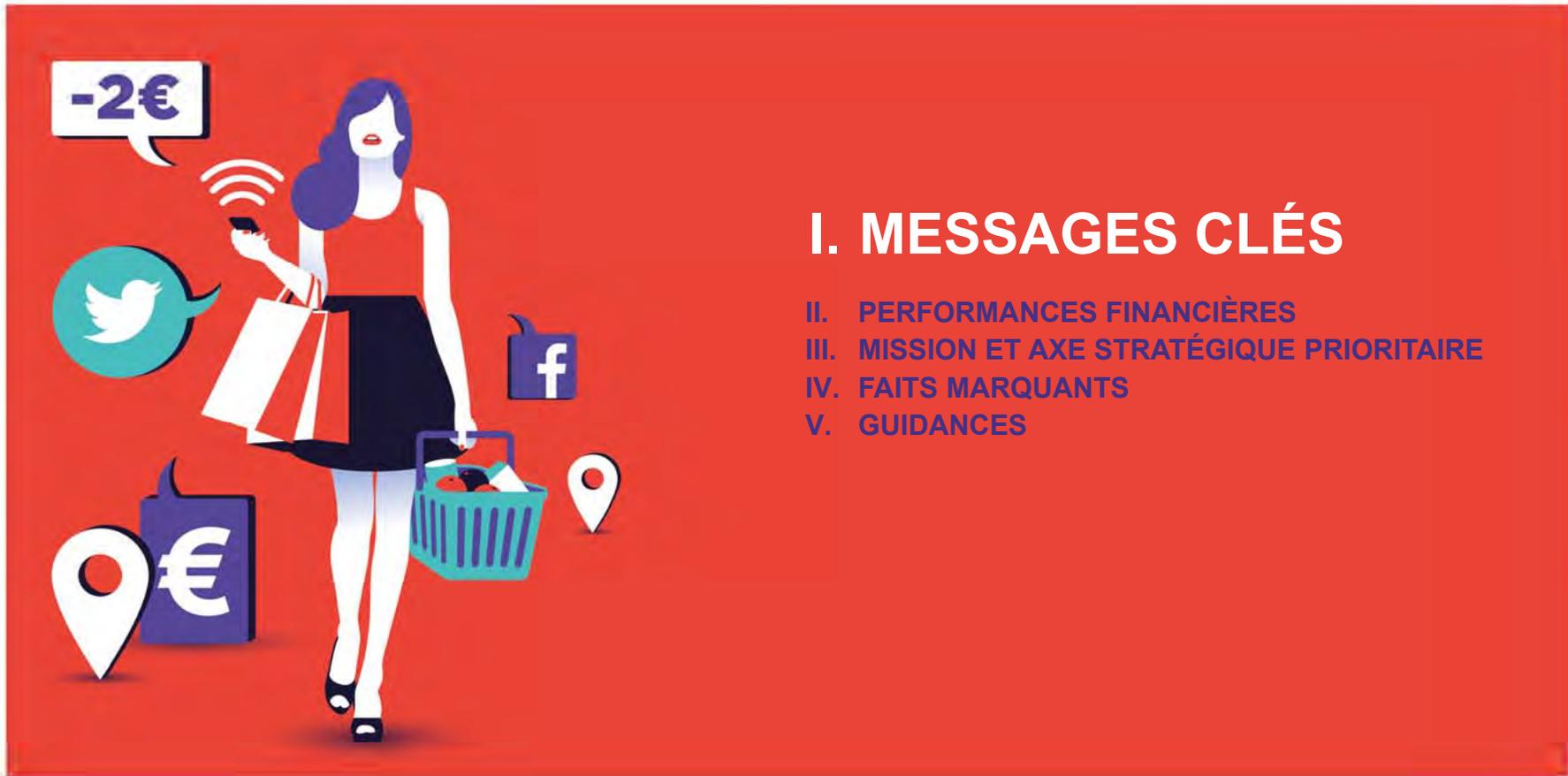




RÉSULTATS ANNUELS 2015





I. MESSAGES CLÉS

- II. PERFORMANCES FINANCIÈRES
- III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE
- IV. FAITS MARQUANTS
- V. GUIDANCES

I. MESSAGES CLÉS

Performances historiques pour les 25 ans de HighCo :

FORTE ACCÉLÉRATION
DE LA CROISSANCE

MARGE BRUTE
75,39 M€ +5,5% PCC (1)
S2 : +9,0% PCC (1)

FORTE PROGRESSION
DE LA RENTABILITÉ

RAO (2) : 11,15 M€ +17,1%
Marge Op.(2) : 14,8% +140 bps
ROC : 10,48 M€ +19,4%
RNPG : 6,77 M€ +26,0%(3)

FORTE GÉNÉRATION
DE CASH

CASH NET (4)
40,77 M€ +9,57M€

DOUBLEMENT
DU COURS DE BOURSE

COURS DE BOURSE
AU 31/12/2015
9,64 €
+111% par rapport au
31/12/2014

Accélération soutenue du digital (+26,6%) :

> Part du digital passe de 34,8% fin 2014 à 41,3% fin 2015

(1) PCC : à périmètre comparable et à taux de change constant (GBP).

(2) Résultat des Activités Ordinaires (RAO) : Résultat Opérationnel Courant (ROC) avant charges de restructuration. Marge opérationnelle : RAO/MB.

(3) RNPG 2014 ajusté de la dépréciation du goodwill de POS Media en Europe Centrale de 2,95 M€.

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





I. MESSAGES CLÉS

II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

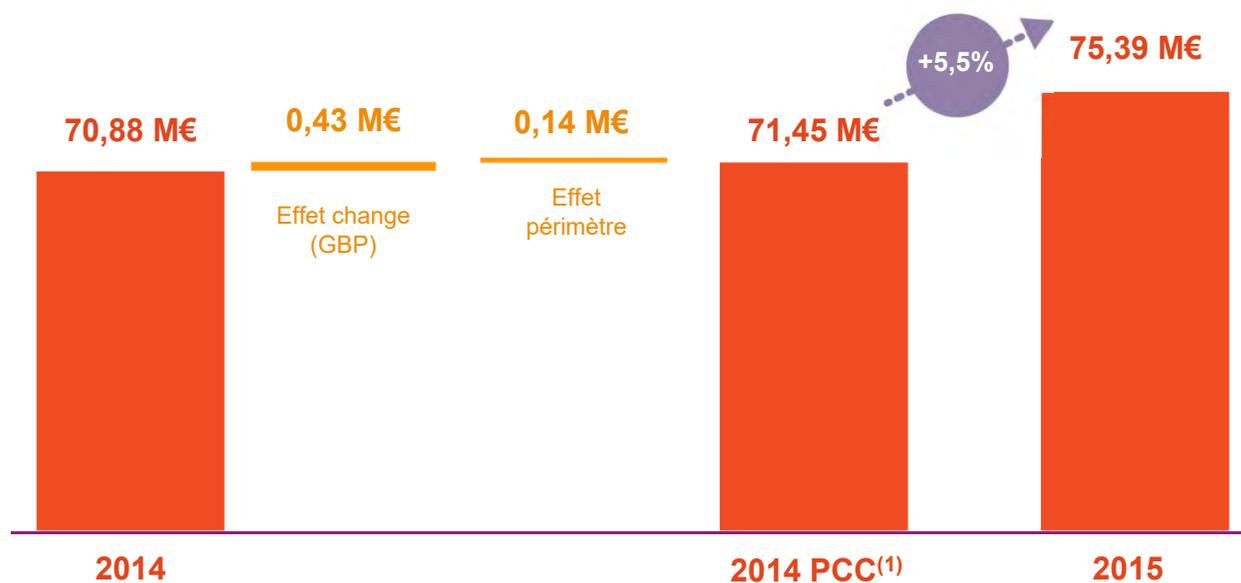
III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE

IV. FAITS MARQUANTS

V. GUIDANCES

II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

MARGE BRUTE 2015



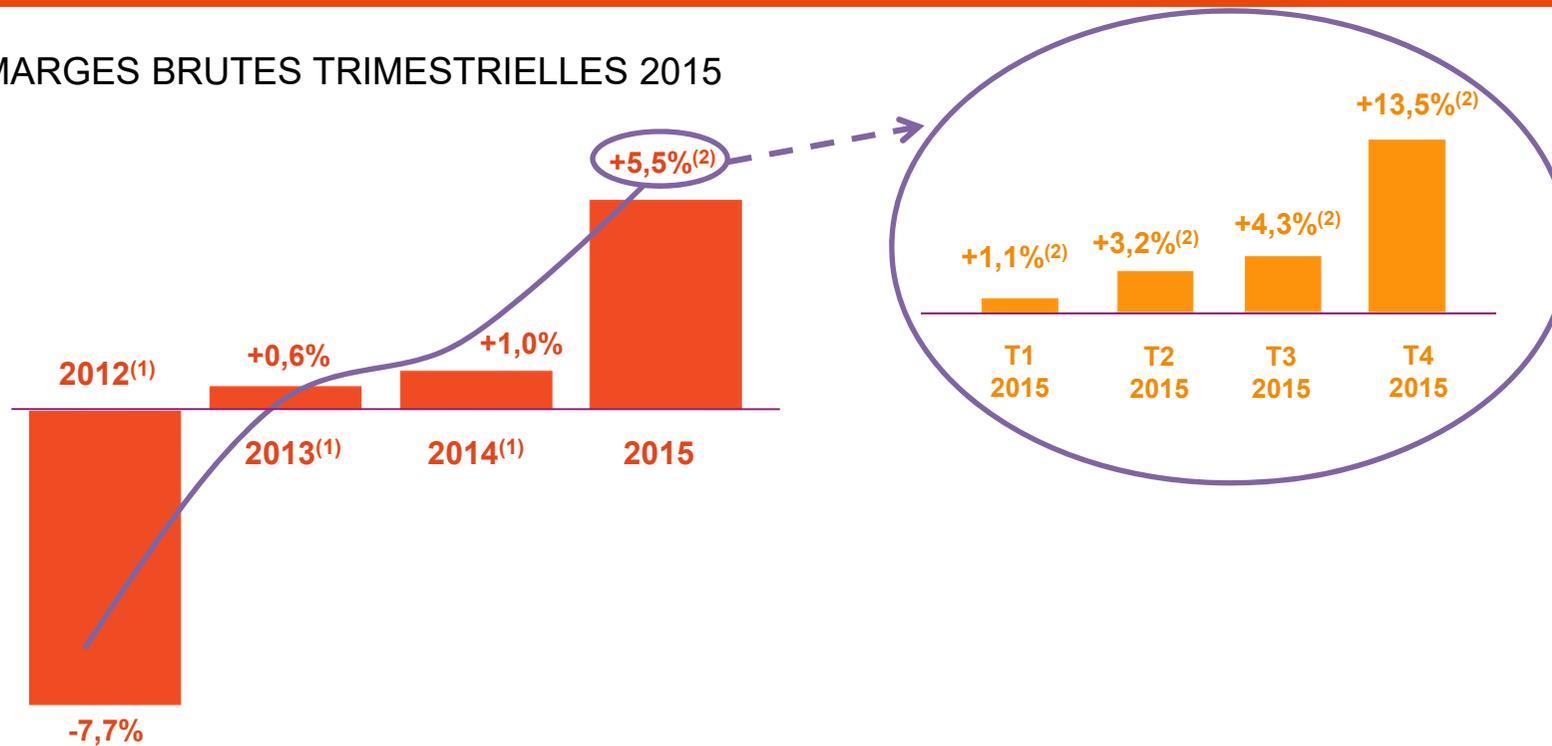
La marge brute 2015 s'affiche à 75,39 M€, en forte hausse de 6,4% à données publiées et de 5,5% à PCC⁽¹⁾.

