

**himedia**group<sup>™</sup>  
*is now*



advertising & user experience

**ASSEMBLEE GENERALE**

4 MAI 2017

## **I. OPERATIONAL REVIEW**

---

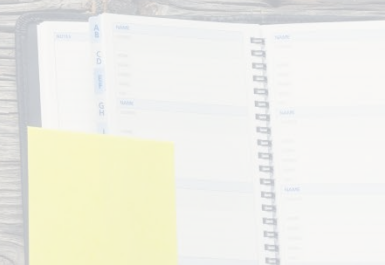
## **II. FINANCIALS**

---

## **III. OUTLOOK**

---

## **IV. CORPORATE GOUVERNANCE**



# I. OPERATIONAL REVIEW

A top-down view of a wooden desk with various office items. In the top right corner, a silver laptop is partially visible. Below it, a black smartphone lies vertically. In the bottom left, a white tablet is partially visible. In the bottom right, a silver pen lies horizontally next to an open notebook with a yellow sticky note on the left page. The desk surface is made of light-colored wood with a prominent grain pattern.

# In 2016 : 3 market key issues

## USERS

increasingly tend  
to reject ads

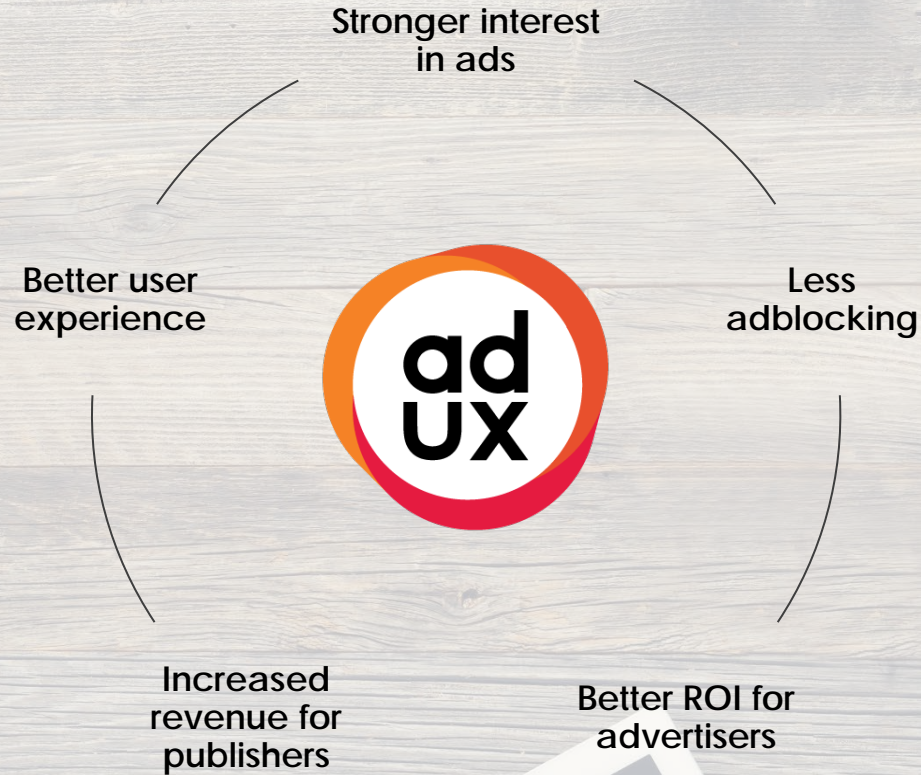
## PUBLISHERS

struggle with  
low advertising revenues

## ADVERTISERS

challenge digital  
ad efficiency

# In 2017 the ad market must focus on improving UX



# Our solutions to address the digital ad market's issues



quantum

admoove  
data for intelligent media

adpulse

# AdUX solution #1: Native advertising

ADVERTISER



Storytelling at scale

AdUX SOLUTION



quantum

USER



No disruption

## What genuine Native is about



Non Interruptive



100% Visible



integrated in the content stream



Editorialised and informative



Fully matching any sites  
look&feel



Dedicated to one unique  
advertiser



# Product and Formats

A screenshot of a desktop news website. The layout is a grid of articles. The top navigation bar includes categories like 'ECONOMIE', 'BOURSE', 'ENTREPRISES & FINANCE', 'HI-TECH', 'VOS FINANCES', 'IDÉES', 'MÉTROPOLIS', and 'CARRIÈRES'. The main content area features several article teasers with headlines such as 'Trumpcare : 24 millions d'Américains perdraient leur couverture...', 'Free prend de court la fin annoncée des frais d'itinérance', 'Trump fait bondir l'émigration vers la Nouvelle-Zélande', 'Partenaire | L'élégance technologique', 'Pour gonfler ses recettes fiscales, Bercy a trouvé la martingale !', 'Italie : vers un forfait impôt à 100.000 euros pour les plus riches', and 'Où va le prix du pétrole ?'. On the right side, there is a vertical sidebar with a 'JEUNE ENTREPRENEUR' banner, a 'Présidentielle 2017' section, and a '14 JOURS' countdown for 'Où va le prix du pétrole ?'. At the bottom right, there is a 'Edition hebdomadaire' section.

**DESKTOP**  
User is exposed  
to an integrated teaser

A screenshot of a mobile news website. The layout is a single column. The top navigation bar includes categories like 'ECONOMIE', 'BOURSE', 'ENTREPRISES & FINANCE', 'HI-TECH', 'VOS FINANCES', 'IDÉES', 'MÉTROPOLIS', and 'CARRIÈRES'. The main content area features several article teasers with headlines such as 'Italie : référendum le 28 mai sur une partie du Jobs Act', 'Partenaire | L'élégance technologique', and 'Où va le prix du pétrole ?'. On the right side, there is a vertical sidebar with a 'JEUNE ENTREPRENEUR' banner, a 'Présidentielle 2017' section, and a '14 JOURS' countdown for 'Où va le prix du pétrole ?'. At the bottom right, there is a 'Edition hebdomadaire' section.

