

Aix-en-Provence, le 21 juillet 2022 (18h)

HIGHCO : CROISSANCE D'ACTIVITÉ AU T2 CONFORME AUX ANTICIPATIONS (MB +1,5%) ; RESULTATS SEMESTRIELS ESTIMES EN HAUSSE

Croissance d'activité au T2/S1 2022 tirée par la France et le Mobile

- Marge brute (MB) T2 2022⁽¹⁾ de 19,51 M€ en progression de 1,5% à données publiées et à PCC⁽²⁾.
- MB S1 2022⁽¹⁾ de 38,31 M€ en hausse de 1,3% à données publiées et à PCC⁽²⁾.
- Activités digitales en croissance (T2 PCC à +0,1% ; S1 PCC à +2,8%) et bonne résistance des activités *offline* (T2 PCC à +4,4% ; S1 PCC à -1,3%).
- Croissance solide des activités en France (T2 PCC à +3,4% ; S1 PCC à +2,2%) et repli à l'International (T2 PCC à -9,5% ; S1 PCC à -3,9%).

Résultats semestriels 2022 : RAO ajusté⁽³⁾ et marge opérationnelle ajustée⁽³⁾ attendus en hausse

Guidances 2022 réitérées

Retour à l'actionnaire : annulation de 8,77% du capital

Start-up studio HighCo Venturi : investissement dans une plateforme d'influenceurs et point d'avancée sur les projets déjà amorcés

Marge brute (en M€) ⁽¹⁾	2022	2021	Variation 2022 / 2021
T1	18,80	18,59	+1,1%
T2	19,51	19,21	+1,5%
S1	38,31	37,80	+1,3%

(1) Procédures d'examen limité des Commissaires aux Comptes en cours.

(2) 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).

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

Didier CHABASSIEU, Président du Directoire : « Avec une croissance de la marge brute de 1,3% au premier semestre, HighCo affiche un niveau d'activité en ligne avec ses attentes. Confirmant les tendances du premier trimestre, la croissance enregistrée au deuxième trimestre est principalement portée par le fort dynamisme des activités Mobile (+21%) et la hausse des volumes de coupons traités en France. Dans un environnement économique toujours incertain, le Groupe résiste donc bien. A ce stade, l'accroissement des tensions inflationnistes représente un impact positif limité sur les activités de HighCo. »

CROISSANCE D'ACTIVITE AU T2/S1 2022 TIREE PAR LA FRANCE ET LE MOBILE

Après un T1 2022 en légère hausse (+1,1% PCC), **HighCo est en croissance d'activité au T2 2022 et affiche une progression de sa marge brute de 1,5% à 19,51 M€.**

Dans la continuité du T1, cette croissance d'activité s'explique principalement par :

- la croissance à deux chiffres du **Mobile** (+20,9%) ;
- la dynamique toujours solide du **traitement des coupons** dont les volumes sont en hausse (+8%) ;
- la baisse des activités de gestion des offres promotionnelles traditionnelles ;
- le repli de l'activité sur les métiers d'agences.

Au T2 2022, le Digital ressort stable (+0,1%). Les activités *offline* rebondissent avec une croissance de +4,4% sur le trimestre.

Ainsi, **au S1 2022, les activités du Groupe s'affichent en progression de +1,3% à 38,31 M€.** Le Digital, en hausse de +2,8% sur le semestre, est tiré par la très forte croissance des activités Mobile (+21,1%). Sa part dans la marge brute du Groupe progresse, passant de 64,3% au S1 2021 à 65,3% au S1 2022.

Par ailleurs, le chiffre d'affaires du Groupe au S1 2022 s'élève à 72,7 M€.

Croissance solide en France et repli à l'International

FRANCE	Marge brute (en M€)		Variation 2022 / 2021	% Marge brute globale
	2022	2021		
T1	16,14	15,98	+1,0%	85,9%
T2	17,05	16,50	+3,4%	87,4%
S1	33,19	32,48	+2,2%	86,7%

En France, la croissance de la marge brute au T2 2022 est plus solide qu'au T1 et s'affiche en hausse de +3,4% à 17,05 M€. Les principaux facteurs de cette croissance sont les mêmes qu'au T1 : une croissance à deux chiffres des activités **Mobile** (+18,6%), la forte hausse des volumes de **coupons traités** (+16%), alors que les activités de gestion des offres promotionnelles traditionnelles et les métiers d'agence sont en baisse.

Le S1 2022 s'affiche ainsi en croissance de +2,2%, la France représentant sur le semestre 86,7% de la marge brute du Groupe. **Les activités digitales sont en hausse de +4,1% sur le semestre** et leur part progresse pour représenter 65,9% de la marge brute. Cette croissance du Digital est portée par le Mobile qui représente désormais plus du quart des activités en France (26,2%). Impactées par la perte d'un client « agence », les activités *offline* résistent et s'affichent en repli de 1,2% sur le semestre.

INTERNATIONAL	Marge brute (en M€)		Variation 2022 / 2021	% Marge brute globale
	2022	2021		
T1	2,65	2,61	+1,8%	14,1%
T2	2,46	2,71	-9,5%	12,6%
S1	5,11	5,32	-3,9%	13,3%

A l'International, la marge brute au T2 2022 est en repli de 9,5% à 2,46 M€ et représente 12,6% de la marge brute du Groupe.