(1) PCC : voir définition p.2.



II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

MARGES BRUTES TRIMESTRIELLES 2015



Forte accélération de la croissance en 2015 : +5,5% à PCC (vs +1,0% en 2014).

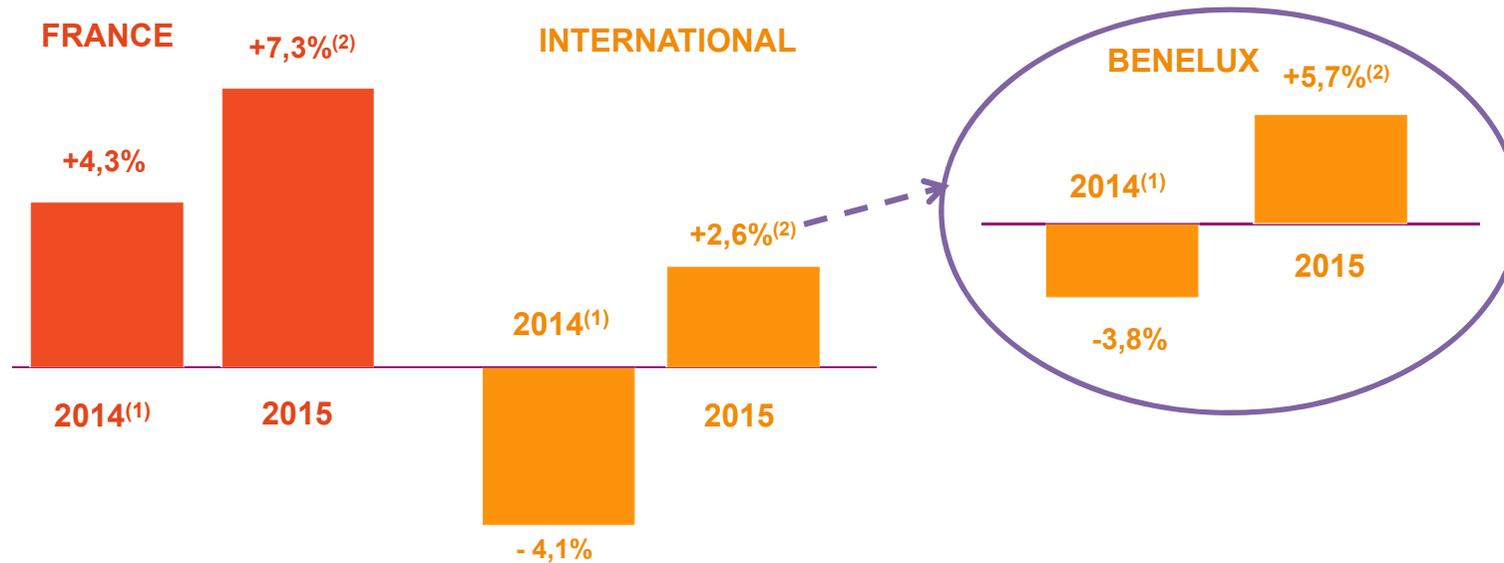
Dynamique particulièrement soutenue au T4 2015 (+13,5% à PCC) grâce au digital (+32,5%) et à la bonne résistance des activités offline (+1,5%).



- (1) Données historiques PCC.
- (2) Données à PCC : voir définition p.2.

II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

MARGE BRUTE PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



Excellentes performances de la France (2015 : +7,3% à 48,04 M€ avec un T4 2015 de +11,1% à 13,05 M€).

Retour de la croissance à l'International (+2,6% à 27,35 M€ en 2015) :

- > Très bonne performance du Benelux (+5,7% en 2015) ;
- > Europe du sud (Espagne et Italie) en croissance sur l'année 2015 ;
- > Repli du Royaume-Uni en raison d'une baisse d'activité des clients domestiques.



(1) Données historiques PCC.
(2) Données à PCC : voir définition p.2.

II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

RENTABILITÉ OPÉRATIONNELLE

(en M€)	2015	2014	VARIATION	VARIATION PCC ⁽¹⁾
MARGE BRUTE (MB)	75,39	70,88	+6,4%	+ 5,5%
CHARGES INDIRECTES D'EXPLOITATION	(64,24)	(61,36)	+4,7%	
RAO ⁽²⁾	11,15	9,52	+17,1%	
MARGE OPÉRATIONNELLE (RAO/MB)	14,8%	13,4%	+140 bps	

Deuxième année consécutive de croissance à deux chiffres du RAO : +17,1% en 2015 (vs +10,4% en 2014).

Forte progression de la marge opérationnelle de 140 bps à 14,8% en 2015 (vs +90 bps en 2014).

(1) PCC : voir définition p.2.

(2) RAO : voir définition p.2.



II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

RENTABILITÉ OPÉRATIONNELLE PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

(en M€)	2015	2014	VARIATION
RAO France	8,71	7,20	+20,8%
RAO International	2,44	2,32	+5,3%
RAO Groupe	11,15	9,52	+17,1%
MARGE OPÉRATIONNELLE France	18,1%	16,1%	+ 200 bps
MARGE OPÉRATIONNELLE International	8,9%	8,8%	+ 10 bps
MARGE OPÉRATIONNELLE Groupe	14,8%	13,4%	+140 bps

Nouvelle forte progression du RAO France : +20,8% en 2015 (vs +15,9% en 2014).

Retour à la hausse du RAO International : +5,3% en 2015 (vs -3,7% en 2014).



II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

RENTABILITÉ NETTE

(en M€)	2015	2014	VARIATION
Résultat des Activités Ordinaires (RAO)⁽¹⁾	11,15	9,52	+17,1%
Charges de restructuration	(0,67)	(0,74)	
Résultat Opérationnel Courant (ROC)	10,48	8,78	+19,4%
Autres produits et charges opérationnels	0,07	0,09	
Résultat opérationnel	10,55	8,87	
Coût de l'endettement financier net	(0,09)	0,06	
Autres produits et charges financiers	0,15	0,07	
Charges d'impôt	(3,85)	(3,06)	
Quote-part entreprises associées	0,06	(3,48)	
Résultat net	6,81	2,46	x2,8
Résultat net part du groupe (RNPG)	6,77	2,43	
Résultat net part du groupe ajusté⁽²⁾	6,77	5,38	+26,0%

Hausse du RAO de 17,1% et baisse des charges de restructuration permettent au ROC de progresser de 19,4% à 10,48 M€.

RNPG en progression plus rapide (+26,0%⁽²⁾) que le ROC en raison du retour à l'équilibre en Europe Centrale (quote-part des entreprises associées).

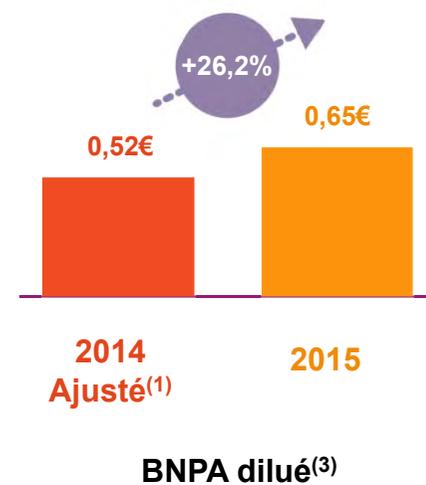
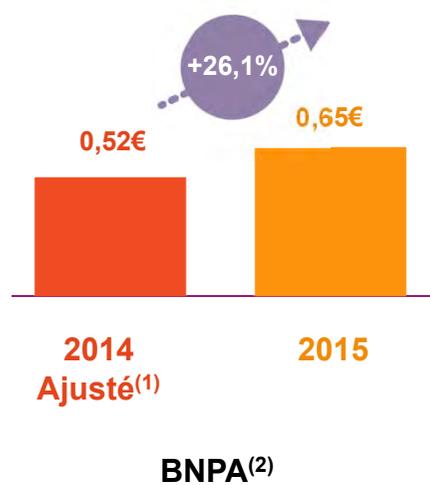


(1) RAO : voir définition p.2.

