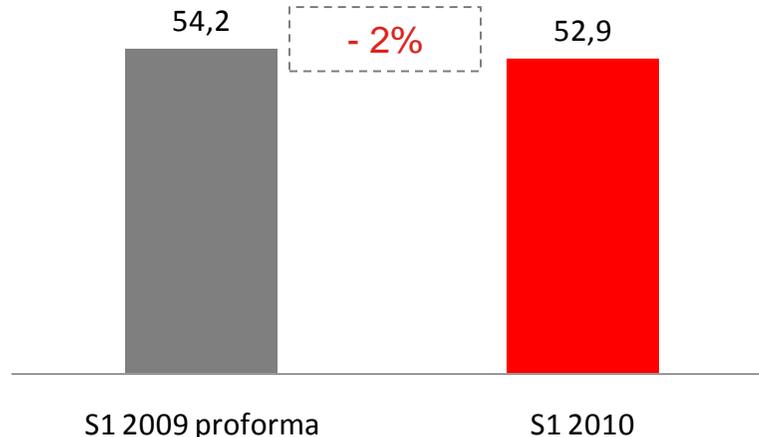
Croissance de 8% de l'activité consolidée sur le premier semestre 2009 en proforma

Chiffre d'affaires consolidé



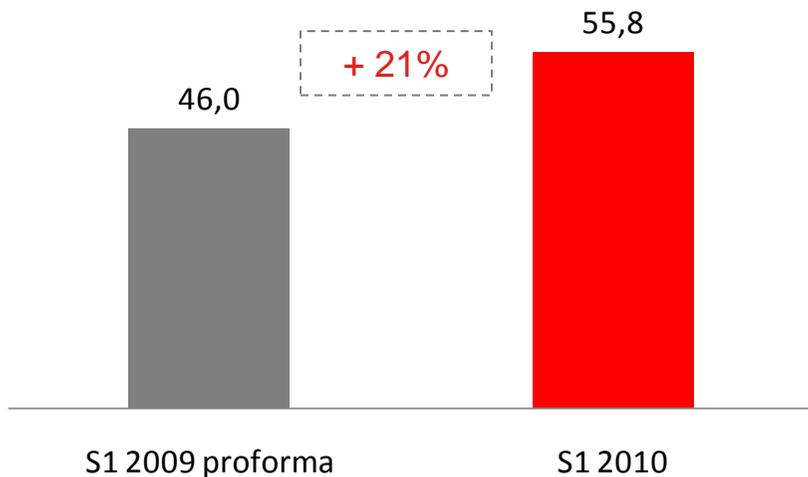
Source: Hi-media, chiffre d'affaires consolidé en million d'euros

Chiffre d'affaires de l'activité publicitaire



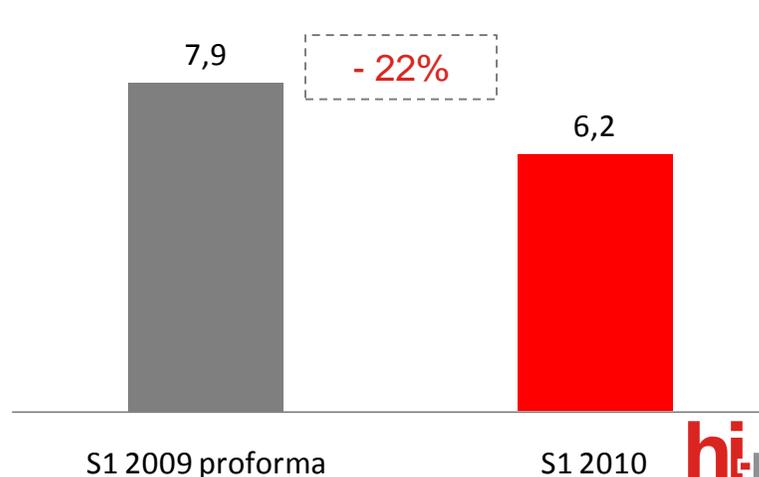
Source: Hi-media, chiffre d'affaires publicitaire en million d'euros

Chiffre d'affaires de l'activité de paiements



Source: Hi-media, chiffre d'affaires de l'activité de paiements en million d'euros

