

Paris, le 8 mars 2006

## Résultats annuels 2005

### Résultat Opérationnel Courant de +1.5 million d'euros

#### Compte de résultat simplifié en norme IFRS

	2004	2005
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>14,4</b>	<b>24,8</b>
Marge brute	5,5	8,7
Taux de marge	38%	35%
Autres produits d'exploitation	0,4	0,5
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,5</b>
Valorisation stocks options IFRS	- 0,2	- 0,2
Eléments non récurrents	0	0,2
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>-0,6</b>	<b>1,1</b>
Impôts	0,9	1,2
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>0,3</b>	<b>2,3</b>

#### I – La croissance a permis de conjuguer rentabilité et plans de développement

Dans un contexte de forte croissance, la société a atteint ses objectifs de rentabilité tout en lançant de nombreux projets de développement.

Les marges de manœuvre financières dégagées par l'activité du groupe au delà des 23,5 millions d'euros de chiffre d'affaires prévus ont ainsi été utilisées pour financer l'étude de marché, le lancement de l'activité en Chine et celui du réseau de liens sponsorisés TKN. Se dotant de relais de croissance supplémentaires pour les prochaines années, la société a également investi en capital humain pour se donner les moyens de poursuivre sa politique de développement et de consolidation du secteur de la communication on line : recrutement d'un Directeur Général Délégué et renforcement de la direction administrative et financière.

Ces choix sont justifiés par la robustesse du modèle économique de Hi-Media dans un contexte de forte croissance : stabilité des taux de marge, forte décorrélation entre la progression du volume d'affaires et celle des coûts d'exploitation, lesquels sont essentiellement des coûts fixes, besoins d'investissements limités. Pour une progression du chiffre d'affaire de 73% :

- La marge brute se situe toujours dans une fourchette oscillant entre 37 et 40%. La marge du second semestre 2005 s'inscrit exceptionnellement en retrait à 34%, principalement du fait d'une écriture d'ajustement comptable sur Numérialand qui a eu un impact de 3 points de marge.
- La masse salariale a progressé
  - de 16% au premier semestre ;
  - de 43% au deuxième semestre (d'une part, du fait des acquisitions de Numérialand et de Publicityweb, et d'autre part, du renforcement des équipes de management).

Ainsi, les effectifs s'établissent à 82 personnes à la fin de l'année 2005.

- Dans le même temps, les autres coûts d'exploitation n'ont augmenté que de 37%, progression toujours en grande partie liée à l'intégration des deux sociétés acquises.

Le très fort développement de la société lui permet donc d'améliorer sa rentabilité en conformité avec ses objectifs de résultat opérationnel courant, ceci avant prise en compte de la valorisation des stocks options.

Le passage aux normes IFRS a en effet entraîné la valorisation des stocks options attribuées ces trois dernières années et leur comptabilisation en charge pour un montant de 0,2 million d'euros. **Hors impact de ces plans de stock options, le résultat opérationnel courant est positif à hauteur de 1,5 million d'euros, contre une perte de 0,4 million d'euros en 2004.**

**Le résultat avant impôt de l'exercice 2005 s'établit quant à lui à 1,1 million d'euros** après prise en compte de la transaction soldant le litige Abacho qui avait été enregistrée dans les comptes du premier semestre.

Avec plus de 30 millions d'euros de déficits reportables et des perspectives de forte rentabilité, la société a activé une partie de ses déficits reportables avec un impact positif de 1,2 million d'euros. **Le résultat net est donc de 2,3 millions d'euros.**

## **II – Un nouveau périmètre et des perspectives de rentabilité réévaluées à la hausse**

Postérieurement à la clôture de l'exercice 2005, Hi-Media a procédé à l'acquisition d'Allopass édité par le groupe Eurovox, leader français des micro paiements.

Réalisée pour 18,5 millions d'euros en numéraire, la consolidation de cette société dont le chiffre d'affaires a atteint 29 millions d'euros en 2005, positionne Hi-Media comme un des principaux acteurs européens de la communication on line.

Ses trois métiers sont :

- la régie publicitaire : 39% de l'activité du groupe pro forma en 2005
- le conseil en marketing direct : 4% de l'activité du groupe pro forma en 2005
- les micro paiements : 57% de l'activité du groupe pro forma en 2005

**Le nouveau groupe aurait réalisé en 2005 un chiffre d'affaires de 53,8 millions d'euros avec un résultat opérationnel courant de 3,4 millions d'euros.**

**Les prévisions de chiffre d'affaires pour 2006 s'établissent désormais à 70 millions d'euros** avec une part égale pour les activités de régie publicitaire et de micro paiements à 47% chacune de l'ensemble consolidé. Le conseil en marketing direct devrait voir sa part dans le groupe progresser à 6%.

Eurovox ayant un taux de marge brute inférieur à celui de Hi-Media, le taux de marge brute consolidé devrait être proche de 30% à partir de 2006.

Le rapprochement des équipes va occasionner des coûts d'intégration estimés à 0,5 million d'euros sur l'année 2006, compensés par des **économies d'échelle qui devraient atteindre 1 million d'euros en année pleine.**

Au final, pour l'année 2006, pendant laquelle sera supportée la totalité des coûts d'intégration de cette acquisition, la rentabilité opérationnelle de l'ensemble devrait s'établir entre 10 et 12%, soit un résultat opérationnel compris entre 7 et 8,5 millions d'euros.

En 2007, une fois l'intégration achevée, les synergies commerciales mises en place au sein du nouveau groupe devraient lui permettre de continuer à progresser à un rythme élevé pour atteindre 100 millions d'euros de chiffre d'affaires et une rentabilité opérationnelle supérieure à 15%. Parallèlement à ce schéma de développement, la société continuera à étudier des opportunités d'acquisitions pour renforcer ses activités à l'international ou poursuivre sa diversification dans l'univers des médias digitaux.

Hi-Media réunira son assemblée générale annuelle le 20 avril 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 8 pays. Hi-media vient de lancer en 2005 ses activités au Brésil et en Chine . 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 55 80 20 20  
 Fax : (33) 1 55 80 20 54  
 E-mail : [infodoc@hi-media.com](mailto:infodoc@hi-media.com)  
 Site : [www.hi-media.com](http://www.hi-media.com)