**MOBILE**  
Integrated teaser with no  
downloading time lapse

A screenshot of a mobile beauty website. The layout is a single column. The top navigation bar includes categories like 'BONS PLANS', 'BEAUTÉ', 'MODE', 'PSYCHO', 'SEXE', 'ENFANTS', and 'LOISIRS ET CULT'. The main content area features several article teasers with headlines such as 'Teint lumineux en hiver : 6 astuces anti-grise mine', 'ENFANTS Quel genre de mère active êtes-vous?', and 'OFFRE PROPOSÉE PAR NISSAN Nissan QASHQAI'. On the right side, there is a vertical sidebar with a 'JEUNE ENTREPRENEUR' banner, a 'Présidentielle 2017' section, and a '14 JOURS' countdown for 'Où va le prix du pétrole ?'. At the bottom right, there is a 'Edition hebdomadaire' section.

**TEASER VIDEO**  
Video content integrated  
with 100% viewability

# A growing reach, close to 1500 publishers

**7m UU/day**

FRANCE

Volumes : 1B imp./month  
600 websites

**3m UU/day**

ITALY

Volumes : 200m imp./month  
175 websites

**0,5m UU/day**

BELGIUM

Volumes : 200m imp./month  
35 websites

**0,5m UU/day**

SPAIN

Volumes : 50m imp./month  
100 websites

*Partnerships :*

**4m UU/day**

UK

Volumes : 1B imp./month

**4m UU/day**

GERMANY

Volumes : 200m imp./month



# An expertise recognized by the market



DECRYPTAGE / Actualité

quantum

RECHERCHER | SERVICES | SHOPPING | MARQUES

18/08 | Citroën C3 | Peugeot 2008

Vous avez mangé Turbo dimanche 7 mai 2016 par Benjamin de Metzger

Info en continu

LES VOITURES VOUS SONT-ELLES ?

RECONSTRUIRE LE ART DE PERFORMANCE TOUR

Quand on possède de multiples voitures

LA CAMPAGNE de native advertising a dû être arrêtée plus tôt que prévu, victime de son succès.

Résultats

En premier lieu, Jaguar a bénéficié d'une campagne inférieure au coût d'acquisition planifié, mais aussi de engagements de la plateforme Quantum Advertising, avec 100% de visibilité garantie en affichant les formats unique en fonction de l'internaute. Sur le nombre de formats vus, et si les deux vagues font état de scores plus qu'honorables, la seconde a suscité un engagement sensiblement plus fort avec un taux de clic dix fois supérieur au display pour des campagnes similaires du prestigieux constructeur.

Plus surprenant, cette opération destinée à générer l'essai et planifiée à l'origine pour durer un mois et demi, a dû être interrompue au bout de quinze jours. Avec 100 tests réalisés sur des véhicules au prix moyen de 50 000 euros, certains centres affichaient déjà complet. Un KPI aussi surprenant que positif, qui a incité la marque britannique à transformer l'essai en lançant une troisième vague en octobre pour inciter aux expérimentations en concessions.

français et belges, la campagne programmatique devait travailler à la fois sur les problématiques de positionnement, d'image et de notoriété, et, plus étonnant pour une marque de luxe, agir également sur la prescription directe des modèles.

Enfin, il était primordial pour l'annonceur lorsque que les valeurs de sa marque soient incarnées dans les déclinaisons créatives, autant que protégées dans l'univers de diffusion de la campagne.

Dès lors, la contextualisation et le ciblage sociodémographique devaient être prioritaires dans la stratégie de Mindshare Belgium, agence chargée de l'achat médias et de la coordination du dispositif sur les deux marchés.

Réponse

Deux campagnes, 100% natives, et conçues pour les ordinateurs fixes et tablettes, ont été diffusées pendant deux mois et optimisées par l'agence médias belge en partenariat avec la plateforme de publicité spécialisée Quantum Advertising. La première vague,

**JAGUAR:**  
le Luxe convertit l'essai avec le format natif

**Contexte**

Le constructeur Jaguar a réalisé ses premiers pas dans le programmatique en recherchant des solutions premium capables de valoriser le positionnement exclusif de ses gammes et produits. Rapidement, l'annonceur du secteur luxe s'est intéressé de près aux formats natifs. Ce nouveau type de publicité propose des contenus de marque naturellement intégrés au sein des flux médias des éditeurs, grâce à une mise en forme graphique similaire. Il revendique un positionnement qualitatif et non intrusif, en ne créant aucune rupture avec le contrat de lecture.

**Problématique**

Lors du lancement de nouveaux modèles sur les gammes XE, XF et E-PACE, pour les marchés

activée du 15 juillet au 7 août dernier chez 100 éditeurs différents, avait pour objectif d'encourager les visites sur les sites web de la marque pour découvrir les différents modèles.

La seconde, qui s'est déroulée du 18 août au 4 septembre sur 80 sites, devait de manière moins classique engendrer des demandes de participation à l'événement « The Art of performance tour » de Jaguar. Les internautes qui cliquaient sur la publicité pouvaient accéder à un formulaire d'inscription, puis être recontactés par un représentant de la marque. Originellement articulée autour de quatre jeux de création différents, l'editorialisation a été optimisée en temps réel pour ne garder que les deux créations fonctionnant le mieux, celles qui développaient une sémantique liée aux sensations de conduite.

SUPPLEMENT A STRATEGIES N° 1880

28

Ne peut être vendu séparément - 17/11/2016



**BRIEF**  
Le groupe bancaire international britannique souhaitait mettre en avant les articles de son magazine financier en ligne à travers des campagnes de native advertising et ainsi de générer de la présence d'esprit auprès de ses cibles tout au long de l'année.

**SOLUTIONS QUANTUM**  
Pour atteindre ces cibles, nous avons mis en place une whitebox axée Finance / News couplée à une exclusion sémantique (Greepshot). Ce ciblage sur-mesure et la forte personnalisation des créas en fonction des problématiques mises en avant dans l'eMag ont permis d'atteindre les KPI souhaités par le client > cette campagne est devenue une campagne fi rouge depuis Q1 2016.



