

GRUPE HI-MEDIA / Résultats semestriels



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2012 / SOMMAIRE

- ▶ Le Groupe Hi-Media
- ▶ Structuré pour une nouvelle phase de croissance
- ▶ Evolution des activités et événements récents
- ▶ Résultats financiers au 30 juin 2012
- ▶ Tendances, stratégie et perspectives
- ▶ Points clés

LE GROUPE HI-MEDIA

En quelques mots

HI-MEDIA / LEADER DE LA MONÉTISATION D'AUDIENCE



- ▶ Créé en 1996 à Paris
- ▶ Chiffre d'affaires de 230 M€ en 2011 ; 101 M€ au S1 2012
- ▶ Présent dans 9 pays européens
- ▶ 470 personnes, dont 100 ingénieurs / développeurs
- ▶ Premier acteur indépendant en Europe
- ▶ 2 plateformes technologiques automatisées et innovantes
 - ▶ Publicité : **hi-media** ADVERTISING
 - ▶ Paiements : **hi-media** PAYMENTS
- ▶ Coté sur NYSE Euronext Paris - Code ISIN : FR 0000075988 / Mnémo : HIM

PUBLICITÉ / CHIFFRES CLÉS



PREMIER GROUPE INDÉPENDANT EN EUROPE

CHIFFRE D’AFFAIRES : 44 M€ au S1 2012

+ DE 20 MILLIARDS D’IMPRESSIONS PAR MOIS

+ DE 2 000 SITES CLIENTS

**+ DE 160 MILLIONS DE VISITEURS UNIQUES REPRÉSENTÉS PAR MOIS À
TRAVERS L’EUROPE**

PAIEMENTS / CHIFFRES CLÉS



PREMIER GROUPE INDÉPENDANT EN EUROPE

CHIFFRE D'AFFAIRES : 56 M€ au S1 2012

10 MILLIONS DE TRANSACTIONS PAR MOIS

+ DE 20 000 E-MARCHANDS UTILISATEURS DANS LE MONDE

50 SOLUTIONS DE PAIEMENT DANS 85 PAYS

DOUBLE LICENCE BANCAIRE – PSP, E-MONEY ISSUER

GROUPE HI-MEDIA
STRUCTURÉ POUR UNE NOUVELLE PHASE DE
CROISSANCE

PUBLICITÉ / L'INNOVATION MOTEUR DE LA CROISSANCE

PRODUIT



COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE



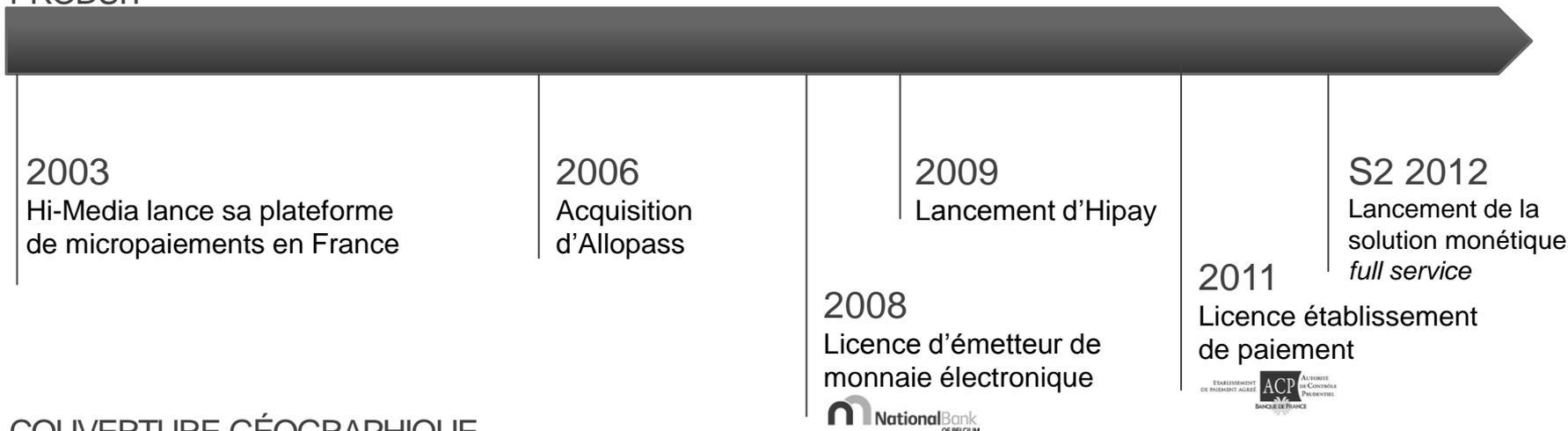
POSITIONNEMENT



UNE OFFRE COMPLÈTE ALLANT DU SUR MESURE (OPS)
À L'AUTOMATISÉE (AD-EXCHANGE)

