

Paris, le 6 juillet 2009

Hi-media annonce l'acquisition d'AdLINK Media, l'activité de régie publicitaire du Groupe AdLINK, et devient le leader européen de la régie publicitaire et du micropaiement sur Internet

- **Audience totale supérieure à 120 millions de personnes en Europe pour le réseau publicitaire combiné de Hi-media et d'AdLINK Media¹**
- **Plus de 280 000 sites clients dont environ 20 000 pour les services de régie publicitaire et plus de 260 000 pour ceux de micropaiement d'Hi-media**
- **Montant de l'opération : 29,4 millions d'euros financés en actions Hi-media et en numéraire**
- **Impact relatif dès 2010**

Paris, le 6 juillet 2009 – le groupe media online Hi-media (Code ISIN FR0000075988 - HIM, HIM.FR) annonce la signature le 6 juillet 2009 d'un protocole d'accord en vue de l'acquisition d'AdLINK Media, l'activité de régie publicitaire en ligne du Groupe AdLINK Internet Media AG. Hi-media deviendrait ainsi le leader européen de la monétisation de l'audience sur Internet.

Cyril Zimmermann, fondateur et Président Directeur général du Groupe déclare : « Avec l'acquisition de AdLINK Media, Hi-media va s'imposer comme un acteur majeur du marché européen de la régie publicitaire en ligne. Depuis plusieurs années, nous avons développé un modèle unique en construisant de fortes synergies entre notre régie publicitaire et notre plate-forme de micropaiement Allopass, dont nous allons ainsi accélérer le déploiement en Europe. Ce positionnement ainsi renforcé et générateur de synergies nouvelles, bénéficiera à tous les sites en régie, ceux que nous éditons comme ceux de nos clients. Nous accueillons à cette occasion un nouvel actionnaire de référence aux côtés de IDI et BV capital, AdLINK Internet Media AG à hauteur de 11% de notre capital ; ses compétences seront un atout supplémentaire dans la poursuite de notre stratégie et la réalisation de nos objectifs de croissance et de rentabilité dans les prochaines années. »

Stéphane Cordier, Président Directeur général du Groupe AdLINK, a déclaré de son côté : « nous contribuons à la consolidation du marché en associant notre activité de régie publicitaire à celle d'Hi-media, et en devenant un des actionnaires de référence de la nouvelle entité combinée. Nous allons bénéficier de fortes synergies liées aux économies d'échelle et aux ventes croisées».

1 - La consolidation du marché publicitaire on line et l'émergence d'un leader européen

¹ Source : Comscore, mai 2009 (visiteur unique par mois)

AdLINK Media, régie publicitaire du Groupe AdLINK², avec 4 000 sites premium à forte audience est l'un des leaders européens du marketing interactif représentant plus de 94 millions d'utilisateurs uniques par mois³. AdLINK Media est présent dans différents pays européens (Allemagne, France, Royaume-Uni, Pays Bas, Belgique, Espagne, Italie)

**AdLINK Media (régie publicitaire) : principales données au 31 mars 2009
(non auditées)**

Chiffre d'affaires (millions d'€)	14,2
Effectifs	192
Visiteurs uniques par mois (millions)	94,6
Impressions par mois (milliard)	10,6

Source : Groupe AdLINK, rapport du 1^{er} trimestre, publié le 17 avril 2009

Confrontés à la crise économique qui pèse sur le marché européen de la publicité sur Internet, les annonceurs et mandataires accélèrent la concentration de leurs investissements sur les médias ou les réseaux publicitaires les plus puissants, complets et innovants. En devenant le premier réseau européen de publicité sur Internet avec plus de 120 millions de visiteurs uniques répartis sur 9 pays³, Hi-media sera alors en mesure de :

- proposer un taux de couverture global des internautes européens ;
- doubler la taille de ses activités en Allemagne ;
- s'implanter aux Pays Bas, en Italie et au Royaume-Uni ;
- renforcer ses offres thématiques sur le divertissement, l'univers féminin, l'automobile et le B-to-B.

Ce rapprochement sera fortement créateur de valeur et devrait générer des synergies de coûts de l'ordre de 5 millions d'euros du fait de la mise en commun des structures et des économies d'échelle. De plus, sur un marché où la puissance et la segmentation sont des avantages concurrentiels différenciants, le nouvel ensemble devrait bénéficier d'une prime à la taille et de dynamiques commerciales accrues aux niveaux local et européen.

La valeur créée par l'émergence d'un leader est d'autant plus importante que, au delà du ralentissement conjoncturel du marché du marketing sur Internet, la publicité en ligne est appelée à enregistrer des taux de croissance élevés dans les années à venir, compte tenu de la solidité de ses fondamentaux :

- l'Internet a su créer de véritables carrefours d'audience ;
- le temps passé par chacun sur Internet ne cesse d'augmenter ;
- la part des budgets publicitaires allouée à Internet reste très faible par rapport au temps media consacré à l'Internet.

2 - Des synergies importantes pour le publishing et le micropaiement

² Le Groupe AdLINK Internet Media AG a généré un chiffre d'affaires en 2008 de c. 223 millions d'euros et un EBITDA de 14 millions euros (source : AdLINK – communiqué de presse 24 mars 2009)

³ Source : Comscore, mai 2009

Outre les économies d'échelle propres aux activités de régie, cette acquisition se traduira par des synergies importantes avec les autres métiers de Hi-media.

En Espagne et en Belgique où le pôle Publishing du Groupe Hi-media dispose d'une audience importante, notamment grâce à Fotolog, la position renforcée de la régie va permettre une meilleure monétisation de tous les sites et donc également des sites opérés par Hi-media.

