
Résultats 2008

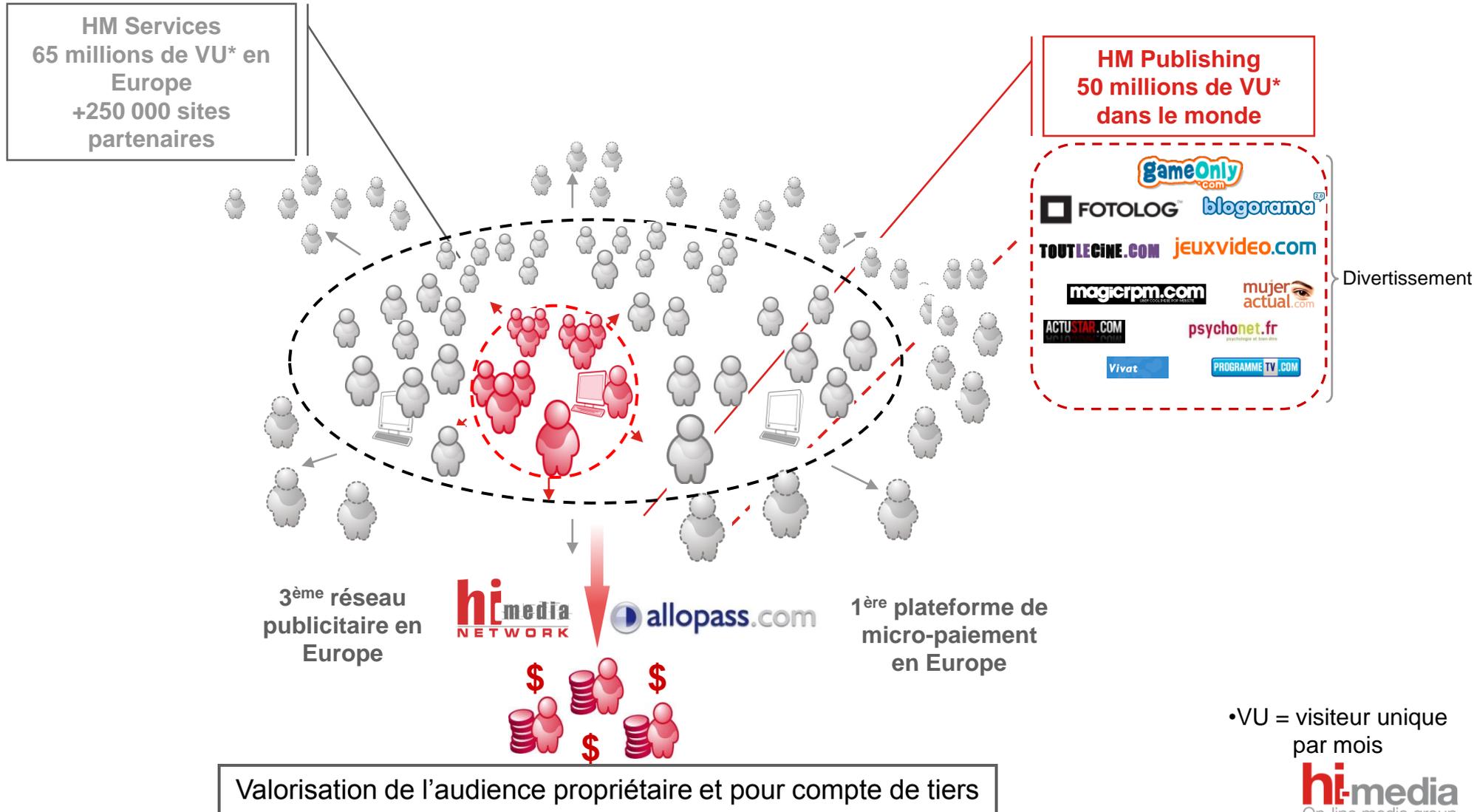
19 Mars, 2009

Le Groupe Hi-media – Un moteur de croissance grâce à ...

- **Un des plus important groupe media online au monde**
 - Hi-media Network: 3^{ème} réseau publicitaire en Europe
 - Hi-media Payment: 1^{ère} plateforme de micro-paiement en Europe
 - Hi-media Publishing: 50 millions de visiteurs uniques et 4 milliards de pages vues par mois
- **Une Présence internationale**
 - Hi-media Network: France, Allemagne, Belgique, Suède, Espagne, Portugal, Brésil, Chine
 - Hi-media Payment: 45 pays
 - Hi-media Publishing: présence mondiale
- **2008: Des performances solides**
 - Chiffre d'affaires 2008: 135,7M€ (+30%)
 - EBIT¹ 2008: 15,2M€
- **2009: Une résistance à l'environnement actuel – focaliser sur les opérations existantes**
 - Croissance à deux chiffres des revenus et amélioration de l'EBIT

...Un modèle intégré et diversifié...

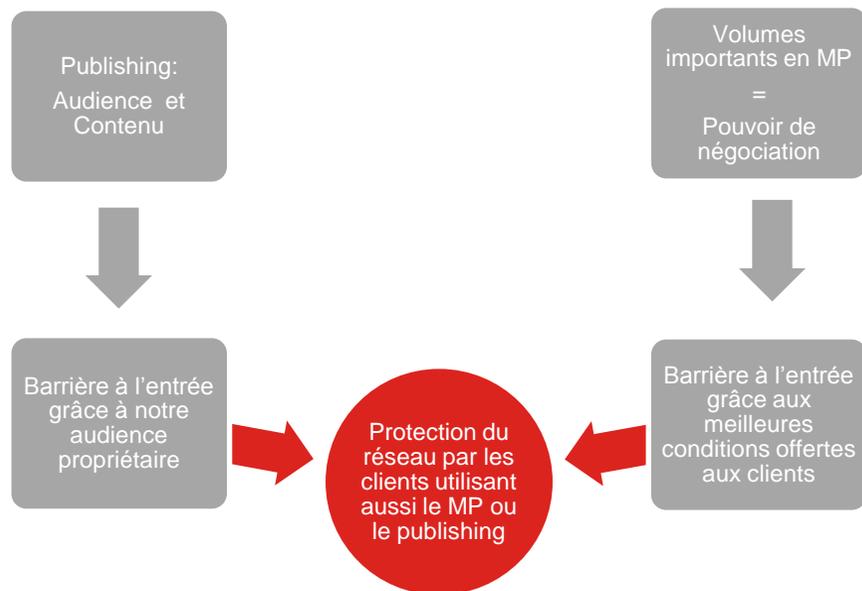
Hi-Media est un groupe média online intégré, disposant d'outils de valorisation de l'audience pour son propre compte et pour compte de tiers



...Source de synergies et compétitivité

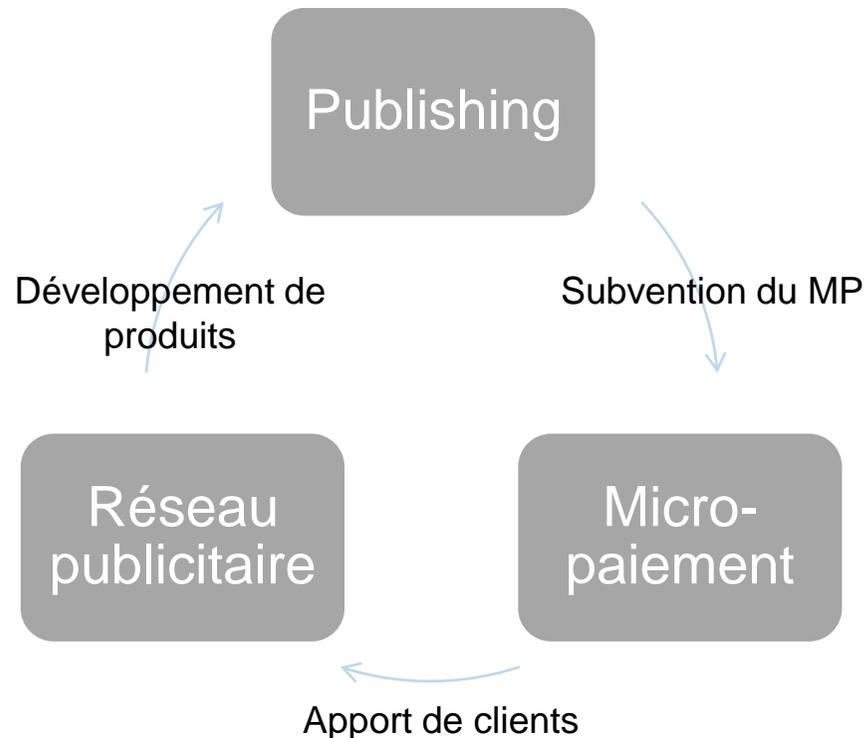
Une intégration réussie génératrice de synergies de trois manières: apport de clients d'une activité à l'autre, développement de produits (développement de contenu sur demande des annonceurs) et financement d'activité (espace sur les sites du Publishing proposé à prix réduit pour préserver les marges de la régie et du micro-paiement)