(2) RNPG 2014 ajusté de la dépréciation du goodwill de POS Media en Europe Centrale de 2,95 M€.

II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

RENTABILITÉ POUR L'ACTIONNAIRE



HighCo affiche en 2015 un BNPA de 0,65€ en progression de 26,1% (+26,2% en dilué).

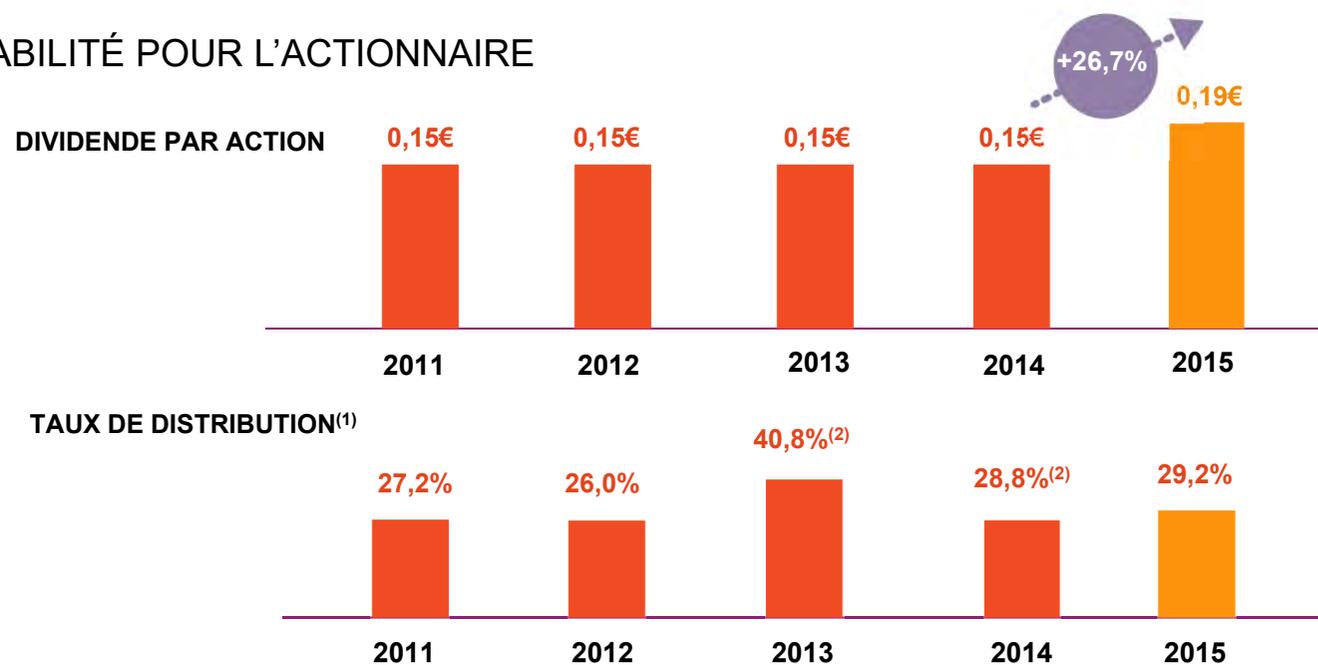
(1) BNPA 2014 ajusté de la dépréciation du goodwill de POS Media en Europe Centrale de 2,95 M€.

(2) RNPG par action basé sur un nombre de titres moyen de 10 378 189 au 31/12/15 et de 10 388 461 au 31/12/14.

(3) RNPG par action dilué basé sur un nombre de titres moyen dilué de 10 378 189 au 31/12/15 et de 10 391 808 au 31/12/14.

II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

RENTABILITÉ POUR L'ACTIONNAIRE



Forte hausse du dividende à 0,19€ par action pour 2015 (proposé à l'AG du 23 mai 2016).

Maintien d'un taux de distribution proche de 30%.

(1) Taux de distribution : dividende par action / RNPG par action.

(2) Taux de distribution : dividende par action / RNPG ajusté par action.



II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

STRUCTURE FINANCIÈRE

(en M€)	31/12/2015	31/12/2014	VARIATION
Disponibilités et VMP	55,26	46,55	8,71
Dette financière brute	14,49	15,35	(0,86)
Excédent net de trésorerie (cash net ⁽¹⁾)	40,77	31,21	9,57
Ressource nette en fonds de roulement	46,70	41,41	5,29
Dette nette hors ressource nette en fonds de roulement	5,93	10,20	(4,27)

La structure financière de HighCo reste solide avec un excédent net de trésorerie qui s'élève à 40,77 M€, en hausse de 9,57 M€ par rapport au 31/12/2014.

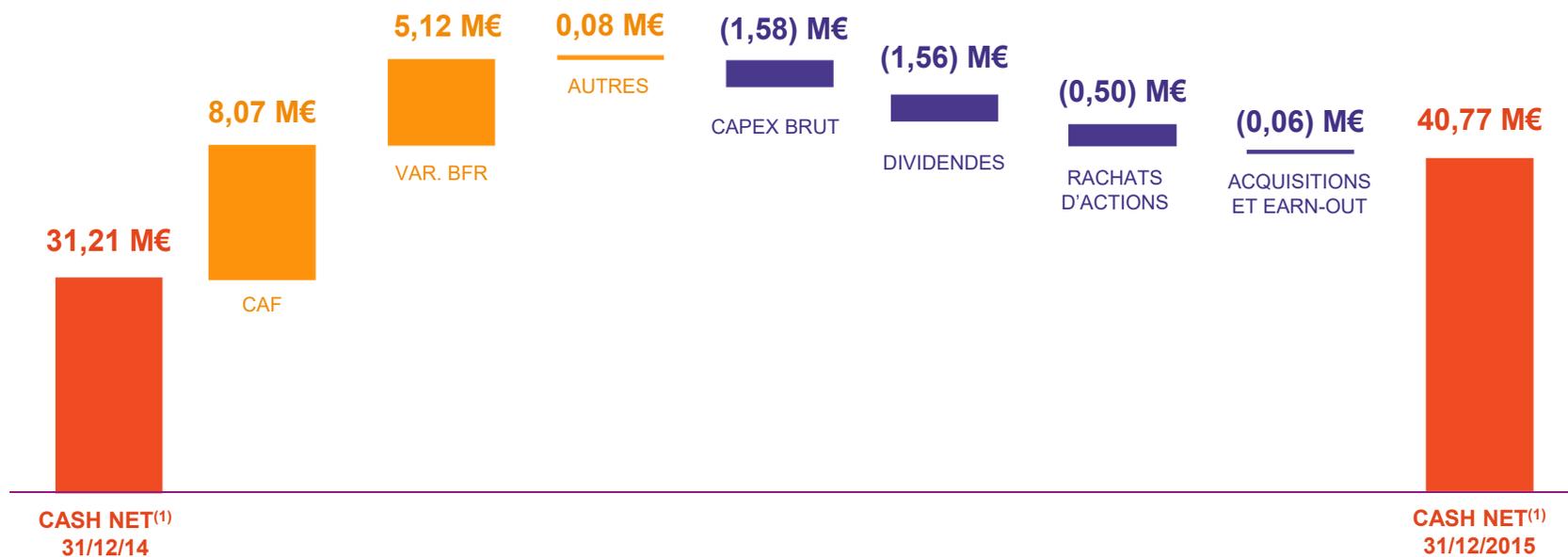
Hors ressource nette en fonds de roulement, la dette nette est de 5,93 M€, en baisse de 4,27 M€ par rapport au 31/12/2014.

(1) Cash net : voir définition p.2.



II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

STRUCTURE FINANCIÈRE



La capacité d'autofinancement (CAF) de 8,07 M€ en 2015 et la variation du BFR de 5,12 M€ permettent d'améliorer le cash net de 9,57 M€.

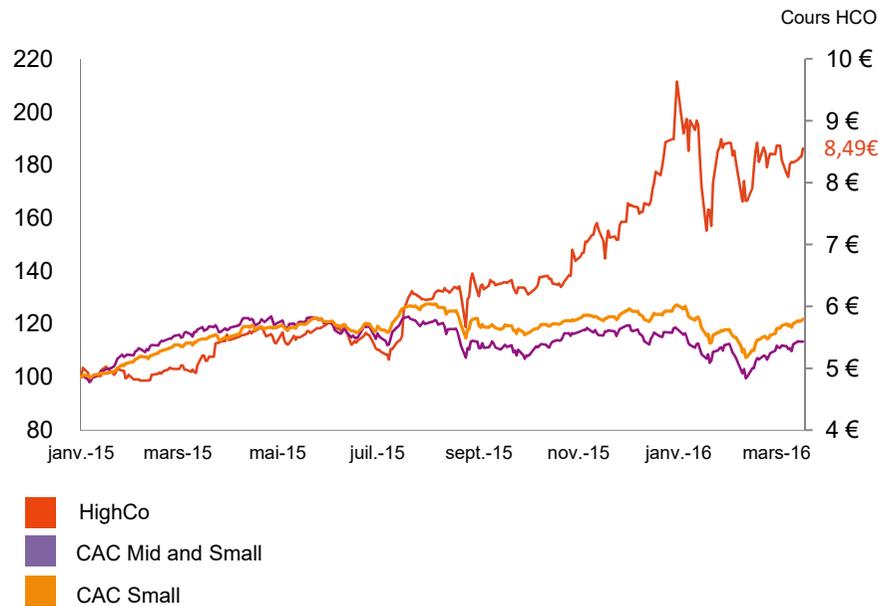
(1) Cash net : voir définition p.2.