  
Ciblages Thématique et Sémantique

  
Temps passé > 2mn  
- Google Analytics -

# AdUX solution #2 : **Geo marketing**



# Product : Drive to Store and cluster targeting

## A Powerful Premium Network

Offering brand safety

## 1 Billion

Monthly ad requests

## 28 Million

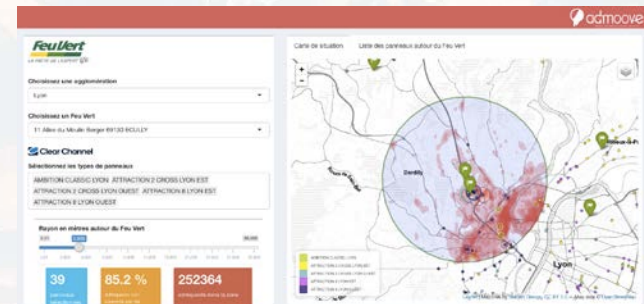
Monthly Unique Users

## Unique geodata

Clusters On demand

## Precise GPS diffusion

The unique French Network certified



# Drive to store solutions for retailers

## CUSTOMER

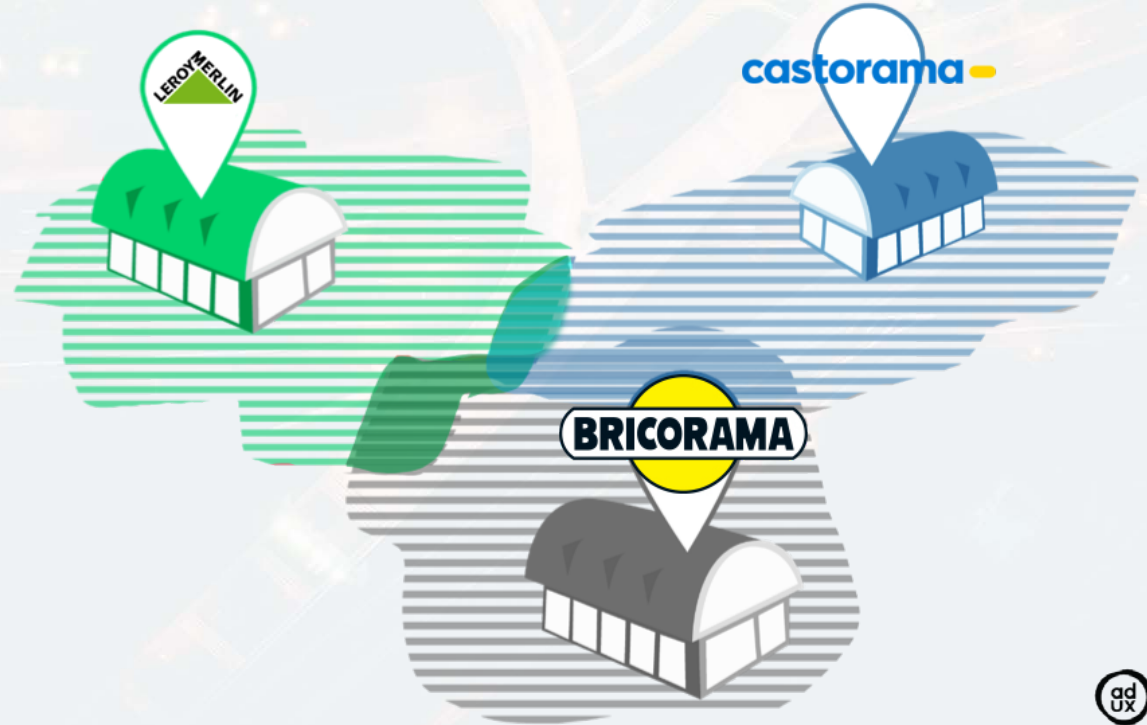
Customers only visiting one store

## DUAL STORE

Customers visiting one store  
& its competitors

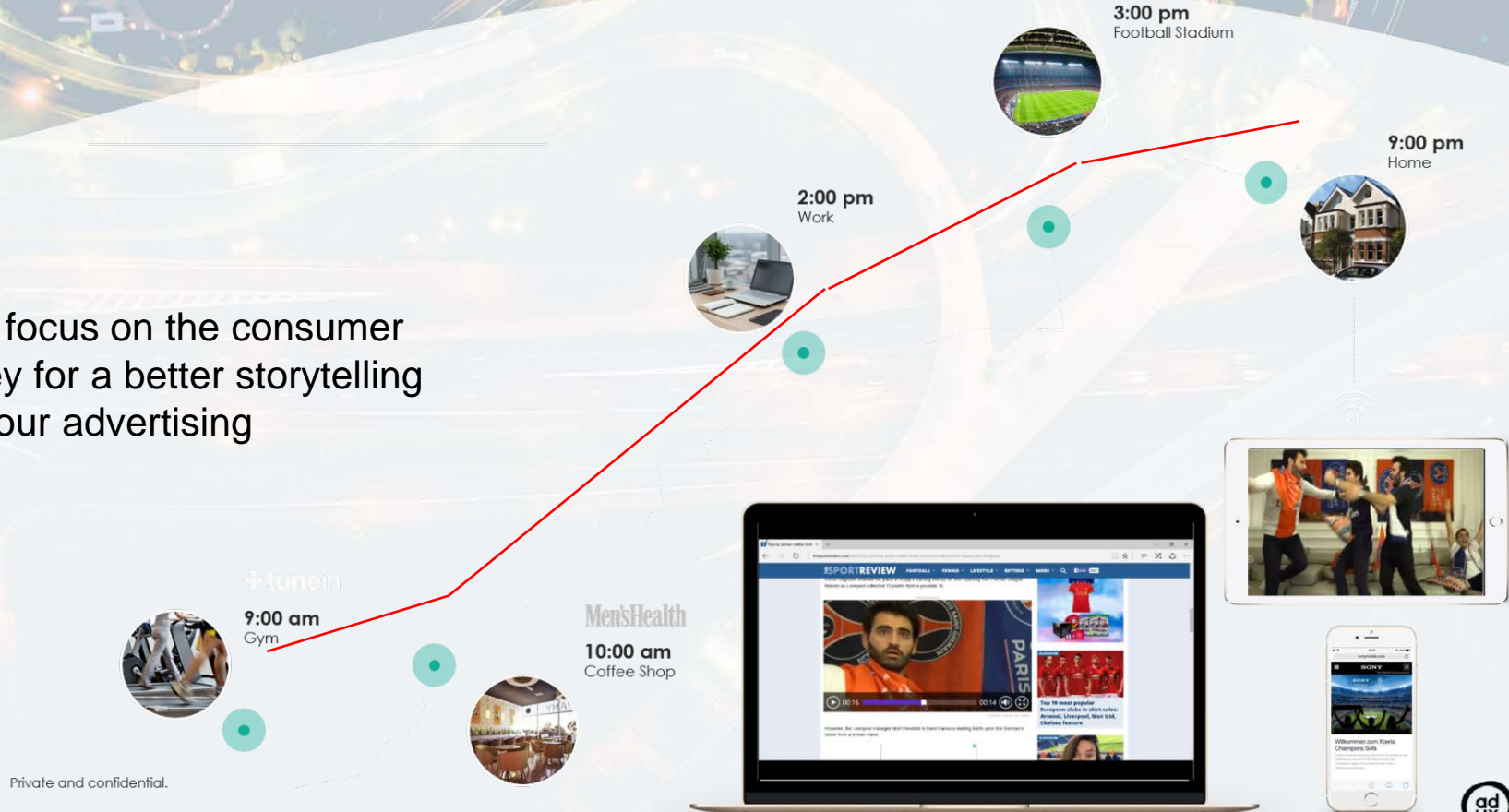
## CONQUEST

Customers catchment  
area and visiting the competitors

