



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Paris, le 20 mars 2018 (18h)

HIGHCO AFFICHE DES RESULTATS 2017 SOLIDES ET REUSSIT SA MUTATION DIGITALE

5^{ème} année de croissance et part de 50% dans le Digital atteinte au 4^{ème} trimestre

- Marge Brute (MB) 2017 de 82,24 M€ en hausse de 1,4% à données publiées et de 1,4% à PCC⁽¹⁾.
- Digital en progression de 4,1% à PCC, soit 47,8% des activités du Groupe en 2017, et 50,2% au T4.

Progression de la rentabilité opérationnelle

- Résultat des Activités Ordinaires (RAO) ajusté⁽²⁾ de 14,85 M€, en hausse de 5,3%.
- Marge opérationnelle ajustée⁽²⁾ de 18,1%, en progression de 70 points de base.
- Résultat Opérationnel Courant (ROC) ajusté⁽³⁾ de 14,41 M€, en hausse de 4,4%.
- Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté⁽⁴⁾ de 8,49 M€, en repli de 1,9% ; RNPG de 7,12 M€ en très forte hausse par rapport à 2016 (1,02 M€).
- Dividende de 0,14€/action proposé à l'AG de mai 2018, en hausse de 16,7%.

Maintien d'un niveau de cash élevé

- Capacité d'autofinancement (CAF) de 11,36 M€, en hausse de 6,2%.
- Cash net⁽⁵⁾ au 31 décembre 2017 de 45,91 M€, en baisse de 3,71 M€ ; cash net⁽⁵⁾ hors ressource nette en fonds de roulement au 31 décembre 2017 de 0,33 M€, en hausse de 2,11 M€.

(en M€)	2017	2016	Variation 2017 / 2016
Marge brute	82,24	81,06	+1,4% (+1,4% PCC ⁽¹⁾)
Résultat des Activités Ordinaires ajusté⁽²⁾	14,85	14,10	+5,3%
Résultat Opérationnel Courant ajusté ⁽³⁾	14,41	13,81	+4,4%
Résultat Opérationnel Courant	12,10	12,41	-2,5%
Résultat Net Part du Groupe ajusté⁽⁴⁾	8,49	8,65	-1,9%
Résultat Net Part du Groupe	7,12	1,02	x7
Cash net ⁽⁵⁾	45,91	49,62	-3,71 M€

(1) PCC : à périmètre comparable (i.e. en incluant la société CapitalData sur 12 mois en 2016 et 2017) 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 (2,31 M€ en 2017 ; 1,40 M€ en 2016). Marge opérationnelle ajustée : RAO ajusté / Marge brute.

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

(4) Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté : Résultat Net Part du Groupe hors coût net d'impôt des plans d'attribution gratuite d'actions (1,52 M€ en 2017 ; 0,96 M€ en 2016) et hors résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (produit de 0,15 M€ en 2017 ; charge de 6,68 M€ en 2016).

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



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Cécile COLLINA-HUE, Présidente du Directoire : « *HighCo affiche cette année encore de bons résultats avec une 5^{ème} année consécutive de croissance d'activité et une nouvelle progression de sa rentabilité. Des performances réalisées grâce à la montée en compétence de nos équipes sur le digital et à l'acquisition de savoir-faire dans le data marketing. HighCo réussit ainsi sa mutation digitale, faisant du Groupe un acteur unique sur le marché, capable d'adresser toutes les problématiques « phygiales » de ses clients. Nous poursuivons notre stratégie de croissance du digital à travers une politique d'investissement dans la data et le mobile qui sont nos leviers de croissance.* »

PERFORMANCES FINANCIERES ANNUELLES 2017

5^{ème} année de croissance consécutive d'activité et mutation digitale réussie

La marge brute 2017 s'élève à 82,24 M€, en hausse de 1,4% à données publiées et PCC. Le Groupe affiche ainsi une 5^{ème} année de croissance organique consécutive. Le Digital reste le principal levier de développement de HighCo avec, sur l'année 2017, une progression de 4,1% à PCC. La part du Digital dans les activités du Groupe atteint d'ailleurs 50,2% au T4 2017, lui **permettant de dépasser 50% pour la première fois**. Les activités offline se replient de 1,0% à PCC sur l'exercice.