- Renforcement des barrières à l'entrée – protection de la base de clients



Augmente la stabilité de l'activité
&
Augmente la résistance à la concurrence

- Synergies : Apport de nouveaux clients



Augmentation de la performance
&
Meilleure traction vis à vis des clients

Conclusion: c. 23% du CA au T3 provient de synergies/cross selling

1. Hi-media Network – Revue des opérations 2008

2. Hi-media Paiement - Revue des opérations 2008

3. Hi-media Publishing – Revue des opérations 2008

4. Performances Financières 2008

5. Perspectives

Hi-media Network – Stratégie basée sur des réseaux dédiés par thématique

La forte verticalisation d'une thématique peut créer de la valeur en offrant aux annonceurs un accès massif à leurs cibles. Si la pénétration et la segmentation s'améliorent, la valeur du trafic utile augmentera

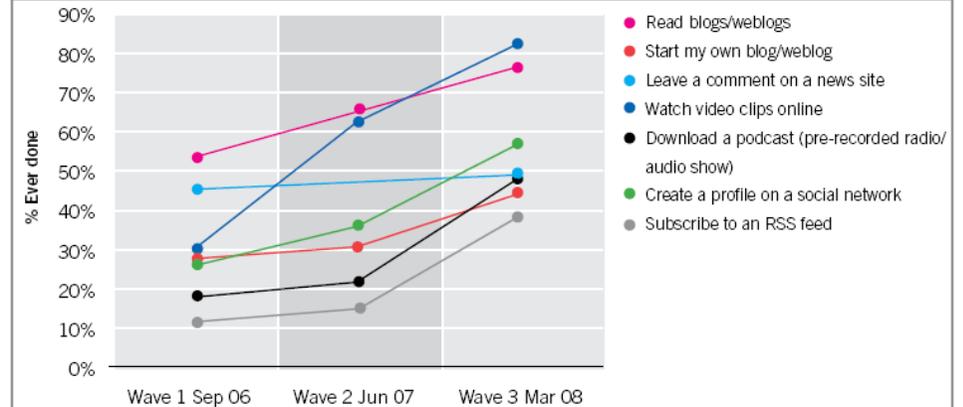
	France	Allemagne	Suède	Espagne	Belgique	Portugal
Taux de pénétration	75%	33%	60%	45%	40%	72%
Entertainment						
Information / Sports						
Femmes						
Proximité / Portails						

Hi-media Network - Un potentiel de croissance inexploité – les réseaux sociaux

Par la forte augmentation de leur audience et de leur inventaire , les réseaux sociaux limitent l'impact de la baisse du CPM et offrent une opportunité encore non exploitée à travers les outils de ciblage comportemental et les opérations spéciales

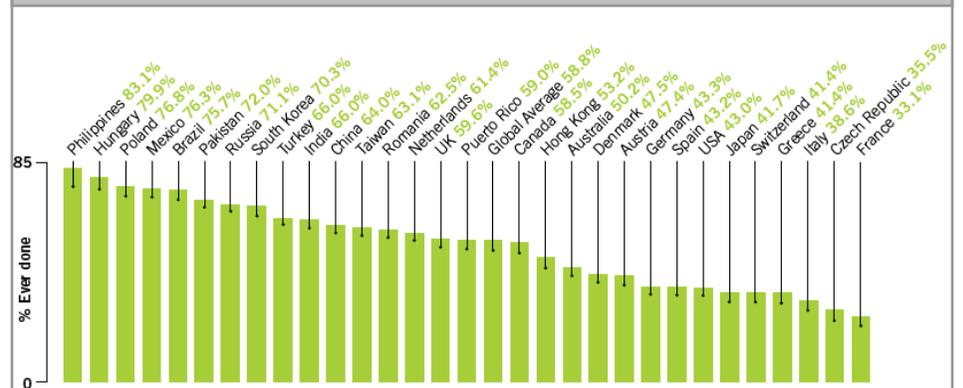
- 42% des internautes communiquent désormais régulièrement via les réseaux sociaux
- La popularité des médias sociaux et leur grand nombre de pages vues entraînent une croissance rapide de la publicité graphique et de l'inventaire disponible et limitent ainsi les effets de la baisse des CPM
- La progression du marché de la publicité graphique repose partiellement sur la capacité des réseaux publicitaires à augmenter la valeur de leurs stocks en tirant profit effectivement des nouvelles technologies de ciblage et d'optimisation
- Cette audience et l'inventaire qui en découle se prêtent aisément aux opérations spéciales - segment de croissance dans les années à venir

Réseaux sociaux / Outils communautaires – Reach over Time



Source : Universal McCann, March 2008

Taux de pénétration des réseaux sociaux

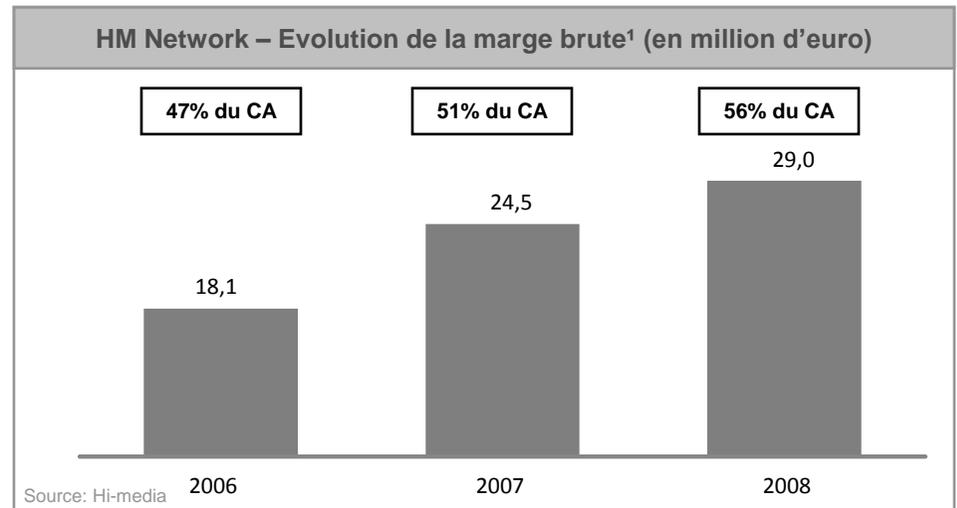
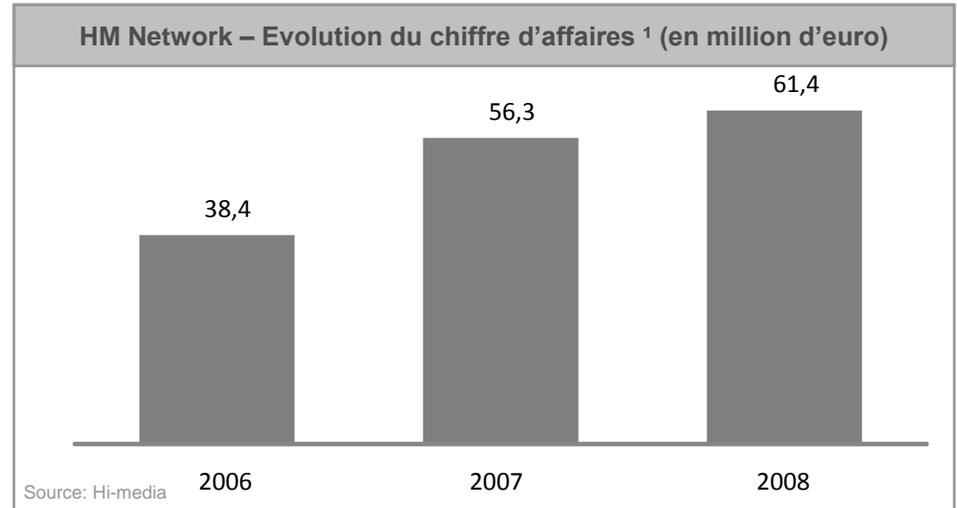


Source : Universal McCann, March 2008

Hi-media Network – Performances de l'année 2008

Le chiffre d'affaires du réseau publicitaire du Groupe Hi-media a augmenté de 9% en 2008. Le Groupe dispose d'un positionnement unique lui permettant de résister au ralentissement actuel.

