

Rapport trimestriel « narratif »

En application de l'article IV L 451-1-2 du code monétaire et financier et de l'article 221-1 du règlement général de l'AMF, le Conseil d'Administration a arrêté le présent rapport « narratif » relatif au premier trimestre 2007.

I – Evénements significatifs de la période

Variations de périmètre et ouverture de bureaux

Au cours du premier trimestre, de nouveaux bureaux ont été ouverts à Francfort et Hambourg pour assurer une meilleure couverture du marché Allemand, traditionnellement décentralisé autour de divers grands pôles régionaux. Ce déploiement s'inscrit dans le cadre d'un plan ambitieux de développement mis en place en fin d'année et qui devrait permettre une forte croissance des activités de la filiale.

Le groupe a par ailleurs créé une filiale en Espagne. Outre les services de micro-paiement déjà proposés sur le pays par l'intermédiaire d'un représentant depuis 2006, cette société y développe désormais les activités de régie du groupe. Les premières campagnes ont été diffusées dès avril et la filiale devrait présenter des comptes équilibrés sur l'ensemble de l'exercice.

En Chine, dans le cadre d'un programme de réduction des coûts et afin de maintenir sa présence sur ce marché, le groupe a reclassé une partie de sa participation auprès de son partenaire local.

II – Montant net par branche d'activité du chiffre d'affaires du trimestre écoulé

Au cours du premier trimestre 2007, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 22,4 M€, en augmentation de 72% par rapport au premier trimestre 2006.

La répartition par activité se décompose comme suit :

Activités	2006	2006 proforma	2007	Evolution proforma	Evolution totale
Régie publicitaire	5,9	7,2	9,9	38%	67%
Micropaiement	5,7	8,7	11,0	25%	92%
Marketing direct	1,3	1,3	1,4	9%	3%
Divers	0,1	0,3	0,1	-	86%
Total	13,0	17,5	22,4	28%	72%

Les pôles régie et micro-paiement ont réalisé de bonnes performances du fait de la croissance du marché ainsi que de la signature de divers contrats, tant en France qu'à l'étranger. Le réseau publicitaire agrège désormais l'audience de près de 17.000 sites et la plateforme Allopass plus de 172.000 sites clients.

Les performances moins satisfaisantes du marketing direct ont conduit la direction du groupe à regrouper les équipes françaises de ce pôle avec celles de la régie afin de tirer un meilleur parti de la position de Hi-Media comme guichet unique en matière de publicité interactive et de bénéficier d'une force de frappe commerciale bien plus

significative. Cette réorganisation sera effective sur la fin du premier semestre et permettra de relancer la croissance de cette activité.

Concernant les activités de publishing, le groupe se situe toujours au 33^{ème} rang des éditeurs français en nombre de visiteurs uniques (*Source Nielsen NetRatings, mars 2007*) et étudie divers dossiers dans le cadre de sa stratégie de croissance externe.

III – Description générale de la situation financière de l'émetteur et de ses filiales

Après une très forte progression sur l'exercice 2006, les marges brutes de chaque activité se stabilisent comme prévu à des niveaux proches de ceux connus en 2006.

Activités	T1 2006 Proforma	T1 2007
Régie publicitaire	43%	43%
Micropaiement	28%	27%
Marketing direct	45%	43%
Divers	99%	99%
Consolidé	39%	38%

La marge consolidée reflète le poids particulièrement élevé du micro-paiement (dont le taux de marge est inférieur à la moyenne du groupe) dans le chiffre d'affaires de ce premier trimestre.

Cette activité bénéficie en effet d'une saisonnalité favorable en début d'année par rapport à celle du marché publicitaire. Sur le reste de l'exercice, l'évolution constatée chaque année du mix entre les activités en faveur de la régie, viendra corriger à la hausse le taux de marge brute consolidée.

La progression des coûts de personnel (247 personnes à la fin du trimestre) et des autres frais est elle-aussi en ligne avec les prévisions de la direction.

L'ensemble de ces indicateurs et la visibilité dont dispose le management sur l'activité de l'année permettent de confirmer l'objectif de plus de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2007, ainsi que l'atteinte d'un résultat opérationnel courant ¹(Ebit) de 15 millions d'euros.

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 8 pays. Première régie indépendante de publicité interactive en France et troisième en Europe, la société est aussi le premier prestataire de solutions de micropaiement électronique français. La société a également développé une gamme complète d'outils et de prestations dans le domaine du marketing direct. Hi-Media est coté sur l'Eurolist B 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
Site : www.hi-media.com

¹ avant coût des stock-options et actions gratuites