



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Paris, le 29 août 2018 (18h)

## HIGHCO AFFICHE DES RESULTATS SEMESTRIELS 2018 EN PROGRESSION

### Croissance d'activité toujours tirée par le Digital

- Marge brute (MB) S1 2018 de 43,20 M€ en hausse de 2,2% à données publiées et PCC<sup>(1)</sup>.
- Renforcement des activités digitales : croissance de 5,1% à PCC et acquisition de l'agence mobile first Useradgents.

### Progression de la rentabilité

- Résultat des Activités Ordinaires (RAO) ajusté<sup>(2)</sup> de 11,32 M€, en hausse de 4,1%.
- Marge opérationnelle ajustée<sup>(2)</sup> de 26,2%, en hausse de 50 points de base.
- Résultat Opérationnel Courant (ROC) de 10,27 M€, en hausse de 11,1%.
- Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté<sup>(3)</sup> en hausse de 14,5% à 7,79 M€.

### Forte génération de cash

- Capacité d'autofinancement (CAF) de 10,29 M€, en hausse de 2,10 M€ (+25,7%) par rapport au S1 2017.
- Cash net<sup>(4)</sup> au 30 juin 2018 de 51,44 M€, en hausse de 5,53 M€ par rapport au 31 décembre 2017 ; cash net hors ressource nette en fonds de roulement de 2,54 M€ au 30 juin 2018, en hausse de 2,21 M€.

### Confirmation des guidances 2018

(en M€)	S1 2018	S1 2017	Variation S1 2018 / S1 2017
Marge brute	43,20	42,28	+2,2% (+2,2% PCC <sup>(1)</sup> )
<b>Résultat des Activités Ordinaires ajusté<sup>(2)</sup></b>	<b>11,32</b>	<b>10,88</b>	<b>+4,1%</b>
Marge opérationnelle ajustée <sup>(2)</sup> (en %)	26,2%	25,7%	+50 bps
Résultat Opérationnel Courant	10,27	9,24	+11,1%
<b>Résultat Net Part du Groupe ajusté<sup>(3)</sup></b>	<b>7,79</b>	<b>6,80</b>	<b>+14,5%</b>
Cash net <sup>(4)</sup>	51,44	45,91 <sup>(5)</sup>	+5,53 M€

(1) PCC : à périmètre comparable et à taux de change constants (i.e. en appliquant le taux de change moyen de la période aux données de la période comparable).

(2) Résultat des Activités Ordinaires (RAO) ajusté : Résultat Opérationnel Courant avant charges de restructuration et hors coût des plans d'attribution gratuite d'actions (0,81 M€ au S1 2018 ; 1,54 M€ au S1 2017). Marge opérationnelle ajustée : RAO ajusté / Marge brute.

(3) Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté : Résultat Net Part du Groupe hors coût net d'impôt des plans d'attribution gratuite d'actions (0,59 M€ au S1 2018 ; 1,05 M€ au S1 2017) et hors résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (charge de 0,77 M€ au S1 2018 ; produit de 0,17 M€ au S1 2017).

(4) Cash net (ou excédent net de trésorerie) : Disponibilités et VMP moins dette financière brute courante et non courante.

(5) Au 31 décembre 2017.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Cécile COLLINA-HUE, Présidente du Directoire : « Acteur phygital majeur sur le marché, HighCo réalise un premier semestre 2018 en progression, avec une croissance d'activité de 2,2% tirée notamment par le digital, confirmant ainsi ses objectifs de croissance et de rentabilité sur 2018. Le Groupe, qui a acquis en juillet dernier l'agence mobile first Useradgents, poursuit par ailleurs sa stratégie d'investissement dans le digital, et plus particulièrement dans la data et le mobile. »

## PERFORMANCES FINANCIERES AU S1 2018

### Poursuite de la croissance d'activité

Avec un T1 et un T2 en croissance respectivement de 1,7% et 2,6% à périmètre et change comparables (PCC), **la marge brute du S1 2018 s'élève à 43,20 M€, en progression de 2,2% à données publiées et à PCC**. Le Groupe débute ainsi une 6<sup>ème</sup> année de croissance organique consécutive, tirée par des activités digitales qui progressent de 5,1% (PCC) sur le semestre.

**En France, la dynamique de croissance reste solide au S1 2018 : +5,0% PCC à 31,49 M€**, soit 72,9% de la marge brute du Groupe. Avec une croissance de 6,8% sur le semestre, la part dans les activités digitales en France atteint 54,5% au S1 2018.

**L'International est en repli de 4,9% PCC au S1 2018 à 11,71 M€ :**

- Le Benelux affiche une baisse d'activité de 4,8% PCC (T2 2018 : -1,0%) ;
- L'Europe du Sud (Espagne et Italie) est en repli de 6,4% (T2 2018 : +0,5%).