- 9% de croissance dans un marché en fort ralentissement
 - Succès commerciaux majeurs dans l'ensemble des pays
- La marge brute reste élevée – pas de pression malgré une concurrence croissante
- Opportunité de croissance avec la publicité et le marketing direct sur mobile (acquisition de Mobile Trend)



¹ Il convient de noter que le chiffre d'affaires et la marge brute consolidés ne correspondent pas à l'addition des trois activités, Publishing, publicité en ligne et micro-paiement. 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.

1. Hi-media Network – Revue des opérations 2008

2. Hi-media Paiement – Revue des opérations 2008

3. Hi-media Publishing – Revue des opérations 2008

4. Performances Financières 2008

5. Perspectives

Un marché toujours innovant

Depuis 2001, la croissance du micro-paiement a été alimentée par le lancement continu de nouveaux services et un nombre croissant de sites internet

Innovation



Exemple : téléchargement de contenus avec notre nouveau partenaire Nexway, prestataire de grandes enseignes, telles que Fnac. Allopass™ est actuellement utilisé sur



Hi-media Paiement – Tout service, tout site internet, toute thématique

Le micro-paiement se développe grâce au nombre croissant de sites Internet ou de medias en ligne qui décident de mettre en œuvre de nouveaux services haut de gamme

Finance et services



Portail international proposant une multitude de services: envoi de SMS achetés par Allopass™



Editions spécialisées dans l'enseignement : vente des sujets du bac ou du brevet

Loisirs



L'un des plus importants jeux en ligne actuel : vente d'abonnements



Emission de France 2 : organisant un jeu concours pour le grand public : vente de parties supplémentaires

Actualités / Classifiés



Journal régional : vente de la version numérique des numéros des deux dernières semaines



Site international d'annonces de co-location : vente des coordonnées des annonceurs

Femmes



Site de l'émission de Julien Courbet : vente des fiches pratiques



Version numérique du magazine papier : vente de tests de personnalité

Communautés

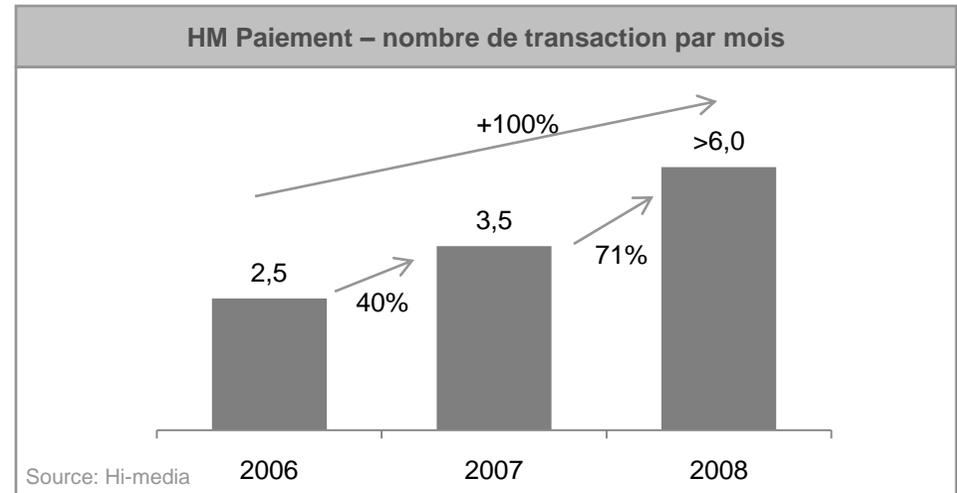
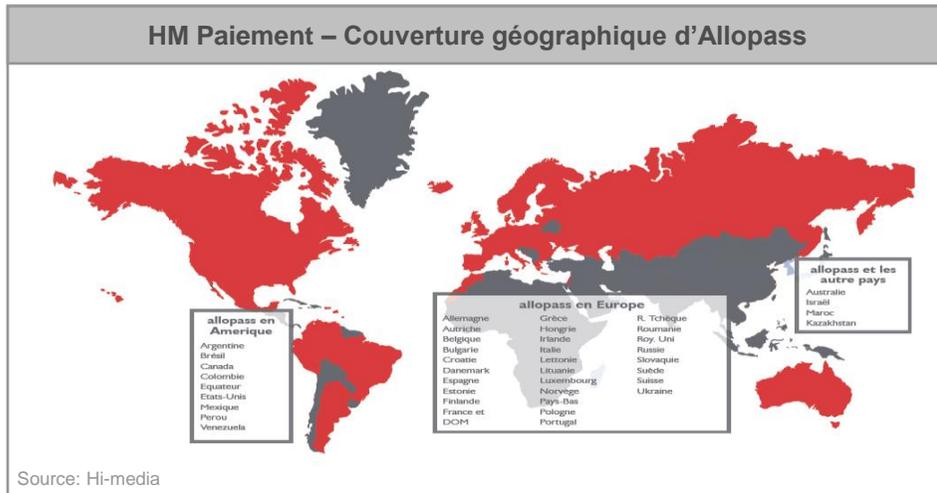
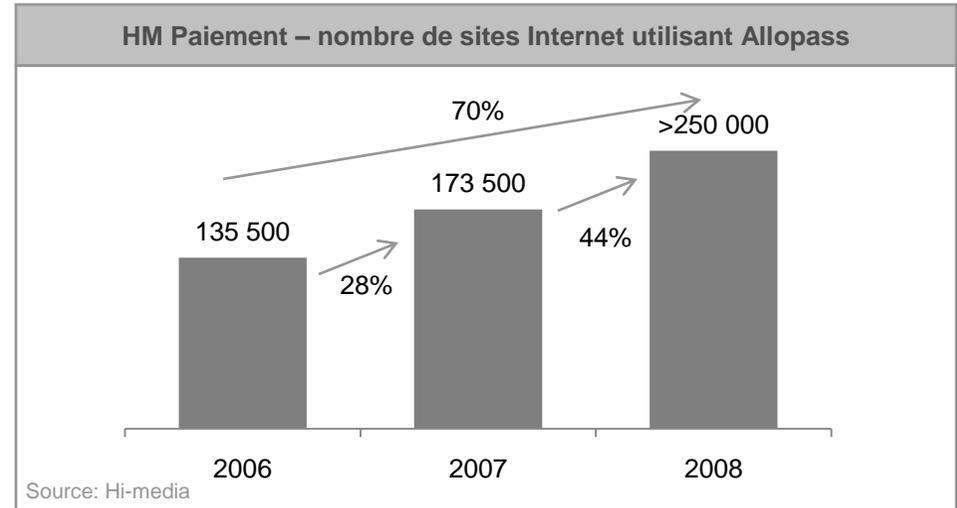


Site de rencontre sponsor de l'émission Secret Story : vente d'un accès premium

Hi-media Paiement – Une activité et une rentabilité croissante

Le micro-paiement est une activité en pleine croissance qui, segment après segment, pénètre l'ensemble des contenus sur Internet. C'est une activité qui présente un grand potentiel de développement et de fortes barrières à l'entrée