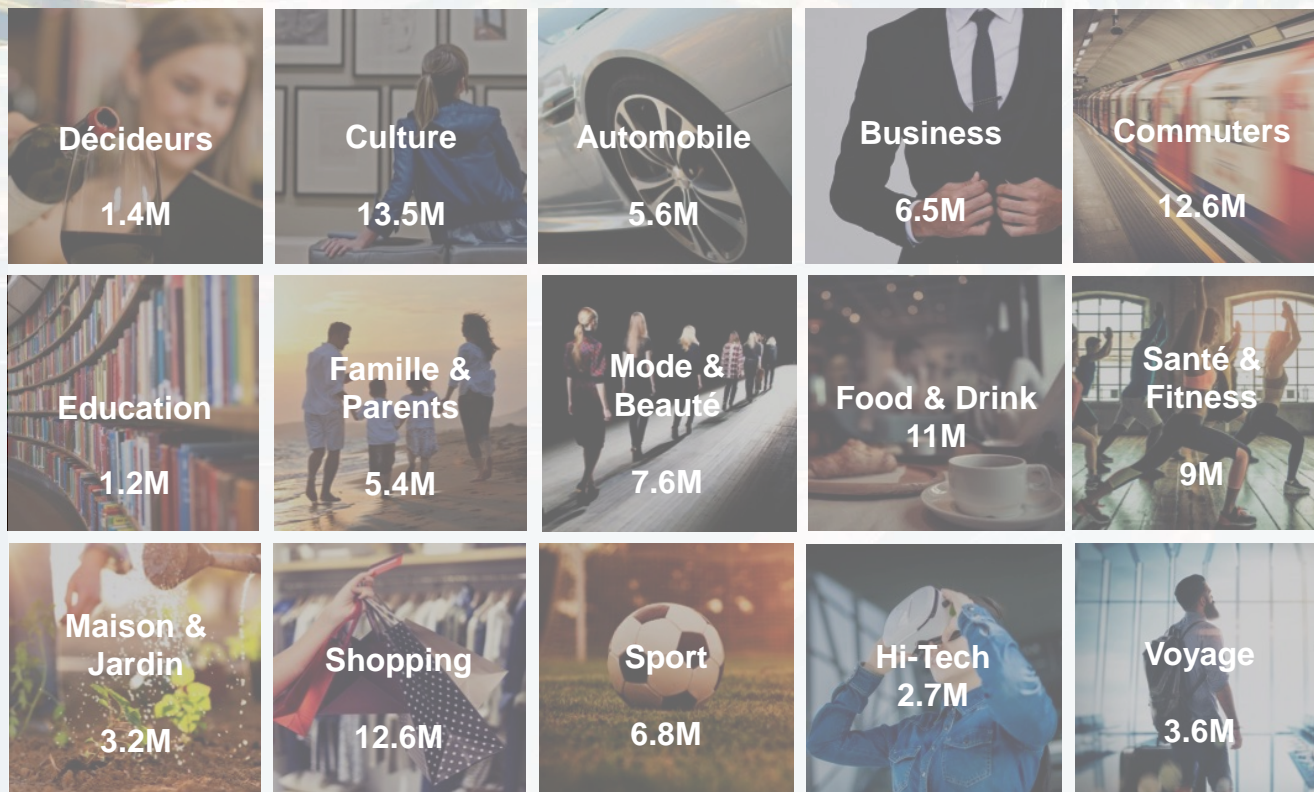


# Geodata for a better knowledge of customers

A real focus on the consumer journey for a better storytelling with your advertising



# Agregated geodata to build profile clusters





# Example : automotive



**5.6m** Mobile ID  
each month



## **POI**

Car dealers, Gas station, Automotive repair stands



## **Target group**

24-54 year old  
Car Owners  
Interested to purchase a new car

# AdUX solution #3 : Engagement



# Ads involving User Engagement

## Business case of social publishing

### AU SERVICE DE LA JOY FOOD

Badoit veut créer une nouvelle tendance, la Joy Food en articulant sa prise de parole autour :

- Du Food
- Du Ludique
- Du Créatif
- Du Fun
- Du Goût
- Du Convivial
- Du Surprenant
- De l'Inattendu
- Et du Français

