

Paris, le 3 novembre 2010

LE GROUPE HI-MEDIA ANNONCE UNE PROGRESSION DE 25% DE SON CHIFFRE D'AFFAIRES AU TROISIEME TRIMESTRE 2010 A 48,8 MILLIONS D'EUROS

- **Issues favorables aux problématiques opérationnelles du premier semestre de l'exercice 2010**
- **Bonne tenue des marges**
- **Croissance organique toujours soutenue de l'activité Paiements**

Paris, 3 novembre 2010 – le groupe media online Hi-media (Code ISIN FR0000075988 - HIM, HIM.FR), leader européen de la monétisation de l'audience sur Internet, publie aujourd'hui son rapport d'activité pour le troisième trimestre 2010.

Principales données consolidées (en millions d'euros)

T3 2009	T3 2010	Variation
----------------	----------------	------------------

Chiffre d'affaires

Publicité	15,6	21,7	40%
Paiements	23,5	27,1	15%
Total	39,1	48,8	25%
Total proforma	46,0	48,8	6%

T3 2009	T3 2010
----------------	----------------

Marge brute pro forma¹

Publicité	40,9%	44,6%
Paiements	27,9%	24,6%
Total	34,2%	33,5%

Commentant les chiffres de ce troisième trimestre 2010, Cyril Zimmermann, fondateur et Président-Directeur Général du Groupe Hi-media, déclare :

« Sur les neuf premiers mois de l'année, nous avons réalisé un chiffre d'affaires de plus de 157 millions d'euros, en croissance de 39%. En parallèle, nous avons effectué les remises à plat nécessaires de certaines unités opérationnelles qui avaient enregistré des résultats décevants au premier semestre. Nous avons également travaillé sur nos marges avec des premiers résultats tangibles. Hi-media est donc confiant pour son activité de la fin de l'année et poursuit activement son développement avec des structures plus solides et des relais de croissance importants comme la publicité à la performance et l'expansion européenne de son activité de paiement. »

¹ Y compris la marge réalisée sur les sites propriétaires (Hi-media Publishing)

Hi-media Advertising : amélioration de la marge brute

Le Groupe continue à enregistrer une forte croissance de son activité avec 40% de progression au troisième trimestre 2010. Le lancement de l'activité de marketing à la performance, à l'aide d'une technologie propriétaire, confirme son succès. Cette initiative technologique et commerciale constituera un relais de croissance très important en 2011 sur tous les marchés où le Groupe est implanté.

Aux Pays-Bas et en Allemagne, où Hi-media avait rencontré des problèmes opérationnels au premier semestre, des changements de management et d'organisation sont intervenus. Le Groupe s'attend à un redressement progressif de l'activité et ces pays ne devraient plus peser sur la croissance et les résultats du groupe en 2011.

Pour l'ensemble de l'activité advertising, les neuf premiers mois de l'année ont été dédiés à l'intégration de la société AdLINK Media acquise en septembre 2009. Sur cette période, l'activité de régie publicitaire affiche une quasi stabilité de l'activité en proforma (hors recettes issues de liens sponsorisés/search marketing).

Chiffres d'affaires régie publicitaire Hors search marketing/liens sponsorisés	T1 2010	T2 2010	T3 2010
Variation en % vs. 2009	0,5%	-0,3%	-0,6%

Le management a plus particulièrement porté ses efforts sur l'amélioration de la marge brute de l'ensemble de l'activité publicitaire en renégociant certains contrats et en ne renouvelant pas d'autres qui se révélaient peu rentables. **La marge brute de Hi-media Advertising a ainsi progressé de 5% en valeur (9,7 millions d'euros en proforma au troisième trimestre 2010 contre 9,2 millions d'euros en proforma au troisième trimestre 2009) et a atteint un taux de 44,6% contre 40,9% au troisième trimestre 2009.**

A la suite des actions engagées au cours des derniers mois et avec ces résultats, **le management prévoit un retour à une croissance proforma dès le quatrième trimestre tout en continuant à bénéficier de marges améliorées.** La rentabilité de l'activité publicitaire devrait ainsi progresser significativement.

Hi-media Payments : une croissance toujours très forte

L'activité de paiement en ligne du Groupe concentrée autour des plate-forme Allopass (www.allopass.com) et Hipay (www.hipay.com) continue d'enregistrer un taux de croissance organique élevé à plus de 15% pendant le trimestre d'été, pourtant peu favorable à la conquête et à l'intégration de nouveaux clients.