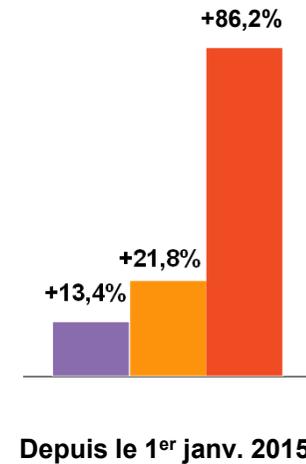
II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

BOURSE : ÉVOLUTION DU COURS

Graphique historique depuis le 1^{er} janvier 2015



Variation par rapport aux principaux indices



L'action HighCo (8,49 € au 17 mars à la clôture) est en hausse de 86,2% depuis le 1er janvier 2015 contre +21,8% pour le CAC Small et +13,4% pour le CAC Mid & Small.



II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

BOURSE : AUTO-DÉTENTION

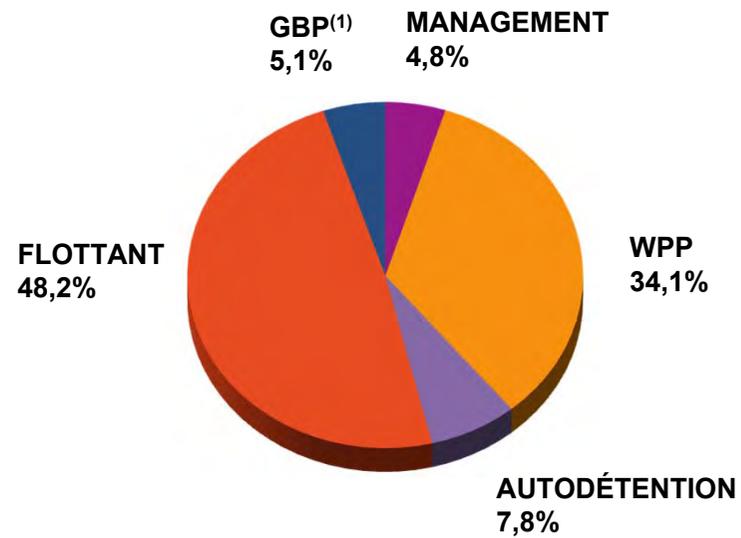
	17/03/2016	31/12/2015	31/12/2014
Nombre d'actions existantes	11 210 666	11 210 666	11 210 666
Nombre maximal d'actions gratuites futures	-	-	10 000
Nombre d'actions auto-détenues	(872 315)	(862 454)	(809 801)
% Nombre d'actions auto-détenues	7,8%	7,7%	7,1%

L'auto-détention passe de 7,1% au 31/12/2014 à 7,8% au 17/03/2016.



II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

BOURSE : ACTIONNARIAT AU 17 MARS 2016



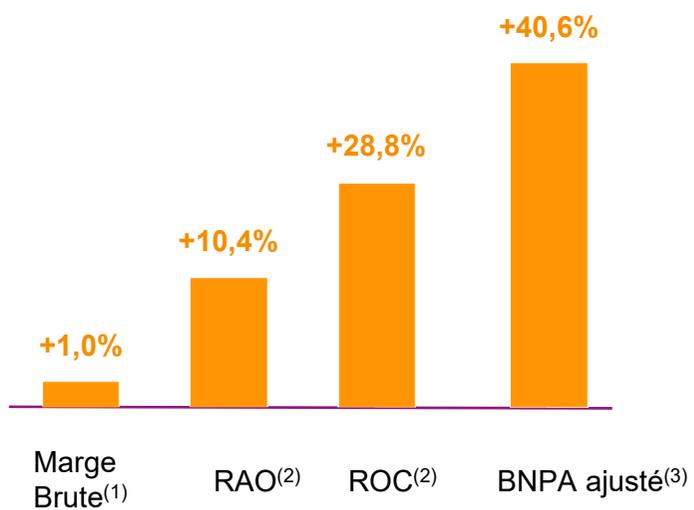
HighCo bénéficie d'une base actionnariale stable par rapport au 31 décembre 2014.

(1) GBP : Gérard de Bartillat Participations, membre du Conseil de Surveillance.

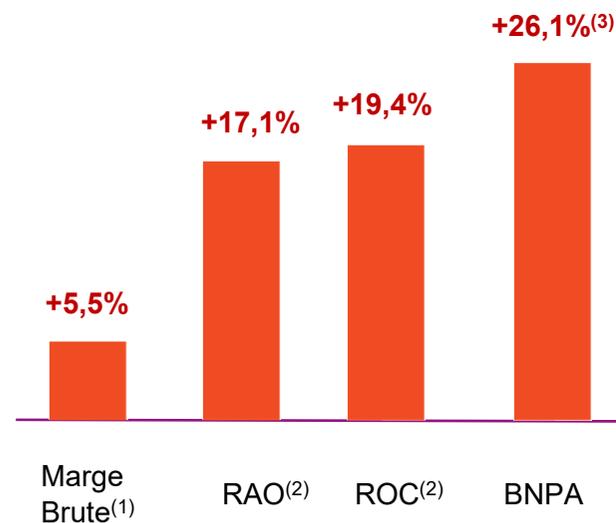


II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

APRÈS DE BONNES PERFORMANCES EN 2014...



...D'EXCELLENTE PERFORMANCES FINANCIÈRES EN 2015

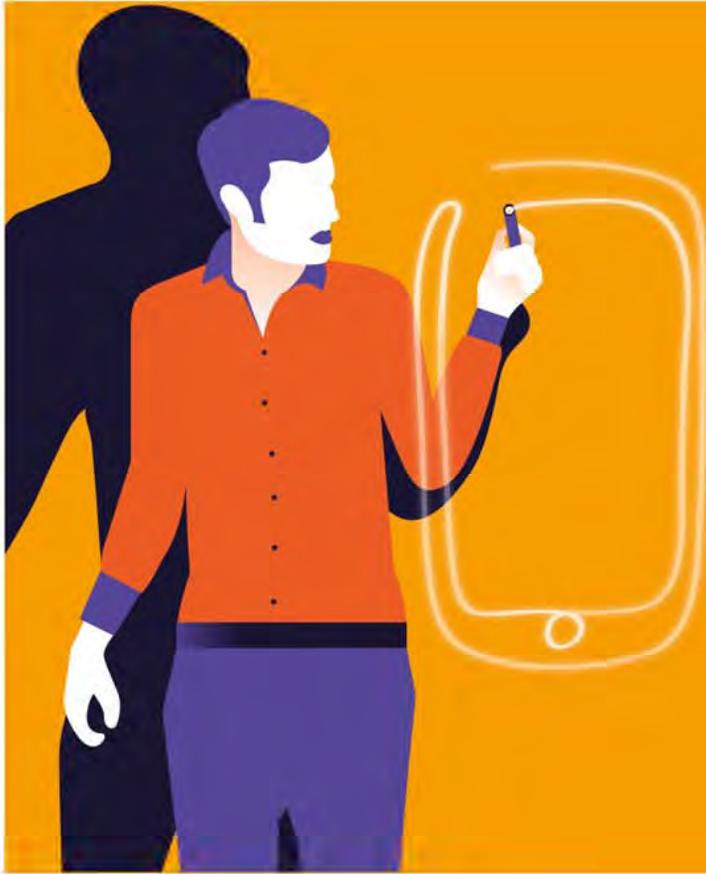


(1) PCC : voir définition p.2.

(2) Voir définition p.2.

(3) BNPA ajusté : voir définition p.10.





- I. MESSAGES CLÉS
- II. PERFORMANCES FINANCIÈRES

III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE

- IV. FAITS MARQUANTS
- V. GUIDANCES

III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE

NOTRE MISSION :
OFFRIR AUX MARQUES
ET AUX DISTRIBUTEURS
DES SOLUTIONS MARKETING
POUR INFLUENCER
LE COMPORTEMENT
DU SHOPPER



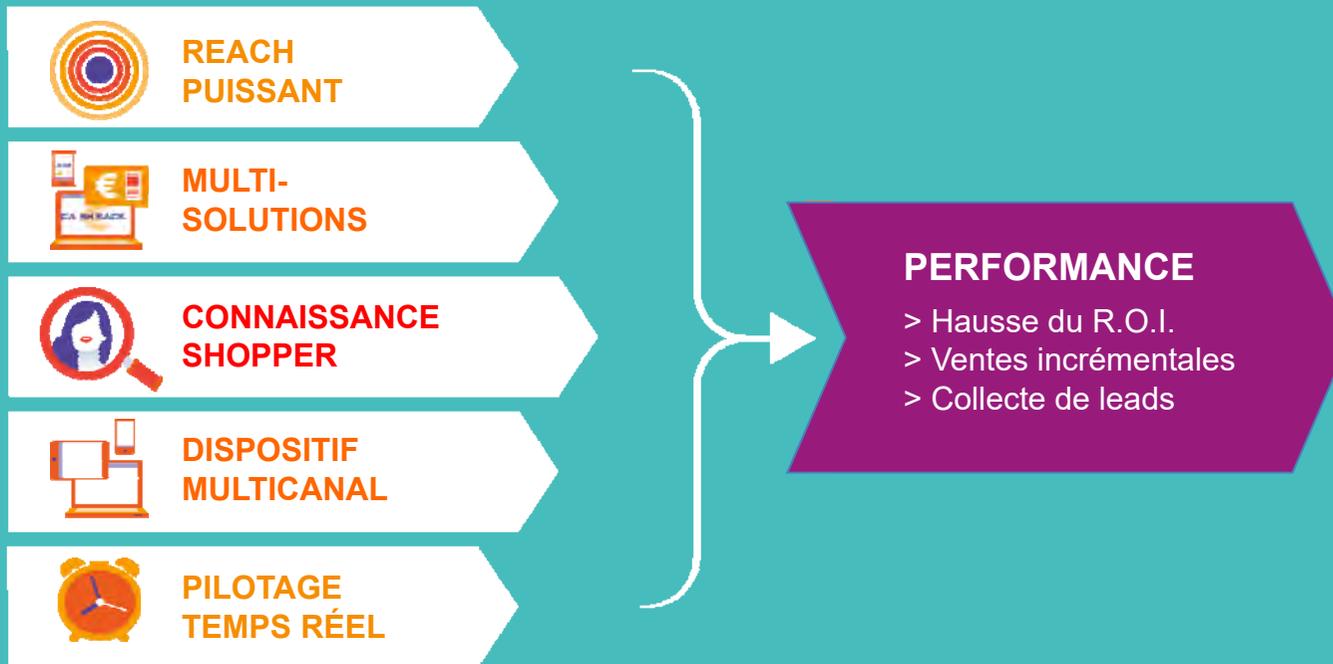
III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE

NOTRE OFFRE :
UN ÉCOSYSTÈME
DE SOLUTIONS MARKETING
INTELLIGENTES
POUR MAXIMISER
LA PERFORMANCE
ET LE R.O.I.
DE NOS OPÉRATIONS



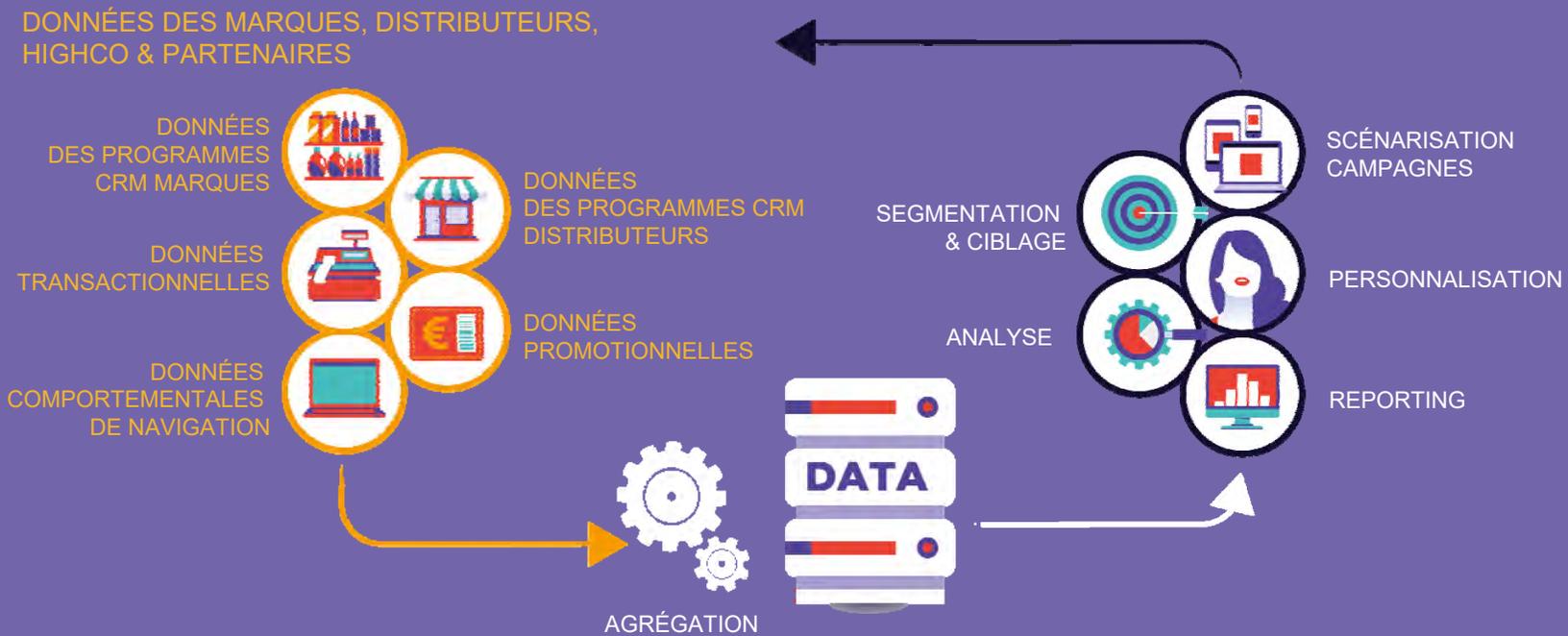
III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE

LA RECHERCHE CONSTANTE DU MEILLEUR R.O.I. PAR LA COMBINAISON DE 5 PILIERS FONDAMENTAUX



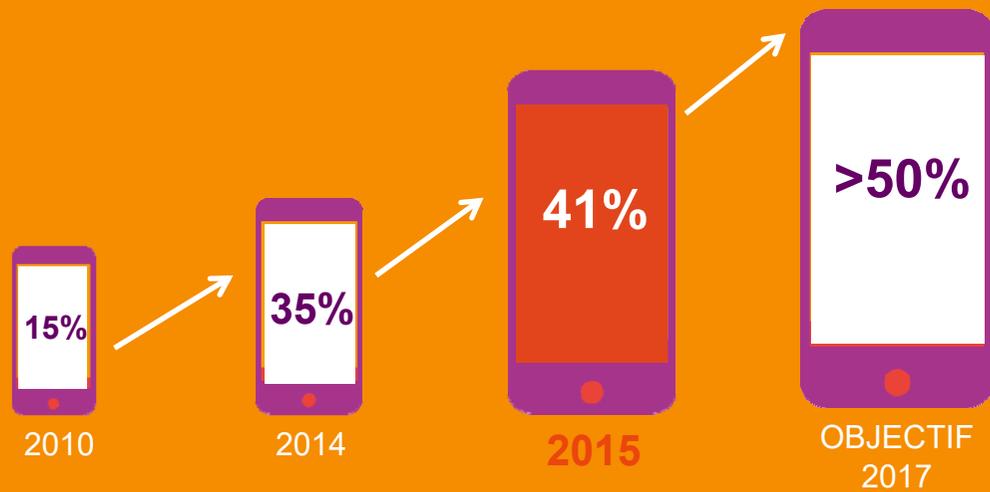
III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE

LA DATA AU CŒUR DES DISPOSITIFS

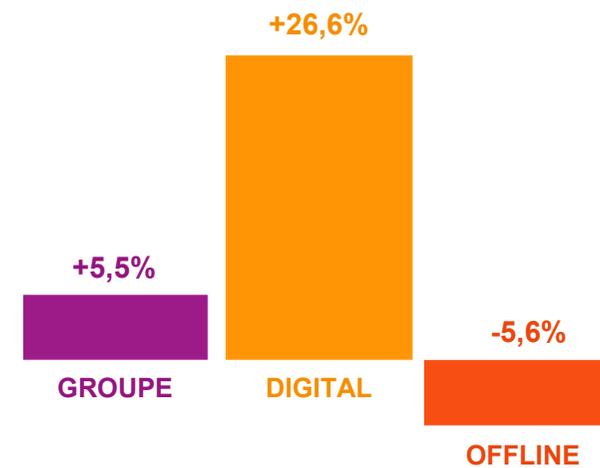


III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE

PART DES ACTIVITÉS DIGITALES



MARGE BRUTE 2015





- I. MESSAGES CLÉS
- II. PERFORMANCES FINANCIÈRES
- III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE

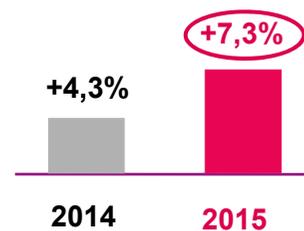
IV. FAITS MARQUANTS

- V. GUIDANCES

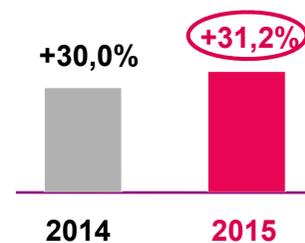
IV. FAITS MARQUANTS

FRANCE : UNE STRATEGIE DIGITALE QUI PORTE SES FRUITS

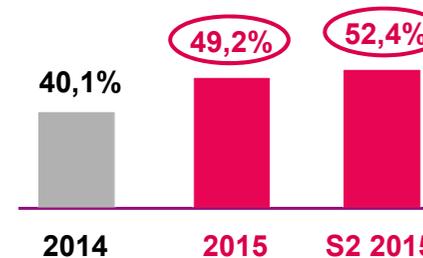
> Accélération de la croissance



> La croissance du digital reste très forte

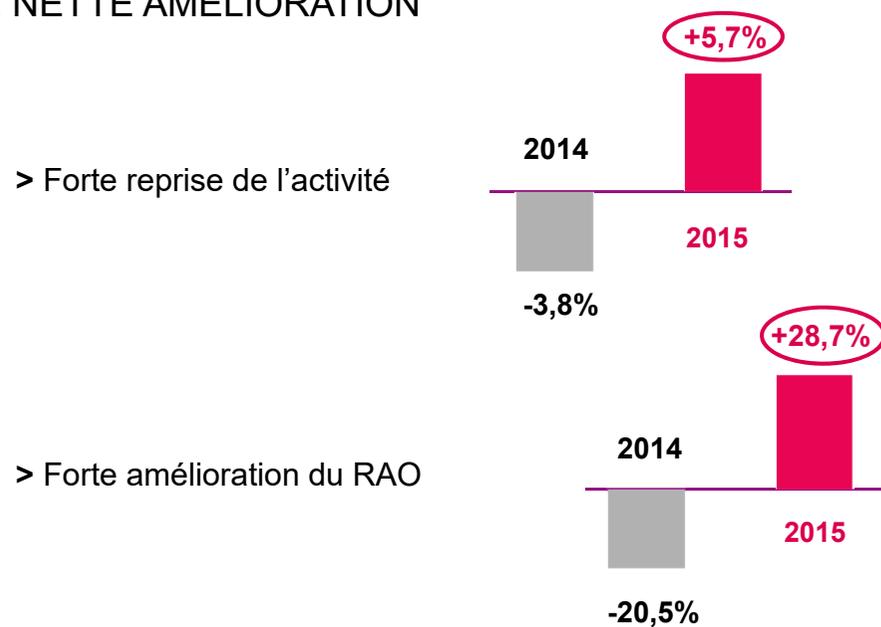


> Le poids du Digital atteint l'objectif de 50% dès le S2 2015



IV. FAITS MARQUANTS

BENELUX : NETTE AMELIORATION



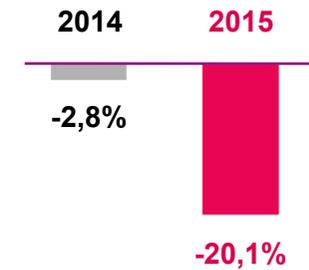
► Une réorganisation associée à une maîtrise des coûts et au retour de la croissance permettent une forte amélioration du RAO