Avec une progression de 4,7% à PCC pour atteindre 58,90 M€, la France reste le moteur de la croissance du Groupe, représentant 71,6% de la marge brute en 2017, avec une part dans les activités digitales de 54,9%.

L'International est en repli de 6,0% à PCC à 23,34 M€ :

- le Benelux affiche une baisse d'activité après deux années de croissance (-6,2% à PCC) mais voit le Digital progresser de 7,6% pour atteindre une part de 27,1% ;
- l'Europe du sud (Espagne et Italie) est en léger repli sur l'exercice (-2,8% à PCC).

Progression de la rentabilité opérationnelle

Le RAO ajusté est en croissance pour la 4^{ème} année consécutive en 2017 (+5,3% à 14,85 M€) avec :

- une forte progression du RAO ajusté France de +11,4% à 13,58 M€ ;
- une contraction du RAO ajusté International de 0,64 M€ qui s'affiche à 1,27 M€ (-33,6%).

La marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB) progresse fortement de 70 points de base pour s'afficher à 18,1% (17,4% en 2016).

Avec des charges de restructuration de 0,44 M€ en 2017 (0,29 M€ en 2016), la croissance du RAO entraîne **une progression du ROC ajusté de 4,4% à 14,41 M€ (13,81 M€ en 2016).**

Le ROC, incluant le coût des plans d'attribution d'actions gratuites en hausse, ressort, quant à lui, à 12,10 M€, en repli de 2,5%.

Le RNPG ajusté s'affiche à 8,49 M€, en léger repli de 1,9%. Le RNPG passe de 1,02 M€ en 2016 (fortement impacté par la perte nette des activités arrêtées ou en cours de cession comptabilisée suite, notamment, à la cession de MRM au Royaume-Uni) à 7,12 M€ en 2017.

Le Groupe enregistre un **BNPA ajusté⁽⁶⁾ de 0,41 €** en 2017, en hausse de 7,0% (+6,7% en dilué) par rapport à un BNPA 2016 ajusté PF2017⁽⁷⁾ de 0,38 €.

Un dividende de 0,14 € par action, en progression de 16,7%, sera proposé à la prochaine assemblée générale du 22 mai 2018.

(6) 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.

(7) Proforma 2017, i.e. retraité des minoritaires High Connexion au S2 2016.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Maintien d'un niveau de cash élevé

La capacité d'autofinancement progresse de 6,2% à 11,36 M€, dépassant ainsi les 10 M€ pour la 2^{ème} année consécutive. **L'excédent net de trésorerie s'établit à 45,91 M€ au 31 décembre 2017, en repli de 3,71 M€.** Hors la ressource nette en fond de roulement qui s'élève à 45,58 M€ au 31 décembre 2017, le cash net devient positif et s'affiche à 0,33 M€, en hausse de 2,11 M€ par rapport au 31 décembre 2016.

FAITS MARQUANTS

Une stratégie digitale qui porte ses fruits

La marge brute digitale poursuit sa dynamique de croissance en 2017 (+4,1%). Le Digital représente désormais 47,8% de la marge brute du Groupe en 2017, contre 46,6% en 2016, et il dépasse l'objectif de 50% au T4 2017 (50,2%). Cette mutation digitale se retrouve dans toutes les solutions du Groupe.

Tout d'abord, après plusieurs années de croissance solide, les solutions DRIVE TO STORE, 100% digitales, sont impactées par le repli de l'Internet+ Mobile, tandis que le **volume de push SMS et envoi de notifications** progresse à nouveau fortement (+17%). Par ailleurs, les volumes d'émission de **coupons digitaux** de « nouvelle génération » (Load to Card et Drive) sont en très forte croissance (+33%), représentant plus de 24 millions de coupons digitaux émis sur l'année, compensant la baisse globale des webcoupons en 2017 (-6%).

Ensuite, dans des solutions IN-STORE encore majoritairement « papier », le Digital poursuit sa forte progression avec une part s'affichant à 34,2% en 2017, contre 28,0% en 2016. En France, HighCo continue son développement sur les **sites de Drive** avec une offre unique de média et coupons ciblés. En Belgique, les **bornes digitales** de coupons et médias installées fin 2016 dans le réseau Carrefour affichent de premiers bons résultats.

