



www.interdeco.fr

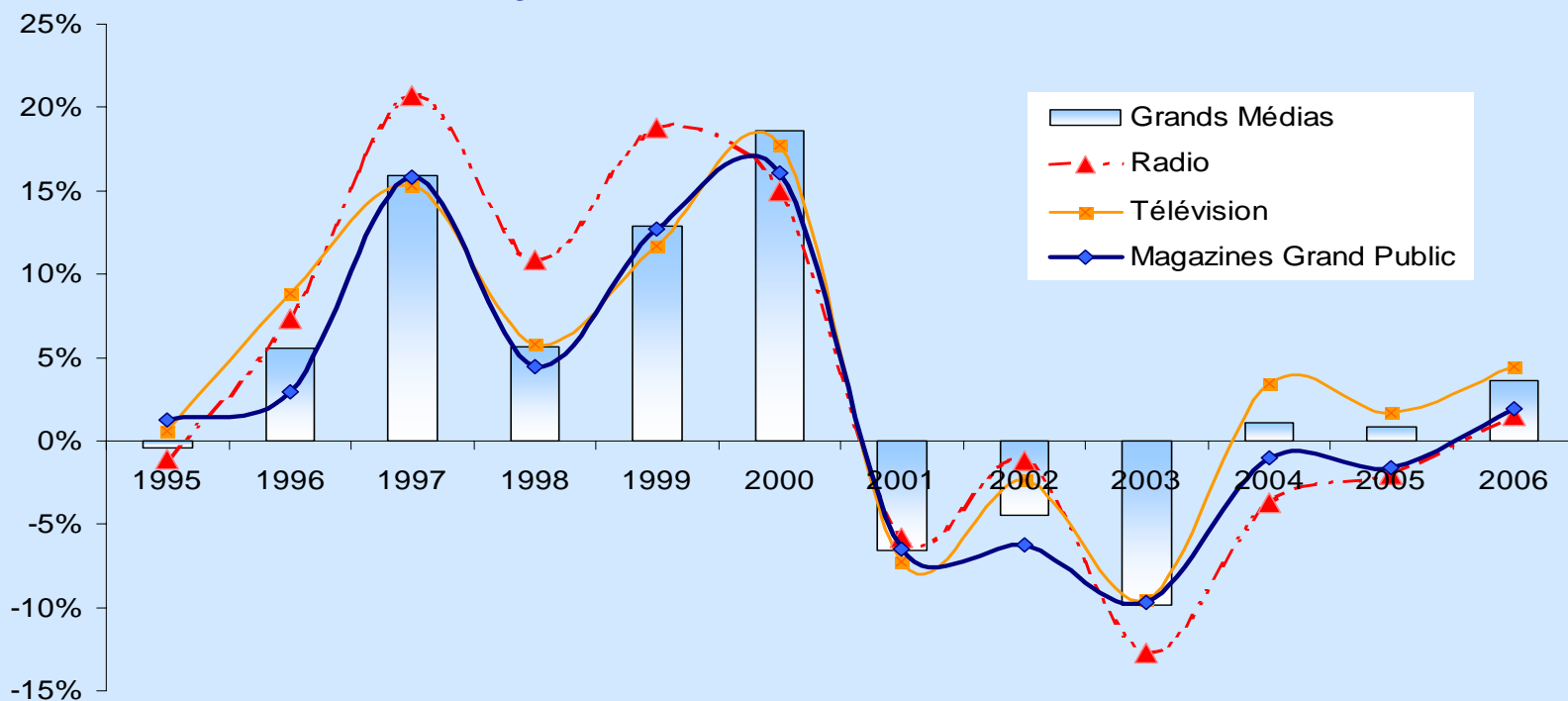
14 septembre 2005

Marché publicitaire mondial

(12 ans - 7 principaux pays)

