



Paris, le 21 avril 2009

## 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2009 : STABILITE DE LA MARGE BRUTE A PERIMETRE COMPARABLE

- Marge brute T1 de 17,22 M€, en hausse de 5,8% à données publiées et de 0,2% à périmètre comparable
- Fort dynamisme du « Digital » et évolution contrastée sur le « Point de vente »

(en M€)	2009	2008 PF**	2008 Publié	Variation N / N-1**
Marge brute*	17,22	17,19	16,27	+0,2%

\* Données non auditées

\*\* A périmètre comparable : Données 2008 pro forma intégrant BleuRoy.com et VMS (ex-Valassis France) au 1<sup>er</sup> janvier 2008

### Analyse de la marge brute

La marge brute du 1<sup>er</sup> trimestre 2009 s'élève à 17,22 M€, en hausse de 5,8% par rapport à la marge brute du 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

A périmètre comparable, en intégrant la marge brute de BleuRoy.com et de VMS (ex Valassis France) au 1<sup>er</sup> trimestre 2008, la marge brute a progressé de 0,2% sur le trimestre écoulé.

Ce 1<sup>er</sup> trimestre 2009 marque donc un ralentissement de la croissance de la marge brute, conformément aux anticipations formulées lors de la présentation des résultats annuels le 26 mars dernier. Il confirme également la bonne résistance des activités de HighCo dans un contexte où les grands indicateurs publicitaires en France sont en baisse de 5,6% au T1 (source : indicateurs avancés TNS media intelligence Mars 09) et où les perspectives de baisse du marché en Europe de l'Ouest sont désormais estimées à -6,7% pour 2009 (source : ZenithOptimedia, avril 2009).

### Faits marquants du trimestre

Dans ce contexte économique difficile, les activités « point de vente » ont connu une évolution contrastée sur le trimestre :

- les activités de **clearing** (traitement de coupons de réduction et des offres promotionnelles) ont connu une bonne performance, les consommateurs étant plus que jamais à l'affût des promotions,
- les activités de **merchandising, animation des ventes et trade marketing** en France sont impactées par la mise en œuvre de la loi de modernisation de l'économie (« LME ») qui modifie les relations entre les marques de la grande consommation et les principaux distributeurs.

Les activités « digital » poursuivent leur forte croissance avec notamment un grand dynamisme des activités d'e-couponing et de conception de sites internet pour les clients du Groupe.

## Assemblée générale 2009

L'assemblée générale annuelle des actionnaires se tiendra le lundi 8 juin 2009 à Aix-en-Provence. Il y sera proposé la distribution d'un dividende de 0,10€ par action, dont la mise en paiement est prévue le 9 juillet 2009.

## *A propos de HighCo*

*HighCo est un groupe de Solutions Marketing digitales et off-line, spécialisé dans la grande distribution et la grande consommation. HighCo compte près de 850 collaborateurs en France, au Benelux, en Espagne et en Italie. HighCo est coté au compartiment C d'Euronext Paris.*

### *Vos contacts*

*Olivier Michel*  
*Directeur général et financier*  
*+33 1 77 75 65 06*  
[\*comfi@highco.fr\*](mailto:comfi@highco.fr)

*Cynthia Guillemin*  
*Relations Presse*  
*+331 77 75 65 16*  
[\*c.guillemin@highco.fr\*](mailto:c.guillemin@highco.fr)

### *Prochains rendez-vous*

*Marge brute T2/S1 2009*  
*Résultats S1 2009*

*16 juillet 2009 (après Bourse)*  
*26 août 2009 (après Bourse)*

**HCO**  
**LISTED**  
**NYSE**  
**EURONEXT.**

*HighCo fait partie des indices CAC Small190, CAC Mid&Small 190 et SBF250.*

*ISIN: FR0000054231*  
*Reuters: HIGH.PA*  
*Bloomberg: HCO FP*

*Retrouvez nos communiqués et avis financiers sur [www.highco.fr](http://www.highco.fr)*