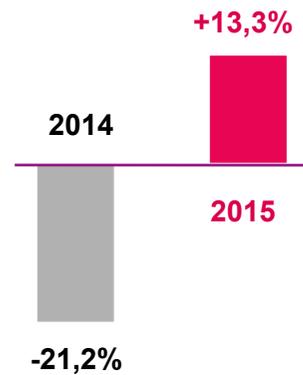
IV. FAITS MARQUANTS

AUTRES PAYS

> Royaume-Uni : repli marqué en raison d'une baisse d'activité des clients domestiques mais avec une dégradation moindre au S2 (-10,2%)



> Espagne : retour de la croissance grâce au Digital



> Italie : lancement des activités mobiles avec la création d'une filiale détenue à 70%

> Europe Centrale : retour à l'équilibre du résultat mis en équivalence



IV. FAITS MARQUANTS



Solutions pour générer du trafic vers un point de vente

- > MOBILE : PUSH SMS / NOTIFICATIONS / MCOUPONS
- > DESKTOP : MÉDIAS & PROMOS / WEBCOUPONS / E-MAILING
- > RÉSEAUX SOCIAUX : MÉDIAS & ACTIVATIONS / COMMUNITY MANAGEMENT

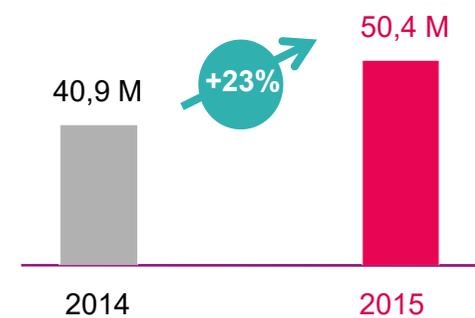


IV. FAITS MARQUANTS

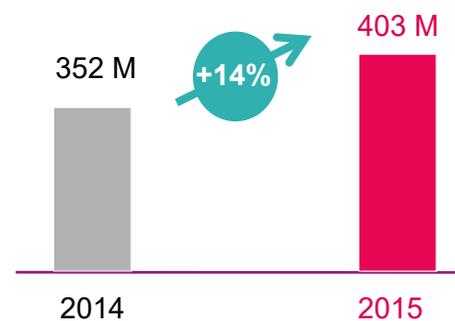
DRIVE TO STORE

> DES SOLUTIONS 100% DIGITALES EN FORTE CROISSANCE

Indicateurs clés de digitalisation



Volume d'émission de coupons digitaux



Volume de push SMS / notifications envoyés



IV. FAITS MARQUANTS



TRÈS FORTE ACCÉLÉRATION DES ACTIVITES MARKETING MOBILE (MB +51%)

> SMS ET NOTIFICATIONS



> PRIXING

1^{ère} application d'aide au shopping,
au cœur des stratégies multicanales et des
programmes CRM des marques et enseignes :

Nestlé Kellogg's BRAUN ORANGINA P&G
franprix Auchan



IV. FAITS MARQUANTS



1^{ère} CAMPAGNE DISPLAY PROGRAMMATIQUE MOBILE **franprix**

> RELAYER DES PRODUITS EN PROMO PRÉSENTS SUR LE PROSPECTUS FRANPRIX
À TRAVERS DES BANNIÈRES GÉO-CIBLÉES SUR PLUS DE 500 APPLIS MOBILES
DANS LA ZONE DE CHALANDISE DES MAGASINS FRANPRIX

+ DE 20 MILLIONS D'IMPRESSIONS
SUR 12 JOURS

PARCOURS
SHOPPER

AFFICHAGE SUR
+ DE 500 APPLIS MOBILES



PAGE D'ARRIVÉE
APRÈS LE CLIC



AU CLIC : 2 OPTIONS
OFFRES / STORE LOCATOR



IV. FAITS MARQUANTS



BRAND CONTENT ET MÉDIAS CIBLÉS SUR LES RESEAUX SOCIAUX (MB +18%)



ANIMATION DE COMMUNAUTÉS
 TRAFIC ET ACTIVATION
 ACHAT D'ESPACE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

TGV POP :
 1^{ère} PLATEFORME COLLABORATIVE
 pour décider du départ d'un train



600 000 VISITES
 27 000 VOTES
 45 000 RÉSERVATIONS

NUXE
 CONCOURS PHOTOS RÉSEAUX SOCIAUX
 + STREET MARKETING



LES ECHOS
 ACHAT MÉDIAS FACEBOOK
 > CREATION DE TRAFIC



500 000 VISITES sur le
 site LES ECHOS

IV. FAITS MARQUANTS



OPÉRATION DRIVE TO STORE MULTICANALE



17 MILLIONS DE CONTACTS CIBLÉS

TAUX DE CONVERSION (IMPRESSION DE COUPONS / V.U) : 32%

Appli shopping



Displays sur sites partenaires



Newsletters



E-mailing



IV. FAITS MARQUANTS



ACQUISITION DE 100% DE CAPITALDATA :

CA : 0,6 M€

10 COLLABORATEURS

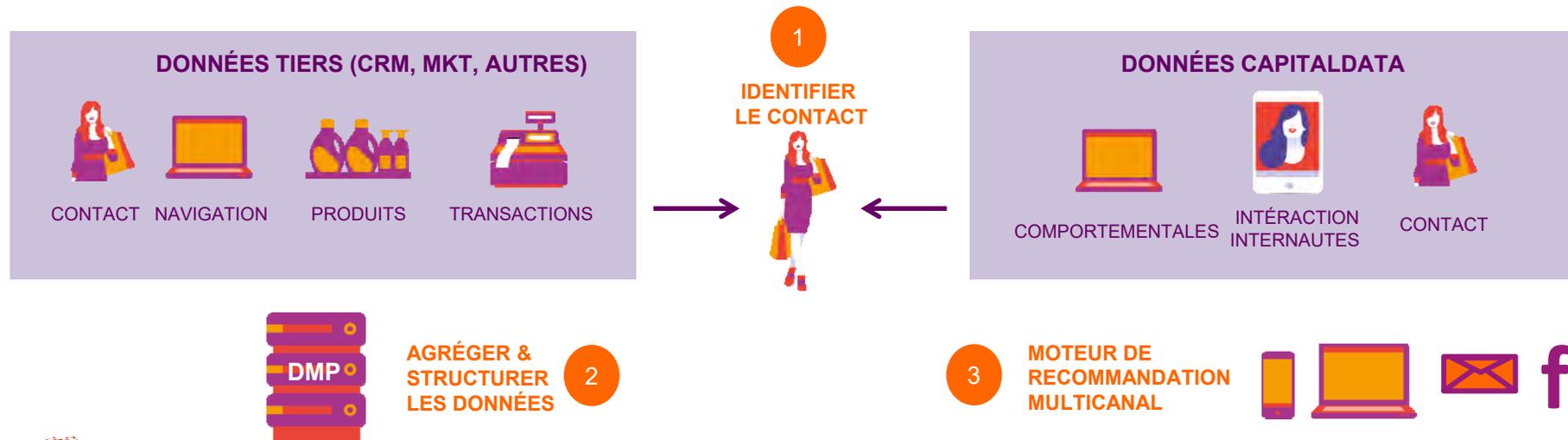
PRINCIPAUX CLIENTS :

voyage
prive
.com

Nestlé
Croquons
la Vie

> AUTOMATISER ET HYPER-PERSONNALISER LES MESSAGES

DMP (DATA MANAGEMENT PLATFORM) + MOTEUR DE RECOMMANDATION + CONNECTEURS CROSS CANAL



IV. FAITS MARQUANTS

Solutions permettant d'augmenter les ventes
et de fidéliser dans un point de vente

POINTS DE VENTE PHYSIQUES :

- > MÉDIAS
- > COUPONS ET PROMOS

E-COMMERCE :

- > DISPLAY
- > E-COUPONS ET E-PROMOS
- > E-MERCHANDISING

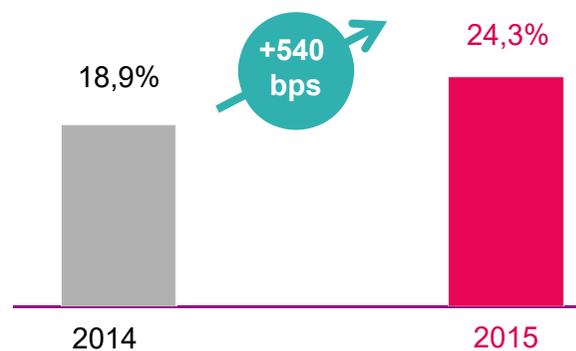


IV. FAITS MARQUANTS

IN-STORE

> PROGRESSION DE LA DIGITALISATION

Indicateur clé de suivi



Part du digital dans les Solutions In-store



IV. FAITS MARQUANTS



POINTS DE VENTE PHYSIQUE

COUPONS ET MÉDIAS

Stabilisation des activités coupons et médias en points de vente physique en France et en Belgique

Poursuite de la collaboration avec :



Redémarrage de la collaboration avec :