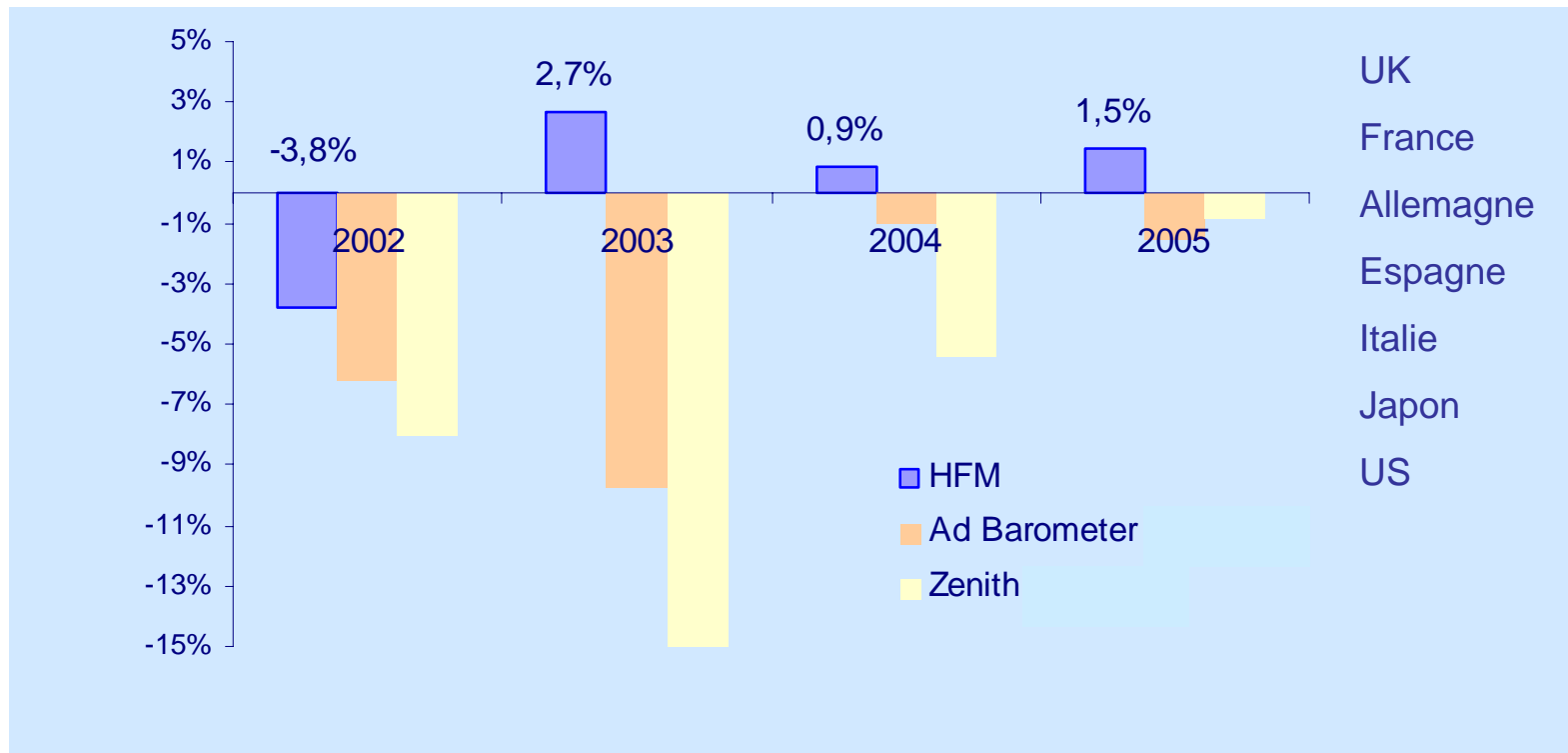
Net redressement depuis 2004

Taux de croissance du marché W7 sur 12 ans en M€ courants
Magazine, TV, Radio et total Grands Médias



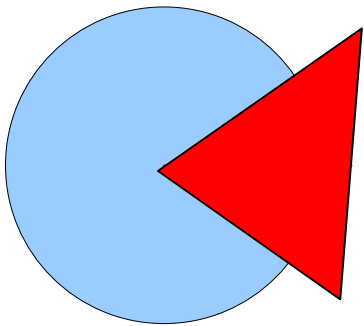
HFM sur son marché

Performance d'HFM
toujours supérieure au marché



HFM: Des positions clés sur chacune des grandes places publicitaires mondiales.

