



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Paris, le 30 août 2017 (18h)

## HIGHCO AFFICHE DES RESULTATS SEMESTRIELS 2017 SOLIDES

### Croissance de l'activité

- Marge brute (MB) S1 2017 de 42,28 M€ en progression de 2,5% à données publiées et de 2,3% à PCC<sup>(1)</sup>.
- Activités digitales en hausse de 6,2% à PCC, soit 47,3% de la MB du Groupe au S1 2017.

### Progression de la rentabilité

- Résultat des Activités Ordinaires (RAO) ajusté<sup>(2)</sup> de 10,88 M€, en hausse de 6,7%.
- Marge opérationnelle ajustée<sup>(2)</sup> de 25,7%, en hausse de 100 points de base.
- Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté<sup>(3)</sup> en hausse de 12,8% à 6,80 M€.

### Forte génération de cash

- Capacité d'autofinancement (CAF) de 8,19 M€, en hausse de 1,18 M€ (+16,8%) par rapport au S1 2016.
- Cash net<sup>(4)</sup> au 30 juin 2017 de 58,88 M€, en hausse de 9,26 M€ par rapport au 31 décembre 2016.

### Confirmation des perspectives révisées en juillet 2017

- Croissance de la MB revue de supérieure à 4% à supérieure à 1% à PCC.
- Croissance du RAO ajusté<sup>(2)</sup> revue de supérieure ou égale à 6% à comprise entre 4% et 6%.
- Maintien de la hausse de la marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB)<sup>(2)</sup> supérieure ou égale à 50 bps.

(en M€)	S1 2017	S1 2016 retraité <sup>(5)</sup>	Variation S1 2017 / S1 2016 retraité <sup>(5)</sup>
Marge brute	42,28	41,27	+2,5% (+2,3% PCC <sup>(1)</sup> )
<b>Résultat des Activités Ordinaires ajusté<sup>(2)</sup></b>	<b>10,88</b>	<b>10,20</b>	<b>+6,7%</b>
Marge opérationnelle <sup>(2)</sup> (en %)	25,7%	24,7%	+100 bps
Résultat Opérationnel Courant ajusté <sup>(6)</sup>	10,78	10,04	+7,4%
<b>Résultat Net Part du Groupe ajusté<sup>(3)</sup></b>	<b>6,80</b>	<b>6,03</b>	<b>+12,8%</b>
Cash net <sup>(4)</sup>	58,88	49,62 <sup>(7)</sup>	+9,26 M€

(1) PCC : à périmètre comparable (i.e. en incluant la société CapitalData sur 6 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 (1,54 M€ au S1 2017 ; aucune charge au S1 2016). 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 (1,05 M€ au S1 2017 ; aucune charge au S1 2016) et hors résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (produit de 0,17 M€ au S1 2017 ; produit de 0,39 M€ au S1 2016).

(4) 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 réalise un premier semestre 2017 solide après une année 2016 remarquable. Ce semestre a été marqué par la poursuite de la croissance d'activité, la progression de la rentabilité et la forte génération de cash. Nous anticipons une nouvelle croissance de nos résultats annuels avec un niveau de rentabilité confirmé en hausse de 50 bps. Nous poursuivons par ailleurs notre stratégie d'investissement dans le Digital, et particulièrement dans la Data et le Mobile.* »

## PERFORMANCES FINANCIERES AU S1 2017

### Croissance de l'activité

Avec un T1 et un T2 en croissance respectivement de 4,2% et 0,7% à PCC, **la marge brute du S1 2017 s'élève à 42,28 M€, en progression de 2,5% à données publiées et de 2,3% à PCC**. Après une excellente année 2016, la dynamique de croissance reste portée, sur le semestre, par le Digital qui progresse de 6,2% (PCC).

**La bonne dynamique de croissance se poursuit en France au S1 2017 (+7,0% à PCC à 29,98 M€, soit 70,9% de la marge brute du Groupe) malgré un ralentissement au T2 2017.**

**L'International est en repli au S1 2017 (-7,5% à PCC à 12,30 M€) :**

- Le Benelux est en repli (-7,9% à PCC) mais avec un effet moins marqué au T2 ;
- L'Europe du Sud (Espagne et Italie) est en légère croissance (+1,4% à PCC).

