

Paris, le 5 mai 2009

HI-MEDIA ANNONCE UNE PROGRESSION DE 30 % DE SON CHIFFRE D'AFFAIRES AU PREMIER TRIMESTRE 2009

- **Une résistance remarquable de l'activité de régie publicitaire dans le contexte actuel avec une baisse du chiffre d'affaires limitée à 5,5%**
- **Le micropaiement s'affirme comme un formidable relais de croissance : +65%**

Paris, 5 mai 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 premier trimestre 2009.

Principales données consolidées (en millions d'euros)

	T1 2008	T1 2009	Variation
Chiffre d'affaires :			
Publicité	14,0	13,2	-5,5%
Micropaiement	14,2	23,4	+65%
Consolidé	28,2	36,6	+30%
Marge brute¹ :			
Publicité	56,0%	53,3%	
Micropaiement	23,0%	26,9%	
Consolidée	39,0%	36,5%	

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

« Nous sommes très fiers de nos performances de ce début d'année. L'activité publicitaire résiste très bien grâce à la solidité de notre offre et à la très forte mobilisation de nos équipes. La plateforme Allopass montre quant à elle toute sa pertinence dans un contexte d'évolution des modèles économiques des media en ligne vers le micropaiement. Dans ce domaine également nos équipes ont réalisé un travail exceptionnel en affirmant nos positions en France et en déployant notre offre à l'international, notamment aux Etats-Unis. Au global, notre croissance reste extrêmement solide alors que notre environnement concurrentiel est affecté par la crise économique. Nous bénéficions d'une position privilégiée et pouvons envisager sereinement les meilleurs moyens de continuer à affirmer notre leadership».

Publicité en ligne

¹ Y compris marge à 100 % réalisée sur les sites propriétaires (Hi-media Publishing)

Le chiffre d'affaires de la publicité en ligne a su résister à l'environnement défavorable actuel avec une baisse limitée de l'activité à 5,5 % au premier trimestre. Le réseau publicitaire du Groupe a continué à renforcer son portefeuille de sites notamment en Espagne avec les sites Wamba.es, Sonico.com et Netlog.es qui ont permis de constituer autour de Fotolog une thématique jeune/entertainment leader sur le marché ibérique. Hi-media Allemagne a convaincu deinfussballclub.de, motor.de et freitag.de de rejoindre son réseau.

Micropaiement

Les revenus du micropaiement ont progressé de 65 % au premier trimestre continuant sur la lancée du second semestre de l'année 2008. Cette croissance résulte d'un nombre toujours plus important de transactions (près de 7 millions de transactions par mois au cours du premier trimestre) et d'un nombre croissant de sites utilisant la solution Allopas (plus de 255 000).

Allopas continue sa stratégie d'expansion géographique avec le lancement de l'activité aux Etats-Unis et une couverture désormais étendue à plus de 45 pays.

Après l'agrément des autorités bancaires belges (CBFA) fin 2008, la solution de portemonnaie électronique du groupe, Hipay, a reçu l'accord de la Banque de France et a enregistré ses premières transactions au cours du premier trimestre.

Publishing

Attirant toujours plus d'audience, les sites édités par le Groupe ont franchi la barre des 50 millions de visiteurs uniques par mois (source : Google Analytics, mars 2009). Ces résultats soulignent le succès des lancements récents mais aussi la performance des sites plus anciens, avec une augmentation de 30% de l'audience de jeuxvideo.com (source : Nielsen, mars 2009) et de nouveaux records pour Fotolog qui a dépassé la barre des 25 millions de membres dans le monde.

Le début de l'année 2009 a vu également le lancement des versions portugaise, néerlandophone et allemande de gameonly.com qui est désormais disponible dans cinq pays.

Les sites propriétaires de Hi-media représentent plus de 13 % du chiffre d'affaires du Groupe.

Situation financière

Le taux de marge brute de l'activité de publicité en ligne (53,3%) comme celui du micro paiement (26,9%) se maintiennent à des niveaux très satisfaisants trimestre après trimestre.

La baisse transitoire du taux de marge brute consolidé à 36,5% s'explique par l'évolution de la répartition des revenus en faveur du micropaiement (64% du chiffre d'affaires du premier trimestre 2009 vs. 50% sur la même période en 2008) qui affiche un taux de marge brute inférieur à celui de la publicité. Le niveau de marge brute au premier trimestre est conforme au plan de marche du groupe.

Perspectives

Fort de sa croissance du premier trimestre, de la diversification de ses revenus et de sa solidité financière, le Groupe Hi-media est confiant dans sa capacité à continuer à gagner des parts de marché. Les objectifs de l'exercice 2009 sont confirmés :

- Croissance à deux chiffres de ses revenus.
- Amélioration du résultat opérationnel courant.

Le présent communiqué de presse constitue le rapport narratif du premier 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 6 pays européens, en Chine, aux Etats-Unis et au Brésil, le groupe emploie plus de 370 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 135 millions d'euros en 2008. 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 2^{ème} trimestre : 21 juillet 2009, après bourse

Résultats du 1^{er} semestre 2009: 31 août 2009, avant 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