



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Paris, le 21 mars 2017 (18h)

HIGHCO AFFICHE D'EXCELLENTE PERFORMANCES EN 2016

Très forte croissance d'activité

- Marge brute (MB) 2016 de 81,06 M€ en progression de 12,6% à données retraitées⁽¹⁾ et de 11,8% à PCC⁽²⁾.
- Digital en hausse de 23,6% à PCC, soit 46,6% des activités du Groupe en 2016.

Très forte progression de la rentabilité

- Résultat des Activités Ordinaires (RAO) ajusté⁽³⁾ de 14,10 M€, en hausse de 31,7%.
- Marge opérationnelle ajustée⁽³⁾ de 17,4%, en hausse de 250 points de base.
- Résultat Opérationnel Courant (ROC) ajusté⁽⁴⁾ en progression de 37,5% à 13,81 M€.
- Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté⁽⁵⁾ en hausse de 34,7% à 8,65 M€.
- Dividende de 0,12€/action proposé à l'AG de mai 2017, en hausse de 26,3%.

Très forte génération de cash

- Capacité d'autofinancement (CAF) de 10,69 M€, en hausse de 2,63 M€ (+32,5%).
- Cash net⁽⁶⁾ au 31 décembre 2016 de 49,62 M€, en hausse de 8,85 M€.

Cession de POS Media finalisée

(en M€)	2016	2015 retraité ⁽¹⁾	Variation 2016 / 2015 retraité ⁽¹⁾
Marge brute	81,06	71,97	+12,6% (+11,8% PCC ⁽²⁾)
Résultat des Activités Ordinaires ajusté ⁽³⁾	14,10	10,71	+31,7%
Résultat Opérationnel Courant ajusté⁽⁴⁾	13,81	10,04	+37,5%
Résultat Opérationnel Courant	12,41	10,04	+23,6%
Résultat Net Part du Groupe ajusté⁽⁵⁾	8,65	6,42	+34,7%
Cash net ⁽⁶⁾	49,62	40,77	+8,85 M€

(1) En application de la norme IFRS 5 « Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées », les activités au Royaume-Uni ont été classées et présentées comme des activités abandonnées à compter du 3^{ème} trimestre 2016. De ce fait, et afin de rendre les informations homogènes, les données publiées au titre de 2015 et du premier semestre 2016 ont été retraitées de l'impact du Royaume-Uni. Le résultat, ainsi que la moins-value de cession de ces activités, seront présentés, nets d'impôts, sur une ligne distincte du compte de résultat consolidé intitulée « Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession ».

(2) PCC : à périmètre comparable (i.e. en incluant la société CapitalData sur 11 mois en 2015 et 2016) et à taux de change constants (i.e. en appliquant le taux de change moyen de la période aux données de la période comparable).

(3) Résultat des Activités Ordinaires (RAO) ajusté : Résultat Opérationnel Courant (ROC) avant charges de restructuration et hors coût des plans d'attribution gratuite d'actions. Marge opérationnelle ajustée : RAO ajusté / Marge brute.

(4) Résultat Opérationnel Courant (ROC) hors coût des plans d'attribution gratuite d'actions.

(5) Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté du coût net d'impôt des plans d'attribution gratuite d'actions (0,96 M€) et du résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (une charge de 6,68 M€ en 2016 contre un produit de 0,35 M€ en 2015 ; MRM et POS Media).

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



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Didier CHABASSIEU, Président du Directoire : « *HighCo a réalisé une année remarquable, tant par la croissance d'activité (+11,8% PCC) que par la forte progression de sa rentabilité. Les excellentes performances que nous avons réalisées depuis 3 ans sont le fruit du travail et de l'engagement de l'ensemble des équipes, permettant à HighCo de réussir sa mutation digitale. Le Groupe doit à présent accélérer son développement autour de la DATA et du MOBILE pour pouvoir maintenir une croissance rentable sur les années à venir.* »

PERFORMANCES FINANCIERES ANNUELLES 2016

Très forte croissance d'activité

La marge brute 2016 s'élève à 81,06 M€, en très forte hausse de 12,6% à données retraitées et de 11,8% à PCC. Avec cette très forte croissance en 2016, le Groupe affiche une 4^{ème} année de croissance organique consécutive. Le Digital reste le moteur de cette dynamique avec, sur l'année 2016, une très forte hausse de 23,6% à PCC. Les activités offline retrouvent le chemin de la croissance avec une progression de 3,2% à PCC sur l'exercice.

La forte accélération de la croissance en France, de +15,7% à PCC à 56,22 M€ (contre +7,3% en 2015), **est toujours portée par la forte progression du Digital (+28,9% à PCC)**, qui représente 55,4% de la marge brute en 2016.

L'International poursuit sa croissance (+3,8% à PCC à 24,84 M€) :

- Le Benelux affiche une bonne performance (+3,6% à PCC) ;
- L'Europe du Sud (Espagne et Italie) est également en croissance sur l'année (+9,5% à PCC).