### Progression de la rentabilité

La croissance d'activité, associée à la bonne maîtrise des coûts, permettent au **RAO ajusté d'enregistrer une croissance de 6,7% à 10,88 M€ au S1 2017** avec :

- une hausse du RAO ajusté France de 19,5% ;
- une baisse du RAO ajusté International de 48,0%.

**La marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB) progresse fortement de 100 points de base pour s'afficher à 25,7%** (contre 24,7% au S1 2016 retraité).

La croissance du RAO ajusté et la baisse des charges de restructuration (0,10 M€ au S1 2017 contre 0,16 M€ au S1 2016 retraité) entraînent **une progression du ROC ajusté de 7,4% à 10,78 M€** (contre 10,04 M€ au S1 2016 retraité).

Le Résultat Opérationnel semestriel, incluant le coût des plans d'attribution gratuite d'actions (1,54 M€ au S1 2017), ressort, quant à lui, à 9,24 M€, en retrait de 7,9%.

**Le RNPG ajusté semestriel progresse de 12,8% à 6,80 M€** et le RNPG semestriel s'affiche à 5,93 M€.

Le Groupe enregistre ainsi un BNPA ajusté<sup>(8)</sup> semestriel de 0,33€, en hausse de 13,2% (+11,9% en dilué) par rapport au S1 2016.

Par ailleurs, suite à l'annulation des promesses d'achat et de vente croisées sur 49,0% du capital de la filiale High Connexion, la comptabilisation de la quote-part du résultat net correspondante se fera en intérêts minoritaires (« Participations ne donnant pas le contrôle ») à compter du S2 2017. A titre d'information, cette opération aurait eu pour incidence, sur le BNPA ajusté<sup>(8)</sup> de l'exercice 2016, une baisse de 0,42 € à 0,38 €.

(5) 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 T3 2016. De ce fait, et afin de rendre les informations homogènes, les données publiées au titre du S1 2016 ont été retraitées de l'impact du Royaume-Uni. Le résultat, ainsi que la moins-value de cession de ces activités, sont 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 ».

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

(7) Au 31 décembre 2016.

(8) 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 (MRM et POS Media).



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

## Forte génération de cash

La capacité d'autofinancement semestrielle progresse fortement de 16,8% à 8,19 M€. **L'excédent net de trésorerie progresse ainsi de 9,26 M€ pour s'établir à 58,88 M€** au 30 juin 2017. L'amélioration de la ressource nette en fonds de roulement s'élève à 3,48 M€. Hors la ressource nette en fonds de roulement (54,88 M€ au 30 juin 2017), la dette nette ressort négative à (4,00) M€, en baisse de 5,78 M€ par rapport au 31 décembre 2016.

## FAITS MARQUANTS

### Stratégie digitale

La marge brute du Digital est en croissance de 6,2% au S1 2017. Le Digital représente ainsi 47,3% de la marge brute du Groupe à fin juin 2017, contre 46,6% à fin 2016.

#### 1) Solutions DRIVE TO STORE, 100% digitales

Si les volumes d'émission de **coupons digitaux** sont globalement en baisse sur le semestre (-17%), ceux de « nouvelle génération » (Load to Card et Drive) sont en forte croissance (+16%), et représentent près de 10 millions de coupons digitaux émis sur la période. Par ailleurs, HighCo a conquis une nouvelle enseigne (Franprix) sur sa solution Load to Card, et souhaite désormais aller plus loin en permettant de connecter le programme de fidélisation des marques avec différentes enseignes.

Après plusieurs années de forte croissance, et bien que le volume de push SMS et envoi de notifications progresse à nouveau (+8%), les **activités mobiles** sont en léger repli, impactées par le repositionnement tarifaire sur l'Internet+ Mobile.

L'activité de Brand Content et médias ciblés sur les **réseaux sociaux** poursuit sa très bonne dynamique et progresse à nouveau au S1 2017 grâce à la conquête de nouveaux clients tels que eBay.

Le Groupe poursuit parallèlement le développement de sa solution d'**hyperpersonnalisation** des messages publicitaires et promotionnels des annonceurs (*Data Management Platform* de CapitalData). Tout en reconduisant des opérations de ciblage pour des annonceurs historiques, le Groupe réalise désormais des campagnes programmatiques **web-to-store**, véritable alternative au prospectus papier des enseignes, avec de nouvelles enseignes du groupe Casino (Géant Casino, Monoprix et Leader Price).