PAIEMENTS / L'INNOVATION MOTEUR DE LA CROISSANCE

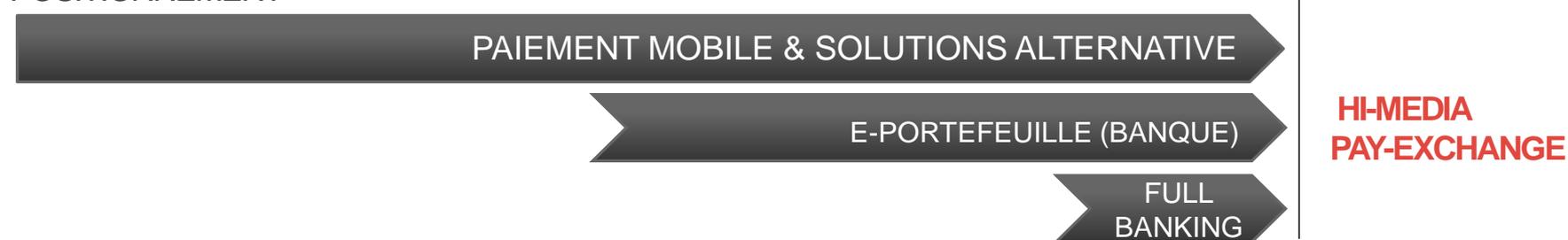
PRODUIT



COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE



POSITIONNEMENT



DU MICROPAIEMENT À UNE OFFRE PROPOSANT L'ENSEMBLE DES MOYENS DE PAIEMENTS DIGITAUX DISPONIBLES

ORGANISATION / DERNIÈRES ÉVOLUTIONS

- ▶ Nouvelle organisation opérationnelle :
 - ▶ Equipe structurée pour anticiper et répondre aux évolutions de marché
 - ▶ Centralisation des prises de décisions
 - ▶ Recrutement d'experts

- ▶ Investissements
 - ▶ Renforcement de l'équipe IT (désormais 100 personnes)
 - ▶ Lancement de nouvelles plateformes technologiques
 - ▶ Ad-eXchange ; retargeting
 - ▶ payments eXchange, *full service*

HI-MEDIA CRÉE LES NOUVELLES BASES D'UNE CROISSANCE
DURABLE

ORGANISATION / DERNIÈRES ÉVOLUTIONS

► Évolutions du périmètre :

- Publicité : Royaume-Uni, Pays-Bas
- Optimisation du périmètre et de la structure de coûts
- Amélioration de la marge brute

► Arbitrages sur les activités :

- Paiements : arrêt d'activités jugées à risque ou non rentables (ex : loterie sans obligation d'achat)
- Optimisation de la structure des activités et des coûts
- Amélioration de la marge brute

HI-MEDIA EST STRUCTURÉ POUR ABORDER AU MIEUX
LA REPRISE DU MARCHÉ

ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS ET ÉVÉNEMENTS RÉCENTS

PUBLICITÉ / OPÉRATIONS SPÉCIALES



- ▶ Opérations spéciales : le sur-mesure plébiscité !
 - ▶ Répond aux objectifs et besoins spécifiques de chaque annonceur
 - ▶ Maximise l'impact de la campagne et la visibilité de la marque
 - ▶ Publi-rédactionnels / Publicité thématique / formats spéciaux

- ▶ Une équipe dédiée (studio de création et commerciaux)

- ▶ Une offre unique pour les annonceurs :
News / Lifestyle / Entertainment

- ▶ Taux de croissance très élevé (+150% sur un an)

OPÉRATIONS SPÉCIALES ET APPROCHE PERSONNALISÉE
SERONT UN DES PILLIERS DE LA CROISSANCE DU GROUPE
DANS LES PROCHAINES ANNÉES

PUBLICITÉ / AD-EXCHANGE



- ▶ Approche technologique et automatisée
 - ▶ Réduction du nombre d'intermédiaires
 - ▶ ROI optimisé en temps réel (RTB)
 - ▶ Taille critique nécessaire
 - ▶ Formats standardisés

- ▶ Première plateforme en Europe
- ▶ Seule plateforme proposant des formats en rich media
- ▶ Positionnement unique pour les annonceurs :
News / Lifestyle / Entertainment

- ▶ En juin 2012 : l'Ad-eXchange a généré 9% des ventes du mois

HI-MEDIA CONSTRUIT UNE DES PLACES DE MARCHÉ RÉFÉRENTES EN EUROPE

PUBLICITÉ / CONTRATS RÉCENTS

ÉDITEURS



NOUVEAU PARTENARIAT (juin 2012)

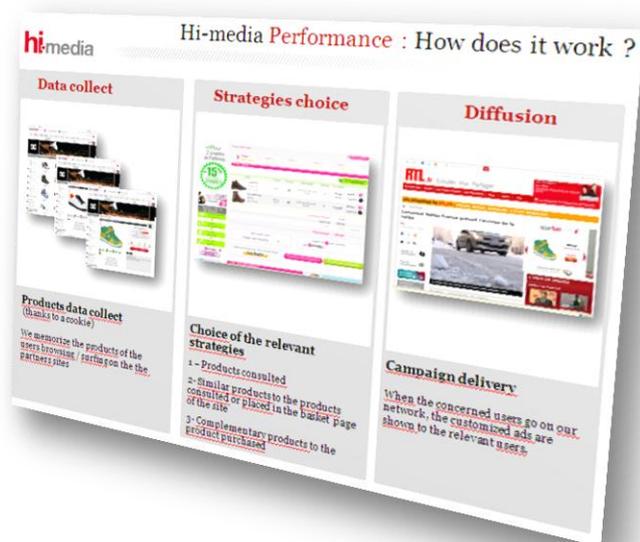


Partenariat visant à renforcer la verticale *Entertainment*

- Audience dédoublée d'environ 9 millions de visiteurs uniques
- Visibilité la plus grande auprès de la cible 15-24 ans en France