JOY  
food =



Demotivateur Food

# Ads involving User Engagement

## CONTENT PYRAMIDE

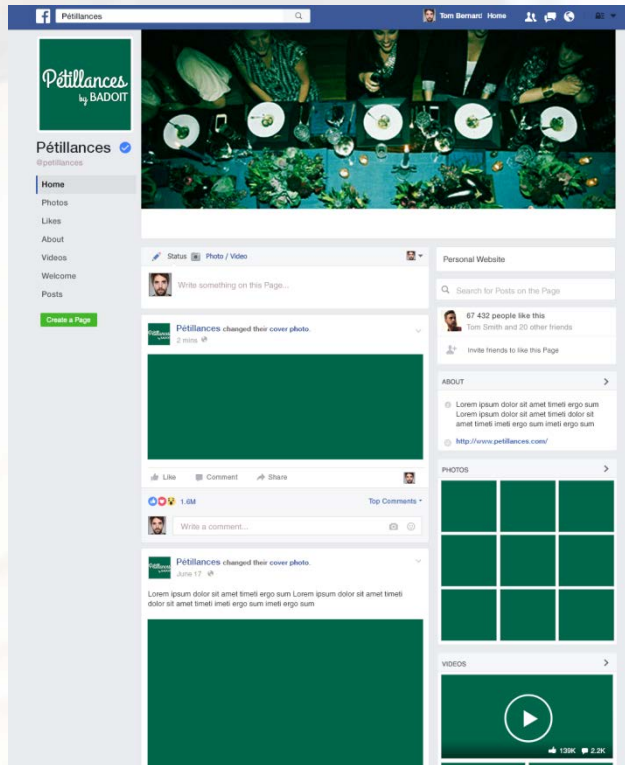
Demotivateur Food produces 1000 articles/video/content for Joyfood over a year



# Ads involving User Engagement

## FACEBOOK JOYFOOD'S PAGE

# Engagement KPIs



**1000**

articles

**25M**

videos viewed on Facebook

**400K**

social interactions

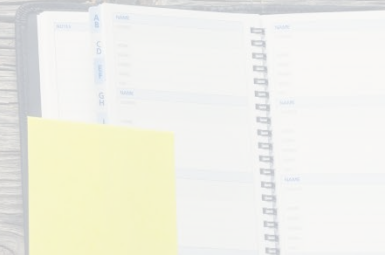
**400**

social interactions per article in average

**100M**

cumulated contacts

## II. FINANCIALS 2016



# Financial Highlights - 2016 target reached

In €M	2016	2015	Var.
Sales	59,2	64,7	(5,6)
Gross profit	26,8	19,4	7,5
EBITDA	1,1	(10,4)	11,5
Operating profit	(0,7)	(38,8)	38,1
Net income	(1,3)	(40,3)	39,0
Net income - Group share	(1,1)	(39,7)	38,6

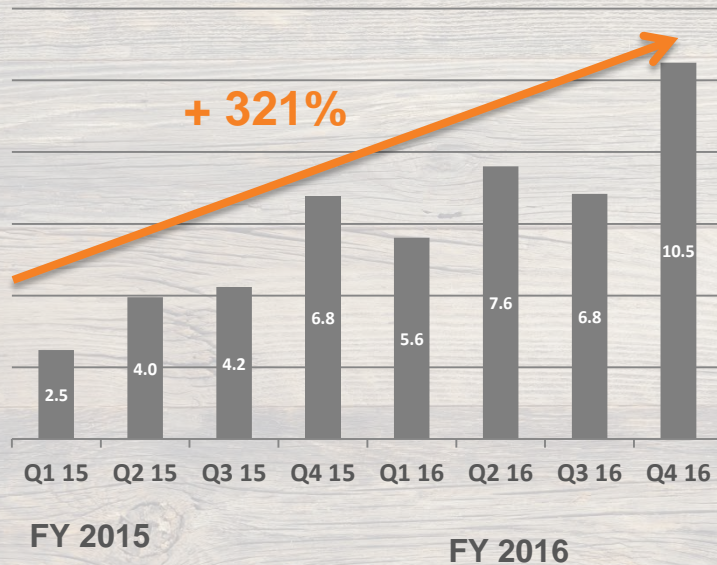
Dynamics of  
growth businesses  
confirmed

57% of revenues  
generated by new  
growth activities  
at the end of Q4 and  
52% on FY 2016

Back to  
a growth pattern  
and increased EBITDA  
in 2017

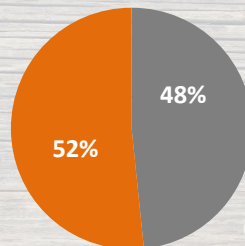
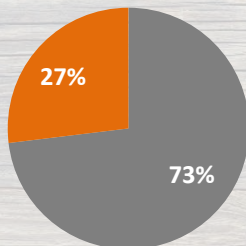


# Growth businesses keep a strong dynamism and generate more than 50% of revenues



€30M in 2016 vs. €17M in 2015

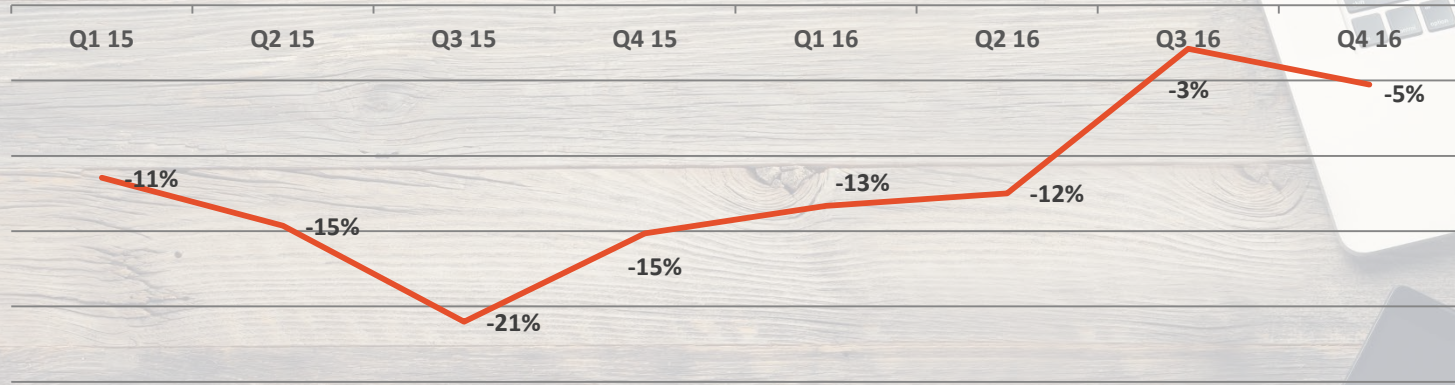
- Double digit growth per quarter (2016 vs 2015)
- + 75% growth in 2016 vs 2015
- Double digit growth per quarter expected in 2017 (2017 vs 2016)
- From 27% to 52% in one year



