

## Hi-Media Publishing lance une thématique "actualité et sport" autour de trois nouveaux sites

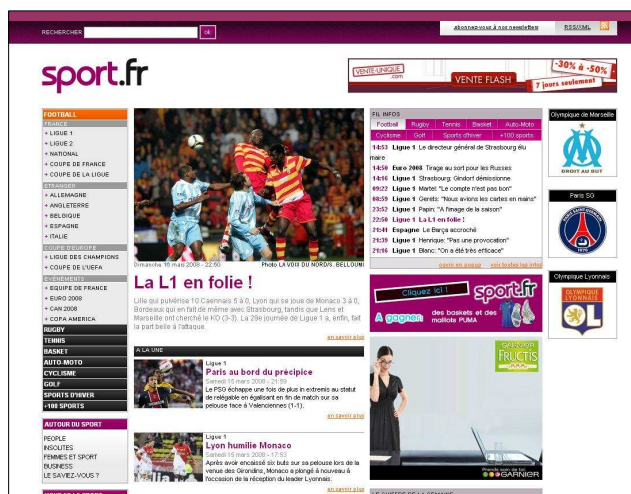
- Nouvelle version de **sport.fr**
- Un nouveau site sur les sondages **monsondage.com**
- Un nouveau site de débat et d'analyse de l'actualité : **contre-feux.com**

**Paris, le 9 avril 2008** : le groupe media Internet Hi-Media (Code ISIN FR0000075988 - HIM, HIM.FR), un des leaders européens de publicité interactive et des micro paiements électroniques, lance trois nouveaux sites Internet sur la thématique "actualité et sport".

Cyril Zimmermann, PDG d'Hi-Media, déclare : "Nous avons déjà un très bon positionnement comme régie sur la verticale **actualité et sport**. C'est un axe de développement essentiel pour nous car la réunion des médias d'actualité généraliste et des médias sur le sport donne un produit publicitaire efficace et apprécié par les annonceurs en presse comme sur Internet. Sur le sport (1,6 millions de visiteurs uniques) et sur l'actualité et les cadres (5,4 millions de visiteurs uniques) notre offre publicitaire se positionne parmi les offres les plus puissantes du marché français (source Nielsen Netratings, février 2008). Nous alimentons et renforçons désormais cette offre avec des sites dont nous sommes éditeur ou actionnaires comme **sport.fr**, **monsondage.com** et **contre-feux.com**. Nous profitons ainsi pleinement des synergies entre la régie et notre activité de Publishing, ceci en pleine cohérence avec notre stratégie de développement d'un groupe media on line intégré".

### Sport.fr : Un double positionnement unique...

- ✓ A la suite de la prise de participation au sein de la société editrice de Sport.fr, Hi-Media assure désormais l'édition déléguée du site, avec une forte ambition de développement et de fidélisation de l'audience. Les investissements marketing s'appuieront sur une nouvelle version du site qui va progressivement s'enrichir de différents services et fonctionnalités pour assurer la valorisation d'un fond éditorial professionnel et grand public de référence. Ce contenu, produit depuis 2000 par les équipes de



Groupe Sport.fr (groupe à l'origine de la création du site *www.sport.fr*, de la *Lettre du sport*, de la *Lettre de l'économie du sport* et de *L'Officiel juridique du sport*) vient compléter le contenu fourni par l'AFP. L'objectif poursuivi est également de créer des rendez vous ludiques et participatifs ainsi que de mettre en place des outils communautaires dérivés du savoir faire de Hi-Media en la matière (blogorama.fr, fotolog.com).

Avant le lancement de sa nouvelle version le site bénéficiait :

- ✓ d'une audience de 150 000 visiteurs uniques et de plus de 3 millions de pages vues par mois (source Nielsen / Adtech, janvier 2008)
- ✓ d'un public masculin, âgée de 25 à 49 ans (source : Nielsen Janvier2008)
- ✓ d'un double positionnement professionnel et grand public unique avec une audience de cadres actifs, à hauts revenus (source : Novatris, NetObserver)
- ✓ d'une communauté de visiteurs cyberacheteurs et suréquipés en produits Hi-Tech (source : Novatris, NetObserver)

### Monsondage.com : un concept unique

Mon Sondage propose aux internautes de prendre le pouls de l'actualité et de la société, en utilisant le principal outil de mesure de l'opinion publique qu'est le sondage.