DE NOUVEAUX CLIENTS CONVAINCUS PAR LA DOUBLE APPROCHE : OPS + AD-EXCHANGE

PUBLICITÉ / INNOVATION & NOUVEAUX SERVICES



► Plateforme d'affiliation

► Retargeting

► Bannière dynamique

► Publicité vidéo



Et vos pubs TV prennent une autre dimension

UNE PLUS GRANDE MAÎTRISE TECHNOLOGIQUE POUR PLUS D'INNOVATIONS

PAIEMENTS / VERS UNE PLATEFORME DE PAIEMENT

Une solution *ONE-STOP-SHOP*

50

SOLUTIONS
DE PAIEMENT



AVEC

- ▶ 1 SEULE INTÉGRATION / APIs
- ▶ 1 SEUL BACK OFFICE
- ▶ 1 SEUL REPORTING
- ▶ 1 SEULE FACTURATION
- ▶ 1 SEULE ÉQUIPE DÉDIÉE

PROPOSER LES MEILLEURES
SOLUTIONS DE PAIEMENT



PAIEMENTS / CONTRATS RÉCENTS

Éditeurs et Marchands



Solutions de paiement

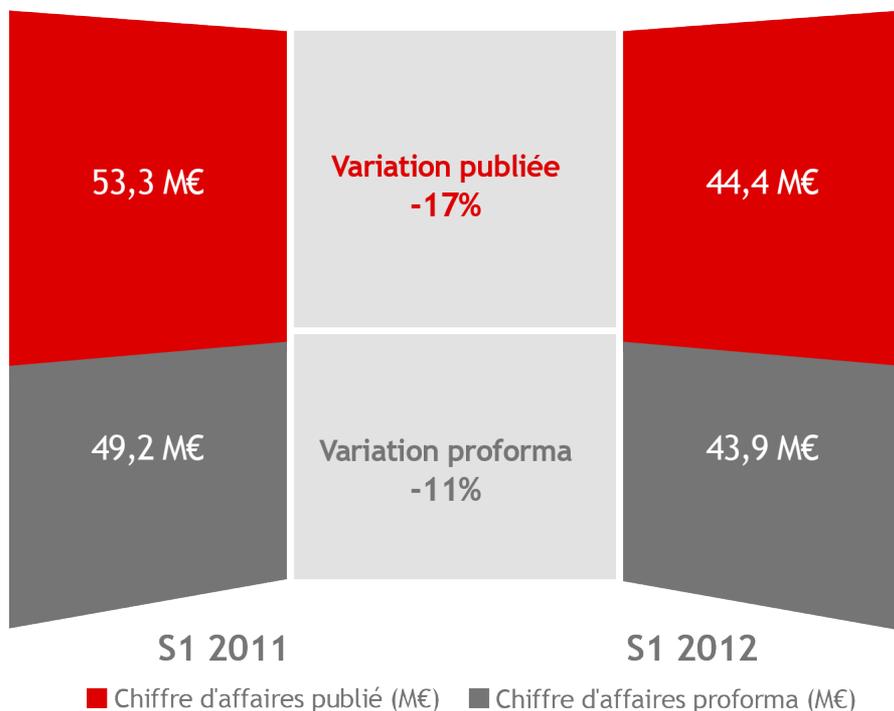


VERS UNE PLATEFORME DE PAIEMENT PROPOSANT PAIEMENT MOBILE, ALTERNATIF & BANCAIRE, POUR RÉPONDRE DE MANIÈRE GLOBALE AUX ÉDITEURS ET MARCHANDS

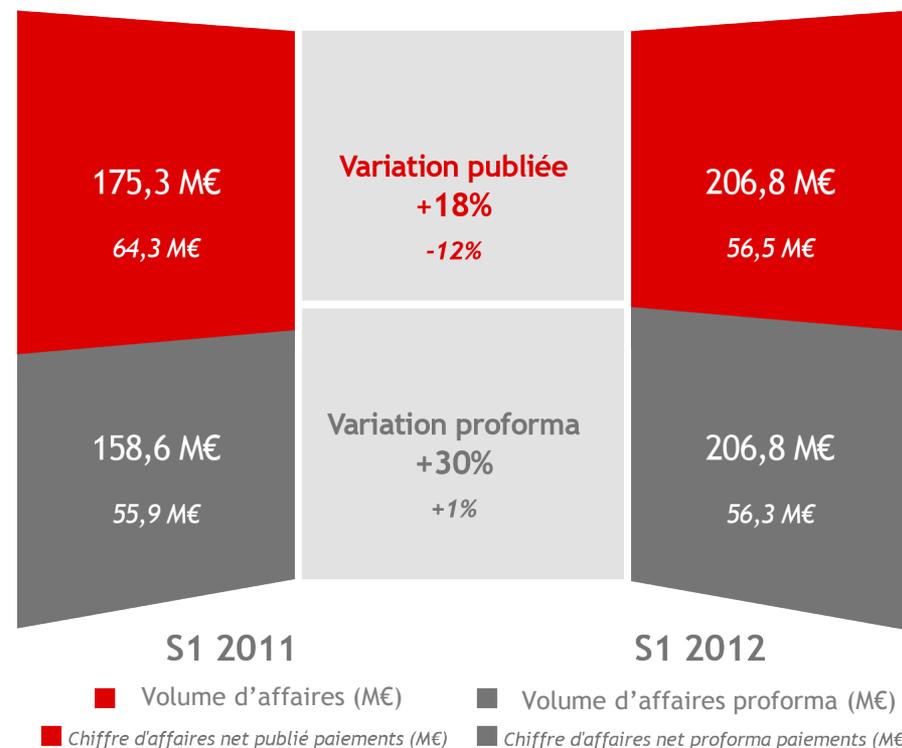
GROUPE HI-MEDIA RÉSULTATS SEMESTRIELS 2012