- Growth businesses
- Legacy business

# Consolidated revenue will grow in 2017

- The consolidated activity is about to be stabilized\*



- 2017 topline will increase

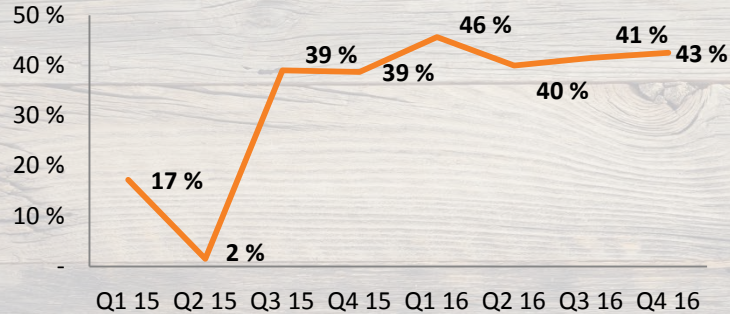
- Thanks to the increasing weight of growth businesses in the revenue mix on a FY basis
- Thanks to a modest contraction of the legacy business with Adpulse

\* At constant perimeter

# Gross margin are stabilizing at a healthy level

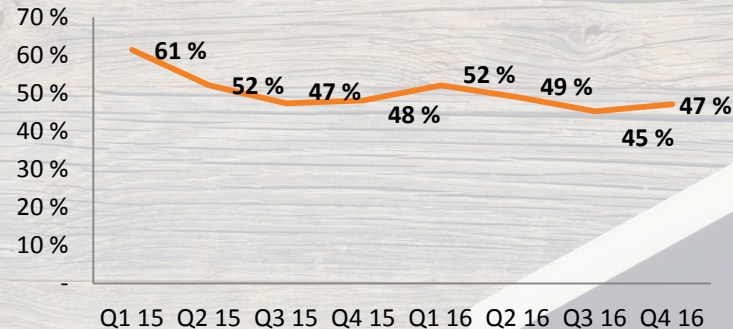
€27M FY 2016 vs. €19M FY 2015

**Legacy  
Business**



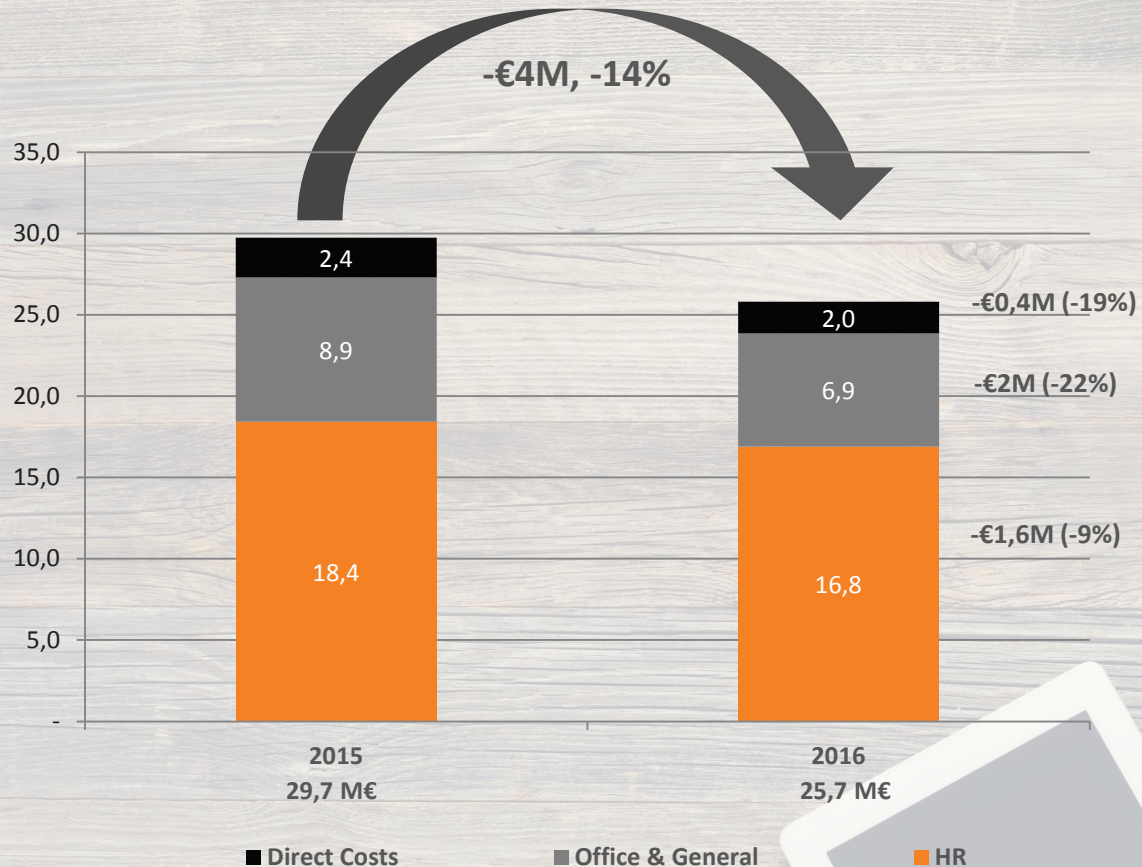
Legacy business around 40% / 42%

**Growth  
Businesses**



Growth businesses around 45% / 47%

# Consolidated costs are under control



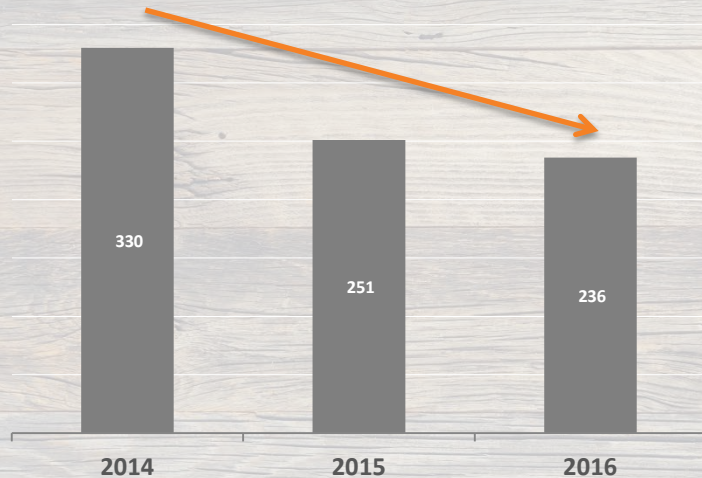
€26M FY 2016 vs. €30M FY 2015

Strong reduction of the cost structure :

