



Paris, le 23 octobre 2012

**Amélioration de tendance d'activité au 3<sup>ème</sup> trimestre dans un marché toujours difficile**

- Marge brute T3 de 17,02 M€, en hausse de 1,1% à données publiées, de -4,4% à données comparables<sup>(1)</sup>
- Marge brute 9 mois de 53,88 M€, en baisse de -1,4% à données publiées, de -8,8% à données comparables<sup>(1)</sup>
- Maintien de l'objectif de stabilité du BNPA<sup>(2)</sup> 2012 vs 2011

Marge Brute (en M€)	2012 <sup>(3)</sup>	2011	Variation N/N-1	Variation N / N-1 PCC <sup>(1)</sup>
T1	18,01	18,24	-1,2%	-8,8%
T2	18,85	19,55	-3,6%	-12,5%
T3	17,02	16,84	+1,1%	-4,4%
<b>Total 9 mois</b>	<b>53,88</b>	<b>54,63</b>	<b>-1,4%</b>	<b>-8,8%</b>

(1) A périmètre comparable en incluant POS Media, MRM et RC Medias à compter du 1er janvier 2011, la cession des activités de « Field Marketing in-store » au 1<sup>er</sup> janvier 2011, et à taux de change constants

(2) BNPA (Bénéfice Net Par Action) : Résultat net / nombre moyen d'actions

(3) Données non auditées

**Richard Caillat, Président du Directoire :** « *Comme annoncé précédemment, nous notons une amélioration de la tendance d'activité au 3<sup>ème</sup> trimestre. Nous poursuivons notre déploiement stratégique dans le Digital et à l'International. Sur la base des tendances observées au T3 et d'une gestion rigoureuse de nos coûts, le bénéfice net par action 2012 devrait être proche de celui de 2011.* »

**Analyse de la marge brute**

La marge brute du 3<sup>ème</sup> trimestre 2012 s'élève à 17,02 M€, en progression de 1,1% à données publiées et de -4,4% à périmètre et change comparables. Comme annoncé le 28 août dernier, ce 3<sup>ème</sup> trimestre bénéficie d'un effet de base plus favorable qui permet une inflexion de tendance sur le 2<sup>ème</sup> semestre 2012.

La marge brute cumulée au 30 septembre 2012 s'élève à 53,88 M€, en retrait de -1,4% à données publiées et de -8,8% à périmètre et change comparables.

Au niveau géographique, l'inflexion de tendance est plus marquée en France, avec une marge brute cumulée sur 9 mois de 30,27 M€ (-6,3% à données comparables contre -8,8% au 1<sup>er</sup> semestre), qu'à l'international (Belgique & nouveaux pays) où la marge brute s'élève à 23,61 M€, en retrait de -11,9% à données comparables (comparativement à -13% au 1<sup>er</sup> semestre).

Les activités DATA enregistrent ce trimestre une meilleure performance que les activités SHOPPER.

**Le marché des dépenses de communication a quant à lui continué de se dégrader depuis juin, comme le montrent les dernières études de :**

- Zenithoptimedia, qui vient de revoir à la baisse sa prévision des dépenses de communication en Europe de l'Ouest pour 2012 comparativement à 2011, de +0,4% (estimation de juin 2012) à -0,7% (estimation de septembre 2012) ;
- Kantar Media, qui note que les annonceurs restent frileux en France, avec un recul de tous les médias, hors télévision, en septembre 2012 comparativement à septembre 2011.

### Faits marquants et perspectives

**Le groupe poursuit la mise en œuvre de sa stratégie Digital et International** toujours dans l'objectif d'atteindre à moyen terme une proportion de 30% de sa marge brute dans le Digital et de 20% dans les nouveaux pays (Espagne, Royaume-Uni et Europe centrale).

Au regard des tendances observées sur le 3<sup>ème</sup> trimestre, et de la poursuite d'une politique de gestion rigoureuse de son point-mort, le Groupe maintient son objectif de stabilité du BNPA 2012 comparativement à 2011 (0,56€/action en 2011).

### A propos de HighCo

*HighCo, présent dans 13 pays d'Europe, est le premier groupe de communication hors media spécialiste de la grande distribution et de la grande consommation. À travers ses deux pôles complémentaires SHOPPER et DATA, HighCo connecte le consommateur sur l'ensemble du parcours client, et assure la mise en place des opérations ainsi que l'analyse et le traitement des données :*

- *CONNECT SHOPPER : couponing, promotion, media in store, services*
- *PROCESS DATA : clearing, gestion, monitoring, logistique*

*HighCo compte près de 900 collaborateurs en France, au Benelux, en Espagne, au Royaume-Uni et en Europe Centrale. HighCo est coté sur le compartiment C de NYSE Euronext Paris. HighCo fait partie du Gaïa Index, sélection de 70 PME/ETI responsables.*

### Vos contacts

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

Cynthia Lerat  
Relations Presse  
+33 1 77 75 65 16  
[c.lerat@highco.fr](mailto:c.lerat@highco.fr)

### Prochain rendez-vous

Marge brute T4 et FY 2012

24 janvier 2013 (après bourse)

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

*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.fr](http://www.highco.fr)