

**Communiqué de Presse**

Paris, France, le 28 Juin 2012

***Hi-Media Payments et Harris Interactive annoncent qu'un internaute européen sur deux utilise le micropaiement pour l'achat de contenus numériques***

**Paris, France, le 28 Juin 2012** – Hi-Media Payments, la division paiement du Groupe Hi-Media (ISIN Code FR0000075988 - HIM, HIM.FR) et Harris Interactive ont conduit une étude des usages du micropaiement sur un échantillon de 4000 internautes français, allemands, italiens et espagnols. Ils ont ainsi identifié le grand potentiel du marché européen.

**La France, deuxième marché en Europe**

De plus en plus d'européens, notamment français, utilisent le micropaiement afin d'acheter des produits et services numériques. **Plus de la moitié des internautes européens (52%) sont adeptes de cette solution.** Ce moyen de paiement en ligne s'est largement répandu faisant de la France le deuxième pays européen utilisateur de micropaiement avec un taux de pénétration de 44% chez les internautes.

**Une utilisation des nouvelles méthodes de paiement largement confirmée**

**88% des utilisateurs européens du micropaiement déclarent préférer un moyen de paiement alternatif à la carte bancaire pour leurs achats en ligne.** Cependant, chaque pays étudié à ses propres particularités selon sa culture, ses infrastructures ou ses habitudes de consommation. Parmi les utilisateurs français, on remarque une forte adhésion au paiement via les solutions proposées par les opérateurs mobile, fixe ou Internet (47%).

**La France et le jeu vidéo**

Dans le secteur du jeu vidéo en ligne, en croissance, **les utilisateurs français de micropaiement effectuent en moyenne 2,6 transactions par mois pour un panier moyen de 7,5€.** Ainsi, entre 2010 et 2011 le nombre de transaction par utilisateur a **augmenté de 44%.**

**Les joueurs Français utilisent majoritairement le micropaiement pour le téléchargement** de jeux payants (45% des interrogés), l'achat de monnaie virtuelle (pour près de 40%) et l'achat de compte premium (1/3 des interrogés).

**Le micropaiement : un marché en devenir**

Cette étude confirme l'avancée grandissante des pratiques du micropaiement en Europe. Ainsi 81% des internautes européens interrogés le recommanderaient à leur entourage. Les perspectives de développement sont donc très importantes et notamment via l'utilisation du téléphone mobile comme moyen de paiement : **30% des interrogés s'imaginent remplacer complètement leur carte de crédit par leur téléphone dans les années à venir.**

**L'étude complète « Baromètre du Micropaiement » est disponible sur simple demande.**

### **Méthodologie**

Etude quantitative réalisée entre le 17 et le 31 août 2011 sur un échantillon de 1000 personnes par pays (France, Italie, Allemagne, Espagne, Etats-Unis, Brésil) représentatif de la population internautes âgée de 15 ans et plus pour chaque pays. La représentativité est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle).

Les interviews ont eu lieu selon la méthode CAWI par questionnaire auto-administré et envoyé par mail aux membres de l'Access Panel de Harris Interactive.

Le micropaiement est défini dans l'étude comme un moyen de paiement permettant d'acheter des services ou contenus payants sur Internet (jeux, musique, informations, monnaie virtuelle, dépôt de petites annonces...) pour un montant inférieur à 10€/10\$/25R\$.

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.

### **À propos de Harris Interactive**

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie.

### **A propos d'Hi-Media Payments**

Hi-Media Payments est un prestataire de premier rang en matière de solutions de micropaiement dans le monde entier avec plus de dix millions de transactions traitées chaque mois. Hi-Media Payments met à disposition des éditeurs dans plus de 80 pays les solutions de paiement les plus adaptées pour monétiser leurs contenus numériques : Paiement Mobile, Alternatif (Cartes prépayées ....), Bancaire. Pour plus d'informations consultez les sites [www.allopass.com](http://www.allopass.com) et [www.hipay.com](http://www.hipay.com)

### **Communication financière**

Résultats semestriels 2012 : 30 août 2012, après bourse.

### **Contact Presse Hi-Media Payments :**

**Agence Warning/ Yannis Weinbach**

Tél : (33) 1 53 85 88 04

E-mail : [y.weinbach@warningcom.com](mailto:y.weinbach@warningcom.com)

### **Contacts Investisseurs :**

**Cyril Zimmermann**

Président Directeur Général

**Gabriel de Montessus**

Directeur Administratif et Financier

Tél : (33) 1 73 03 89 00

Fax : (33) 1 73 03 42 36

E-mail : [infofin@hi-media.com](mailto:infofin@hi-media.com)

Site : [www.hi-media.com](http://www.hi-media.com)