Chiffre d'affaires de l'activité de publishing

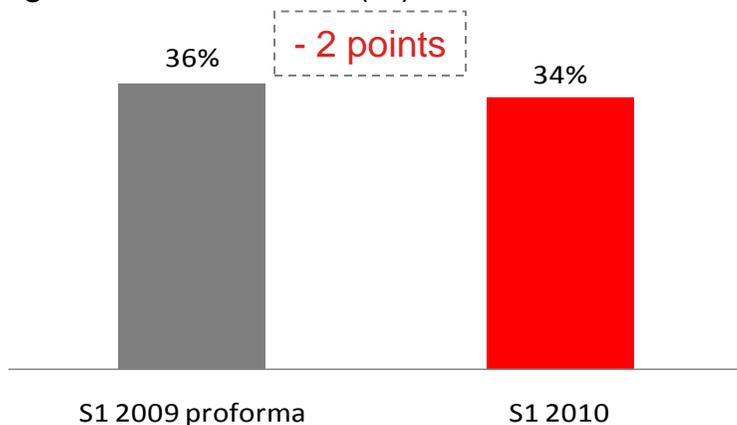


Source: Hi-media, chiffre d'affaires de l'activité de publishing en million d'euros

Performances du Groupe sur au 1^{er} semestre 2010

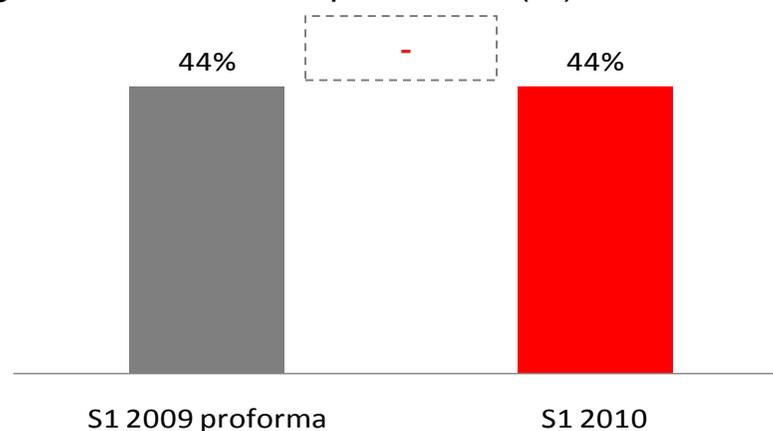
Baisse de deux points de la marge du Groupe du fait d'un mix en faveur du Payments et de la moindre performance du Publishing.

Marge brute consolidée (%)



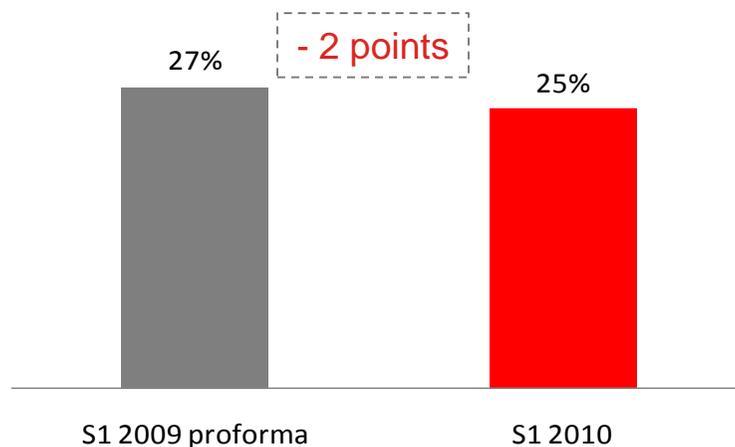
Source: Hi-media, marge brute consolidée en %

Marge brute de l'activité publicitaire (%)



Source: Hi-media, marge brute des revenus publicitaires en %

Marge brute de l'activité de paiements (%)