Croissance de l'activité de paiement	T1 2010	T2 2010	T3 2010
Variation en % vs. 2009	15,8%	26,8%	15,3%

De nouveaux développements de produits et de nouvelles signatures commerciales sont en cours de finalisation. Ils porteront leurs fruits en fin d'exercice ou au début du prochain et alimenteront le dynamisme de cette activité qui, après l'univers du jeu vidéo et celui de l'information professionnelle, tend à se développer également auprès des media d'information.

Hi-media Publishing : retour à la rentabilité

L'activité Publishing a été réorganisée pendant l'été de façon à se concentrer sur les sites rentables ou dont la contribution nette au Groupe est positive. Certains sites ont été repositionnés et les effectifs ont été réduits. Fotolog devrait ainsi avoir une contribution neutre voire légèrement positive aux résultats du Groupe à partir de la fin de l'année et en 2011.

Après une forte érosion du chiffre d'affaires au premier semestre, les revenus se sont stabilisés au troisième trimestre (3,8 millions d'euros au T3 2010 contre 3,7 millions d'euros au T3 2009) et représentent 8% du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

L'ensemble de l'activité dégage à nouveau un résultat opérationnel courant positif au troisième trimestre, lequel deviendra significatif sur la fin de l'année.

Situation financière

Le taux de marge brute proforma de l'activité de publicité en ligne rebondit à 44,6% grâce à une amélioration des marges d'AdLINK Media et à l'arrêt de certains contrats qui se sont révélés peu rémunérateurs.

	T1 2010	T2 2010	T3 2010
Marge brute de l'activité publicitaire ²	45,7%	40,7%	44,6%

La marge brute de l'activité de paiement reste stable aux alentours de 25%, en ligne avec les trimestres précédents et avec la moyenne observée sur les deux derniers exercices (la marge brute trimestrielle ayant oscillé entre 23% et 28% entre 2009 et 2010)

	T1 2010	T2 2010	T3 2010
Marge brute de l'activité paiement ²	24,9%	24,2%	24,6%

La marge brute du Groupe atteint donc 33,5% au troisième trimestre 2010 en amélioration par rapport au trimestre précédent (32,5%).

Perspectives

Les derniers mois ont été marqués par une revue des opérations sur certains marchés et dans certaines unités. Les coûts de restructuration et le niveau d'activité consécutif aux décisions qui en ont découlé sont en ligne avec les prévisions du Groupe.

Hi-media aborde donc le quatrième trimestre avec des structures réaménagées et renforcées, des niveaux de marge satisfaisants ainsi que de bonnes perspectives de croissance. Le développement du marché de la publicité, et notamment de la performance, comme celui du paiement dans un contexte de déploiement européen, rendent le Groupe confiant sur l'amélioration rapide de sa rentabilité.

² Y compris la marge réalisée sur les sites propriétaires (Hi-media Publishing)

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.

A propos du Groupe Hi-media

Hi-media, groupe media on-line, figure parmi les plus grands éditeurs de sites Internet grand public au monde avec près de 50 millions de visiteurs uniques. Hi-media est également leader européen sur le marché de la publicité interactive et celui des paiements électroniques. Son modèle économique s'appuie donc sur deux sources de revenus : la publicité en ligne via la régie Hi-media Advertising et la monétisation des contenus via la plateforme de micro-paiements Allopass.

Présent dans 9 pays européens, aux Etats-Unis et au Brésil, le groupe emploie plus de 500 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 206 millions d'euros en 2009 (proforma). Indépendante depuis sa création en 1996, la société est cotée depuis 10 ans sur le segment principal d'Euronext Paris (Eurolist B) et fait partie des indices SBF 250, CAC IT, et CAC Small 90. Code ISIN : FR 0000075988. Hi-media est labélisée OSEO « entreprise innovante » (qualification FCPI).

Site : www.hi-media.com

Communication financière

Chiffre d'affaires du 4ème trimestre 2010 : mardi 25 janvier 2011, après bourse.

Contact investisseur

Cyril Zimmermann

Président Directeur Général

David Bernard

Directeur Général Délégué

Tél : (33) 1 73 03 89 00

Fax : (33) 1 73 03 42 36

E-mail : infofin@hi-media.com

Site : www.hi-media.com