MONOPRIX



COUPONS ET MÉDIAS DIGITAUX



Test borne tactile médias et coupons
Load-to-Card avec technologie NFC

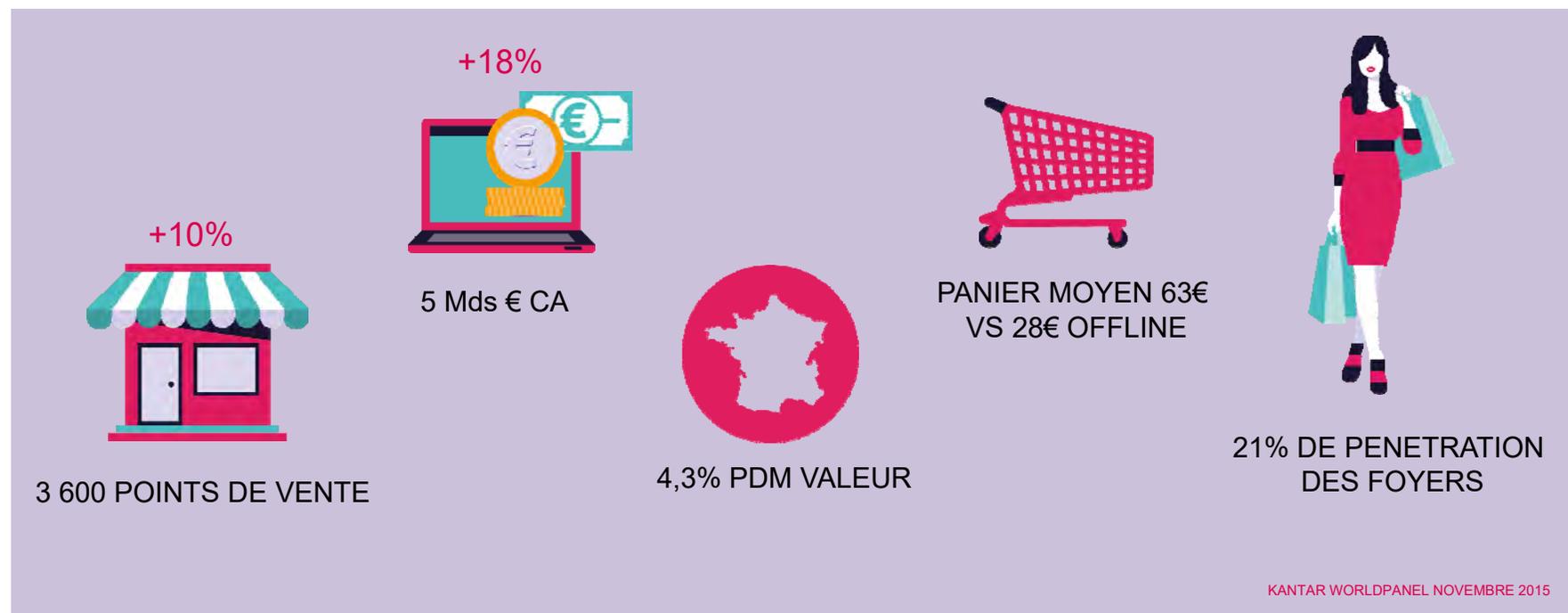
E.Leclerc

IV. FAITS MARQUANTS



E-COMMERCE

EN 2015, LE DRIVE EST INSTALLÉ DANS LES USAGES EN FRANCE



IV. FAITS MARQUANTS



E-COMMERCE

SITE DE DRIVE : UNE OFFRE UNIQUE



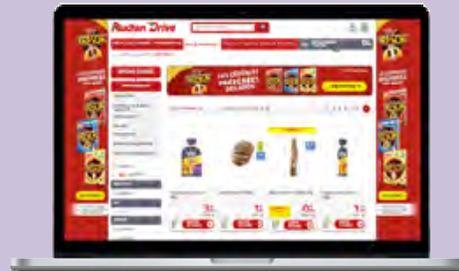
DISPLAY



COUPONS



JEU ET TEMPS FORTS



PERSONNALISATION

80% DU MARCHÉ



IV. FAITS MARQUANTS



E-COMMERCE

SITE DE DRIVE : PUBLICITÉ PERSONNALISÉE
> UNE 1ÈRE EN FRANCE



AFFICHAGE DYNAMIQUE DE LA PUBLICITÉ, DÉCLENCHÉ EN FONCTION DU PROFIL SHOPPER,
SUR DES CIBLES EN AFFINITÉ AVEC LA MARQUE



IV. FAITS MARQUANTS

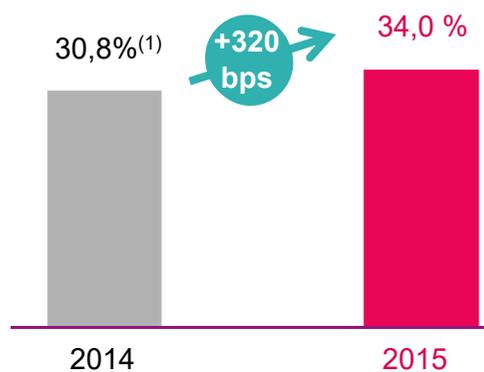


Solutions de gestion et de traitement de data marketing

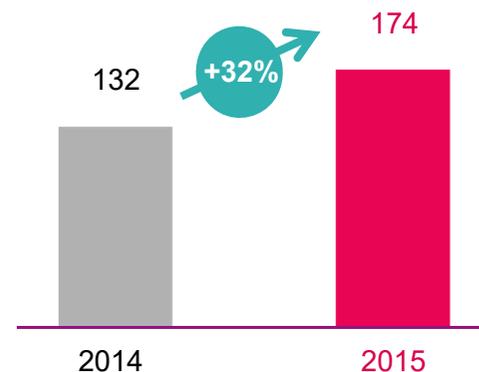
- > TRAITEMENT DES COUPONS DE RÉDUCTION PAPIER ET DIGITAUX
- > GESTION DES OFFRES PROMOTIONNELLES PAPIER ET DIGITALES
- > COLLECTE & ANALYSE DE DATAS

IV. FAITS MARQUANTS

> INDICATEURS DE DIGITALISATION



Part du digital dans les solutions DATA



Nombre d'opérations d'e-ODR

(1) PCC : voir définition p.2.

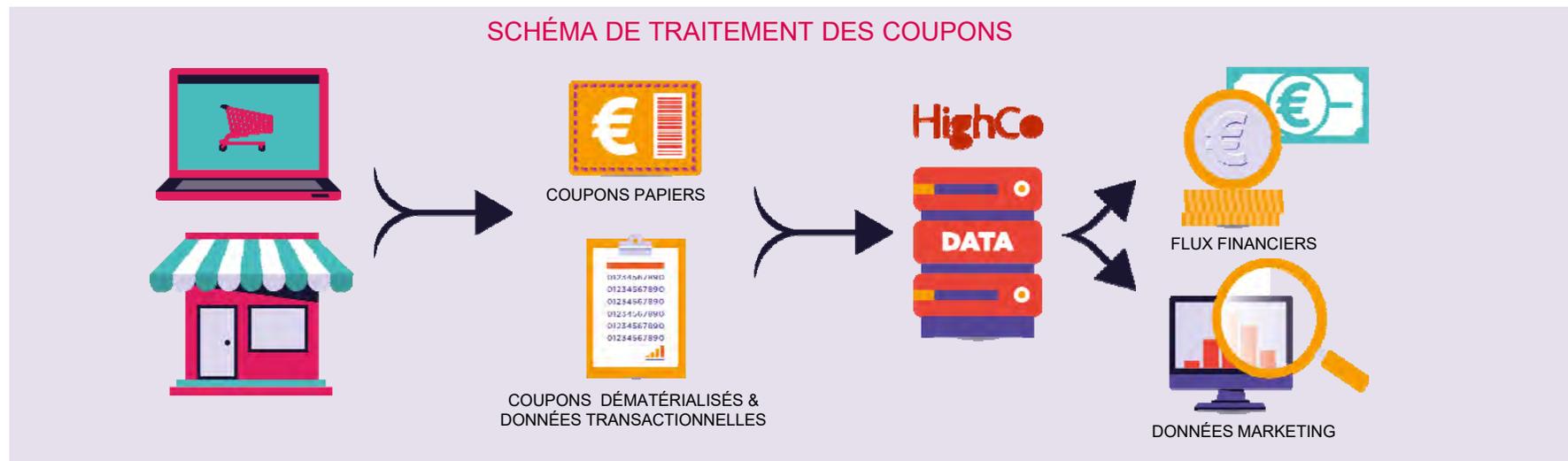


IV. FAITS MARQUANTS

TRAITEMENT DES COUPONS

BAISSE DES VOLUMES DES COUPONS PAPIERS TRAITÉS EN FRANCE ET EN BELGIQUE

HAUSSE DU VOLUME DE TRAITEMENT DÉMATÉRIALISÉ AVEC LES SITES DE E-COMMERCE ALIMENTAIRE EN FRANCE



IV. FAITS MARQUANTS

GESTION DES OPÉRATIONS PROMOTIONNELLES POUR LES MARQUES ET LES DISTRIBUTEURS

BELGIQUE

NOUVEAU CONTRAT DE GESTION DES PROMOS DISTRIBUTEURS POUR INTERMARCHÉ



FRANCE

POURSUITE DE LA CROISSANCE ET DE LA DIGITALISATION



OPÉRATION « 100% REMBOURSÉ »



GRAND JEU « 65 ANS »



- > 40 M€ à gagner
- > 80 millions de cartes distribuées
- > 650 000 connexions sur le drive



IV. FAITS MARQUANTS



IV. FAITS MARQUANTS



EN 2015, HIGHCO S'EST ASSOCIÉ
À ANAXAGO (PLATEFORME DE CROWDFUNDING)
POUR CRÉER LE 1^{ER} CONCOURS DE START-UPS DÉDIÉ AU RETAIL