En Belgique, la marge brute recule de 16,4%, impactée par la forte baisse du volume de **coupons de réduction traités** et la poursuite du ralentissement des activités de gestion des offres promotionnelles.

Avec une croissance à nouveau à deux chiffres (+56,8%), les activités dans les **autres pays** (Espagne & Italie) sont toujours très dynamiques et représentent désormais 2,1% de la marge brute du Groupe.

Sur le S1 2022, les activités à l'International sont ainsi en repli de 3,9% à 5,11 M€ et représentent 13,3% de la marge brute du Groupe. La part du Digital dans les activités internationales représente 61,1% de la marge brute.

RESULTATS SEMESTRIELS 2022 ATTENDUS EN HAUSSE

Sur la base des travaux de clôture des comptes en cours, le Groupe anticipe :

- une hausse du RAO ajusté⁽³⁾ comprise entre 3% et 5% (S1 2021 : 9,50 M€) ;
- une progression de la marge opérationnelle ajustée⁽³⁾ (S1 2021 : 25,1%).

La publication des résultats semestriels 2022 aura lieu le mercredi 24 août prochain (après la clôture des marchés). Une conférence téléphonique (analystes) se tiendra le jeudi 25 août à 11 heures.

GUIDANCES 2022 REITEREES

La croissance d'activité publiée au T2 2022 et la progression anticipée des résultats semestriels permettent au Groupe de réitérer ses guidances 2022 :

- une légère croissance de la marge brute (MB 2021 : 76,52 M€) ;
- une progression de la marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB) de 50 points de base (marge opérationnelle ajustée 2021 : 20,3%).

RETOUR A L'ACTIONNAIRE : ANNULATION DE 8,77% DU CAPITAL

Dans le cadre de sa politique de retour à l'actionnaire, il est rappelé que la société a procédé, en date du 2 juillet dernier, à la **réduction de son capital social** de 982 964,50 euros par annulation de 1 965 929 actions auto-détenues, soit **8,77% du capital social**. Depuis cette date, le **capital social de HighCo s'élève à 10 227 701,50 euros**, divisé en 20 455 403 actions.



START-UP STUDIO HIGHCO VENTURI : INVESTISSEMENT DANS UNE PLATEFORME D'INFLUENCEURS ET POINT D'AVANCEE SUR LES PROJETS DEJA AMORCES

Actuellement, le start-up studio focalise sa mission sur la mutation des métiers historiques du Groupe en lien avec **la promotion** et sur le développement de solutions plus disruptives notamment dans les domaines de **l'influence** et du **Web3**. Parmi les projets en cours, trois start-up ont réalisé des avancées depuis le début de l'année.

Coupon de réduction mobile universel – HighCo Nifty

HighCo Nifty poursuit son déploiement en pharmacie. Actuellement, 4 000 officines sont en capacité de lire et d'accepter les coupons de réduction HighCo Nifty en caisse. Conformément aux objectifs, 6 000 points de vente seront couverts à la fin de l'année. En parallèle, des discussions sont en cours avec plusieurs enseignes de distribution alimentaire.

Plateforme SaaS de gestion centralisée des promotions – Unipromo

La plateforme **Unipromo**, à destination des distributeurs, est en cours de développement. La livraison d'une première version est prévue pour le T4 2022. Pour rappel, le Groupe a investi dans de ce projet depuis sa création à hauteur de 0,5 M€ pour un tiers du capital.

Plateforme d'influenceurs – FDBK

FDBK est une plateforme qui permet aux influenceurs d'être mis en relation avec des particuliers afin de leur apporter des conseils personnalisés dans le cadre d'un échange à distance. Ce type de collaboration, inédit sur le marché, est très attractif pour les influenceurs qui pourront accéder à une nouvelle source de revenu, ne nécessitant pas la création de contenus additionnels.

FDBK est accompagnée par le start-up studio depuis sa création. **Le Groupe vient d'investir 0,65 M€ dans cette start-up** dont il détient désormais 65% du capital.

A propos de HighCo

Expert en data marketing et communication, HighCo innove en permanence pour relever avec les marques et retailers les challenges du commerce de demain.

Cotée sur le compartiment C d'Euronext Paris, et éligible au dispositif « PEA-PME », HighCo compte plus de 500 collaborateurs et est classée « Platinum » par EcoVadis, faisant partie du top 1% des entreprises les plus performantes en termes de RSE et d'achats 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.**

Résultats semestriels 2022 : Mercredi 24 août 2022

Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2022 : Jeudi 25 août 2022

Marge brute T3 et 9 mois 2022 : Mercredi 19 octobre 2022

Marge brute T4 et 12 mois 2022 : Mercredi 25 janvier 2023



European Rising Tech
LABEL



HighCo fait partie des indices CAC® Small (CACS), CAC® Mid&Small (CACMS), CAC® All-Tradable (CACT), Euronext® Tech Croissance (FRTPR) et Euronext® PEA-PME 150 index (ENPME).

ISIN : FR0000054231

Reuters : HIGH.PA

Bloomberg : HCO FP

Retrouvez nos communiqués et avis financiers sur www.highco.com