Pour répondre à cette demande, monsondage.com présente chaque jour les résultats significatifs des études publiées par les grands instituts français et étrangers, de façon simple et didactique, notamment à travers l'utilisation de graphiques. Il s'agit donc essentiellement de contenu repris et mis en forme (avec des renvois vers les études complètes sur les sites partenaires) auquel s'ajoute une production éditoriale propre à monsondage.com.

The screenshot shows the Monsondage.com website interface. At the top, there is a navigation bar with the Monsondage logo and a banner for CANALSAT offering 3 months free without commitment. Below the navigation bar, there are several news snippets with large percentage figures: 25% des Français prennent le volant après avoir bu, 79% des Français pensent qu'il faut réduire les dépenses, -9,7% en 2007: la demande d'asile en France diminue, 6e sur 7: Carla Bruni, mal classée au palmarès des 1eres dames, and 1,30% plus chers: les hypermarchés situés en zone non... On the right side, there is a search bar and a newsletter sign-up form for HSBC PREMIER.

Par ailleurs, le site dispose d'une dimension communautaire en offrant aux internautes la possibilité de réagir à chaque étude afin de nouer un vrai débat autour de la perception des résultats. Après quelques semaines de lancement en version bêta, le site a déjà accueilli plusieurs dizaines de milliers de visiteurs uniques (source : Omniture, mars 2008).

### Contre-feux.com : analyse et débat haut de gamme

Contre-feux se positionne comme le lieu où le débat et l'analyse de l'actualité peuvent trouver leur place, grâce à une ligne éditoriale originale : d'une part aborder les sujets qui sont délaissés par les médias traditionnels, d'autre part aborder les thèmes essentiels de l'actualité mais en prenant le temps du recul critique par rapport au flot d'informations brutes disponibles sur Internet, ceci sans parti pris idéologique ou politique.

- Cela est possible grâce à des contenus publiés qui sont une alliance de
- contenus propres produits par une « rédaction » ouverte aux associations, aux experts, aux intellectuels, mais aussi aux internautes qui peuvent envoyer leurs contributions ;
  - contenus repris : contre-feux.com se positionne en "méta site" et effectue une sélection des contributions et d'articles publiés sur d'autres sites Internet de médias, de revues ou de débat ;
  - contributions des internautes en réaction aux articles publiés ou au débat organisé deux fois par mois.

Le site fonctionne donc grâce à un savant dosage de contenu autoproduit, de contenu repris et de contenu généré par les utilisateurs, comme c'est le cas pour tous les sites de Hi-Media Publishing. Il se situe donc à mi chemin entre un média quotidien d'information et un site participatif communautaire et s'insère parfaitement dans l'offre de régie de Hi-Media "actualité et sport".

En tant qu'éditeur, Hi-Media se positionne ainsi sur une troisième thématique verticale pour laquelle la société dispose aussi d'une offre puissante en tant que régie. Après le **divertissement** (jeuxvideo.com, toutlecinema.com, fotolog.com, programme-tv.com, blogorama.fr) et les sites **féminins** (actustar.com, psychonet.fr), le groupe a pour ambition de développer l'audience des nouveaux sites de la thématique **actualité et sport** pendant l'exercice 2008, ainsi que de procéder à d'autres lancements comme cela a été annoncé lors de la publication des résultats annuels du groupe.

La société publiera son chiffre d'affaires trimestriel et le rapport narratif associé le 6 mai 2008.

#### **A propos de Hi-Media :**

Hi-Media est aujourd'hui un des plus grands éditeurs Internet mondiaux, ses 26 millions de visiteurs uniques le classant parmi les 100 premiers groupes media Internet du monde selon Comscore. Cette audience est

monétisée par sa régie publicitaire intégrée et sa plateforme de micropaiement qui assurent aussi ces prestations de services pour le compte de tiers avec plus de 200 000 sites partenaires. Hi-Media figure ainsi parmi les leaders européens de publicité interactive et des micro paiements électroniques. Le groupe est présent dans 9 pays. 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 investisseurs*

**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)