

Paris, le 26 janvier 2010

HI-MEDIA ANNONCE UNE PROGRESSION DE 27% DE SON CHIFFRE D'AFFAIRES 2009 A 172,1 MILLIONS D'EUROS

- **Intégration rapide et efficiente d'AdLINK Media – déploiement de l'offre commune sur l'ensemble de l'Europe**
- **Micropaiement : croissance organique toujours soutenue**
- **Bonnes perspectives 2010**

Paris, 26 janvier 2010 – le groupe media online Hi-media (Code ISIN FR0000075988 - HIM, HIM.FR), leader européen de la monétisation de l'audience sur Internet, publie aujourd'hui son chiffre d'affaires pour le quatrième trimestre 2009.

Principales données consolidées (en millions d'euros)

| Chiffres d'affaires en millions d'euros | T4 2008 | T4 2009 | Variation | 2008 | 2009 | Variation |
|--|----------------|----------------|------------------|--------------|--------------|------------------|
| Publicité | 19,4 | 32,4 | +68% | 61,6 | 76,2 | +24% |
| Micropaiement | 22,3 | 26,3 | +18% | 74,0 | 95,9 | +30% |
| Total | 41,7 | 58,8 | +41% | 135,7 | 172,1 | +27% |

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

« Le Groupe Hi-media a réalisé une excellent année 2009. Cette fin d'année a su démontrer notre capacité à intégrer rapidement et efficacement AdLINK Media en étant très actifs sur le marché publicitaire avec des équipes et des offres commerciales unifiées. L'environnement de l'année 2009 a été difficile mais la forte mobilisation des équipes et la qualité de nos offres nous ont permis d'afficher de meilleures performances que le marché. La position unique du Groupe Hi-media en Europe et notre maîtrise technologique dans la publicité et les paiements nous permettent d'être confiants pour 2010 afin de continuer notre développement et de lancer notamment notre activité de micropaiement sur de nouveaux pays tels que le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Suède».

Publicité en ligne

L'activité de publicité en ligne du Groupe continue à résister à la crise du marché publicitaire et profite de sa position de leader. Hors acquisition, après deux premiers trimestres de contraction marquée de l'activité, les troisième et quatrième trimestres ont en effet montré un début de redressement avec dans certains pays une activité qui renoue avec la croissance sur les trois derniers mois.

Croissance organique trimestrielle de l'activité publicitaire
(hors AdLINK Media)

| Chiffres d'affaires en millions d'euros | T1 2009 | T2 2009 | T3 2009 | T4 2009 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Publicité | 13,2 | 15,0 | 11,3 | 18,8 |
| Variation en % vs. 2008 | -6% | -8% | -5% | -3% |

Avec la prise en compte du périmètre d'AdLINK Media, l'activité augmente de 68% par rapport au quatrième trimestre 2008 et de 24% sur l'ensemble de l'année. L'intégration d'AdLINK Media est aujourd'hui finalisée, et ce, seulement quatre mois après son acquisition. Les équipes, les offres et les outils communs sont déployés et commercialisés dans l'ensemble des pays européens dans lesquels le Groupe est présent.

Micropaiement

L'activité de micropaiement du Groupe enregistre une forte hausse en 2009 avec 30% de croissance par rapport à l'année précédente. Sur le quatrième trimestre, la croissance organique est restée soutenue à 18% par rapport au quatrième trimestre 2008.

Après les Etats-Unis et la Scandinavie, l'activité a été lancée en Allemagne et au Royaume-Uni sur le quatrième trimestre. L'ensemble de ces ouvertures pays devrait participer à la croissance de l'activité et participe à la stratégie d'internationalisation d'Allopass.

Publishing

Les sites du Groupe ont su aussi résister à la conjoncture actuelle. Ils ont certes subi une baisse de 6% des revenus publicitaires sur l'ensemble de l'année mais ont su limiter l'impact de cette baisse grâce aux revenus tirés du micropaiement en hausse de 29% sur la même période. Au total le chiffre d'affaires des sites du Groupe ressort en hausse de 2% à 15,4 millions d'euros.

L'audience des sites du Groupe représente plus de 50 millions de visiteurs uniques par mois avec des records d'audience en décembre pour jeuxvideo.com et toutlecine.com avec presque 1 million de visiteurs uniques par mois pour ce dernier (source : Google Analytics, décembre 2009).

Perspectives

Grâce à une bonne anticipation des effets de la crise économique sur le marché publicitaire, une politique de réduction de coûts menée dès la fin de l'année 2008, ainsi qu'un positionnement unique et une maîtrise technologique déterminante, le Groupe Hi-media a su traverser l'année 2009 avec succès.

Le Groupe aborde 2010 avec confiance. L'activité de publicité en ligne devrait bénéficier à plein de son positionnement désormais incontournable en Europe et de la reprise du marché espérée mi-2010 alors que l'activité de micropaiement devrait bénéficier de la croissance naturelle du marché et de son essor à l'international.

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 172 millions d'euros en 2009 (intégrant AdLINK Media au 1^{er} septembre 2009). Indépendante depuis sa création en 1996, la société est cotée depuis 9 ans sur le segment principal d'Euronext Paris (Eurolist B) 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

Résultats annuels 2009: 17 mars 2010, 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