

## Résultats du premier semestre 2006 :

Chiffre d'affaires multiplié par 3 : 32 M d'euros

Résultat opérationnel multiplié par 6 : 2,5 M d'euros <sup>1</sup>

Poursuite de la politique de consolidation du marché

### Compte de résultat simplifié en norme IFRS

<i>Chiffres en M€</i>	S1 2005	2005 (avec allopass)	S1 2006
Chiffre d'affaires	10.3	49.4	32.0
Marge brute	3.8 37%	15.7 31.8%	10.6 33.2%
Résultat opérationnel <sup>2</sup>	0.4	1.6	2.5
Marge opérationnelle	3.8%	3.1%	7.7%
Résultat avant impôt	0.3	1.7	1.7
Résultat net part du groupe	0.3	2.7	1.8

<sup>1, 2</sup> : Avant prise en compte du coût des stock options et actions gratuites

--	--	--	--

## **I - Forte croissance de l'activité, progression de la marge brute**

Avec un chiffre d'affaires de 32 millions d'euros contre 10,3 millions d'euros un an auparavant, **la croissance de l'activité du groupe s'est établie à 209%** au premier semestre, alimentée par les acquisitions (Allopass, Jeuxvideo.com et Actustar) et par une très forte croissance organique.

Celle-ci se situe toujours à un niveau très élevé (59%) et témoigne de gains de parts de marché. En effet, les activités de services ont connu un essor remarquable :

- **la régie et le marketing direct ont progressé respectivement de 41% et 90%** (57% et 138% avec les acquisitions) pour un marché européen du marketing on line dont la croissance est estimée à 26% (source Jupiter Research).
- **les revenus du pôle micro-paiements (Allopass + Mediapass) ont augmenté de 47% en pro-forma sur un an.**

Les activités du pôle publishing (jeuxvideo.com, actustar.com, blogorama.fr) ont connu également une très forte progression, dont l'impact dans les comptes est encore assez ténu compte tenu de l'entrée tardive dans le périmètre de consolidation de cette ligne de revenus. En données pro-forma, **les revenus de Hi Media Publishing auraient progressé de 69% pour atteindre 1,7 M d'euros** sur la première moitié de l'année.

Fort de l'intégration réussie de cette nouvelle activité, Hi Media Publishing va continuer à déployer son offre de sites. Celle ci agrège déjà une audience de plus de 2,5 millions de personnes par mois sur le marché français.

Outre le public des 18-25 ans avec jeuxvideo.com et blogorama.fr, un des premiers segments ciblé par Hi Media Publishing est celui du **public féminin**. Dans cette logique, Hi-Media a conclu pendant l'été l'acquisition **du site [www.feminup.com](http://www.feminup.com)** dont une nouvelle version sortira au dernier trimestre 2006 (la transaction a été réalisée sur la base d'un paiement de 50 000 euros pour 100% du capital de la société editrice et d'un complément de prix assis sur l'audience du site). L'originalité de feminup.com réside dans le fait que les contenus seront en grande partie produits par les internautes eux-mêmes grâce à une plate-forme de publication inspirée des encyclopédies collaboratives. Sur l'univers féminin, feminup.com aura un positionnement complémentaire de celui d'actustar.com, leader des magazines « people » sur Internet, et ambitionne de devenir un des principaux généralistes féminins.

Le dynamisme de l'activité et de la politique d'acquisition du groupe s'est accompagné d'une progression du taux de marge, **ce dernier s'établissant à 33.2% sur le premier semestre** (contre 31.8% dans les comptes proforma produits pour l'exercice 2005). Le taux de marge de la régie s'établit à 36%, celui du marketing direct se maintient à 39% et, après intégration d'Allopass, le taux de marge des micro-paiements se situe à 27%.

## **2. Un modèle de croissance vertueux, progression du taux de rentabilité**

Sous l'effet conjugué de la croissance externe (+ 56 personnes) et de la croissance organique (16 recrutements), les effectifs de la société ont fortement progressé pour s'établir au 30 juin à 154 personnes.

Les autres charges d'exploitation ont également augmenté de façon significative et en lien avec le changement de périmètre du groupe. Certaines charges non récurrentes liées à l'intégration des sociétés acquises ont par ailleurs pesé sur les comptes du premier semestre.

La hausse des charges d'exploitation a toutefois été absorbée par la forte croissance du chiffre d'affaires et par l'amélioration du taux de marge brute. La rentabilité opérationnelle (avant valorisation des stocks option et actions gratuites) se situe ainsi à 2,5 millions d'euros contre 0,4 millions d'euros un an auparavant.