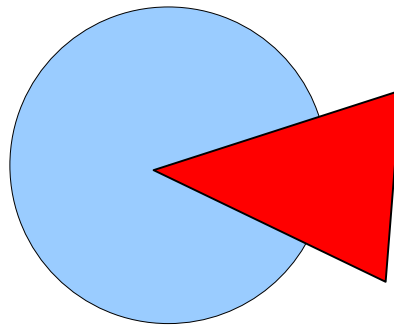
Espagne



23% univers de concurrence

source: INFOADEX

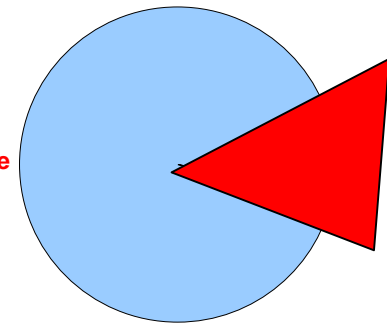
Italie



17% univers de concurrence

source: AC Nielsen

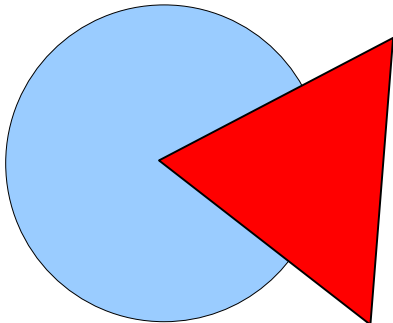
Grande-Bretagne



20% univers de concurrence

source: MMS

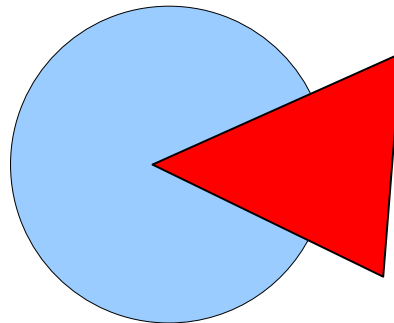
Japon



25% univers de concurrence

source: Dentsu Data

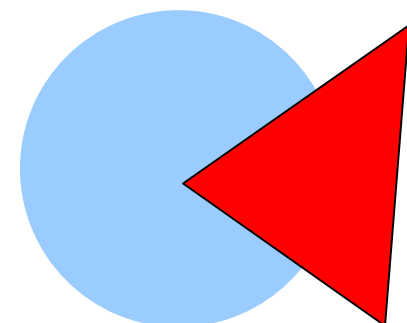
USA



22% univers de concurrence

source: LNA

France



29.4% univers de concurrence

source: Secodip

La valeur ajoutée du Groupe HFM/Interdeco

-ou comment optimiser les recettes publicitaires-

➔ Une politique d'alliance qui renforce nos positions sur les grandes cibles publicitaires.

- Plein effet de l'alliance ELLE / Marie-Claire en Italie – Japon – Russie...
- Montée en puissance du réseau psychologie (Italie – Espagne – UK)
- Une pénétration supérieure à 50% sur toutes les cibles publicitaires les plus pertinentes, grâce à nos accords avec le Groupe Bayard, Le Point, etc...
- Une alliance avec Publicat nous renforcerait le marché des cadres
- Forte croissance externe d'Interdeco

➔ Notre réseau international (IGA) représente un véritable avantage concurrentiel.

- 100 millions € brut d'achat centralisés (GAP, Swatch, Armani, ...) ➔ **+ 10% en 2005**
- Des partenariats multi-locaux (LVMH, Estée Lauder,...)
- Des process et une expertise harmonisés au niveau International.