Enfin, la part du digital dans les solutions DATA passe de 35,8% en 2016 à 38,2% en 2017, principalement par la forte hausse du volume de **traitement dématérialisé des coupons** en France (+25%) et de la forte progression des opérations d'**e-ODR** (+26%).

Quatre tendances marché impactent les investissements des marques & retailers

- 1) Un **changement de physionomie du secteur de la GSA** (Grande Surface Alimentaire) en faveur des magasins de **proximité** et du commerce **online** va modifier les stratégies de contact, de création de trafic et d'activation des enseignes.
- 2) Le projet de loi Travert sur l'agriculture et l'alimentation, qui devrait **encadrer les promotions** et limiter les rabais sur les denrées alimentaires, pourrait conduire, s'il est adopté, les enseignes de la grande distribution alimentaire à repenser leurs actions promotionnelles en faveur d'opérations à plus forte valeur ajoutée.
- 3) Avec le digital, les **consommateurs, devenus agiles, exigeants et communautaires, ont pris la main sur une relation** jusqu'alors imposée par les marques et les retailers qui devront dorénavant proposer des expériences et des contenus personnalisés.
- 4) Les distributeurs devront proposer aux consommateurs des **parcours fluides entre les magasins physiques et online**.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

HighCo a développé et construit une offre unique, permettant de répondre à ces problématiques complexes

1) HighCo accompagne ses clients dans leur **réflexion stratégique** et dans la **construction de leurs offres et de leurs contenus relationnels** comme avec Nissan Services France qui souhaitait développer ses ventes sur les services d'entretien. Les 1.500 scénarios issus du croisement entre l'identification et la segmentation des différents comportements de propriétaires de véhicules Nissan, et les segments CRM de la marque, ont permis de fortement développer les ventes.

2) HighCo développe, notamment autour du savoir-faire de sa filiale CapitalData, des **solutions technologiques propriétaires permettant de cibler et de personnaliser**, mais aussi de diffuser tout type de contenu sur l'ensemble des canaux digitaux. Le ciblage et la personnalisation permettent de relever un objectif de « création de trafic » via des bannières géolocalisées (ex. Monoprix, Géant, Franprix et Leader Price) ou d'augmenter les ventes en se basant sur la navigation ou sur l'historique d'achat (ex. Coca-Cola sur Auchan Drive).

3) HighCo adresse des besoins marketing multiples et active le Shopper sur l'ensemble des points de contacts physiques ou online, en mettant en place des **opérations « end-to-end »**, depuis la réflexion jusqu'à la mise en place en magasin, en passant par la création des jeux, le sourcing des primes et l'achat média (ex. opération promotionnelle « temps fort » « C'votre maison » dans les hypermarchés et supermarchés du groupe Casino).

GUIDANCES 2018

HighCo anticipe pour l'année 2018 :

- Une croissance de la marge brute 2018 supérieure à celle de 2017 à PCC (MB 2017 : +1,4% à PCC) avec une part du Digital du Groupe 2018 supérieure à 2017 (47,8% en 2017) ;
- Une hausse de la marge opérationnelle ajustée (marge opérationnelle ajustée 2017 : 18,1%) ;

Les ressources financières du Groupe seront allouées en priorité :

- Au CAPEX qui sera compris entre 1,0 M€ et 2,0 M€ (1,06 M€ en 2017) ;
- Au rachat d'actions propres qui sera compris entre 0,5 M€ et 1,0 M€ (0,58 M€ en 2017) ;
- A des acquisitions et des prises de participations dans le Digital, Mobile et Data (base de données de cartes de fidélité Retailviz en 2017).

Le Conseil de Surveillance a examiné les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2017. 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 21 mars 2018 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
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.**

Réunion d'analystes (SFAF) : Mercredi 21 mars 2018 à 14h30
Marge brute T1 2018 : Mercredi 25 avril 2018
Marge brute T2 et S1 2018 : Mercredi 18 juillet 2018
Résultats semestriels 2018 : Mercredi 29 août 2018
Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2018 : Jeudi 30 août 2018
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