#### 2) Forte progression de la digitalisation des solutions IN-STORE

Dans des solutions IN-STORE encore majoritairement « papier », le Digital poursuit sa forte progression avec une part s'affichant à 33,0% au S1 2017 contre 23,6% à la même période l'an passé.

Les **activités de coupons et médias papiers en point de vente** affichent une nouvelle hausse en France mais un repli en Belgique. Les principaux contrats avec les partenaires distributeurs du Groupe se sont poursuivis sur la période. En Belgique, les **bornes digitales** de coupons et médias installées fin 2016 dans le réseau Carrefour affichent de premiers bons résultats.

Enfin, grâce au gain d'un nouveau client (Intermarché), et alors que le Drive continue à progresser, HighCo propose une offre unique de média et coupons ciblés maintenant déployée sur près de 90% du marché des **sites de Drive** français (en valeur).



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

### 3) Poursuite de la bonne dynamique de digitalisation des solutions DATA

La part du digital dans les solutions DATA passe de 36,3% à fin juin 2016 à 38,3% à fin juin 2017.

Si les volumes de coupons papiers traités en France et en Belgique sont en baisse, on note une légère hausse de la part du volume de **traitement dématérialisé** des coupons, qu'ils proviennent de sites de e-commerce, de bornes en magasins ou de téléchargements sur carte de fidélité.

Par ailleurs, avec plus de 300 campagnes d'offres de remboursement digitales lancées au S1 2017, les opérations d'**e-ODR** poursuivent leur progression (+26%). Un autre mécanisme complète également ces solutions DATA digitales, l'**e-prime**, gestion 100% dématérialisée d'une prime auto-payante.

Enfin, le Groupe entend toujours accompagner ses clients marques et distributeurs sur les nouvelles tendances du marché, avec notamment l'**activation par le jeu**. Ainsi, de la création du jeu à l'envoi des dotations, en passant par la mise en place du dispositif de médiatisation, HighCo propose une prestation complète, 100% digitale.

#### Gouvernance

HighCo annonce que M. Didier Chabassieu doit faire face actuellement à des problèmes de santé. Il continue néanmoins à assurer ses fonctions de Président du Directoire aux côtés de Mme Cécile Collina-Hue, membre du Directoire et Directrice générale. Le Comité exécutif, composé de managers de *business unit* et d'experts en place depuis 2013, les seconde au quotidien dans la gestion opérationnelle et les orientations stratégiques et managériales du Groupe.

#### GUIDANCES 2017

Les performances publiées au S1, ainsi que les perspectives attendues sur le S2, conduisent le Groupe à confirmer la révision de ses guidances 2017 annoncées en juillet dernier comme suit :

- Croissance de la marge brute 2017 revue de supérieure à 4% à supérieure à 1% à PCC (MB 2016 : +11,8% à PCC) avec une part du Digital qui devrait atteindre l'objectif de 50% (46,6% en 2016) ;
- Croissance du RAO ajusté<sup>(2)</sup> revue de supérieure ou égale à 6% à comprise entre 4% et 6% (RAO ajusté 2016 : 14,10 M€) ;
- Maintien de la hausse de la marge opérationnelle ajustée<sup>(2)</sup> supérieure ou égale à 50 bps (marge opérationnelle ajustée 2016 : 17,4%).

Pour rappel, 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 ; 0,70 M€ au S1 2017) ;
- Au rachat d'actions propres qui sera compris entre 0,5 M€ et 1,0 M€ (0,66 M€ en 2016 ; 0,25 M€ au S1 2017).

Enfin, le Groupe poursuit l'étude d'acquisitions et de prises de participations dans le Digital, et particulièrement dans la Data et le Mobile.

Une conférence téléphonique (analystes) aura lieu jeudi 31 août 2017 à 11h. Le support de présentation sera mis en ligne sur le site [www.highco.com](http://www.highco.com).



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

HighCo a eu la profonde tristesse de perdre, durant l'été, son fondateur, Frédéric Chevalier. Frédéric Chevalier a pensé, rêvé, fondé, développé puis accompagné HighCo. Ambitieux, visionnaire, exemplaire et talentueux, il en est l'âme et le restera. HighCo et ses collaborateurs lui rendront hommage dans les prochaines semaines.

#### **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.**

Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2017 : Jeudi 31 août 2017 (11h, heure de Paris)  
Marge brute T3 et 9 mois 2017 : Mercredi 18 octobre 2017  
Marge brute T4 et 12 mois 2017 : Mercredi 24 janvier 2018



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)