

HIMEDIA GROUP: EBITDA A L'EQUILIBRE ET CONFIRMATION DU SUCCES DES NOUVELLES ORIENTATIONS STRATEGIQUES

- **Forte progression de la marge brute**
 - Marge brute : +69% en T1 2016 vs. T1 2015 à périmètre constant
 - Chiffre d'affaires : 13,3M€ en retrait de 13% en T1 2016 vs. T1 2015 à périmètre constant
- **Un EBITDA à l'équilibre au T1 2016**
- **Montée en puissance des activités de croissance⁽¹⁾ (local, native, Amérique du Nord)**
 - Les activités de croissance représentent 42% de l'activité et 46% de la marge du Groupe
 - Le chiffre d'affaires des activités de croissance progressent de 74% en T1 2016 vs. T1 2015 à périmètre constant
 - Les activités de régie traditionnelles voient leur marge progresser malgré une baisse des volumes

Paris, le 27 avril 2016, 17h40 – Le groupe de publicité digitale HiMedia Group (Code ISIN FR0012821890 - HIM, HIM.FR), publie son chiffre d'affaires du premier trimestre de l'exercice 2016.

Principales données consolidées (en millions d'euros)

	T1 2016 ⁽²⁾	T1 2015 <i>Périmètre constant</i> ⁽⁴⁾	Var. <i>Périmètre constant</i> ⁽⁴⁾	T1 2015 <i>Pro forma</i> ⁽⁵⁾	Var. <i>Pro forma</i> ⁽⁵⁾
Chiffre d'affaires	13,3	15,3	-13%	14,5	-9%
Marge brute	6,4	3,8	+69%	3,6	+78%
EBITDA ⁽³⁾	0,0	-3,5	-	-3,8	-

⁽¹⁾ Les activités de croissance regroupent les sociétés Admoove, Local Media, HiMedia Sweden, Latam Digital Ventures et Quantum.

⁽²⁾ Sur la base de comptes non audités au 31 mars 2016.

⁽³⁾ Résultat opérationnel courant avant dotations et reprises aux amortissements et provisions

	T1 2016 ⁽²⁾	T1 2015 <i>Périmètre constant ⁽⁴⁾</i>	Var. <i>Périmètre constant ⁽⁴⁾</i>	T1 2015 <i>Pro forma ⁽⁵⁾</i>	Var. <i>Pro forma ⁽⁵⁾</i>
Chiffre d'affaires activités de croissance ⁽¹⁾	5,6	3,2	+74%	2,5	+126%
Marge brute activités de croissance ⁽¹⁾	2,9	1,7	+69%	1,5	+92%
EBITDA ⁽³⁾ des activités de croissance ⁽¹⁾	-0,2	-0,2	-	0,0	-
Chiffre d'affaires activités de régie traditionnelles	7,7	12,1	-37%	12,1	-36%
Marge brute activités de régie traditionnelles	3,5	2,1	+69%	2,1	+69%
EBITDA ⁽³⁾ activités de régie traditionnelles	0,2	-3,3	+106%	-3,7	+105%

⁽⁴⁾ Les données à périmètre constant ont été calculées en tenant compte de la sortie du périmètre de HiMedia Deutschland et de HiPay Group ainsi que des entrées dans le périmètre des sociétés Quantum et des régies d'Orange en Espagne, aux USA et au Mexique.

⁽⁵⁾ Les données pro forma ont été établies sur la base des états financiers historiques du groupe HiMedia diminués des données de HiPay Group.

Commentant les chiffres du premier trimestre, Cyril Zimmermann, Président Directeur Général de HiMedia Group, déclare : « Nos chiffres confirment le redressement rapide de l'entreprise après la réorganisation profonde mise en œuvre pendant l'été 2015 et valident la réorientation stratégique d'investissements en priorité dans des activités de croissance que sont la publicité locale, native, et les activités d'Amérique du Nord qui représentent désormais 42% de notre activité et croissent très rapidement ».

MONTEE EN PUISSANCE DES ACTIVITES DE CROISSANCE

La réorientation stratégique décidée pendant l'été 2015 visait à restructurer les activités historiques de régie classique qui généraient des pertes significatives, et accélérer le développement d'activités positionnées sur des niches porteuses : la publicité locale et la publicité native, adressées en mobile et desktop. Le management s'est également attaché à développer les activités américaines du Groupe qui ciblent la communauté hispanophone aux Etats Unis.