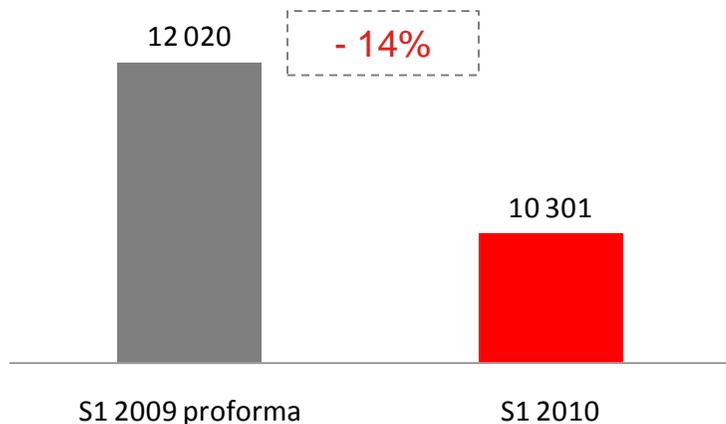


Source: Hi-media, marge brute de l'activité de paiements en %

Performances du Groupe sur au 1^{er} semestre 2010

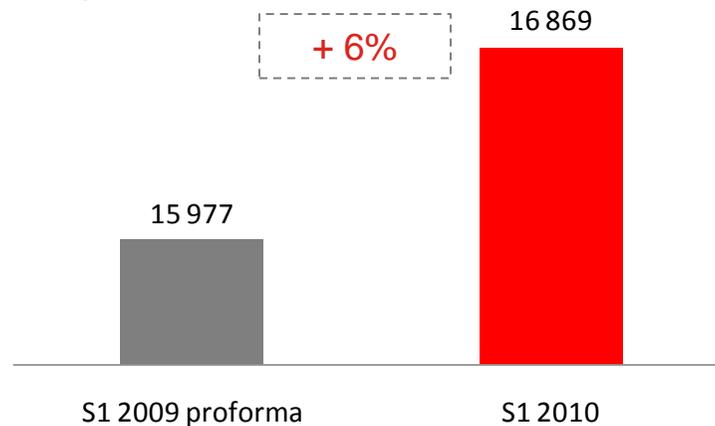
Les charges du Groupe sont en baisse par rapport au proforma du premier semestre 2009

Achats



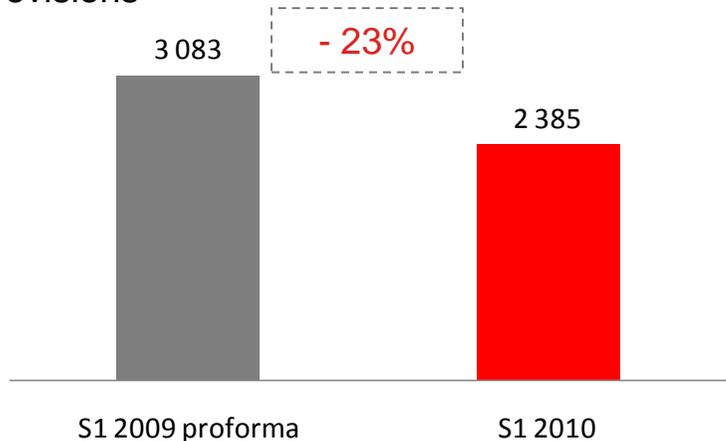
Source: Hi-media, achats en millier d'euros

Charges de personnel



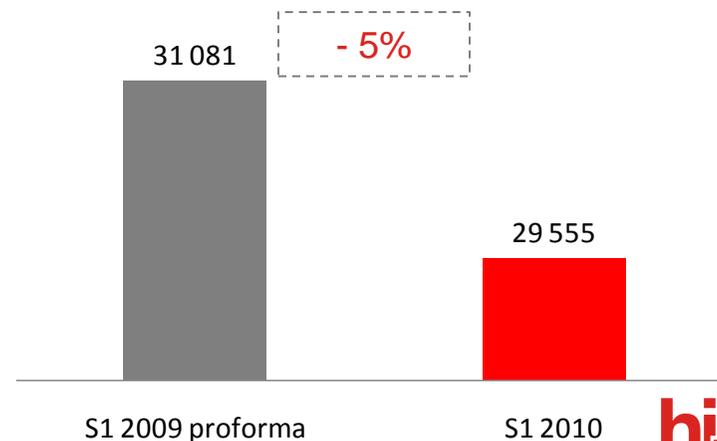
Source: Hi-media, charges de personnel en milliers d'euros