Très forte progression de la rentabilité

Le RAO ajusté enregistre une croissance à deux chiffres pour la 3^{ème} année consécutive en 2016 (+31,7% à 14,10 M€) avec :

- une très forte progression du RAO ajusté France de +40,3% (contre +20,8% en 2015) à 12,19 M€ ;
- une légère contraction du RAO ajusté International de -5,5%, à 1,91 M€.

La marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB) progresse fortement de 250 points de base pour s'afficher à 17,4% (contre 14,9% en 2015 retraité).

La forte croissance du RAO et la division par deux des charges de restructuration (0,29 M€ en 2016 contre 0,67 M€ en 2015) permettent **une très forte progression du ROC ajusté de 37,5% à 13,81 M€** (contre 10,04 M€ en 2015 retraité).

Le ROC, incluant le coût des plans d'attribution d'actions gratuites, ressort, quant à lui, à 12,41 M€, en hausse de 23,6%.

Le RNPG ajusté progresse de 34,7%.

Le Groupe enregistre ainsi un **BNPA ajusté⁽⁷⁾ de 0,42€** en 2016, en hausse de 35,1% (+34,5% en dilué) par rapport à 2015.

Ces résultats supportent, comme annoncé, la charge additionnelle nette d'impôt liée à la mise en place des nouveaux plans d'attribution gratuite d'actions, ainsi que la perte nette des activités arrêtées ou en cours de cession comptabilisée suite, notamment, à la cession de MRM au Royaume-Uni. En conséquence, **le RNPG ressort à 1,02 M€** (contre 6,77 M€ en 2015).

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



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Un dividende record de 0,12€ par action en progression de 26,3% sera proposé à la prochaine assemblée générale du 22 mai 2017.

Très forte génération de cash

La capacité d'autofinancement progresse très fortement de 32,5% à 10,69 M€, dépassant ainsi les 10 M€ pour la 1^{ère} fois depuis 2008. **L'excédent net de trésorerie progresse ainsi fortement de 8,85 M€ pour s'établir à 49,62 M€** au 31 décembre 2016. L'amélioration de la ressource nette en fonds de roulement s'élève à 4,71 M€. Hors la ressource nette en fond de roulement (51,40 M€ au 31 décembre 2016), la dette nette s'affiche à 1,78 M€, en baisse de 4,14 M€ par rapport au 31 décembre 2015.

FAITS MARQUANTS

Stratégie digitale

La marge brute du Digital est en forte croissance de 23,6% en 2016. Le Digital représente ainsi 46,6% de la marge brute du Groupe en 2016, contre 41,7% en 2015, dépassant ainsi l'objectif de 45% fixé pour 2016 et se rapprochant de l'objectif de 50% ambitionné pour 2017.

1) Solutions DRIVE TO STORE, 100% digitales, toujours en forte croissance

La forte croissance des **activités mobiles** (+19% de marge brute en 2016) est soutenue par la forte progression de 40% du volume de push SMS et envoi de notifications.

L'activité de Brand Content et médias ciblés sur les **réseaux sociaux** poursuit sa très bonne dynamique et progresse de 17% en 2016.

Par ailleurs, deux innovations ont été lancées sur l'année pour connecter le programme de fidélisation d'une marque :

- à une enseigne, avec une innovation Load to Card, récompensée par « Les trophées LSA 2016 » du cross-canal, permettant aux membres du programme de fidélisation « Ma vie en couleurs » (Mondelez et Unilever) de télécharger des promotions directement sur leur carte de fidélité Cora.
- à un site de drive, avec une innovation Clicoupon© favorisant l'achat d'impulsion en utilisant les coupons de réduction des marques directement sur le site de drive choisi par le consommateur.

Avec l'acquisition de **CAPITALDATA**, le Groupe s'est doté d'un nouveau levier de performance avec l'**hyperpersonnalisation** des messages publicitaires et promotionnels des annonceurs. Au-delà des opérations de ciblage pour des annonceurs comme Voyageprive.com, Nestlé, Parc Astérix, la société a notamment réalisé, pour Franprix, une campagne programmatique **web-to-store**, illustrant les synergies réalisées avec le Groupe, véritable alternative au prospectus papier des enseignes.

Enfin, en 2016, HighCo renforce sa position de leader de l'émission de coupons digitaux avec une hausse de 18% des volumes.

2) Poursuite de la rapide digitalisation des solutions IN-STORE

Dans des solutions IN-STORE encore majoritairement « papier », le Digital poursuit sa rapide progression avec une part s'affichant désormais à 28,0% en 2016 contre 24,3% en 2015.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Les **activités de coupons et médias papiers en point de vente** sont en légère hausse en France et en Belgique, notamment grâce aux contrats avec les partenaires distributeurs du Groupe qui se sont poursuivis sur l'exercice. Parallèlement, un nouveau projet de bornes coupons et médias a été lancé fin 2016 dans le réseau Carrefour en Belgique.

