

Le Groupe Hi-media annonce une croissance de 46% de son chiffre d'affaires au premier semestre 2010 à 109 millions d'euros

- **Publicité : réorganisation et accélération des lancements de produits**
- **Paielements : renforcement de l'activité à l'international**
- **Publishing : restructuration des activités**
- **Résultat opérationnel courant 2010 comparable à 2009**

Paris, le 20 juillet 2010 – le groupe media online Hi-media (Code ISIN FR0000075988 - HIM, HIM.FR), leader européen de la monétisation de l'audience sur Internet, publie son chiffre d'affaires pour le premier semestre clos le 30 juin 2010.

Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros)

	T2 2009	T2 2010	Variation	Variation proforma	S1 2009	S1 2010	Variation	Variation proforma
Publicité	15,0	29,0	93,0%	-2,6%	28,2	52,8	87,1%	-2,4%
Paielements	22,6	28,7	27,4%	27,4%	46,1	55,8	21,2%	21,2%
Total	37,7	57,7	53,2%	10,3%	74,3	108,6	46,3%	8,4%

Commentant les chiffres de ce premier semestre 2010, Cyril Zimmermann, fondateur et Président Directeur Général du Groupe Hi-media, déclare : « L'activité de notre groupe continue à croître très fortement. Les marchés sur lesquels nous sommes positionnés abordent un nouveau cycle de croissance prometteur tiré notamment par les montées en puissance des nouvelles technologies d'optimisation des inventaires publicitaires et du mobile comme support publicitaire et outil de paiement. Devant l'ampleur des défis et des opportunités qui s'offrent à Hi-media nous avons décidé au deuxième trimestre de remettre à plat certains éléments de notre organisation quitte à ce que cela grève sensiblement la rentabilité de l'exercice en cours.»

En France, le marché publicitaire semble repartir et Hi-media enregistre une croissance de 5% mais certains pays sont plus attentistes. A l'international, le Groupe a enregistré de bonnes performances en Italie et en Belgique mais des résultats très décevants aux Pays Bas et en Allemagne. Ceci a conduit à des changements de management et à des réorganisations d'ampleur sur le deuxième trimestre avec des conséquences importantes sur la rentabilité de ces deux entités.

Au global, l'activité publicitaire du Groupe Hi-media a très fortement progressé (+93% sur le premier semestre 2010) sous l'effet de l'acquisition d'AdLINK Media. A périmètre comparable l'activité est en léger retrait par rapport au premier semestre 2009.

Le deuxième semestre sera marqué par le déploiement accéléré partout en Europe de l'offre de marketing à la performance qui a été lancée avec succès en France au mois d'avril. Des équipes dédiées seront recrutées dans chaque pays afin de profiter de l'essor de ce segment.

Hi-media Payments

L'activité de paiement enregistre une accélération de sa croissance (+21%) sur le premier semestre. Ce rythme de progression est la meilleure performance enregistrée par le Groupe sur les 12 derniers mois. Il est alimenté par les activités internationales et par le dynamisme du segment des jeux vidéo en ligne qui représentent la principale industrie cliente d'Hi-media Payments. Le mode de paiement par mobile (Premium SMS) est le mode de paiement le plus dynamique.

Avec une offre qui couvre plus de 66 pays en Europe, en Asie, en Afrique et sur les deux continents Américains, Hi-media Payments s'adresse aujourd'hui à un marché global de plus de deux milliards de consommateurs bancarisés ou non qui achètent de plus en plus de contenus et de services sur Internet. La part de l'international devient significative et représente plus de deux millions de transactions par mois. Même si ce déploiement pèse sur la rentabilité de l'activité (la marge brute obtenue sur de nouveaux marchés est inférieure à la moyenne consolidée), le Groupe a décidé de l'accélérer et de prendre de façon agressive des parts de marchés sur tous les pays européens en recrutant des équipes installées à l'étranger plus nombreuses qu'initialement prévu.

Hi-media Publishing

Afin de mieux se concentrer sur ses activités publicitaires et de paiements, le groupe a entrepris une rationalisation et une réorganisation en profondeur de ses activités de Publishing. En effet, sur la période, le chiffre d'affaires du pôle Publishing s'inscrit à 6,1 millions d'euros, en retrait de 22% par rapport au premier semestre 2009.

La thématique autour du jeu vidéo continue à croître en audience et à dégager une très forte rentabilité. En revanche, les autres sites francophones affichent des performances financières médiocres et ont fait l'objet d'une restructuration. Par ailleurs, l'audience de Fotolog s'effrite et le site a été affecté par un nouveau déclin des revenus générés par les liens sponsorisés ainsi que par l'évolution difficile du marché publicitaire espagnol. Les effectifs du site ont été réduits à la fin du semestre et un rapatriement des principales fonctions des Etats-Unis vers la France va être entrepris pendant la deuxième moitié de l'année afin de dégager des synergies de coûts.

Au global, la contre performance de cette activité et son repositionnement pourraient entraîner une dépréciation significative de la valeur des actifs Publishing dans le bilan du Groupe.

Le Groupe a ainsi choisi d'agir radicalement pour se concentrer sur les opportunités qui s'offrent à lui sur la publicité et l'univers du paiement, et accroître significativement son potentiel de rentabilité. D'une part le Groupe a accéléré le déploiement technologique et géographique de la société, d'autre part il a procédé à des restructurations des activités les moins profitables, quitte à enregistrer transitoirement des coûts additionnels. En conséquence, sur la base des informations dont il dispose à ce jour, le management estime que les éléments suivants devraient peser sur les résultats de l'exercice 2010 et l'amener à réaliser un résultat opérationnel courant comparable à celui publié en 2009:

- les mesures prises pour redresser la rentabilité de certains pays sur l'activité Publicité
- déploiement plus agressif des équipes internationales pour le paiement et la performance
- des résultats décevants dans l'activité Publishing et la réorganisation de ce pôle

Les résultats du premier semestre 2010 seront publiés le 31 août 2010, avant bourse.

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 près 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 Advertising 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 206 millions d'euros en 2009 (proforma). Indépendante depuis sa création en 1996, la société est cotée depuis 10 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 du 1^{er} semestre 2010: 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