### Progression de la rentabilité

La croissance d'activité en France et la bonne maîtrise des coûts au Benelux permettent au Groupe d'enregistrer un **RAO ajusté en croissance de 4,1% à 11,32 M€ au S1 2018** avec :

- une nouvelle progression du RAO ajusté France de 2,8% à 10,15 M€ (S1 2017 : 9,87 M€) ;
- une progression du RAO ajusté International de 16,0% à 1,17 M€ (S1 2017 : 1,01 M€).

**La marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB) progresse de 50 points de base pour s'afficher à 26,2%** (S1 2017 : 25,7%).

La croissance du RAO ajusté et la baisse du coût des plans d'attribution gratuite d'actions (S1 2018 : 0,81 M€ ; S1 2017 : 1,54 M€) entraînent **une progression du ROC**, et du résultat opérationnel, **de 11,1% à 10,27 M€** (S1 2017 : 9,24 M€).

L'impôt ressort en forte baisse, principalement du fait d'un crédit impôt recherche (CIR), et représente une charge de 2,38 M€ au S1 2018 (charge de 3,49 M€ au S1 2017).

Le résultat des activités arrêtées ou en cours de cession représente, quant à lui, une charge de 0,77 M€ au S1 2018 (produit de 0,17 M€ au S1 2017) suite à la dépréciation de la participation dans l'entreprise associée Yuzu.

**Le RNPG ajusté semestriel progresse ainsi de 14,5% à 7,79 M€**, pour un RNPG publié qui s'affiche à 6,43 M€ au S1 2018, en hausse de 8,5% (S1 2017 : 5,93 M€).

Le Groupe enregistre ainsi un BNPA ajusté<sup>(6)</sup> semestriel de 0,37€, en hausse de 13,9% (+15,1% en dilué) par rapport au S1 2017 ajusté.

(6) BNPA ajusté du coût net d'impôt des plans d'attribution gratuite d'actions et du résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (Yuzu).



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

## Forte génération de cash

La capacité d'autofinancement semestrielle progresse de 25,7% à 10,29 M€. **L'excédent net de trésorerie (cash net) progresse ainsi de 5,53 M€ pour s'établir à 51,44 M€** au 30 juin 2018. Hors la ressource nette en fonds de roulement (48,90 M€ au 30 juin 2018), le cash net reste positif et s'affiche à 2,54 M€, en hausse de 2,21 M€ par rapport au 31 décembre 2017.

## FAITS MARQUANTS

### Renforcement des activités digitales

#### Poursuite de la digitalisation

La marge brute digitale poursuit sa dynamique de croissance au S1 2018 (+5,1%). Le Digital représente désormais 48,6% de la marge brute du Groupe à fin juin 2018, contre 47,8% en 2017. Cette mutation digitale se retrouve dans toutes les solutions du Groupe.

Les solutions DRIVE TO STORE, 100% digitales, sont à nouveau en croissance, avec notamment un **volume de push SMS et notifications** en très forte progression (+121%) et des volumes de **coupons digitaux émis** en croissance de 31%, dont une très forte croissance (+54%) sur les coupons digitaux Load to Card et Drive.

Dans des solutions IN-STORE encore majoritairement « papier », le Digital poursuit sa progression avec une part s'affichant à 33,6% au S1 2018 (33,0% au S1 2017).

Enfin, la part du digital dans les solutions DATA passe de 38,2% au S1 2017 à 40,1% au S1 2018, bénéficiant principalement de la hausse de la part du **traitement dématérialisé des coupons** qui s'affiche à 20,1% au S1 2018, contre 18,1% au S1 2017, et de la progression continue des opérations d'**e-ODR** (+28% au S1 2018).

### Acquisition de Useradgents, agence mobile first

Les marques et les retailers sont conscients de la nécessité d'adopter une stratégie mobile forte, d'interconnecter l'ensemble des canaux pour offrir une expérience utilisateur fluide et de s'interfacer avec des solutions de ciblage et personnalisation. C'est dans ce contexte que **HighCo a décidé de renforcer son offre par l'acquisition, le 5 juillet dernier, de Useradgents, agence conseil en stratégie mobile.**

Cette acquisition répond à une stratégie de renforcement mutuel des offres respectives : HighCo apportant tout le savoir-faire publi-promotionnel, les algorithmes de ciblage et de personnalisation, la connexion multicanale, et Useradgents enrichissant HighCo sur la partie conseil en stratégie mobile, l'expertise « *user experience* » et le développement d'applications. La complémentarité de ces offres s'est d'ailleurs illustrée par la réalisation commune de l'application de l'enseigne de proximité Franprix, appréciée pour son ergonomie, la pertinence de ses contenus, notamment les offres personnalisées et « géociblées ».