Dotations et reprises aux amortissements et provisions



Source: Hi-media, dotations et reprises aux amortissements et provisions en millier d'euros

Charges totales

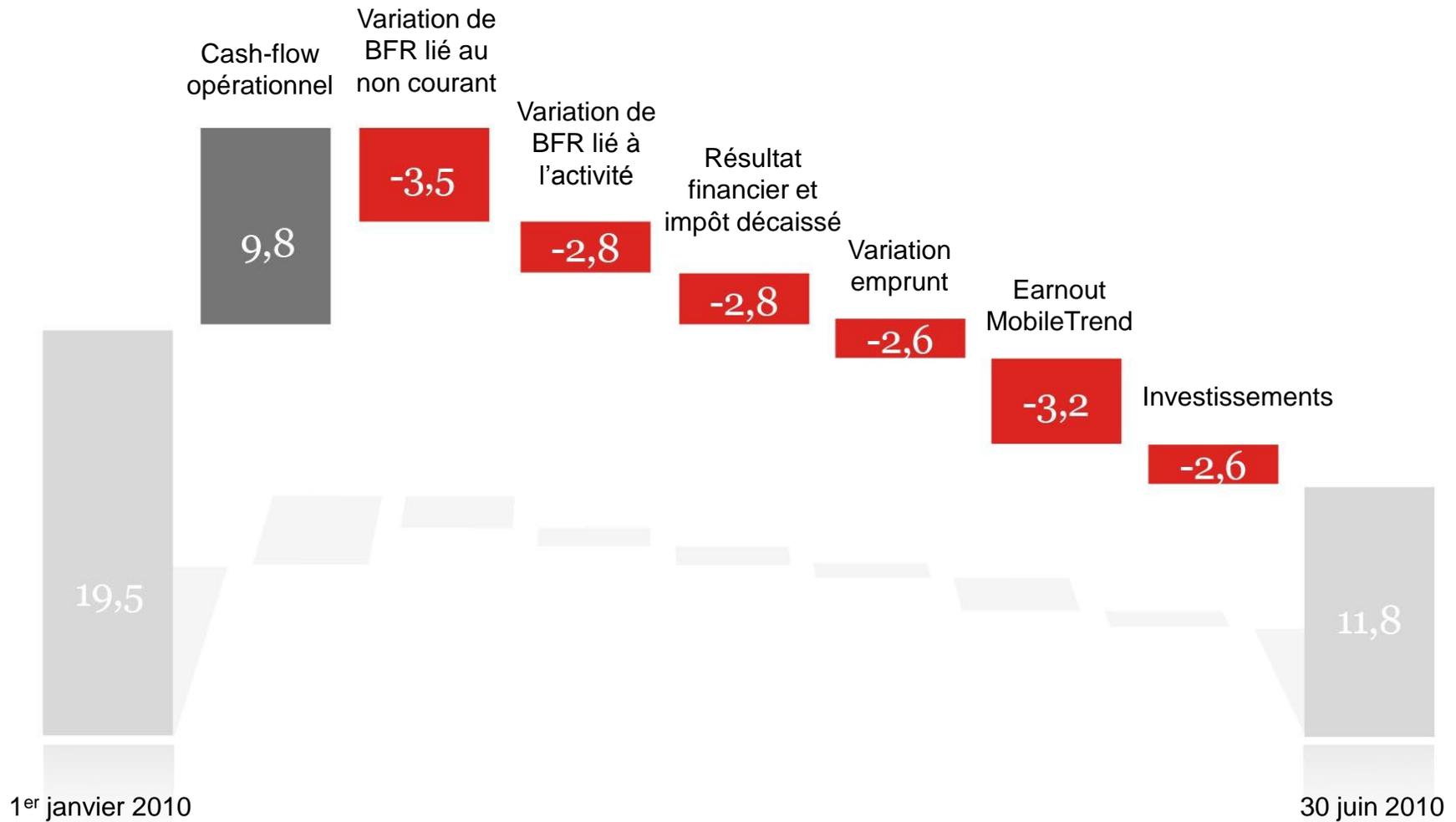


Source: Hi-media, charges totales en miller d'euros

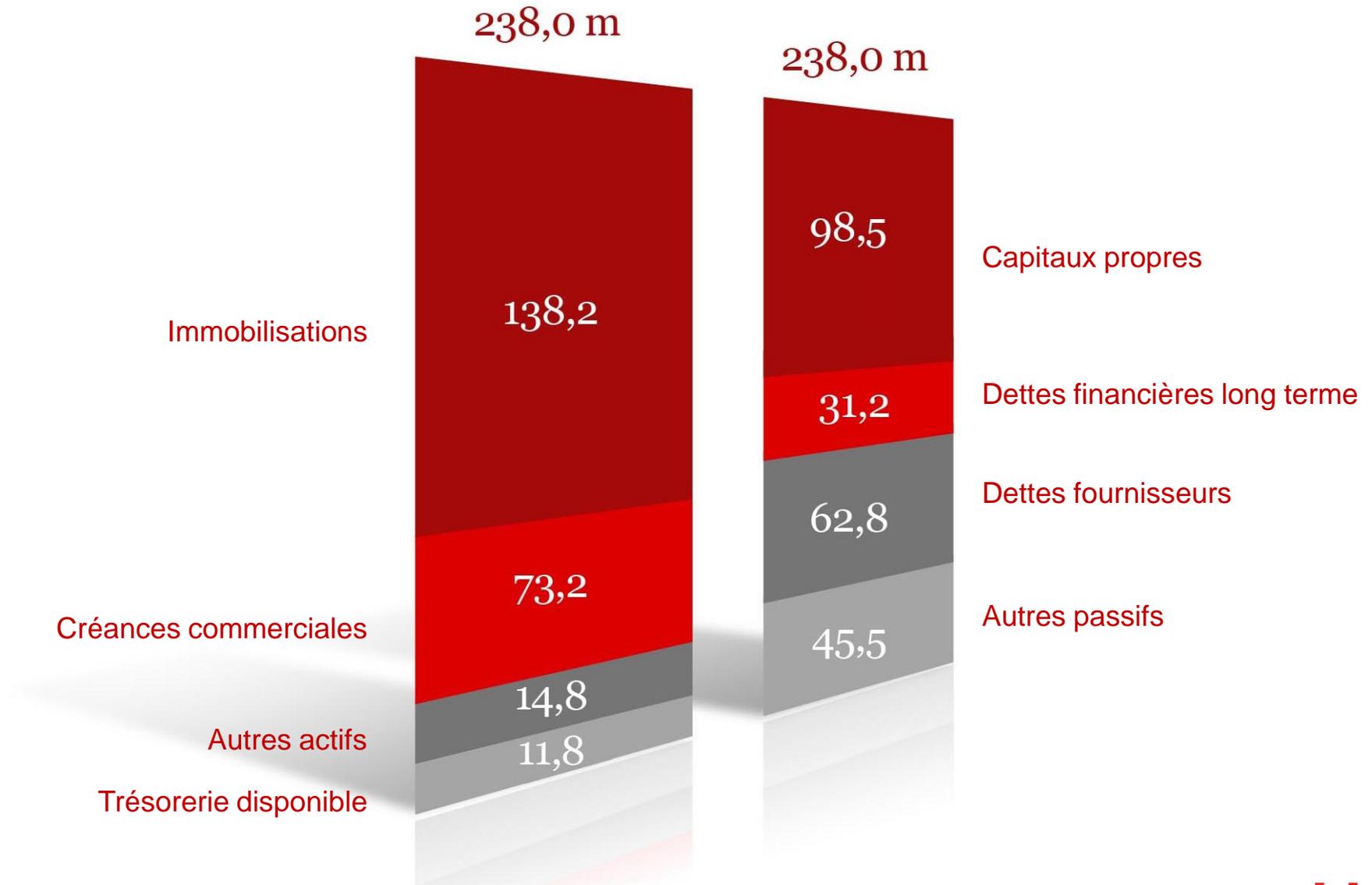
Performances du Groupe sur au 1^{er} semestre 2010

