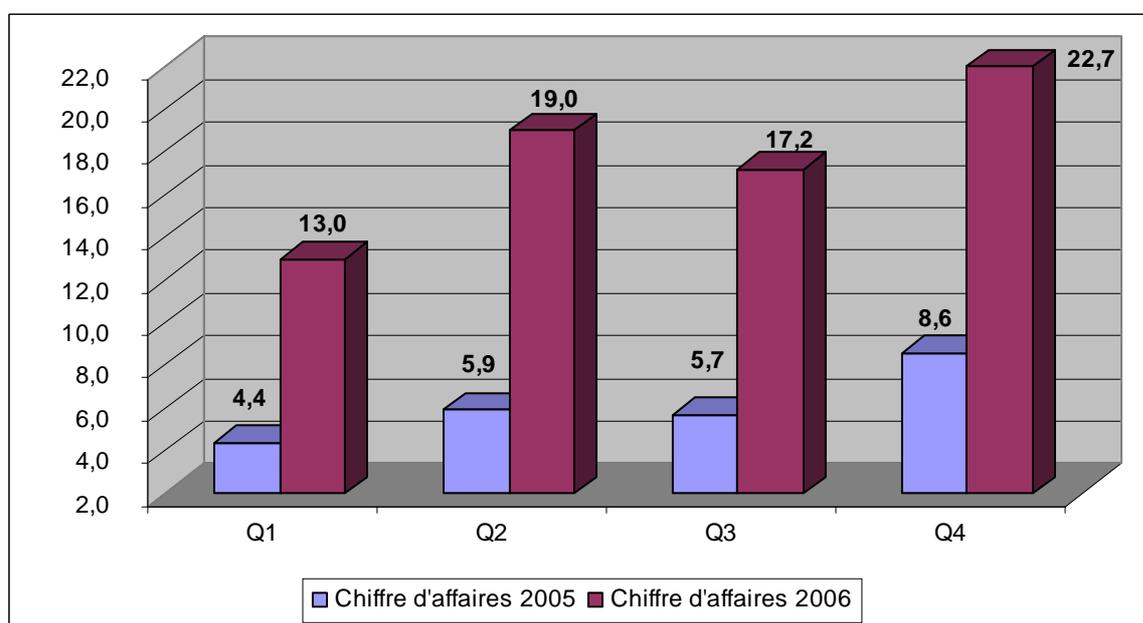


## Chiffre d'affaires 2006 :

**71,8 M€, en progression de 190%**

**Une croissance élevée et conforme aux objectifs du groupe**

Evolution du chiffre d'affaires par trimestre en millions d'euros



### 1. Une progression soutenue par une croissance organique à 53% en 2006 (60% sur la régie publicitaire en France)

Après le ralentissement habituel de l'été, le groupe affiche au dernier trimestre un nouveau record de chiffre d'affaires à **22,7 M€**, soit **162% de plus qu'au quatrième trimestre 2005**. La croissance organique s'élève en moyenne à 39% sur les trois derniers mois et se décompose comme suit :

- 39 % sur la régie, qui représente 51% de l'activité du trimestre ;
- 27 % sur le marketing direct (5% de l'activité) ;
- 65 % sur les activités de micro-paiement (43% de l'activité). En proforma, le pôle micro-paiement (Allopass, Eurovox et Mobiquid) afficherait une croissance de 30% par rapport au même trimestre l'an passé.

La **montée en puissance du pôle Publishing** se confirme, la part de l'activité réalisée sur des sites du groupe s'établissant sur le trimestre à 4,5% (l'essentiel étant comptabilisé au niveau de la régie) et **plus de 12% de la marge brute**.

Sur l'ensemble de l'année, la hausse s'établit à 190%, dont **53% de croissance organique**, ce qui, au-delà de la politique de développement externe, confirme le dynamisme des activités historiques (**+60% en organique sur la régie publicitaire en France**), sur lesquelles Hi-Media continue de gagner des parts de marché. Le **micro-paiement affiche quant à lui une croissance de 39% en proforma** sur la totalité de l'exercice.

La répartition par activité reflète l'équilibre entre les deux principales sources de revenu du groupe à 46,5% pour le micro-paiement et 45,8% pour la régie publicitaire, le marketing direct représentant quant à lui 7% du chiffre d'affaires annuel.

## **2. Renforcement de l'offre Publishing sur ses deux principaux segments : les femmes et les jeunes**

Le renforcement de l'offre à destination des femmes se poursuit grâce à l'acquisition de Psychonet ([www.psychonet.fr](http://www.psychonet.fr)), site spécialisé sur la psychologie et le bien-être. Son audience, forte de 235 000 visiteurs uniques (source Nielsen NetRatings, novembre 2006), est très majoritairement féminine, CSP+ et âgée de 25 à 49 ans. Le site est composé de plusieurs milliers d'articles et psycho tests ; il permet aussi à l'internaute de s'adresser à un psychologue diplômé (en partenariat avec une société spécialisée), directement depuis le site pour des consultations multimédia 24h/24.

Ce site, acquis pour un montant de 200 000 euros payé en numéraire, assorti d'un complément de prix indexé sur les revenus 2007 et 2008, viendra renforcer l'offre de sites féminins de Hi-Media Publishing qui comptaient déjà *Actustar.com* et *Feminup.com*. Au mois de novembre, **ces trois sites ont touché plus de 450 000 visiteurs uniques** (Nielsen NetRatings, novembre 2006). L'audience devrait continuer à progresser en 2007 tant par le développement des trois sites existants que par d'autres possibles acquisitions.

Sur le segment des 18-35 ans, Hi-Media Publishing bénéficie du succès croissant de jeuxvideo.com. Edité par l'Odysée Interactive, rachetée à hauteur de 88% en juin 2006, le site leader sur l'univers des jeux vidéo a enregistré une **audience de 2,2 millions de visiteurs uniques au mois de novembre**, contre 1,6 millions au mois de juin. C'est en s'appuyant sur l'équipe de l'Odysée Interactive et avec l'arrivée récente de Laurent Cotillon, ancien Rédacteur en Chef du magazine Ciné Live, que Hi Media Publishing prépare le lancement d'un site consacré au cinéma.

Par ailleurs, la plate-forme de blogs blogorama.fr a fait l'objet d'une nouvelle version, accessible depuis le 15 janvier et ajoutant de nombreuses fonctionnalités communautaires.

Enfin, un partenariat a été signé avec Technikart, magazine mensuel dédié à la culture et aux sujets de société ciblant principalement le public des 18-35 ans (diffusion payée de 42 000 exemplaires, source OJD) pour le développement et l'exploitation du site [technikart.com](http://technikart.com) qui a été lancé au début du mois de janvier.

Fort des réalisations de l'année écoulée et grâce à la trésorerie générée par ses activités, Hi-Media poursuivra sa stratégie de développement en vue de constituer **un groupe media Internet reposant sur des outils efficaces de monétisation de l'audience**.

Les résultats complets de l'année 2006 seront publiés le 12 mars 2007 après bourse.

**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 et fait partie des indices SBF 250, CAC IT, et CAC Small 90.  
Code ISIN : FR0000075988.

**Contact investisseur**

Cyril Zimmermann  
Président Directeur Général



David Bernard  
Directeur Général Délégué  
Tél : (33) 1 73 03 89 00  
Fax : (33) 1 73 03 89 54  
E-mail : [infofin@hi-media.com](mailto:infofin@hi-media.com)  
Site : [www.hi-media.com](http://www.hi-media.com)