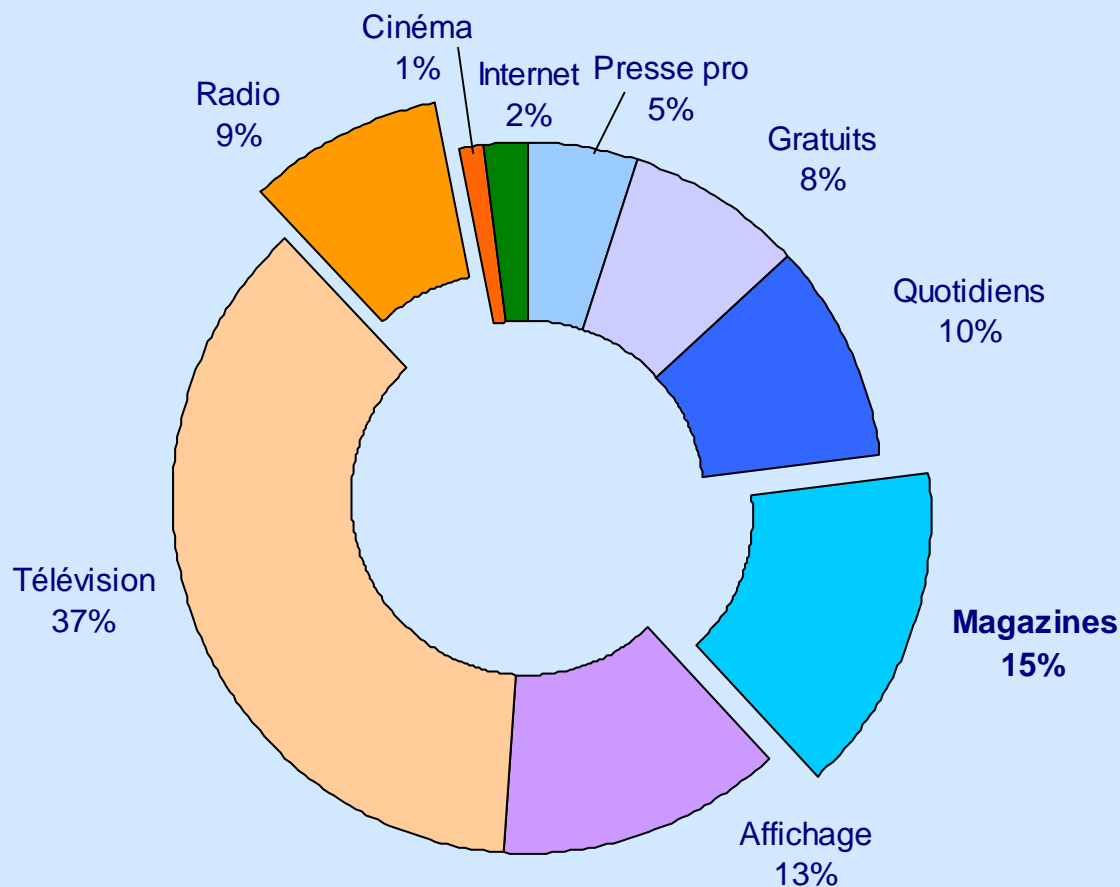
Dans un marché qui se concentre,
HFM consolide le marché et bénéficie d'une prime au leader.

Focus France

La presse : 38% du marché publicitaire Français



Le magazine : N°1 du print.