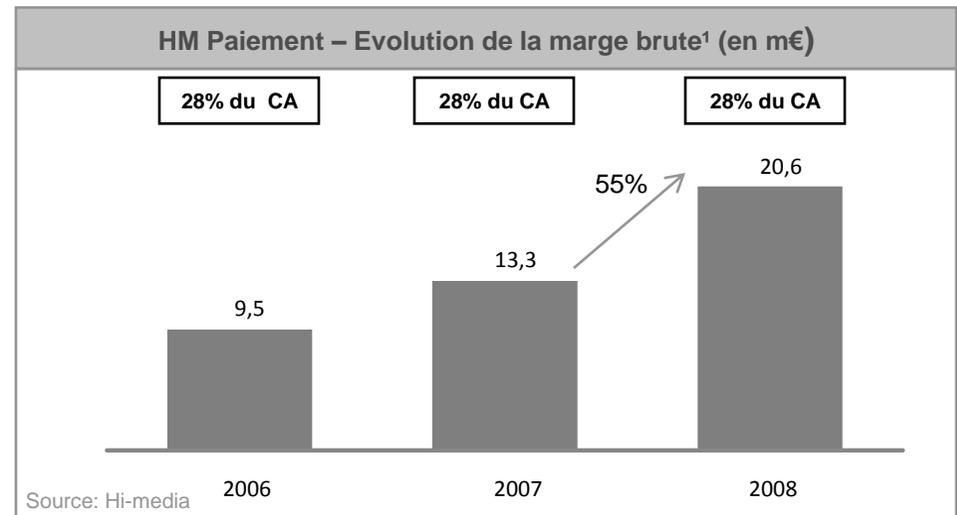
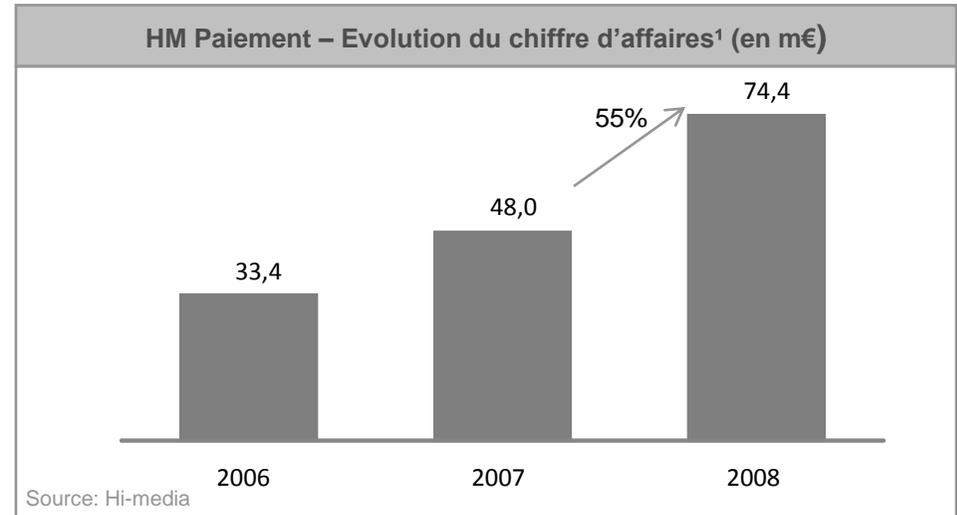
- Le micro-paiement a démontré sa capacité de croissance et devrait croître plus vite que la publicité en ligne dans les années à venir
- Avec la hausse de l'activité, la rentabilité devrait s'améliorer
- Allopass a su optimiser sa plateforme et ses coûts permettant une amélioration de la rentabilité
- Allopass grâce à sa taille bénéficie d'une prime au leader, principale barrière à l'entrée



Hi-media Payment – Performances de l'année 2008

Allopass™ enregistre une croissance de 55% sur l'année, bien supérieure à celle du marché

- Progression soutenue par l'assimilation croissante de la solution d'Allopass™ par les sites Internet et par le développement des activités internationales
- La croissance s'est accélérée au S2 grâce :
 - au développement international (nouveaux contrats de solution de paiement en Argentine et au Chili, mise en œuvre d'Allopass sur Fotolog)
 - à de nouveaux contrats
 - à la pénétration accrue du marché des SMS par l'intégration de Mobile Trend



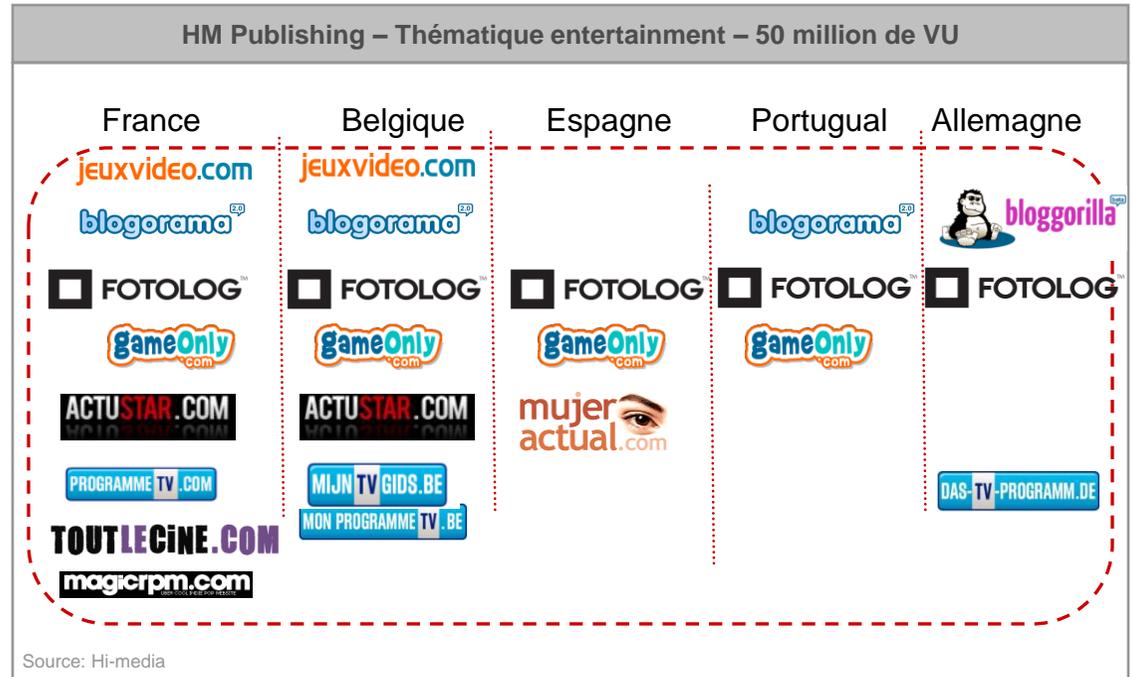
¹ Il convient de noter que le chiffre d'affaires et la marge brute consolidés ne correspondent pas à l'addition des trois activités, Publishing, publicité en ligne et micro-paiement. En effet, le chiffre d'affaires et la marge brute de l'activité Publishing se retrouvent en grande partie dans le chiffre d'affaires et la marge générés par les activités de micro-paiement et de publicité en ligne.