Sur les **sites de Drive**, HighCo développe une offre de média et coupons ciblés unique déployée sur 80% du marché, et commercialise de manière exclusive les inventaires web du groupe Auchan.

3) Solutions DATA, portées par le traitement des coupons digitaux

Les solutions DATA poursuivent leur digitalisation.

La part du digital dans les solutions de DATA passe ainsi de 34,0% en 2015 à 35,8% en 2016.

Les volumes de coupons papiers traités restent stables en France et en Belgique

On note une forte hausse du volume de **traitement dématérialisé** des coupons avec les sites de e-commerce alimentaire en France. Avec plus de 300 campagnes d'offre de remboursement digitale lancées en 2016 (+74%), les opérations d'**e-ODR** poursuivent leur formidable progression. Ainsi, le volume des coupons dématérialisés traités résiste et s'affiche en légère hausse sur l'exercice en France et en Belgique.

AUTRES FAITS MARQUANTS

Cessions et prise de participation

Après avoir communiqué, en octobre dernier, la cession de MRM au Royaume-Uni, HighCo annonce la réalisation définitive début mars 2017 de la vente de POS Media en Europe Centrale. Cette opération a consisté en la cession de l'intégralité des titres détenus dans POS Media BV, société mère du groupe POS Media, représentant 47,55% de son capital. Cette cession s'inscrit dans le cadre de sa réorientation stratégique à l'international. L'impact sur le Résultat Net Part du Groupe des exercices 2016 et 2017 de cette cession est, et sera, quasi neutre.

Pour rappel, HighCo a participé, début 2017, à une augmentation de capital dans la société YUZU USA, start-up innovante franco-américaine, spécialiste de solutions de ciblage. L'opération, réservée à HighCo et à la société ZTP (famille Mulliez), s'est traduite par une prise de participation complémentaire pour atteindre 32,9% du capital. L'entité YUZU USA sera consolidée par mise en équivalence en 2017.

Gouvernance

HighCo annonce que M. Olivier MICHEL quitte le Directoire du Groupe pour raisons personnelles après 17 ans de Direction Générale. Il continuera d'occuper des fonctions au sein du Groupe, notamment de conseil auprès du nouveau Directoire.

Ayant pris acte de cette décision, le Conseil de Surveillance du Groupe a nommé Mme Cécile COLLINA-HUE membre du Directoire du Groupe en tant que Directrice Générale. Depuis son entrée chez HighCo en 2002, Mme Cécile COLLINA-HUE a occupé différentes fonctions administratives et financières au sein du Groupe.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

GUIDANCES 2017

HighCo anticipe pour l'année 2017 :

- Une croissance de la marge brute 2017 supérieure à 4% à PCC (MB 2016 : +11,8% à PCC) avec une part du Digital du Groupe qui devrait dépasser l'objectif de 50% (46,6% en 2016) ;
- Une croissance du RAO ajusté⁽³⁾ supérieure ou égale à 6% (RAO ajusté 2016 : 14,10 M€) ;
- Une hausse de la marge opérationnelle ajustée supérieure ou égale à 50 bps (marge opérationnelle 2016 : 17,4%) ;

Les ressources financières du Groupe seront allouées en priorité :

- Au CAPEX qui sera compris entre 1,5 M€ et 2,0 M€ (1,08 M€ en 2016) ;
- Au rachat d'actions propres qui sera compris entre 0,5 M€ et 1,0 M€ (0,66 M€ en 2016) ;
- A la poursuite des acquisitions et des prises de participations dans le Digital et la Data.

Le Conseil de Surveillance a examiné les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2016. A la date du présent communiqué, les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Les rapports de certification seront émis après la finalisation des vérifications spécifiques requises pour les besoins du dépôt du document de référence.

Une réunion d'analystes aura lieu le mercredi 22 mars 2017 à 14h30 au 8 rue de la Rochefoucauld, 75009 Paris. Le support de présentation sera mis en ligne en début de réunion sur le site www.highco.com.



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 700 collaborateurs et fait partie depuis 2010 du Gaïa Index, sélection de 70 PME-ETI responsables.

Vos contacts

Cécile COLLINA-HUE
Directrice Générale
+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.**

Marge brute T1 2017 : Mercredi 26 avril 2017

Marge brute T2 et S1 2017 : Mercredi 19 juillet 2017

Résultats semestriels 2017 : Mercredi 30 août 2017

Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2017 : Jeudi 31 août 2017

Marge brute T3 et 9 mois 2017 : Mercredi 18 octobre 2017

Marge brute T4 et 12 mois 2017 : Mercredi 24 janvier 2018



Gaïa-Index

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