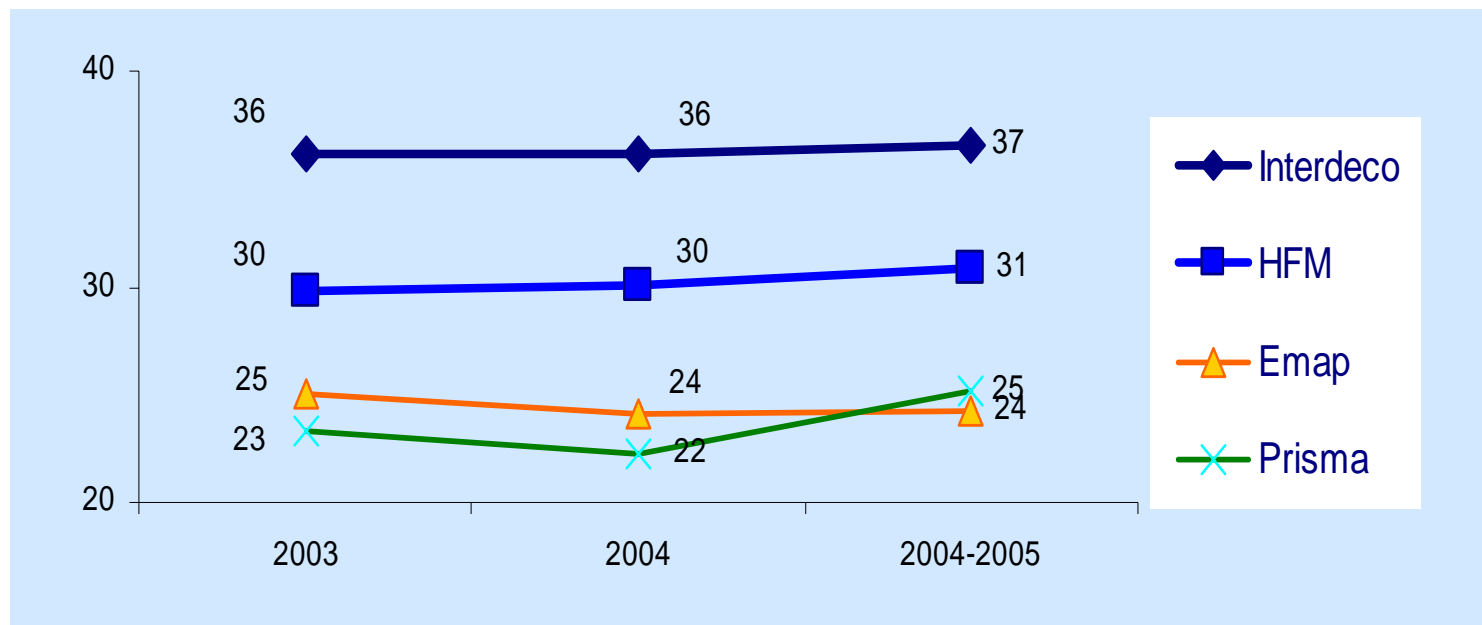


La presse magazine : un mass market



95% des Français lecteurs de la presse magazine

31 millions de Français lecteurs d'au moins un titre HFM
(63% de la population Française 15 ans et plus)



Des audiences en nette progression

Les Français lisent de plus en plus la presse magazine.

→ + 3% (dernière vague de résultats période 07.04 – 06.05).

Les titres Interdeco en tête de peloton.

→ 10 titres rassemblant plus de 4 millions de lecteurs.

→ 10 titres parmi les plus fortes hausses.