1. Hi-media Network – Revue des opérations 2008
2. Hi-media Paiement – Revue des opérations 2008
3. Hi-media Publishing – Revue des opérations 2008
4. Performances Financières 2008
5. Perspectives

Hi-media Publishing – Développements 2008

Hi-media a développé l'une des activités publishing les plus importantes autour de la thématique loisir ("entertainment") – thématique sur laquelle la régie (sites et annonceurs) et le micro-paiement (sites) sont des leaders

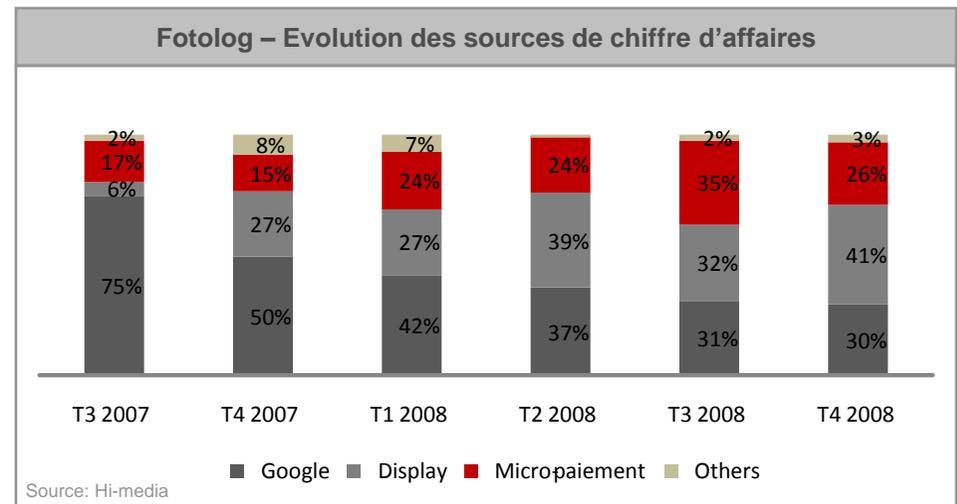
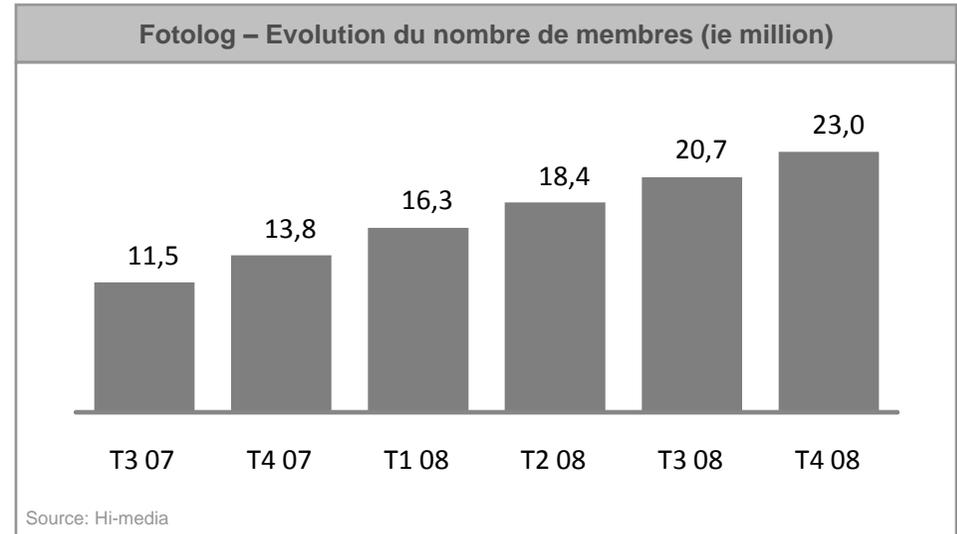
- 50 millions de visiteurs uniques par mois et 4 milliards de pages vues par mois dans le monde
- Evènements récents
 - Fotolog, nouvelles versions européennes – *France, Espagne, Allemagne*
 - Programme-tv.be – *Belgique*
 - Dastvprogram.de – *Allemagne*
 - Magicrpm.com – *France*
 - Mujeractual - *Espagne*
 - Gameonly.com – *France, Espagne, Portugal*



Fotolog – Un an après, Fotolog est un succès

Un an après l'annonce de son acquisition, Fotolog a plus que doublé le nombre de ses membres en dépassant la barre des 24 millions et atteint l'équilibre financier

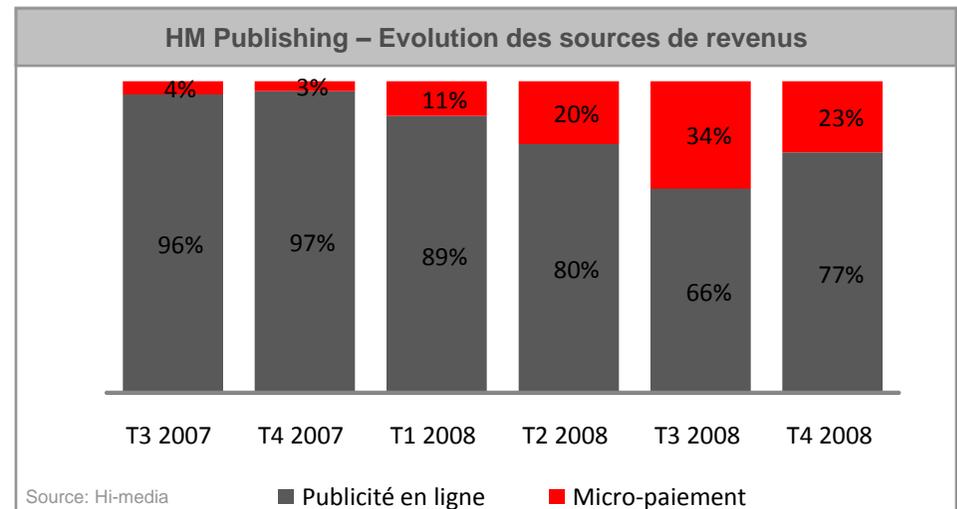
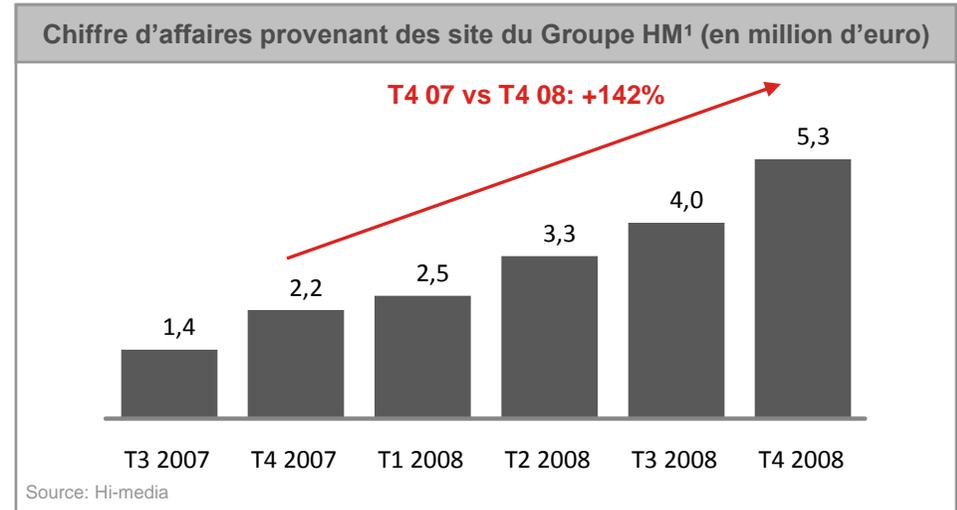
- Depuis son acquisition en août 2007, Fotolog a conquis près de 14 millions de nouveaux membres, dépassant la barre de 24 millions de membres.
- Une audience en croissance rapide et très engagée
- Hausse du chiffre d'affaires provenant du micro-paiement
 - Les comptes premium ont augmenté
 - Allopass est ouvert dans de nouveaux pays
- Une version mobile a été lancée récemment avec Mobile Trend (m.fotolog.com) : 7,5 millions de pages vues en décembre (+114% vs. Aout)
- Le chiffre d'affaires a augmenté de façon constante toute l'année
 - Contribution de Fotolog au Groupe Hi-media en 2008: 4.3M€ (+140%)



Hi-media Publishing – Performances de l'année 2008

Augmentation rapide de la part du chiffre d'affaires générée par les sites du Groupe, qui représente désormais 13% du chiffre d'affaires consolidé et environ 30% de la marge brute

- La forte croissance du chiffre d'affaires atteste de la capacité de Hi-media à générer de l'audience et à la monétiser et valide son modèle économique unique de société intégrée.
- L'intégration de Mobile Trend ouvre de nouvelles opportunités de croissance et de développement vers la mobilité
- Objectif atteint: l'activité Publishing représente plus de 10% du chiffre d'affaire consolidé et c.27% de la marge brute consolidée sur l'exercice 2008
- La répartition du chiffre d'affaires reflète le potentiel futur du micro-paiement
 - le micro-paiement représente désormais 25 à 30% du chiffre d'affaires Publishing