S1 2012 / ACTIVITÉS

PUBLICITÉ



PAIEMENTS

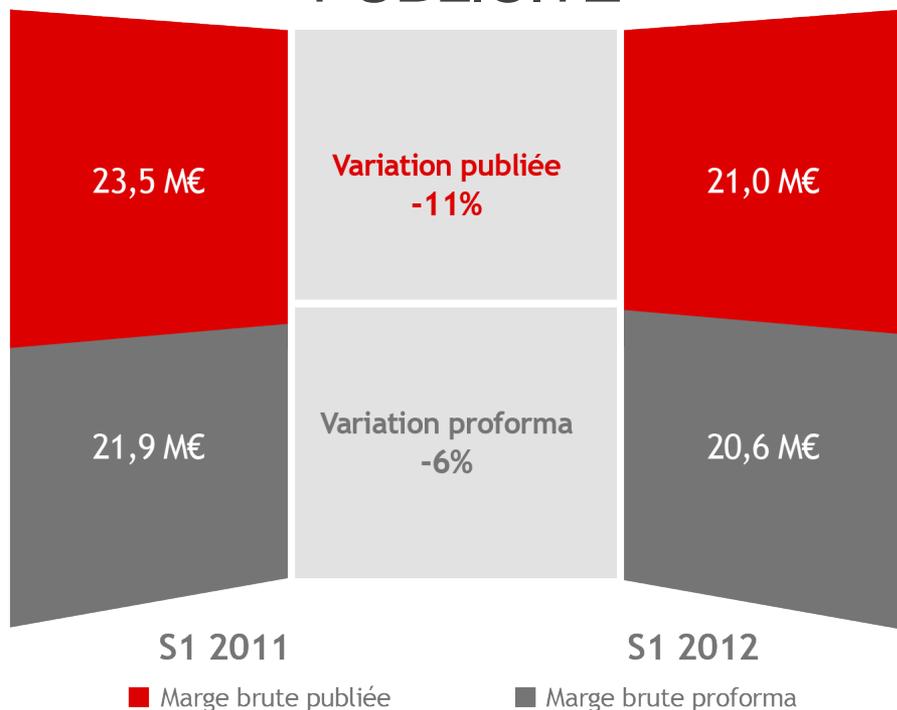


RECU DE LA PUBLICITÉ DU AUX CHANGEMENTS DE PÉRIMÈTRE ET À UN CONTEXTE DIFFICILE DANS LE SUD DE L'EUROPE

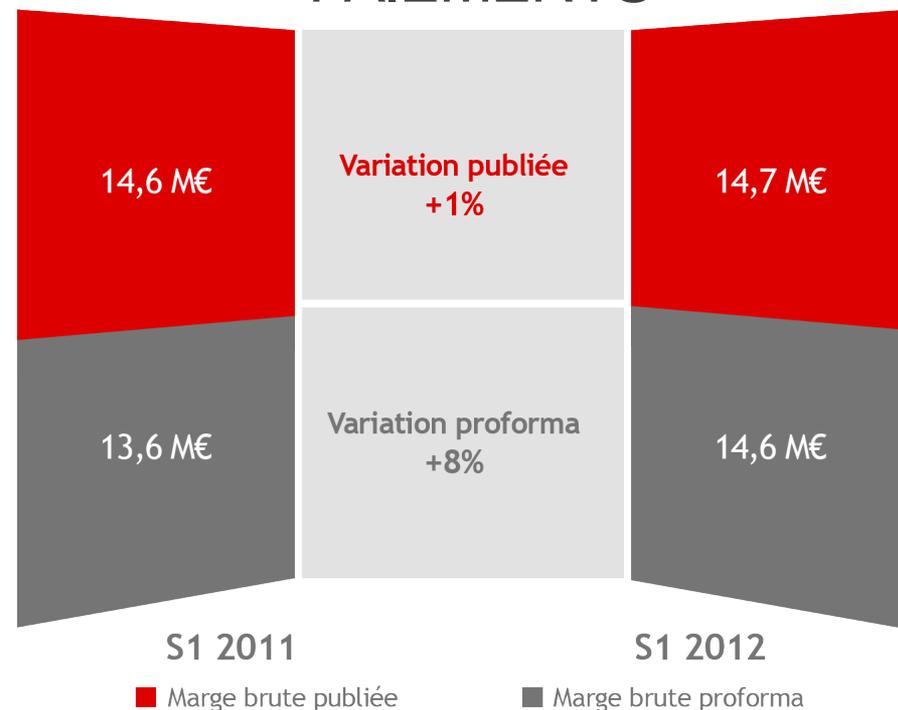
CROISSANCE FORTE DES PAIEMENTS GRÂCE À HIPAY

