

Paris, le 28 octobre 2009

Le Groupe Hi-media joue la carte de la convergence des formats publicitaires TV/ Internet

Hi-media participe à un consortium constitué d'industriels des médias français candidat à la reprise de France Télévisions Publicité

Paris, le 28 octobre, 2009. Le groupe media online Hi-media (Code ISIN FR0000075988 - HIM, HIM.FR) annonce vouloir apporter son expérience et son savoir faire sur Internet au sein d'un consortium constitué d'industriels des médias français aux côtés notamment de Philippe Leoni, co-fondateur du Groupe Spir, ou du Groupe Sud Ouest pour participer à la reprise de France Télévision Publicité. France Télévision Publicité, régie publicitaire du Groupe France Télévision représente, entre autres, l'ensemble des chaînes de télévision publique et leurs sites Internet. Cette position reflète la volonté d'Hi-media de favoriser et développer la convergence des formats publicitaires entre la télévision et l'Internet.

La forte croissance de la vidéo en ligne (consommation de vidéo en ligne +80% en 2009 vs. 2008¹) et la convergence de plus en plus grande des formats publicitaires de la télévision et de l'Internet (les formats vidéo devraient représenter au moins 22% des formats publicitaires sur Internet d'ici 2013, soit une multiplication par six²), rendent les métiers de la régie Internet et de la régie TV de plus en plus proches et complémentaires avec des opportunités de cross media. Pour les annonceurs, c'est la possibilité de toucher plus largement leur cœur de cible sur un plus grand nombre de supports et sur une période de temps plus importante, en associant la télévision et l'Internet.

Ainsi, Hi-media en participant au consortium «Media+écrans» apportera ses compétences sur la publicité en ligne et aidera France Télévision Publicité sur les problématiques de couplage TV / Internet.

De façon plus globale, l'alliance et la complémentarité de l'ensemble des compétences regroupées au sein du consortium «Media+écrans» doivent permettre à France Télévision Publicité de passer, dans les meilleures conditions, la période de transition liée à l'arrêt progressif de la publicité sur les chaînes nationales du Groupe France Télévision (sachant que le parrainage d'émissions et la publicité régionale perdureront), de renforcer son activité de régie pour compte de tiers, de se développer sur de nouveaux marchés tels que l'Internet et de pérenniser ainsi son activité en préservant son indépendance et ses équipes.

Cyril Zimmermann, fondateur et Président Directeur Général du Groupe Hi-media déclare : "Vu la qualité et la complémentarité des compétences regroupées au sein du consortium et de France Télévision Publicité, je suis convaincu de la pertinence du projet industriel et de son impact sur la croissance et la pérennité de l'activité de France

1 Source : IAB Europe

2 Source : IAB Europe

Télévision Publicité. Hi-media se fera fort d'apporter toute son expérience sur le media Internet."

Philippe Leoni, co-fondateur du Groupe Spir rajoute: " Media+écrans est un projet avant tout basé sur le dynamisme et de la conquête de nouveaux marchés dont le marché de la convergence TV/Internet. Ce consortium est le plus optimal en terme de savoir faire et de compétences concernant les marchés sur lesquels France Télévisions Publicité va devoir se développer pour pérenniser et accroître son activité multi-supports suite à la fin de la publicité sur les chaînes de télévisions publiques. C'est la candidature de l'audace et de l'innovation."

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 9 pays européens, aux Etats-Unis et au Brésil, le groupe emploie plus de 500 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 135 millions d'euros en 2008 (excluant AdLINK Media). 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 et information trimestrielle du 3^{ème} semestre 2009: 5 novembre 2009, après 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