80 DOSSIERS REÇUS, 6 FINALISTES SUR SCENE



UN JURY PRESTIGIEUX



4 PARTENAIRES PRESSE



1^{ER} PRIX

SOLUTION DE VEILLE IN
STORE COLLABORATIVE



PRIX SPECIAL

SOLUTION DE
RECYCLAGE
DES INVENDUS



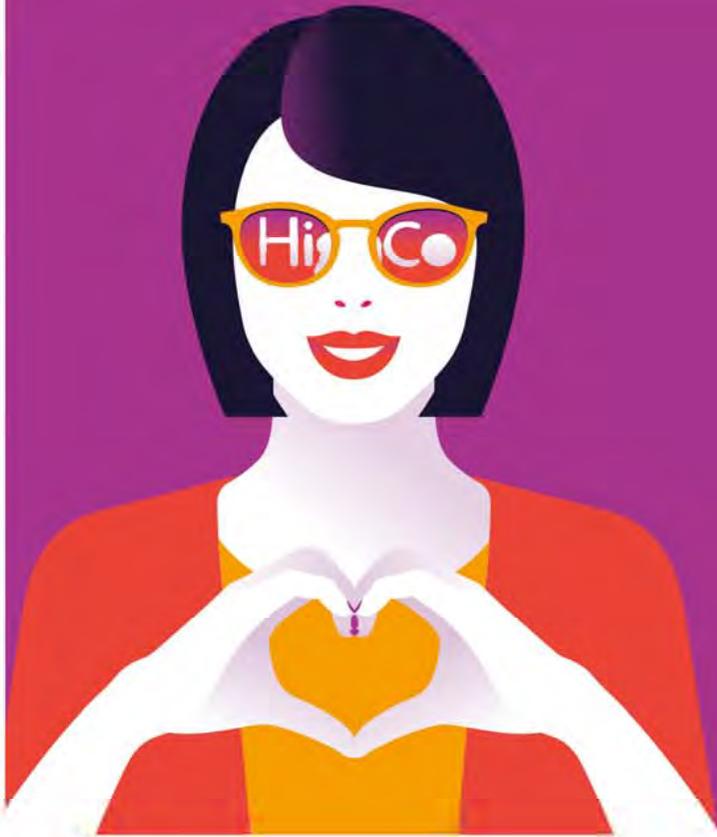
IV. FAITS MARQUANTS



EN INTERNE, HIGHCO LANCE UN CHALLENGE INNOVATION AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DE SES COLLABORATEURS

63 DOSSIERS REÇUS, 180 COLLABORATEURS PARTICIPANTS, 12 EQUIPES FINALISTES SUR SCENE





- I. MESSAGES CLÉS
- II. PERFORMANCES FINANCIÈRES
- III. MISSION ET AXE STRATÉGIQUE PRIORITAIRE
- IV. FAITS MARQUANTS

V. GUIDANCES

V. GUIDANCES 2016

<p>CROISSANCE DE LA MARGE BRUTE > +4% PCC (2015 : +5,5% PCC)</p>	<p>CROISSANCE DU RAO ≥ +10% (RAO 2015 : 11,15 M€)</p>	<p>HAUSSE DE LA MARGE OPÉRATIONNELLE ≥ +80 bps (RAO/MB) (2015 : 14,8%)</p>	<p>CROISSANCE DU BNPA ≥ +10% (BNPA 2015 : 0,65 €)</p>
<p>CAPEX [1,5 - 2,0] M€ (2015 : 1,58 M€)</p>	<p>RACHAT D' ACTIONS [0,5 - 1,0] M€ (2015 : 0,50 M€)</p>	<p>POURSUITE DES ACQUISITIONS ET DES PRISES DE PARTICIPATIONS (DIGITAL ET DATA)</p>	<p>PART DU DIGITAL > 45% en 2016 > 50% en 2017 (2015 : 41,3%)</p>



CONCLUSION

Les excellentes performances du Digital en 2015 valident notre stratégie et nous confortent dans nos perspectives de croissance rentable.



The logo features the text "HighCo" in a white, sans-serif font. The letter "i" has a white dot. The text is centered within a solid red square. This square is surrounded by a white, particle-like trail that radiates outwards, creating a sense of motion or energy.

HighCo

RÉPARTITION DE LA MARGE BRUTE 2015 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

en K€ (sauf résultats par action)	31/12/15	31/12/14
Chiffre d'affaires	154 730	129 784
Achats consommés et charges externes	(96 809)	(76 039)
Charges de personnel (dont frais de restructuration 2015 : 666 K€ ; 2014 : 745 K€)	(44 038)	(41 852)
Impôts et taxes	(1 194)	(1 482)
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions	(1 570)	(1 301)
Autres produits d'exploitation	440	824
Autres charges d'exploitation	(1 079)	(1 158)
Résultat opérationnel courant	10 480	8 776
Autres produits et charges opérationnels	69	95
Résultat opérationnel	10 549	8 871
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie	155	194
Coût de l'endettement financier brut	(249)	(134)
Coût de l'endettement financier net	(94)	60
Autres produits financiers	154	151
Autres charges financières	(1)	(82)
Charge d'impôt	(3 852)	(3 056)
Quote-part dans le résultat des entreprises associées et coentreprises	58	(3 480)
Résultat net des activités poursuivies	6 814	2 464
Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession	-	-
Résultat net	6 814	2 464
– attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère	6 773	2 426
– participations ne donnant pas le contrôle	41	38
Résultat des activités ordinaires (RAO) : résultat opérationnel courant (ROC) hors frais de restructuration	11 146	9 521
Résultat net par action en € (1)	0,66	0,24
Résultat net dilué par action en € (2)	0,66	0,24
Résultat net attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère par action en € (1)	0,65	0,23
Résultat net dilué attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère par action en € (2)	0,65	0,23

(1) Basé sur un nombre de titres moyen de 10 378 189 au 31/12/15 et de 10 388 461 au 31/12/14.

(2) Basé sur un nombre de titres moyen dilué de 10 378 189 au 31/12/15 et de 10 391 808 au 31/12/14.

BILAN CONSOLIDÉ

Actif (en K€)	31/12/15	31/12/14
Actif non courant		
Écarts d'acquisition nets	76 876	76 430
Immobilisations incorporelles nettes	2 991	2 929
Immobilisations corporelles nettes	2 881	3 045
Participations dans les entreprises associées et coentreprises	2 046	1 979
Autres actifs financiers non courants nets	1 453	1 335
Impôts différés actifs nets	1 066	986
Total actif non courant	87 313	86 704
Actif courant		
Stocks et en-cours nets	185	300
Avances et acomptes versés	977	679
Clients et comptes rattachés nets	44 220	59 192
Autres actifs courants nets	6 275	4 585
Créances d'impôt exigibles	223	946
Créances fiscales	7 106	8 448
Trésorerie et équivalents de trésorerie	55 263	46 554
Total actif courant	114 249	120 704
Actifs destinés à être cédés	33	33
Total actif	201 595	207 441

Passif (en K€)	31/12/15	31/12/14
Capitaux propres		
Capital social	5 605	5 605
Prime d'émission, de fusion, d'apport	26 129	26 129
Réserves consolidées	35 999	34 983
Résultat de l'exercice	6 773	2 426
Capitaux propres part du Groupe	74 506	69 143
Participations ne donnant pas le contrôle	43	3
Total capitaux propres	74 549	69 146
Passif non courant		
Dettes financières	11 527	485
Provisions pour risques et charges	1 694	1 595
Autres passifs non courants	-	-
Total passif non courant	13 221	2 080
Passif courant		
Dettes financières	2 963	14 863
Provisions pour risques et charges	520	806
Fournisseurs et autres créditeurs	37 012	50 594
Autres passifs courants	63 041	57 450
Dettes d'impôt exigibles	825	862
Dettes fiscales	9 445	11 621
Total passif courant	113 806	136 196
Total dettes	127 027	138 276
Passifs liés aux actifs destinés à être cédés	19	19
Total passif	201 595	207 441

TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ

En K€	31/12/15	31/12/14
Résultat net	6 814	2 464
Résultat des activités abandonnées	-	-
Dotations et reprises	1 564	1 379
Charges et produits calculés liés aux paiements en actions	(21)	21
Dividendes	-	-
Réévaluation (juste valeur)	(69)	(161)
Quote-part dans le résultat des entreprises associées et coentreprises	(58)	3 480
Impôts différés	(131)	630
Résultat net de cession d'actifs	(31)	11
Capacité d'autofinancement consolidée	8 068	7 824
Variation du besoin en fonds de roulement des activités ordinaires	5 121	3 968
Variation de la trésorerie des activités ordinaires	13 189	11 792
Acquisitions d'immobilisations	(1 583)	(1 333)
Cessions d'immobilisations	128	164
Variation des autres immobilisations financières	(77)	(681)
Trésorerie nette affectée aux acquisitions de filiales	(57)	(1 916)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement	(1 589)	(3 766)
Augmentation de capital	-	3
Dividendes versés	(1 560)	(1 569)
Souscription d'emprunts	15 050	2 100
Remboursement d'emprunts	(15 928)	(2 218)
Levée de stock-options	-	-
Acquisitions nettes d'actions propres	(501)	(507)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement	(2 939)	(2 191)
Incidence de la variation des taux de change	69	71
Variation de la trésorerie	8 730	5 906
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	46 534	40 628
Incidence IFRS 5 sur les disponibilités	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	55 263	46 534
Variation	8 730	5 906

RELATIONS INVESTISSEURS - CALENDRIER



Olivier MICHEL

Directeur Général

comfi@highco.com

Adresses

• 8, rue de la Rochefoucauld
75009 Paris
Tél. : 01 77 75 65 06

• Siège social :
365, avenue Archimède, CS 60346
13 799 Aix en Provence Cedex
Tél. : 04 42 24 58 24

Calendrier 2016

T1 2016 (MB)	26 avril 2016
T2/S1 2016 (MB)	19 juillet 2016
Résultats S1 2016	31 août 2016
Conférence téléphonique S1 2016	1 ^{er} septembre 2016
T3 2016 (MB)	19 octobre 2016
T4/FY 2016 (MB)	24 janvier 2017

Toutes les publications auront lieu après bourse.