S1 2012 / MARGE BRUTE

PUBLICITÉ

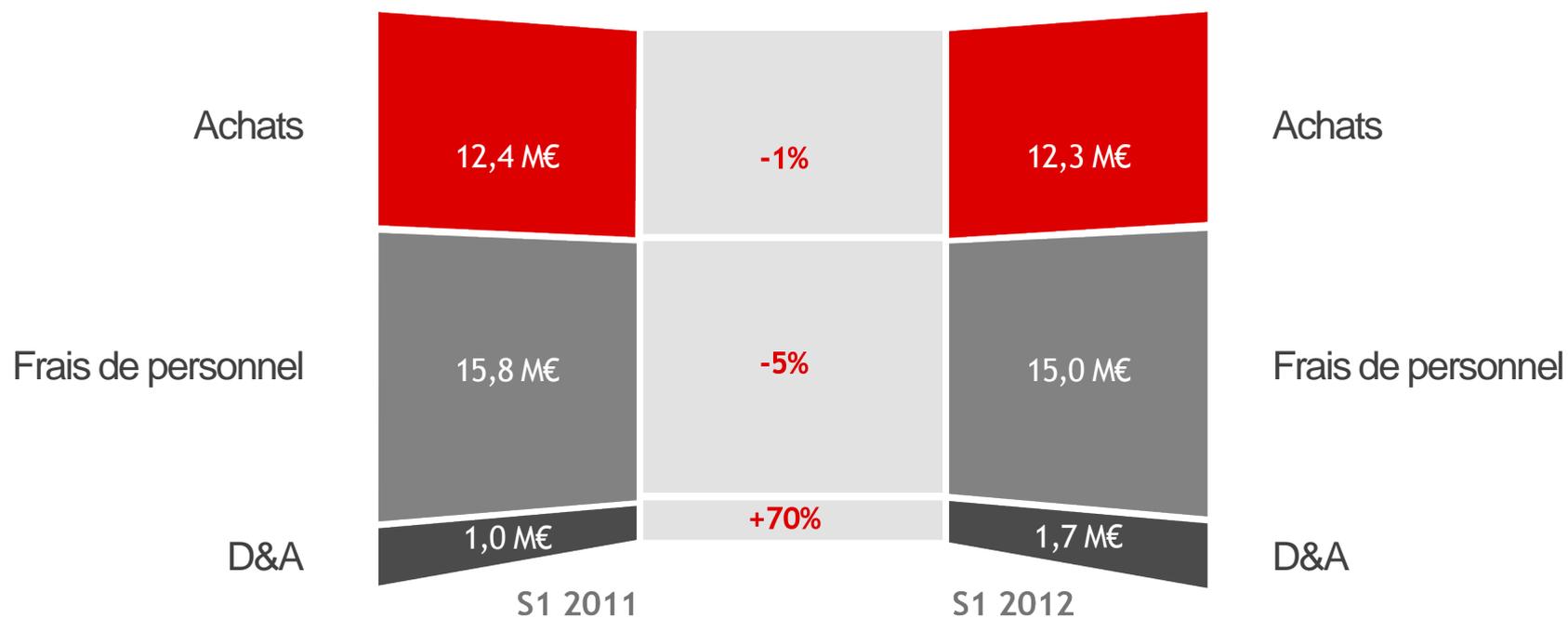


PAIEMENTS



RECUIL LIMITÉ DE LA MARGE DANS LA PUBLICITÉ EN PROFORMA
DYNAMIQUE DES PAIEMENTS SOUTENUE PAR HI PAY
AU GLOBAL, LE TAUX DE MARGE PROGRESSE À 35%