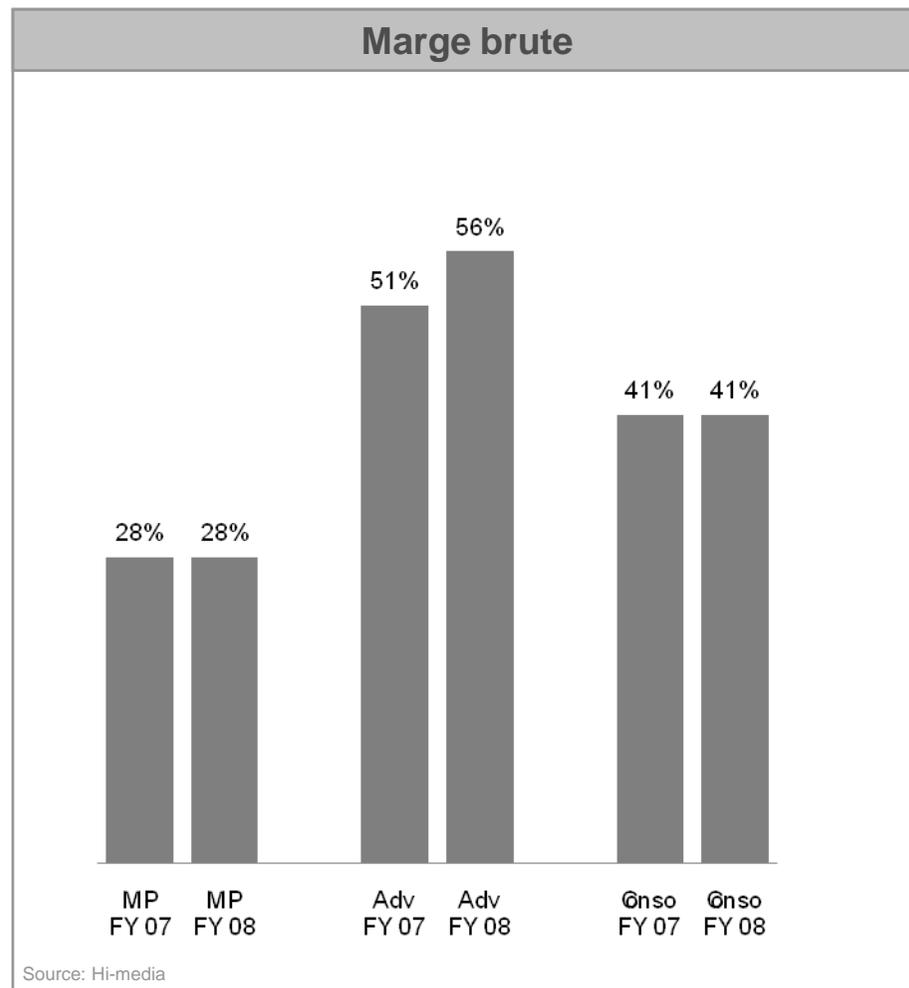
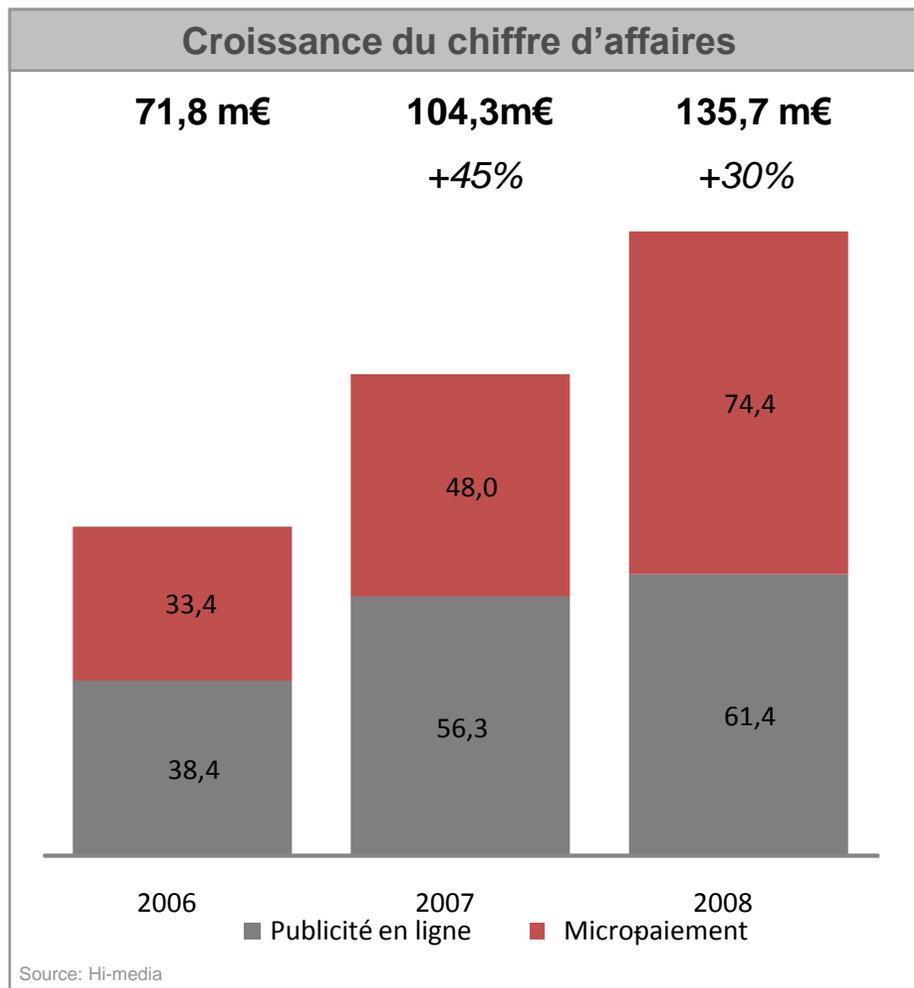


¹ Il convient de noter que le chiffre d'affaires et la marge brute consolidés ne correspondent pas à l'addition des trois activités, Publishing, publicité en ligne et micro-paiement. En effet, le chiffre d'affaires et la marge brute de l'activité Publishing se retrouvent en grande partie dans le chiffre d'affaires et la marge générés par les activités de micro-paiement et de publicité en ligne.

1. Hi-media Network – Revue des opérations 2008
2. Hi-media Payment – Revue des opérations 2008
3. Hi-media Publishing – Revue des opérations 2008
4. Performances Financières 2008
5. Perspectives

Performances 2008 – Forte croissance de l'activité et maintien des marges

Toutes les activités de Hi-media contribuent à la poursuite de la croissance. La marge brute consolidée est maintenue au niveau élevé de 40%.



Performances 2008: Forte croissance de la rentabilité au S2

Après un S1 consacré aux investissements et développements en interne, le S2 a connu une forte croissance de l'activité et de la rentabilité et ce malgré le ralentissement du marché.

Compte de résultat (en millier d'euros)