Le Top 10 par niveau

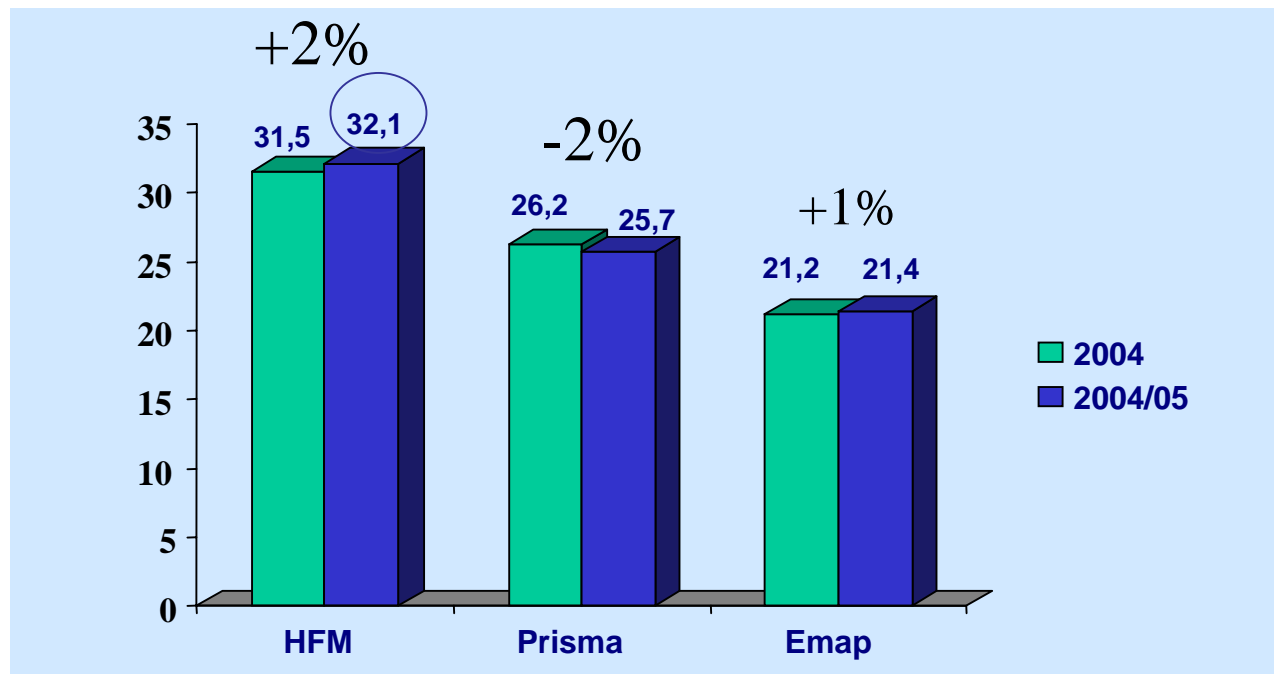
Plus, le magazine de Canal Plus	10 274
Version Femina	10 144
Canal Satellite Magazine	7 789
Télé 7 Jours	7 113
TV Hebdo	5 661
Choc	5 113
Entrevue	5 026
Paris Match	4 199
Télé 7 Jeux	4 116
Notre Temps	4 000

Le Top 10 par croissance

Public	+ 24,2
Entrevue	+ 14,7
Le Point	+ 10,3
Campagne Déco	+ 10,2
Enfant Magazine	+ 8,8
Mon Jardin et ma Maison	+ 6,7
Ici Paris	+ 6,3
Onze - Mondial	+ 5,1
Auto Moto	+ 4,6
Télé 7 Jeux	+ 3,9

Audience cumulée des 5 premiers titres (*)

Les 5 premiers titres HFM cumulent une audience
de 32 millions de lecteurs (+ 2% en 6 mois)



Un marché exceptionnellement innovant

Intense vitalité du marché français.

→ plus de 400 titres nouveaux en 5 ans.

Contribution significative d'HFM et de ses partenaires au dynamisme du média.

→ une série ininterrompue de succès.



Version Femina

Diffusion : 3 770 568
Audience : 10 144 000

Psychologies Magazine

Diffusion : 293 587
Audience : 2 228 000

Maximal

Diffusion : 143 048
Audience : 972 000

Public

Diffusion : 263 381
Audience : 1 431 000

Elle à Paris

Diffusion : 80 000

Choc

Diffusion : 382 219
Audience : 5 113 000

1sa

Diffusion : 174 479
Audience : 636 000

Prévisions Ad'Barometer

Investissements nets 2005/2006

		2005	2006
France Italie Allemagne UK Espagne USA Japon	Plurimédia	+ 0.8%	+ 3.6%
	Magazines	- 1.6%	+ 1.9%