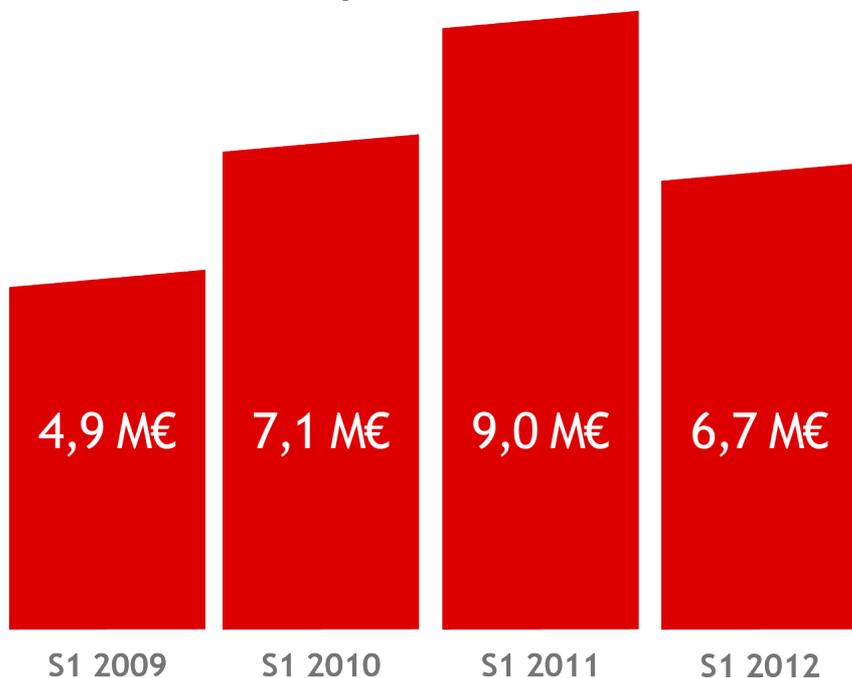
S1 2012 / CHARGES OPÉRATIONNELLES



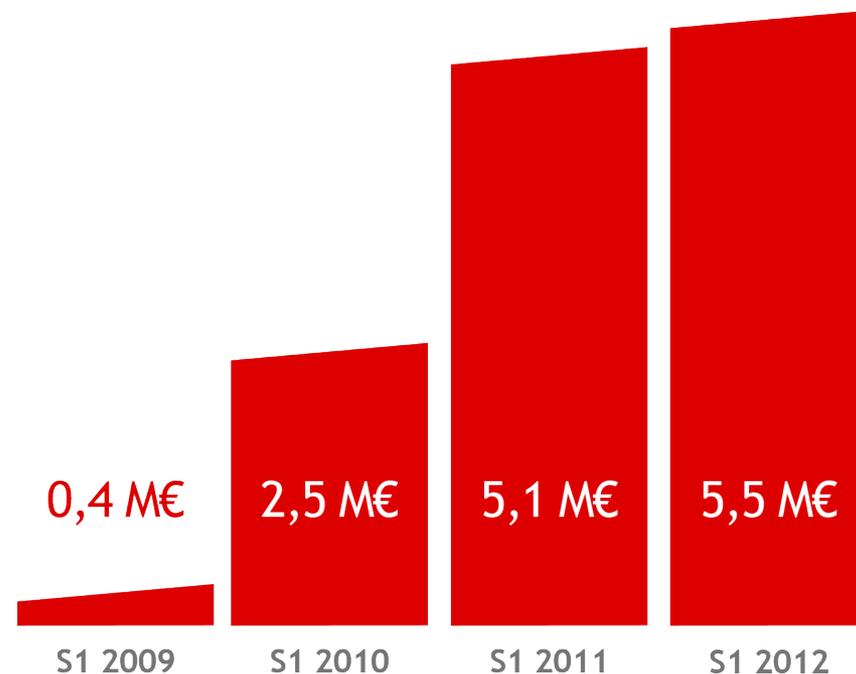
UNE STRUCTURE DE COÛTS MAÎTRISÉE MALGRÉ LA BASCULE TECHNOLOGIQUE EN COURS ET LES COÛTS DE DÉVELOPPEMENT & INVESTISSEMENTS RÉALISÉS