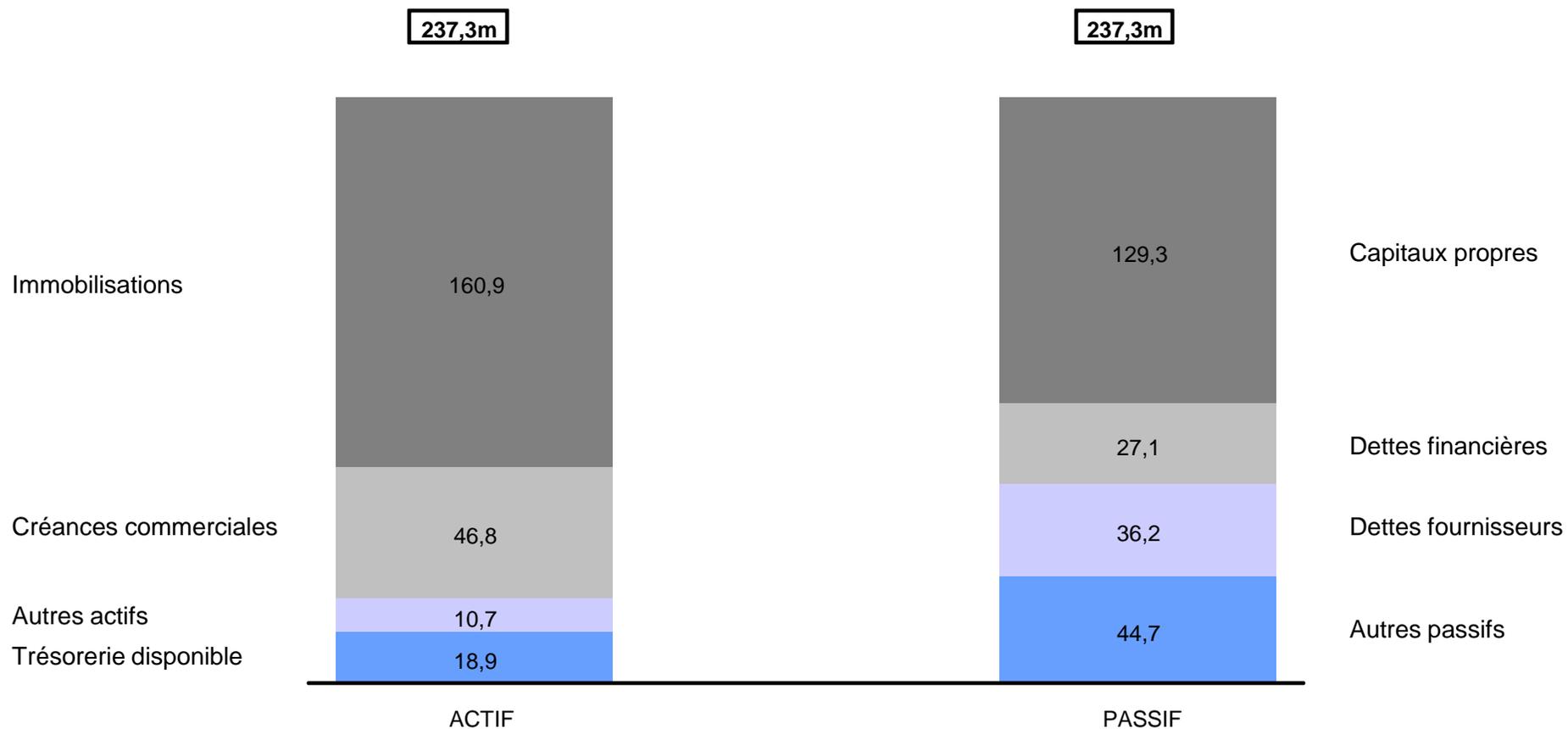
<i>En millier d'euros</i>	31-Déc-08	31-Déc-07	Var (%)	S2 2008	S1 2008	Var (%)
Chiffres d'affaires	135 671	104 319	+ 30 %	74 854	60 817	+ 23 %
Charges facturées par les supports	-80 747	-62 103	+ 30 %	-44 197	-36 550	+ 21 %
Marge brute	54 924	42 216	+ 30 %	30 657	24 268	+ 26 %
Charges de personnel	-21 404	-16 757	+ 28 %	-11 031	-10 373	+ 6 %
Autres produits et charges	-15 356	-8 673	+ 77 %	-8 013	-7 344	+ 9 %
Dotations et reprises aux amortissements et provisions	-3 007	-1 689	+ 78 %	-1 482	-1 525	- 3 %
Résultat opérationnel courant <i>(avant valorisation des stock options et actions gratuites)</i>	15 157	15 096	+ 0 %	10 131	5 026	+ 102 %
Valorisation des stock options et des actions gratuites	-3 411	-3 985	- 14 %	-1 208	-2 203	- 45 %
Autres charges et produits non courants	-2 379	-	-	-2 379	-	-
Résultat opérationnel	9 368	11 111	- 16 %	6 545	2 823	+ 132 %
Résultat financier	-2 268	-564	+ 302 %	-1 551	-717	+ 116 %
Résultat des sociétés intégrées	7 100	10 547	- 33 %	4 994	2 106	+ 137 %
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équival	51	66	- 24 %	51	-	-
Résultat avant impôt	7 151	10 613	- 33 %	5 045	2 106	+ 140 %
Impôt sur le résultat	-728	-614	+ 18 %	413	-1 141	- 136 %
Résultat net	6 423	9 999	- 36 %	5 458	965	+ 465 %

Source: Hi-media

Une solide structure financière (au 31 décembre 2008)

Hi-media a un bilan solide qui lui permet de poursuivre sa stratégie de croissance, tant organique qu'externe

Bilan au 31 décembre, 2008 (en million d'euros)

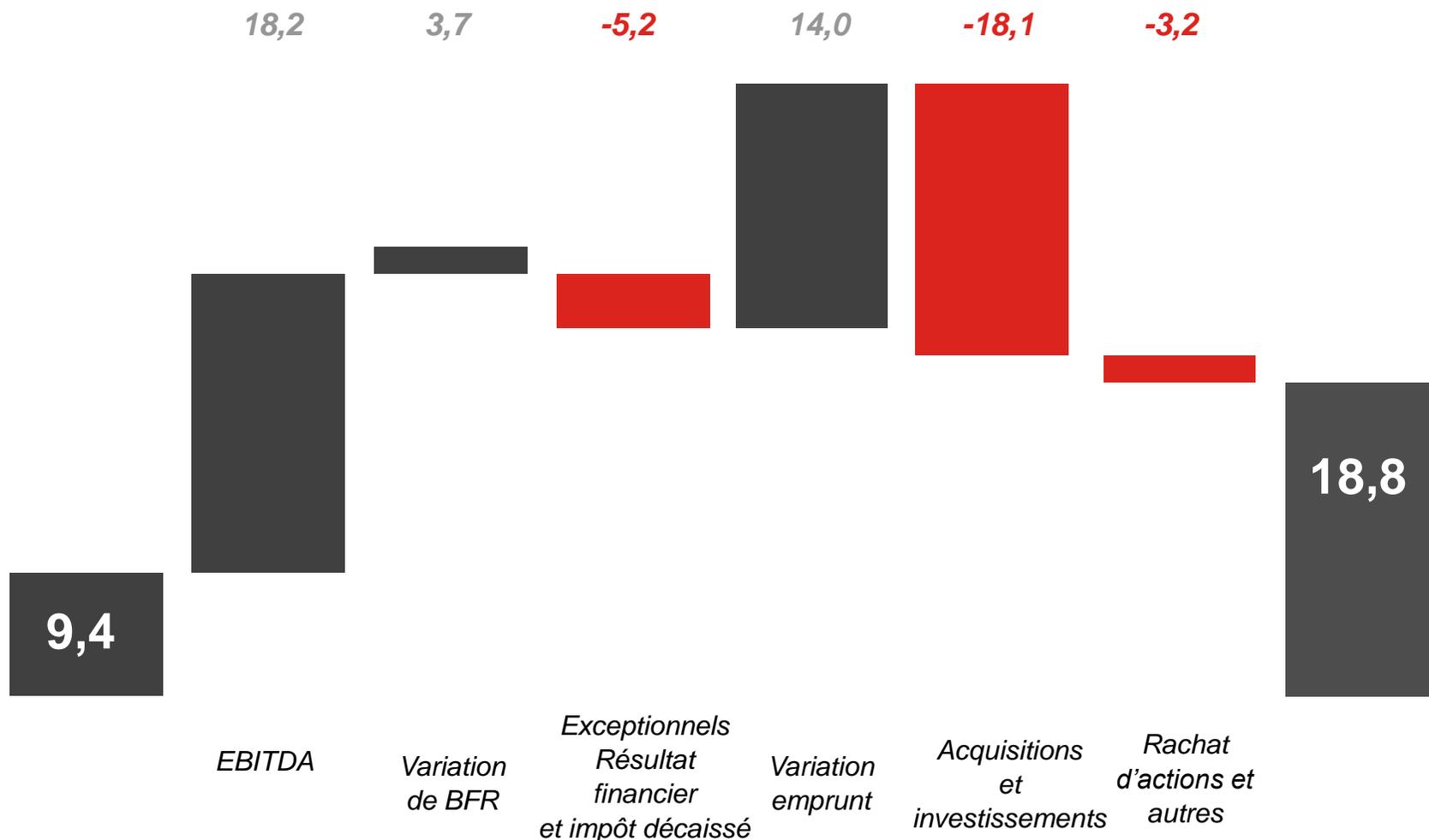


Source: Hi-media

Une trésorerie confortable (au 31 décembre 2008)

Variation de la trésorerie disponible (en millions d'euros)

en m€



1^{er} janvier 2008

31 décembre 2008

1. Hi-media Network – Revue des opérations 2008
2. Hi-media Payment - Revue des opérations 2008
3. Hi-media Publishing – Revue des opérations 2008
4. Performances Financières 2008
5. Perspectives

Marché publicitaire: les turbulences actuelles ne remettent pas en cause le potentiel à plus long terme

Un marché ralenti pour les 12 prochains mois. Les acteurs principaux, comme Hi-media, devraient absorber toute la croissance.