Avec les filiales (Admoove sur le mobile, Local Media, HiMedia Sweden, Latam Digital Ventures et Quantum) spécialisées dans ces domaines, HiMedia dispose désormais d'un nouveau socle d'activités en forte croissance (+74% de chiffre d'affaires à périmètre constant) qui constituent l'avenir du Groupe.

Les activités traditionnelles de régie et de trading d'espaces publicitaires se contractent (-37% de chiffre d'affaires à périmètre constant) du fait notamment du désengagement de nombreux contrats générateurs de pertes mais leurs marges brutes progressent très fortement (+69% de marge brute à périmètre constant). Comme cela avait été évoqué, ces activités font l'objet d'une réflexion stratégique.

HiMedia dessine donc son avenir en priorité autour de niches porteuses que sont la publicité native et locale (ou communautaire pour les hispanophones aux Etats Unis) qui offrent de meilleures performances aux annonceurs et sont mieux acceptées par les utilisateurs.

EBITDA A L'EQUILIBRE DES LE PREMIER TRIMESTRE

Sur la base de comptes non audités, la société a atteint le point d'équilibre au premier trimestre en termes de résultat opérationnel courant avant amortissements et dépréciations (EBITDA). Aucune dépréciation ou amortissement exceptionnel n'a par ailleurs été enregistré sur la période. L'activité est donc assainie, restructurée et repositionnée sur des niches porteuses.

Ce résultat a été obtenu grâce à la politique d'économie mise en place au deuxième semestre 2015 et à une forte progression de la marge brute. Cette dernière s'explique par le bon niveau de marge des activités de croissance et par la fin des minima garantis sur les activités de régie traditionnelle.

La progression du taux de marge s'explique également par la comptabilisation en chiffre d'affaires de la seule marge brute pour certains contrats commerciaux comme ceux ayant été récemment signés avec Microsoft pour le Portugal et la Belgique ou pour la majeure partie de l'activité de la filiale suédoise. Ces activités pondèrent donc l'ensemble au-delà des taux de marge proches de 30% pratiqués sur le marché publicitaire.

PERSPECTIVES

Les résultats du premier trimestre sont en ligne avec l'objectif du Groupe de réaliser un EBITDA (résultat opérationnel courant avant amortissement et dépréciations) positif sur l'exercice 2016.

Le financement du besoin en fond de roulement au premier trimestre avec une activité traditionnellement plus faible qu'en fin de l'année a amené la trésorerie du groupe à un montant de 5,8M€ au 31 mars 2016.

La stratégie de repositionnement de HiMedia comme un acteur du marketing digital positionné sur des niches en forte croissance porte donc ses fruits et la société entame une nouvelle phase de son histoire et un nouveau rebond.

A propos de HiMedia :

Pionnier du secteur, HiMedia est un leader européen du marketing digital.

Présente dans 6 pays européens, aux Etats-Unis et en Amérique Latine, la société HiMedia a réalisé un chiffre d'affaires de 65 millions d'euros en 2015.

Indépendante depuis sa création, la société est cotée sur le compartiment C de Euronext Paris et fait partie des indices CAC Small, CAC All-Tradable et CAC PME. Code ISIN : FR 0012821890 / Mnémo : HIM

Plus d'informations sur : www.himediagroup.com/himedia et info@hi-media.com

Suivez-nous sur Twitter : @himedia

LinkedIn : www.linkedin.com/company/himediagroup

Prochaine communication financière : Résultat du premier semestre 2016, le 28 juillet 2016 avant bourse.

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 HiMedia Group, nous vous invitons à vous reporter à notre site Internet <http://www.himediagroup.com>, rubrique Investisseurs.

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que HiMedia Group 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. HiMedia Group opère dans un secteur des plus évolutifs au sein duquel de nouveaux facteurs de risques peuvent émerger. HiMedia Group ne prend en aucune manière l'obligation d'actualiser ces déclarations de nature prévisionnelle en fonction de nouvelles informations, événements ou autres circonstances.