Au second semestre, période durant laquelle l'activité est traditionnellement plus soutenue, le taux de rentabilité opérationnelle devrait continuer à s'améliorer très significativement.

La société a toutefois décidé d'utiliser une partie de la marge dégagée sur l'exercice pour financer ses développements organiques plus rapidement que ce qui avait été initialement prévu:

- pour la mise en place d'ici fin 2007 d'une plate forme d'advertising propriétaire qui permettra à terme des économies d'échelle supplémentaires
- pour la mise en place juridique et technique d'un système de porte monnaie électronique qui devrait voir le jour d'ici la fin de l'année 2007. Pour piloter ce projet, Hi Media a choisi d'avoir recours aux services de l'ancien directeur général de Klelline et spécialiste des paiements électroniques, Mr Abdallah Hitti.
- à l'international
  - o en Chine où Hi Media a vendu ses premières campagnes publicitaires pendant l'été mais dont l'exploitation pèsera à hauteur de 0,4 million d'euros sur les comptes
  - o en Espagne où Hi Media a lancé une activité commerciale ce printemps et ouvrira un bureau d'ici la fin de l'année
- pour le développement de nouveaux sites Internet du pôle publishing et leur déclinaison à l'étranger :
  - o la plate-forme de blogs ([www.blogorama.fr](http://www.blogorama.fr)) a été lancée en Belgique et en Suède et sera déployée dans le prochains mois en Allemagne, au Portugal et au Brésil
  - o deux nouveaux sites thématiques en cours de réalisation seront lancés en début d'année 2007.

Compte tenu de ces éléments, la rentabilité opérationnelle du groupe devrait se situer aux environs de 10% sur la totalité de l'exercice 2006 contre 12 à 14 % initialement communiqués et le résultat opérationnel (avant prise en compte des stock options et actions gratuites) devrait atteindre 7 millions d'euros.

### **III - Poursuite de la politique de consolidation : nouvelle acquisition relative**

Toujours dans une logique visant à concilier l'amélioration de sa rentabilité et la consolidation du marché, Hi Media a réalisé l'acquisition de la régie suédoise Medianet, un des principaux acteurs du marché suédois spécialisé dans la **vente de publicité on line auprès d'annonceurs locaux**.

Medianet compte parmi ses clients plusieurs sites Internet du groupe Schibsted (Blocket.se, Aftonbladet.se) et **se situe dans le trio de tête des régies suédoises**. Avec cette acquisition, Hi Media disposera d'une position importante sur ce marché scandinave, laquelle devrait lui permettre de déployer efficacement ses autres activités. Par ailleurs, Hi Media s'appuiera sur le savoir faire de Medianet pour développer ses activités de régie publicitaire au niveau régional en France. Une première expérience est prévue sur la région Sud Est au deuxième semestre 2006.

Du point de vue financier, cette acquisition est très relative pour les actionnaires de Hi Media. **Medianet a réalisé en 2005 un chiffre d'affaires de 3.6 millions d'euros (la grande majorité des campagnes vendues aux annonceurs ne sont comptabilisées en chiffre d'affaires qu'à hauteur de leur contribution à la marge) et un résultat opérationnel de 0,8 million d'euros qui devraient respectivement progresser à près de 4.5 millions d'euros et 1 million d'euros en 2006**. L'intégration de Medianet dans le périmètre de consolidation de Hi-Media n'intervenant qu'au mois de septembre, son impact sur les comptes annuels du groupe sera toutefois réduit.

Hi Media a acheté 100% du capital pour 4,9 millions d'euros payés en numéraire et un complément de prix de 3 fois le résultat opérationnel de l'exercice 2006 et de 2 fois le résultat opérationnel 2007, payable en numéraire ou en titres au choix de Hi-Media. **La société estime que le prix total sera compris entre un multiple de 10 et 11 fois le résultat opérationnel de l'exercice 2006**.

Cette acquisition a été financée sur les fonds propres de Hi Media qui disposait au 30 juin 2006 d'une trésorerie disponible de 18.4 millions d'euros. L'activité de Hi Media étant génératrice de cash flow, la société continuera à étudier des dossiers d'acquisition afin de poursuivre la consolidation de ses segments de marchés.

La société publiera son chiffre d'affaire trimestriel le 18 octobre 2006.

#### **A propos de Hi-Media:**

*Hi-Media est 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** (on line et off line), et des **solutions de paiement électronique**.*

*Hi-Media est cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris. Code ISIN : FR0000075988.*



Cyril Zimmermann

Président Directeur Général  
Tel : (33) 1 73 03 89 00  
E-mail : [infofin@hi-media.com](mailto:infofin@hi-media.com)  
Site : [www.hi-media.com](http://www.hi-media.com)