**Le Groupe détient désormais 100% du capital de cette société française** fondée en 2008 par Renaud Ménérat, Vincent Pillet et Loïc Pailler, avec le soutien de HighCo, jusqu'alors actionnaire à hauteur de 49%. Useradgents emploie aujourd'hui près de 50 personnes. La société a réalisé un chiffre d'affaires de 7,1 M€ pour une marge brute de 5,6 M€ en 2017, et anticipe une croissance à deux chiffres en 2018. Elle sera consolidée intégralement à partir du S2 2018. Pour information, si Useradgents avait été consolidée dès le début de l'exercice, la part du Digital dans la marge brute du Groupe aurait été de 52,2% au S1 2018.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

## Un marché en constante évolution

Nos métiers et les secteurs d'activité de nos clients sont très largement impactés par des changements majeurs, liés notamment à la **digitalisation**, mais également aux évolutions des formats du retail, à la montée en puissance des « **GAF**A », à des consommateurs en attente de nouvelles expériences et d'une relation renouvelée. Parallèlement à ces changements, la **Data**, omniprésente, vient impacter les organisations des entreprises, le commerce mais également les modes de consommation. Enfin, le **mobile** est devenu le canal préféré pour les connexions internet, boostant ainsi le **e-commerce** avec des investissements publicitaires en forte croissance.

## Des solutions adaptées à ce marché

Dans ce contexte, HighCo poursuit le développement de son savoir-faire autour de la **personnalisation** et du **ciblage** afin d'offrir aux annonceurs les solutions d'activation les plus pertinentes. Ainsi, dans le cas de l'opération « *tourist trackers* », Franprix adresse aux touristes étrangers en visite à Paris, dans leur langue et sur leurs médias nationaux, des offres promotionnelles à valoir dans les magasins de l'enseigne.

HighCo déploie également des **temps forts phygitaux**, à la fois Drive to store et In-store, utilisant différents leviers d'activation promotionnelle (jeux, réductions, goodies, etc.), comme dans le cas de l'opération « Coupe de food » réalisée pour l'enseigne Intermarché à l'occasion de la coupe du monde de football.

Afin de toucher toutes les cibles, le Groupe adapte par ailleurs ses actions aux différents canaux, et notamment aux **réseaux sociaux**. Ainsi, afin de séduire de nouveaux utilisateurs, des formats adaptés à chaque réseau ont été utilisés pour le lancement de l'application Bescherelle, comme les « *stories* » Instagram et les « *canvas* » Facebook.

## GUIDANCES 2018

Les bonnes performances publiées au S1 2018 et l'acquisition de Useradgents permettent au Groupe de confirmer ses guidances 2018 :

- Croissance de la marge brute 2018 supérieure à celle de 2017 à PCC (MB 2017 : +1,4% à PCC) ;
- Part du Digital dans les activités du Groupe 2018 supérieure à 2017 (47,8% en 2017) ;
- Hausse de la marge opérationnelle ajustée (marge opérationnelle ajustée 2017 : 18,1%).

Les ressources financières du Groupe seront notamment allouées :

- Au CAPEX qui sera compris entre 1,5 M€ et 2,5 M€ (1,06 M€ en 2017 ; 1,02 M€ au S1 2018) ;
- Au rachat d'actions propres qui sera compris entre 0,5 M€ et 1,0 M€ (0,58 M€ en 2017 ; 0,33 M€ au S1 2018).

Par ailleurs, le Groupe poursuivra sa stratégie d'investissement dans le Digital, en particulier dans la Data et le Mobile, à l'instar de l'acquisition récente de Useradgents.

Une conférence téléphonique (analystes) aura lieu jeudi 30 août 2018 à 11h. Le support de présentation sera mis en ligne sur le site de la Société ([www.highco.com](http://www.highco.com)) en début de conférence, dans la rubrique « Finance/Legal – Information réglementée – Présentation des résultats aux analystes ».



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

### **A propos de HighCo**

**Depuis sa création, HighCo a placé l'innovation au cœur de ses valeurs pour proposer à ses clients, marques et retailers, des Solutions Marketing Intelligentes pour influencer le comportement du Shopper avec la bonne offre, au bon moment, au bon endroit et sur le bon canal.**

**Cotée sur le compartiment C d'Euronext Paris, et éligible au SRD « Long-seulement », HighCo compte plus de 750 collaborateurs et fait partie depuis 2010 du Gaïa Index, sélection de 70 PME-ETI responsables.**

### **Vos contacts**

Cécile COLLINA-HUE  
Présidente du Directoire  
+33 1 77 75 65 06  
comfi@highco.com

Cynthia LERAT  
Relations Presse  
+33 1 77 75 65 16  
c.lerat@highco.com

### **Prochains rendez-vous**

Les publications auront lieu **après la clôture des marchés.**

Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2018 : Jeudi 30 août 2018 (11h, heure de Paris)

Marge brute T3 et 9 mois 2018 : Mercredi 17 octobre 2018

Marge brute T4 et 12 mois 2018 : Mercredi 23 janvier 2019



HighCo fait partie des indices CAC® Small (CACS), CAC® Mid&Small (CACMS) et CAC® All-Tradable (CACT).

ISIN : FR0000054231

Reuters : HIGH.PA

Bloomberg : HCO FP

Retrouvez nos communiqués et avis financiers sur [www.highco.com](http://www.highco.com)