S1 2012 / RÉSULTATS

Résultat opérationnel courant

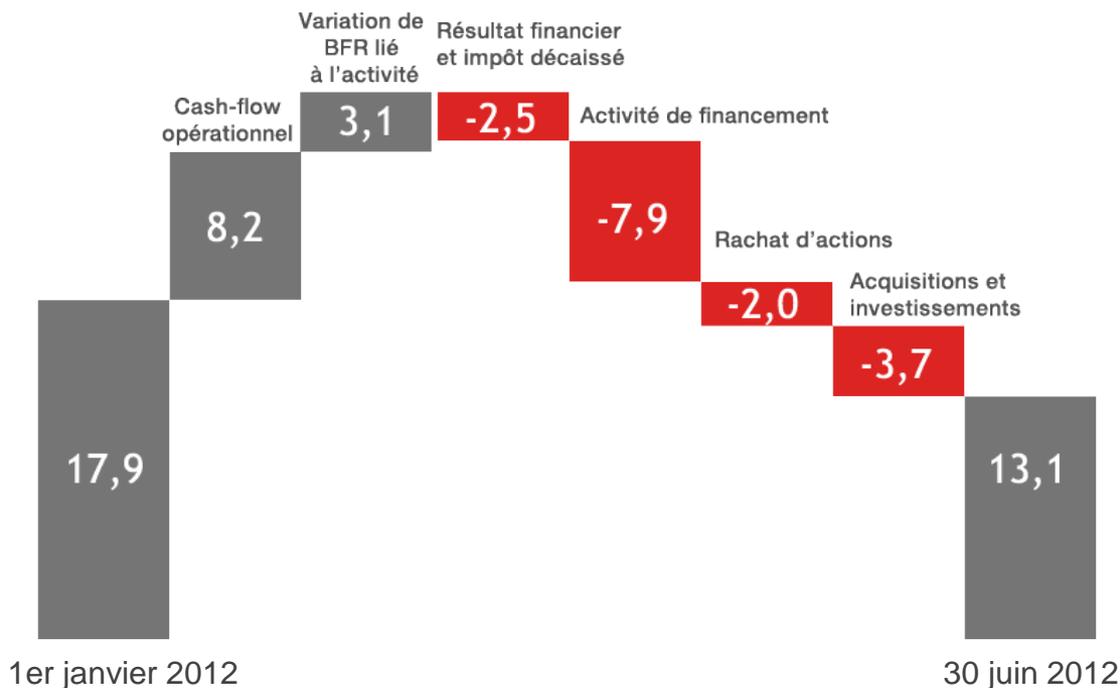


Résultat net



RENTABILITÉ PRÉSERVÉE DANS UN CONTEXTE DE RÉDUCTION DE L'ACTIVITÉ ET DE MUTATION DU GROUPE

S1 2012 / FLUX DE TRÉSORERIE

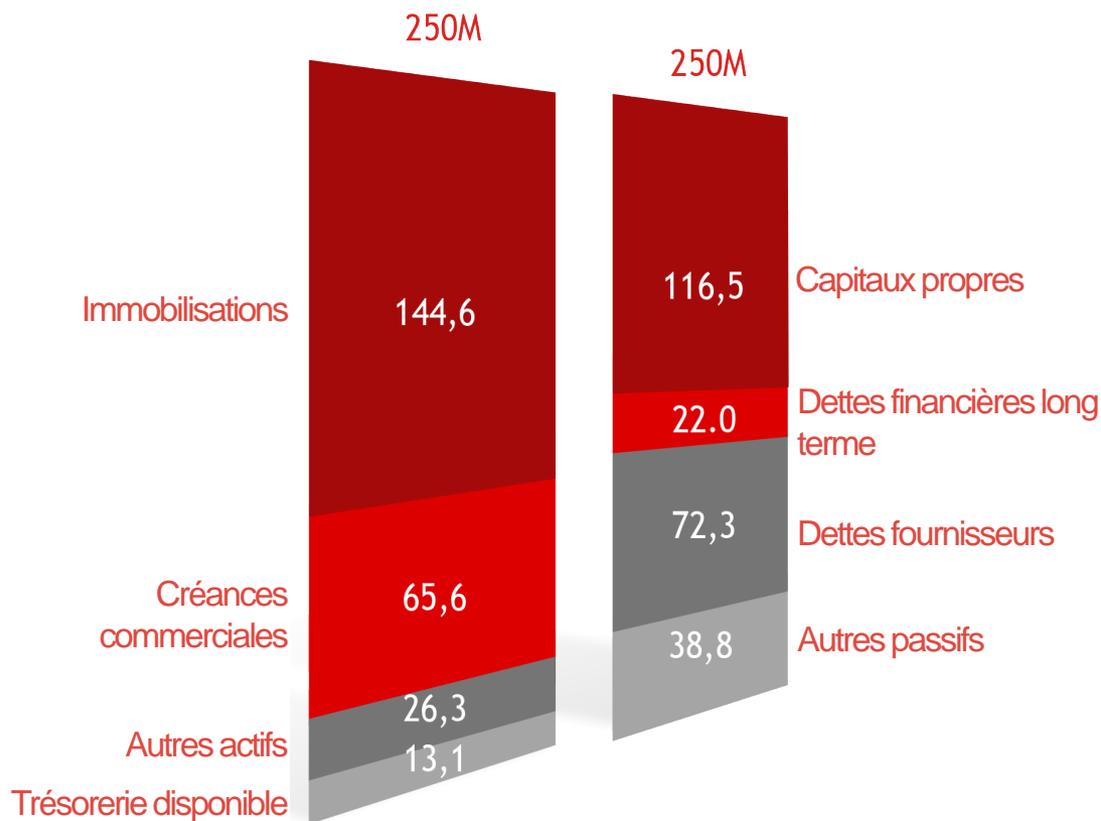


- ▶ Bonne gestion opérationnelle
- ▶ Amélioration du BFR
- ▶ Rachat d'environ 0,9m d'actions
- ▶ Investissements dans 2 nouvelles plateformes technologiques
- ▶ Prise de participations :
 - ▶ Semilo (Pays-Bas)
 - ▶ La Tribune (France)

Génération de Cash Flow au 30 juin 2012, en millions d'euros

GÉNÉRATION DE CASH FLOW SATISFAISANTE

S1 2012 / BILAN CONSOLIDÉ



- ▶ Niveau de capitaux propres élevé
- ▶ Dette financière à long terme limitée
- ▶ Trésorerie de 13 M€

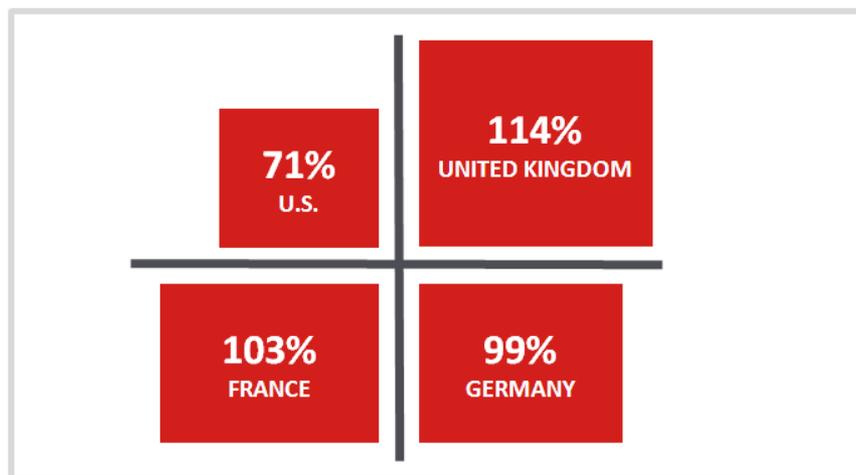
UNE SITUATION FINANCIÈRE SAINTE
ET CONFORME AUX STANDARDS DU GROUPE

TENDANCES, STRATÉGIE ET PERSPECTIVES

PUBLICITÉ / UN MARCHÉ EN PLEINE MUTATION

Ad-eXchange

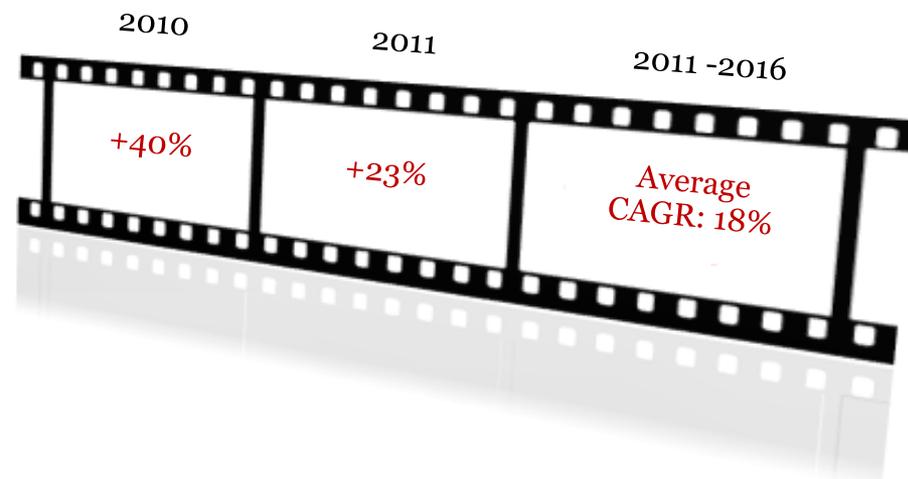
Perspectives de croissance Real-Time Bidding basées sur le chiffre d'affaires, par pays, 2010-2015