- €-4M (-14%) between 2016 & 2015
- Direct costs (adserving/hosting) have been decreased by -€0,4M (-19%)
- Office & General (rental charges, marketing, audit and legal fees, travel and representation...) costs have been reduced by -€2M (-22%)
- HR costs have been decreased by -€1,6M (-9%)

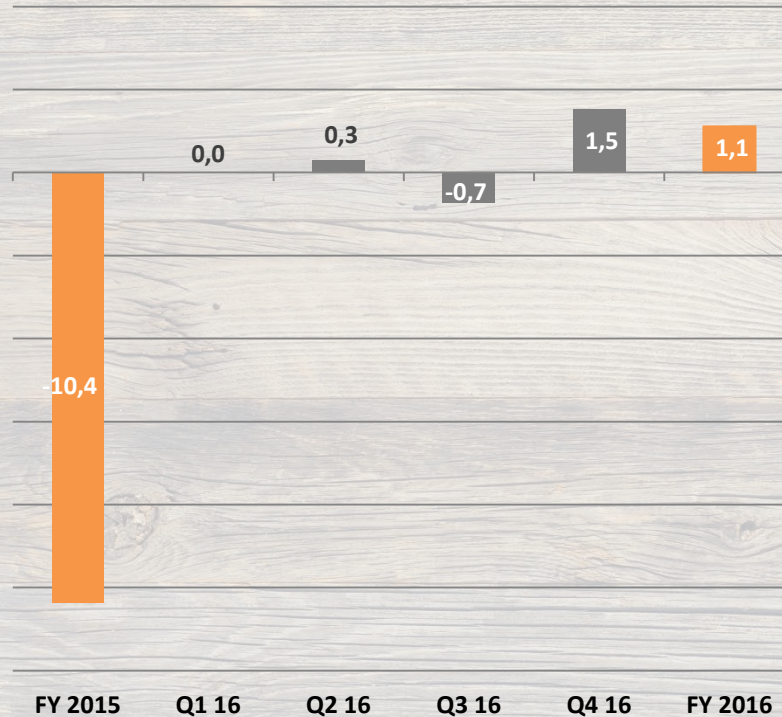
Headcount has been optimized and the workforce is scalable at reasonable cost

**236 people in 2016 vs. 250 people in 2015**



- A strong reduction in the global headcount
- IT and backoffice teams have been organized in lower labour cost countries

# Return to profitability with positive EBITDA for the full year 2016



2016 target reached : Positive EBITDA

€1.1M FY 2016 vs. -€10,4M FY 2015

# Cash Flow synthesis

<u>M€</u>	<u>H2 2015</u>	<u>H1 2016</u>	<u>H2 2016</u>
<b>Cash - period start</b>	<b>15.5</b>	<b>7.4</b>	<b>5.2</b>
Cash from operations	-5.9	-4.9	-1.3
Cash from investment activities	-2.2	+2.7	+1.8
Current	-0.8	-0.6	-0.8
Non current	-1.4	+3.3	+2.6
<b>Cash - end of the period</b>	<b>7.4</b>	<b>5.2</b>	<b>5.7</b>

- Working capital: substantial decreasing over the last semesters
- Capex: recurring amount between €1.5M & € 2M per year
- HiPay valuation at €3,2M as of December, 31<sup>st</sup> 2016
- tax loss carryforwards for €75M

# Q1 2017\* financial and 2017 full year perspectives

	(€m)	Q1 2017	Q1 2016	Var.
<b>Group</b>	Revenue	<b>11,3</b>	13,3	-15%
	Gross margin	<b>5,4</b>	6,4	-15%
	EBITDA <sup>(2)</sup>	<b>(0,3)</b>	0,0	-
	<i>Gross margin rate</i>	<b>48%</b>	48%	

- Confirmation of expected trends in Q1 2017 :
  - Robust momentum in growth activities
  - Decline in revenue from legacy activities, mainly reflecting prior year first quarter comparatives
- Consolidated revenue will grow in 2017
  - Thanks to the increasing weight of growth businesses in the revenue mix on a FY basis
  - Thanks to a modest contraction of the legacy business with Adpulse
- Growth businesses will keep a strong dynamism
  - International Development of Quantum on 2017
  - Summer '17 : new Admoove platform ready to be deployed internationally
- Back to a growth pattern and increased EBITDA in 2017

\*Based on the unaudited financial statements at March 31, 2017.



# III. OUTLOOK

A top-down view of a wooden desk with a laptop, smartphone, tablet, pen, and notebook. The text "III. OUTLOOK" is centered on the desk.

# Clear roadmap for growth

**NATIVE** is the **new display**

---

**GEOMARKETING** focuses on where **the majority of commerce remains**

---

**SOCIAL PUBLISING** leverages **the scale of social network**

# New developments

Merge of Local Media and Admoove

Creation of a multidevice advertising product for desktop + mobile

Commercial partnership with an outdoor advertising company

Summer '17 : new Admoove platform ready to be deployed internationally



RENAULT



# New developments



New Publishers on board :

- Bauer Media Group, Solocal, 3Wrégie, LaPlaceMedia, Audience Square in France
- Conde Nast , Sky in Italy
- 2ndmain.be and MSN in Belgium

Renewed main budgets : ORANGE, SAMSUNG, ClubMed

Launch of Spanish activity

Preparation of Launch in Germany, Brazil and Mexico

# New developments

Diversification of brands

Social reach of 6M users cumulated

Diversification on Instagram



adpulse

---

NETFLIX

fubiz™



Red Bull®  
ENERGY DRINK



Jetlag  
by Dermotvateur

# SHORT TERM FINANCIAL OUTLOOK

Revenues shall start growing again **in Q2 2017**

---

Revenues shall grow over **Full Year 2017**

---

EBITDA shall grow **in 2017**

# MID-LONG TERM FINANCIAL PERSPECTIVE

Growth shall accelerate **in the coming years**

---

Long term EBITDA **margin shall reach 10% and more**

# IV. CORPORATE GOVERNANCE

A top-down view of a wooden desk with a laptop, smartphone, tablet, pen, and notebook. The text "IV. CORPORATE GOVERNANCE" is centered on the desk.