<i>en milliers d'euros</i>	30 juin 2010	30 juin 2009 proforma	Var (%)	30 juin 2009	Var (%)
Chiffre d'affaires	108,656	100,676	+ 8 %	74,279	+ 46 %
Charges facturées par les supports	-71,957	-64,722	+ 11 %	-46,185	+ 56 %
Marge brute	36,699	35,954	+ 2 %	28,094	+ 31 %
Achats	-10,301	-12,020	- 14 %	-8,332	+ 24 %
Charges de personnel	-16,869	-15,977	+ 6 %	-10,274	+ 64 %
Dotations et reprises aux amortissements et provisions	-2,385	-3,083	- 23 %	-2,354	+ 1 %
Résultat opérationnel courant <i>(avant valorisation des stock options et actions gratuites)</i>	7,144	4,873	+ 47 %	7,133	+ 0 %
Valorisation des stock options et actions gratuites	-1,092	-1,535	- 29 %	-1,535	- 29 %
Autres produits et charges non courants	-62,032	-	-	-	-
Résultat opérationnel	-55,981	3,338	na	5,598	na
Coût de l'endettement	-1,016	-1,133	- 10 %	-1,133	- 10 %
Autres produits et charges financiers	225	113	+ 100 %	121	+ 86 %
Résultat des sociétés intégrées	-56,771	2,318	na	4,586	na
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	186	93	+ 100 %	93	+ 100 %
Résultat avant impôt des sociétés consolidées	-56,585	2,411	na	4,679	na
Impôts	-2,980	-1,977	+ 51 %	-2,096	+ 42 %
Impôts sur éléments non courants	-3,715	-	-	-	-
Résultat net des sociétés consolidées	-63,280	434	na	2,583	na
Dont intérêts minoritaires	213	221	- 4 %	221	- 4 %
Dont Part du Groupe	-63,493	213	na	2,362	na

Performances du Groupe au 1^{er} semestre 2010 – Génération de trésorerie



Performances du Groupe au 1^{er} semestre 2010 – Une solide structure financière



1. Hi-media Advertising
2. Hi-media Payments
3. Hi-media Publishing
4. Performance du Groupe sur le 1^{er} semestre de l'exercice 2010
5. Développements & Perspectives

Groupe Hi-media – Conclusion & Perspectives

- Un modèle qui fonctionne
 - Les clients approuvent le modèle et le Groupe signe continuellement de nouveaux contrats
 - Les produits et services « historiques » fonctionnent
 - Le Groupe lance de nouveaux produits et services qui vont alimenter sa croissance
 - A court terme : performance, paiements à l'étranger, Hi-pay
 - A moyen terme : mobile
- Des accidents de parcours sur certains actifs qui ont été identifiés...
 - Publishing: Fotolog
 - Restructuration des équipes et nouveau management
 - Dépréciation des actifs
 - Advertising: Allemagne et Pays-Bas
 - Réorganisation des équipes dans les deux pays
 - Révision à la baisse des attentes sur 2010
- ...et qui n'affectent pas les perspectives long terme
 - Pas de perte de clients majeurs qui menacerait l'activité
 - Rationalisation des actifs publishing en perte et concentration sur les plus sites les plus importants

Groupe Hi-media – Conclusion & Perspectives

- Les synergies avec AdLINK Media ont commencé à être délivrées
 - Les coûts ont été réduits: 5,1 millions d'euros de synergies
 - 2,5 millions d'euros sur les coûts de personnel
 - 1,5 millions d'euros sur les coûts de ad serving
 - 1,1 millions d'euros sur les autres charges
 - Certaines économie de coûts ont été consommées pour de nouveaux projets porteurs à court et moyen terme
 - Le résultat opérationnel a très nettement progressé en proforma : +47%

 - Une fois les points opérationnels problématiques du premier semestre définitivement traités
 - La croissance est soutenue
 - Les marchés sous-jacents sont bien orientés
 - Les synergies commerciales entre publicité et paiement devraient continuer à se développer avec le basculement des media online vers le payant
 - Les coûts sont sous contrôle
 - Les marges restent à des niveaux satisfaisants
 - Les acquisitions majeures sont derrière nous
- Le cap est mis sur la progression de la rentabilité**

hi-media
Groupe media on-line