Source: IDC Research & Pubmatic, Ad Revenue Report, , October 13, 2011

Format vidéo

Croissance attendue des investissements publicitaires dans les formats vidéo en Europe



MALGRÉ LES TURBULENCES ACTUELLES, LE MARCHÉ DE LA PUBLICITÉ EN LIGNE RESTE TRÈS PORTEUR NOTAMMENT AVEC L'ARRIVÉE DE L'AD-EXCHANGE ET DE LA VIDÉO

PUBLICITÉ / DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS

Nos marchés / Nos objectifs

AD-EXCHANGE

Marché en forte croissance (25% du marché publicitaire en 2015)
Position de leader et technologie référente (Appnexus)

RETARGETING

Développement d'une technologie en propre achevé
Volonté de capter ce marché en expansion et de ne plus dépendre de tiers

OPÉ SPÉ

Force de vente et studio de création dédiés.
Des partenariats puissants comme celui noué avec Skyrock permettront de faire progresser la visibilité et l'activité dans ce marché en croissance

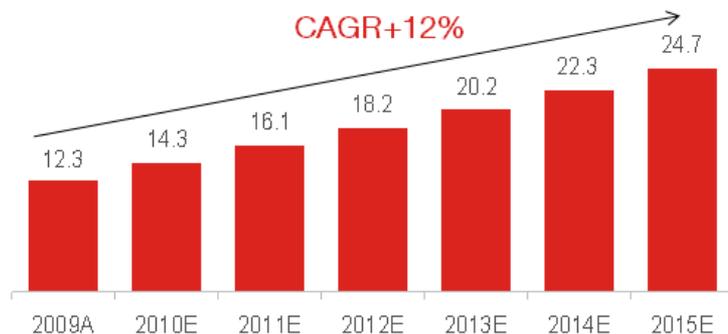
VIDÉO

Mise en œuvre d'une organisation dédiée afin d'améliorer la technologie et la visibilité, et d'accroître l'impact sur les ventes et l'inventaire

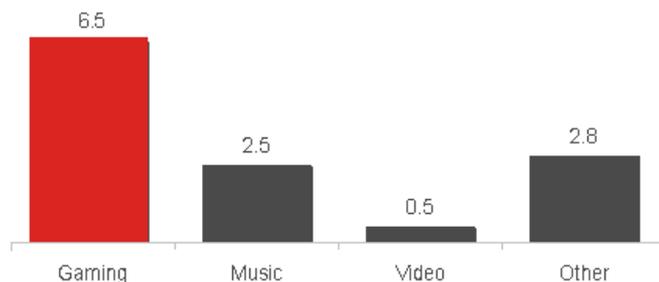
DE NOUVELLES SOURCES DE CROISSANCE

PAIEMENTS / TENDANCES

Digital content revenue for Europe and US in EURbn (09A-15E)



European and US online digital content in EURbn (09A)



- L'industrie des contenus digitaux premium continue à se développer
- Evolution des modes économiques basée sur le modèle freemium provenant de l'industrie du jeu
- La gamme des contenus en freemium se diversifie : information, VOD,...

LE MODÈLE FREEMIUM,
MOTEUR DE LA RÉVOLUTION EN COURS

PAY-EXCHANGE / DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS

Nos marchés – Nos objectifs

JEUX VIDÉO

Les principaux éditeurs de jeu travaillant déjà avec Allopass ou HiPay

START-UPS

e-commerçants générant au minimum d'un 1 million d'euros de flux /an

INTERNATIONAL

Marchands de taille moyenne présents sur plusieurs marchés géographiques
Partout où le besoin de solutions de paiements en local existe

@ BIENS DIGITAUX

Biens digitaux qui peuvent aussi bien s'acheter en paiement à l'acte que par abonnement

UN IMPORTANT POTENTIEL DE REVENUS
COMPLÉMENTAIRES À CAPTER

GROUPE HI-MEDIA POINTS CLÉS

LEADER DE LA MONÉTISATION / INNOVATION & EXPERTISE



- Création de deux plateformes technologiques performantes de monétisation d'audience



- Solution sur mesure (opérations spéciales)
- Ad-eXchange : 100% automatisée



- Paiement mobile
- Paiement alternatif
- Paiement bancaire

HI-MEDIA : UNE ORGANISATION PLUS EFFICACE POUR
MAXIMISER LA MONÉTISATION D'AUDIENCE ET LES VENTES

GROUPE HI-MEDIA ANNEXES

S1 2012 / COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

| <i>Période du 1^{er} janvier au 30 juin - en M€</i> | <i>S1 2012</i> | <i>S1 2011</i> |
|---|----------------|----------------|
| Chiffre d'affaires | 100,8 | 117,5 |
| Marge brute | 35,7 | 38,2 |
| <i>Taux de marge brute</i> | 35% | 32% |
| Résultat opérationnel courant | 6,7 | 9,0 |
| Valorisation des stocks options et actions gratuites | -0,3 | -1,0 |
| Autres produits et charges non courants | 0,7 | -0,1 |
| Résultat opérationnel | 7,1 | 8,0 |
| Résultat financier | -1,0 | -0,9 |
| Quote-part dans les résultats des SME | -0,3 | +0,2 |
| Résultat avant impôt | 5,8 | 7,3 |
| Résultat net des sociétés consolidées | 5,5 | 5,1 |