# BOARD HAS BEEN RENEWED

Majority of **independant board members**

---

40% **of women**

**Odile Roujol (ex Orange CDO)** : marketing and strategy, working for VC and start ups in the Silicon Valley

**Sandra Legrand (ex Kalidea CEO)** : entrepreneurship, involved in professional organization like Croissance Plus

**Benjamin Teszner (ex Prestashop CEO)** : investment, working @Otium Capital

**Eric Giordano** : COO@AdUX

**Cyril Zimmermann** : CEO@AdUX

# MANAGEMENT'S PACKAGE AUDIT

Management's top packages have been benchmarked by **Mercer Consulting** and reviewed by the board's committee

---

## CEO's package in 2016 and 2017

**2016 :** 195K€ fixed +30K€ bonus (out of 60K€ potential)  
88 K€ of other benefits (*job loss, retirement, car, expatriation*)

**2017 :** 200K€ fixed +100K€ potential bonus based on gross margin and EBIT targets  
31 K€ of other estimated benefits (*job loss, retirement, car*)

# GENERAL MEETING AGENDA

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

- **Première résolution**  
Approbation des comptes sociaux de l'exercice clos le 31 décembre 2016
- **Deuxième résolution**  
Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2016
- **Troisième résolution**  
Quitus aux administrateurs
- **Quatrième résolution**  
Affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2016
- **Cinquième résolution**  
Conventions réglementées visées aux articles L.225-38 et suivants du Code de commerce
- **Sixième résolution**  
Approbation d'une convention réglementée conclue avec la société BJ Invest
- **Septième résolution**  
Avis sur les éléments de rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2016, à Monsieur Cyril Zimmermann, Président Directeur Général

# GENERAL MEETING AGENDA

- **Huitième résolution**

Approbation des principes et critères de détermination, de répartition et d'attribution des éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature attribuables à Monsieur Cyril Zimmermann, Président Directeur Général

- **Neuvième résolution**

Ratification de la cooptation de Madame Odile Roujol en qualité d'administrateur en remplacement de la société United Internet, représentée par Monsieur Norbert Lang, administrateur démissionnaire

- **Dixième résolution**

Ratification de la cooptation de Monsieur Benjamin Teszner en qualité d'administrateur en remplacement de Monsieur Jean-Charles Simon, administrateur démissionnaire

- **Onzième résolution**

Fixation du montant global annuel des jetons de présence

- **Douzième résolution**

Autorisation consentie au Conseil d'administration pour opérer sur les actions de la Société

# GENERAL MEETING AGENDA

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE EXTRAORDINAIRE

- **Treizième résolution**

Changement de dénomination sociale et modification corrélative de l'article 2 des statuts de la Société

- **Quatorzième résolution**

Délégation de compétence consentie au Conseil d'administration en vue (i) d'augmenter le capital social par émission d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement et/ou à terme au capital de la Société ou de filiales, et/ou (ii) de procéder à l'augmentation du capital social de la Société par incorporations de réserves, bénéfices, primes ou autres, avec maintien du droit préférentiel de souscription dans la limite d'un montant nominal global de huit cent soixante mille euros (860.000 €)

- **Quinzième résolution**

Délégation de compétence consentie au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social par émission d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement et/ou à terme au capital de la Société avec suppression du droit préférentiel de souscription, par une offre au public, dans la limite d'un montant nominal global de quatre cent trente mille euros (430.000 €) et faculté de conférer un droit de priorité

# GENERAL MEETING AGENDA

- **Seizième résolution**

Délégation de compétence consentie au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital immédiatement ou à terme par émission d'actions ordinaires ou de toutes valeurs mobilières donnant accès au capital, avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, par une offre à des investisseurs qualifiés ou à un cercle restreint d'investisseurs au sens du Code monétaire et financier (placement privé)

- **Dix-septième résolution**

Délégation de compétence consentie au Conseil d'administration à l'effet d'augmenter le capital social par émission d'actions ordinaires de la Société et/ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement et/ou à terme au capital de la Société avec suppression du droit préférentiel de souscription, pour fixer le prix d'émission selon les modalités déterminées par l'assemblée générale dans la limite de 10% du capital par an

- **Dix-huitième résolution**

Délégation de compétence à donner au Conseil d'administration à l'effet d'augmenter le nombre de titres à émettre en cas d'augmentation de capital avec ou sans droit préférentiel de souscription

- **Dix-neuvième résolution**

Autorisation à donner au Conseil d'administration à l'effet d'augmenter le capital social par émission d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement et/ou à terme au capital de la Société avec suppression du droit préférentiel de souscription en rémunération d'apports en nature portant sur des titres de capital ou des valeurs mobilières donnant accès au capital

# GENERAL MEETING AGENDA

- **Vingtième résolution**

Autorisation à donner au Conseil d'administration de consentir des options de souscription ou d'achat d'actions de la Société au profit des salariés du groupe

- **Vingt-et-unième résolution**

Autorisation à donner au Conseil d'administration de procéder à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre au profit des salariés du groupe

- **Vingt-deuxième résolution**

Autorisation à donner au Conseil d'administration à l'effet de procéder à l'augmentation du capital social par émission d'actions réservées aux adhérents d'un plan d'épargne d'entreprise établi en application des articles L. 3332-18 et suivants du Code du travail, avec suppression du droit préférentiel de souscription au profit de ces derniers

- **Vingt-troisième résolution**

Autorisation à donner au Conseil d'administration à l'effet de réduire le capital social par annulation des actions auto détenues

- **Vingt-quatrième résolution**

Pouvoirs pour formalités



advertising &  
user experience

quantum

adpulse

admoove