L'acquisition d'AdLINK Media devrait également se traduire par l'accélération du déploiement européen d'Allopass, en particulier en Allemagne et Royaume-Uni. Hi-media a développé depuis plusieurs années un modèle unique en construisant de fortes synergies entre sa régie publicitaire et sa plate-forme de micropaiement Allopass. Les bases de clientèle des deux activités se recoupent en effet de plus en plus : les éditeurs de contenus et de services qui, hier, se finançaient exclusivement par la publicité, tendent aujourd'hui à développer des offres payantes en ayant recours aux solutions de micropaiement. Les clients d'Allopass cherchent par ailleurs des moyens marketing efficaces auprès de la régie pour promouvoir leurs sites et augmenter le nombre de transactions. Pour la mise en place de ces ventes croisées, la connaissance approfondie du marché des éditeurs et l'expérience d'équipes locales sont des actifs précieux. La récente sortie d'une nouvelle version de la plate-forme Allopass.com a d'ailleurs été conçue pour l'internationalisation de cette activité, l'une des orientations stratégiques du Groupe.

3 - Modalités de l'opération

AdLINK Media est valorisée à 29,4 millions d'euros et sera transférée à Hi-media nette de toute trésorerie et de toute dette.

Selon les termes du protocole d'accord, ce transfert s'articulera ainsi :

- émission de 3 940 000 actions dans le cadre de l'apport d'une partie des actions de AdLINK Media ;
- remise de 795 000 actions existantes aujourd'hui auto-détenues par le Groupe Hi-media dans le cadre de l'acquisition du solde des actions AdLINK Media, complétée par ;
- un paiement différé sous la forme d'un crédit vendeur d'un montant de 12,2 millions d'euros.

Ce crédit vendeur qui arrivera à échéance le 30 juin 2011, est remboursable in fine et portera un intérêt de 3,7 % sur les 12 premiers mois et de 5% sur la période restante. Les actions détenues par AdLINK suite à l'opération sont soumises à un engagement de conservation des actions reçues en rémunération pour une durée d'un an⁴.

L'opération sera fortement créatrice de valeur. Ces dernières années, AdLINK Media a dégagé des marges d'EBITDA comprises entre 0,5% et 3,6%⁵ mais le potentiel d'amélioration des marges de l'ensemble combiné est significatif et, compte tenu d'un

⁴ Cet engagement de conservation pourrait prendre fin par anticipation notamment dans l'hypothèse où un tiers viendrait à lancer une offre sur Hi-media ou si Hi-media venait soit à altérer la substance de son patrimoine, soit à fusionner avec une autre entité. De plus AdLINK s'est engagé à ne pas accroître sa participation au-delà de 21% pendant les deux prochaines années.

⁵ Source : données issues du reporting interne du Groupe AdLINK (non auditées)

niveau de synergies de l'ordre de 5 millions d'euros en année pleine, la transaction devrait en particulier s'avérer très relative dès 2010.

Au terme de l'opération, Hi-media conservera des marges de manœuvre financières importantes grâce à la génération de cash flow attendue du groupe pro forma. En tout état de cause, Hi-media a pour objectif de maintenir un ratio de dette nette / EBITDA inférieur à 2,5x. Par ailleurs, le Groupe a obtenu d'AdLINK Internet Media un engagement de souscription à proportion de sa participation à toute augmentation de capital qu'Hi-media pourrait décider de mettre en œuvre. Dans le cas où un appel au marché interviendrait dans un contexte de cours inférieur à 3,63 euros, AdLINK Internet Media s'est engagé à souscrire pour un montant de 12,2 millions d'euros et à un prix de souscription de 3,63 € par action. La mise en œuvre de cet engagement, d'une durée maximale de 22 mois, est optionnelle et entièrement à la discrétion d'Hi-media.

Au terme de cette transaction, AdLINK Internet Media AG deviendrait un actionnaire de référence du Groupe Hi-media avec 10,7% du capital aux côtés de IDI et BV capital et se concentrerait opérationnellement sur ses activités de marketing de nom de domaine (SEDO) et d'affiliate marketing (Affilinet).

La société allemande a par ailleurs fait part de son souhait de disposer d'un siège au conseil d'administration. A ce titre, la nomination au poste d'administrateur de Norbert Lang, Vice-Président du conseil de surveillance d'AdLINK Internet Media et Directeur Financier de United Internet, sera proposée à la prochaine assemblée générale, avec le soutien unanime de la direction d'Hi-media et de son conseil d'administration.

Cyril Zimmermann a ajouté : « Je me réjouis de bénéficier du soutien d'AdLINK Internet Media AG (filiale du Groupe United Internet) comme nouvel actionnaire et administrateur. Cet acteur essentiel du paysage de l'Internet peut nous apporter beaucoup pour notre développement sur ce marché clé en Europe. »

Dans le cadre de l'opération, deux commissaires aux apports ont été nommés par le Président du tribunal de commerce de Paris, messieurs Thierry Bellot et Serge Anouchian, pour se prononcer sur l'évaluation des apports ainsi que sur le caractère équitable du ratio d'échange pour les actionnaires du Groupe Hi-media. Les conclusions de leur rapport seront publiées après la réalisation de l'opération. Cette opération, qui ne sera finalisée que si la réorganisation d'AdLINK Media a été effectivement réalisée (regroupement des diverses entités sous une même entité), devrait intervenir au plus tard fin août 2009.

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