- Retournement à court terme, mais croissance soutenue à long terme
 - La croissance du marché devrait être limitée sur les 12 prochains mois et ne devrait bénéficier qu'aux leaders
 - 2010 et 2011 devraient à nouveau enregistrer une forte progression
- Hi Media est en bonne position pour résister et se distinguer de ses concurrents
 - Plus de 1 000 annonceurs dans tous les secteurs économiques et sur toutes les cibles (jeunes, femmes, cadres, BtoB etc...)
 - Position dominante en France, Suède et au Portugal
 - Part de marché augmentant rapidement pour atteindre la position de N°1 en Espagne et en Belgique
 - Equipe dirigeante expérimentée en Allemagne

“la publicité graphique va être touchée, mais dans une bien moindre mesure que la dernière récession”

“Les prix de la publicité ne sont pas aussi élevés qu'en 2002 et donc ne devraient baisser autant ”

“La publicité graphique devrait croître de 4% en 2009”

Jupiter Research, février 2009

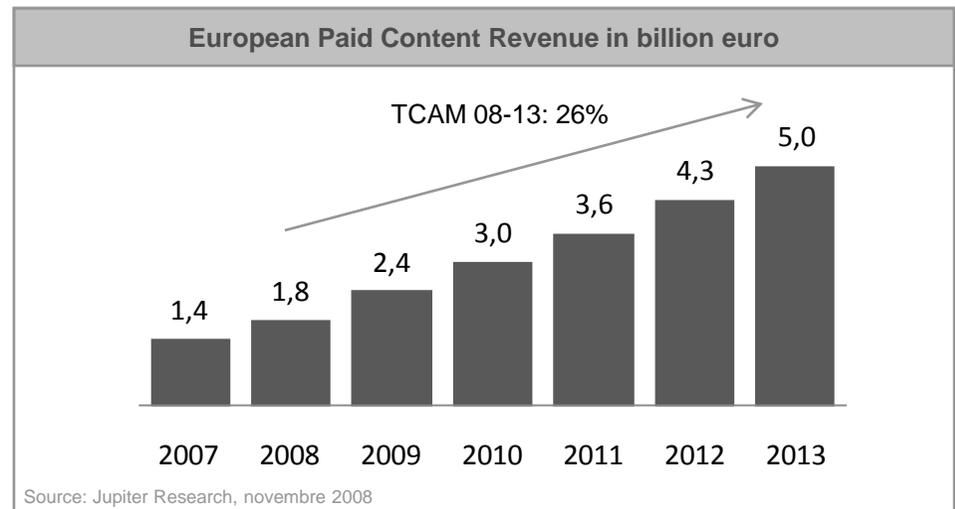
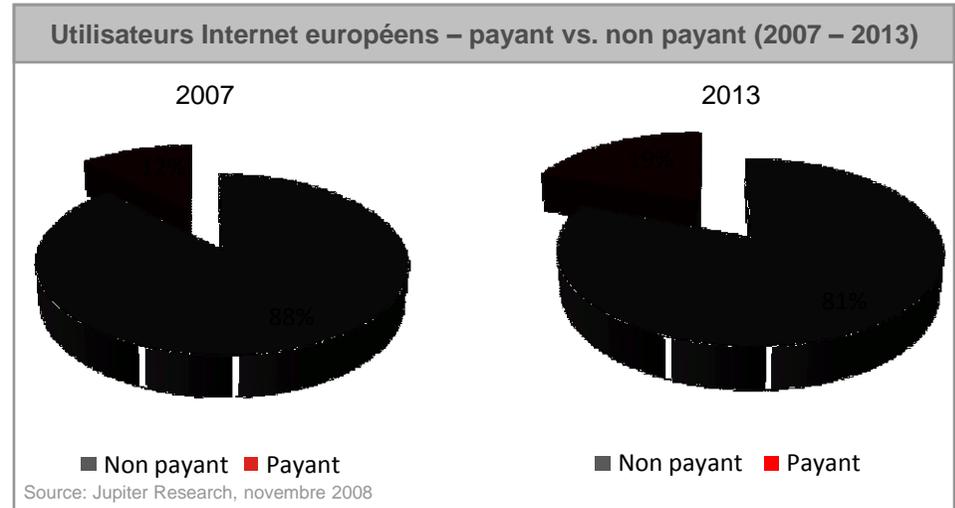
“Les dépenses publicitaires sur Internet devraient être le seul segment de croissance - mais même si la croissance espérée est de 5% cela reste très faible par rapport au 16% de l'année dernière”

“Nous nous attendons pas à une chute brutale de la publicité ”

Hi-media Paiement : retour sur investissement en vue

Fort potentiel de croissance, à court comme à long terme

- Les nouveaux projets commencent à délivrer :
 - Nouvelle plateforme technique pour Allopass en juin 2008 (un an de développement)
 - Le potentiel de l'Amérique latine a commencé à porter ses fruits au S2 2008 (6 mois de négociations avec les opérateurs telecom)
 - Des références majeures ont rejoint Hi-media et ont créé un nouveau courant de clients sur Massively Multiplayer Online Role Playing Game (MMORPG) :
- Croissance substantielle au S2 2008 :
 - Allopass enregistre plus de 6 millions de transactions par mois
- La croissance restera extrêmement forte en 2009 et à plus long terme :
 - Les éditeurs ne peuvent plus compter sur une forte progression du chiffre d'affaires publicitaire
 - Les moyens de paiement Allopass™ sont de plus en plus diversifiés
 - Premium SMS avec Mobile Trend
 - Portemonnaie électronique avec le lancement imminent de Hipay



Hi-media – Un modèle économique équilibré, diversifié et résistant

Hi-media a été le premier du secteur à développer une activité de micro-paiement pour diversifier ses sources de revenus et réduire son exposition à la publicité en ligne.

Publicité en ligne

- Activité B-to-B
- Clients : Sociétés (annonceurs)
- Nombre de campagnes par mois : 500 à 1 000
- Europe : TCAM 08-13¹ : 9%
- Activité cyclique
- 45% du chiffre d'affaires consolidé

Plateforme de micro-paiement

- Activité B-to-C
- Clients : particuliers (utilisateurs internet/téléphone mobile)
- Nombre de transactions par mois : 6 millions
- Europe TCAM 08-13¹ : 26%
- Activité acyclique
- 55% du chiffre d'affaires consolidé

Perspectives stratégiques moyen terme: récolter les bénéfices !

Deux années ont été nécessaires pour faire évoluer le modèle économique du Groupe. 2009 et les années suivantes seront consacrées à en récolter les bénéfices

- 2006 et 2007 ont démontré le levier opérationnel du modèle économique du Groupe
 - 2006 : chiffre d'affaires : +189% ; ROC¹ : +380%
 - 2007 : chiffre d'affaires : +45% ; ROC¹ : +109%
- 2007- 2008 ont montré la capacité d'investissement et de diversification du Groupe
- 2008 a montré la capacité de résistance de Hi-media au retournement du marché publicitaire
 - Forte croissance du chiffre d'affaires: 135,7m€ (+30%)
 - 15,2m€ de ROC¹
- 2009-2012 verra le retour du levier opérationnel
 - 2009 sera consacré à l'optimisation des actifs existants
 - Croissance à deux chiffres des revenus
 - Amélioration du résultat opérationnel
 - L'objectif est de générer plus de 20% de marge opérationnelle en 2012
 - Des acquisitions sélectives pourraient accélérer la croissance du Groupe

hi-media
Groupe media on-line