

Chiffre d'affaires du premier semestre :
31.9 millions d'euros (+ 208%)

1. Des gains de parts de marché

Comme au premier trimestre, le groupe a continué son développement en conciliant **une forte croissance organique (60% au premier trimestre, 57% au deuxième)** et la poursuite de la croissance externe. Celle-ci s'explique par la croissance naturelle du marché de la publicité sur Internet et du e-commerce mais aussi par des gains importants de parts de marché.

Le pôle publicité est toujours en forte progression avec une accélération de cette dernière au deuxième trimestre. En France, **l'offre de régie Hi Media Network** permet de cibler 67% des internautes soit 14.3 millions de personnes (source : Nielsen Net Ratings, juin 2006). Elle s'est enrichie au deuxième trimestre d'un nombre record de 41 nouveaux sites, dont 6 au sein de Hi Media Femmes qui offre un ciblage de 1.6 million de femmes de plus de 25 ans et se positionne en première place des offres commerciales sur ce public. **L'offre d'affiliation** a quant à elle séduit plus de 110 sites par mois qui sont venus rejoindre le **réseau Comclick** dont une nouvelle version de la plate-forme a été lancée au cours du printemps.

A périmètre constant, le pôle publicité a cru de 49% en deuxième trimestre, soit 9 points de mieux que sur les trois premiers mois de l'année. Au global, ce pôle a connu une croissance de 65% sur le semestre et représente 45% de l'activité consolidée du groupe.

Le pôle marketing direct continue sa forte expansion avec une progression de 55% à périmètre constant après un bond de 138% au premier trimestre. Ces performances confirment le succès du repositionnement opéré en 2005. **Hi Media Direct** a par ailleurs élargi son offre en intégrant les produits de Publicityweb (société spécialisée dans le *search marketing* acquise en octobre 2005). L'ensemble des activités de marketing direct a ainsi progressé de 138% sur le semestre et représentent 7.7% du chiffre d'affaires consolidé du groupe.

Le pôle micro paiement a continué à enregistrer d'excellentes performances avec une progression à périmètre constant de 174% au deuxième trimestre, tout en menant l'intégration des activités d'Allopass et le développement de cette plate-forme en Espagne et en Italie. Allopass est désormais utilisé par plus de 140 000 web masters en France et à l'international et en séduit 400 nouveaux chaque mois.

Au global les micro paiements comptent pour 47% du chiffre d'affaires consolidé du groupe au premier semestre.

2. Une montée en puissance des activités publishing

Le deuxième trimestre a été également marqué par la finalisation de l'acquisition de l'Odyssee Interactive. Son site, Jeuxvideo.com, vient ainsi rejoindre les sites actustar.com et ceux de la plate-forme de blogs blogorama.fr au sein du pôle Hi Media Publishing. Ce dernier totalise désormais plus de 2.5 millions de visiteurs uniques chaque mois (source Nielsen Net Ratings, juin 2006) et se positionne comme le leader francophone sur les jeux vidéo.

Avec pour ambition de devenir un acteur majeur des blogs en Europe et plus généralement un leader sur les contenus communautaires et participatifs, Blogorama.fr s'est distingué de ses concurrents en lançant de nouvelles fonctionnalités vidéo. La plate-forme a été déclinée dans le même temps en Belgique et en Suède avec volonté de le faire également en Allemagne d'ici la fin de l'année.

Actustar.com prépare une nouvelle version de son site qui sortira pendant l'été. L'acquisition d'un site de taille plus modeste est également prévue pour renforcer Actustar et créer une offre dédiée au public féminin. Hi Media Publishing a ainsi pour but de s'adresser le plus largement possible au public féminin grâce à différents sites thématiques.

Fort d'une équipe réunissant plus de 35 personnes (dont 27 pour l'Odyssee Interactive) Hi-Media publishing prépare par ailleurs le lancement d'autres sites thématiques sur l'univers des loisirs. En données proforma, le chiffre d'affaires du pôle Hi-Media Publishing aurait représenté 5.3% du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre.

3. Nouvelle priorité au développement international

Suite aux acquisitions de Numérialand, d'Eurovox/Allopass, d'Actustar et de Jeuxvideo.com, Hi Media a fortement concentré son activité sur le marché français où le groupe connaît son plus fort taux de croissance.

Le groupe a toutefois enregistré de très bonnes performances en Allemagne (+34%), au Portugal (+74%), en Belgique (+70%) et au Brésil au travers de sa participation au sein de Hi Midia Brasil. L'activité commerciale a par ailleurs commencé à la fin du semestre en Chine. Les performances ont été plus limitées en Suède (+8.1%) où Hi-Media ne bénéficie plus de la même position de leadership que dans d'autres pays.

Afin d'améliorer son potentiel de croissance à l'étranger et, ainsi atteindre des niveaux de croissance comparables à ceux observés en France, Hi Media a commencé à consacrer davantage de moyens sur son développement à l'international :

- d'une part, en accélérant le recrutement d'équipes plus étoffées pour déployer dans toute l'Europe continentale la totalité de ses gammes de produits et services dégagant ensemble de fortes synergies commerciales ;
- d'autre part, en étudiant des opportunités d'acquisition pour renforcer ses parts de marchés et bénéficier d'une prime aux leaders.

Cette stratégie offensive engendrera des investissements supplémentaires sur les exercices 2006 et 2007. Afin de pouvoir gérer au mieux ce développement, Hi-Media a fait appel à un deuxième directeur général délégué, dédié aux acquisitions et à leur intégration, ainsi qu'aux relations investisseurs.

David Bernard, membre du conseil d'administration et ancien Directeur Financier puis Directeur Général Délégué de Hi Media de 2000 à 2003 rejoindra l'équipe de management actuelle à partir de septembre. Celle-ci se composera désormais de Cyril Zimmermann (PDG), Erik Marie Bion et David Bernard (DGD), des directeurs de pôle d'activité : Marianne Bellamy (marketing direct), Olivier Gonzalez (publicité), Eric Giordano (micro paiements), Sébastien Pissavy et Yannick Touchard (Publishing) ainsi que de Dominique Bezier (DAF) et Franck Mechineau (Directeur Technique).

A propos de Hi-Media

Hi-Media est un éditeur de sites Internet et une **société de services spécialisée dans la publicité sur Internet et le commerce électronique** présente dans 7 pays. Elle est la première **régie indépendante de publicité interactive** en France et la troisième en Europe. La société a également développé une gamme complète d'outils et de prestations dans le domaine du **marketing direct** (online et offline), et des **solutions de paiement électronique**.
Hi-Media est cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris. Code ISIN : FR0000075988.

Contact investisseur



Cyril Zimmermann
Président Directeur Général
Tel : (33) 1 73 03 89 00
Fax : (33) 1 73 03 89 44
E-mail : infofin@hi-media.com
Site : www.hi-media.com