



CONNECT SHOPPER   PROCESS DATA

Paris, le 26 mars 2013

Activité en repli en 2012 mais résultats et bilan restent solides

Accélération de la migration digitale

Ambition de doubler à moyen terme la part du digital (de 25% à 50% de la marge brute)

- Marge brute 2012 de 71,60 M€, en baisse de 2,4% à données publiées, en repli de 7,7% à PCC⁽¹⁾
- RAO⁽²⁾ 2012 de 10,63 M€ en baisse de 6,5%. Marge opérationnelle⁽³⁾ de 14,8%
- Résultat net part du groupe en hausse de 4,2% à 6,00 M€
- Cash net⁽⁵⁾ de 27,77 M€ au 31 décembre 2012

(en M€)	2012	2011	Variation N / N-1
Marge brute	71,60	73,39	-2,4% (-7,7% PCC ⁽¹⁾)
Résultat des Activités Ordinaires (RAO) ⁽²⁾	10,63	11,36	-6,5%
Marge opérationnelle ⁽³⁾	14,8%	15,5%	-70 bps
Résultat avant impôts	9,92	9,07	+9,3%
Résultat Net Part du Groupe (RNPG)	6,00	5,76	+4,2%
Bénéfice Net Par Action (BNPA, en €) ⁽⁴⁾	0,58	0,55	+4,8%
Excédent net de trésorerie ⁽⁵⁾	27,77	28,26	-0,49 M€

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

(2) Résultat des activités ordinaires (RAO) : Résultat opérationnel courant avant charges de restructuration

(3) Marge opérationnelle = RAO / marge brute

(4) Bénéfice Net Par Action (BNPA) : Résultat Net Part du Groupe par action

(5) Excédent net de trésorerie ou Cash net : Disponibilités et VMP moins dettes financières brutes courantes et non courantes

Richard Caillat, Président du Directoire : «*En dépit d'une activité en repli sur l'année 2012, nos résultats et notre bilan restent solides. Afin de retrouver le chemin de la croissance, nous accélérons la migration digitale de nos métiers et avons comme nouvelle ambition de doubler à moyen terme la part du digital.* »

Performances financières 2012

La **marge brute 2012 s'élève à 71,60 M€**, en retrait de 2,4% à données publiées et de 7,7% à données comparables⁽¹⁾. La marge brute en France (-3,7% à 40,52 M€) résiste mieux qu'à l'International (-12,3% à 31,08 M€) qui reste pénalisé par les performances de la Belgique et dans une moindre mesure de l'Espagne. L'activité en Europe Centrale et au Royaume-Uni reste globalement stable.

La bonne maîtrise des charges indirectes d'exploitation (-5,9% à PCC⁽¹⁾) a permis de contenir le repli du **résultat des activités ordinaires (RAO) qui s'affiche à 10,63 M€**. La marge opérationnelle 2012 (14,8%) s'inscrit en retrait de 70 bps à données publiées et de 160 bps à PCC⁽¹⁾. En France, le résultat des activités ordinaires progresse +10,7% à 7,59 M€ mais la contre-performance en Belgique impacte son évolution à l'International (-32,5% à 3,04 M€).

Le résultat avant impôt progresse de 9,3%, principalement grâce à la baisse des charges de restructuration et l'absence de coûts d'acquisition. **Le résultat net part du groupe progresse de 4,2% à 6,00 M€**, ce qui se traduit par un BNPA en hausse de 4,8% à 0,58€ par action. Un dividende de 0,15€ (inchangé) sera proposé à la prochaine assemblée générale.

La structure financière de HighCo reste solide avec **un excédent net de trésorerie qui s'élève à 27,77 M€** en 2012, quasi-stable (-0,49 M€) par rapport à 2011, grâce au maintien de la capacité d'autofinancement (8,81 M€ vs 9,00 M€ en 2011).

Faits marquants par zones géographiques

HighCo a évolué en 2012 sur un marché des dépenses publicitaires qui a baissé de 2,2% et dans un environnement difficile sur les secteurs de la distribution et de la grande consommation. Sur ces deux principaux marchés (**France et Belgique**), HighCo a connu :

- une progression de l'activité e-coupons (Couponing) ;
- un léger repli des volumes de coupons traités (Clearing) ;
- une nouvelle progression des activités d'émission et de gestion d'offres promotionnelles (Promotion Gestion) ;
- une baisse particulièrement marquée du media in-store.

Le groupe maintient son ambition de doubler la part de sa marge brute dans les nouveaux pays (de 10% à 20%), notamment :

- au **Royaume-Uni** avec le gain du budget The Co-operative Group, cinquième distributeur alimentaire et le renouvellement du contrat Department Of Health (DOH) ;
- en **Espagne** avec les premières campagnes de traitement de coupons (Clearing) ;
- en **Europe Centrale** avec les premières campagnes d'émission de coupons en Hongrie (Tesco), en Tchéquie et en Slovaquie (Metro/Makro) ;
- par la création au 1^{er} trimestre 2013 d'une filiale en **Russie** pour la commercialisation de supports media in-store ;
- par le renforcement des activités aux **Emirats Arabes Unis** (prise de participation de 30% dans Integral Shopper) ;
- par les premiers succès commerciaux des équipes de développement européen : P&G / Gillette, Packard Bell et Michelin.

Accélération de la migration digitale

HighCo a pour ambition de **doubler la part du digital et d'y réaliser à moyen terme 50 % de sa marge brute** (vs 25 % en 2012).

Pour retrouver le chemin de la croissance et accompagner les grandes tendances du marché de la communication, **HighCo accélère sa migration digitale** avec trois enjeux majeurs :

- dématérialiser les offres promotionnelles (e-coupons, F-coupons, coupons et promotions sur mobile, scanette) grâce à une plateforme omnicanale ;
- dématérialiser le traitement des coupons et des offres promotionnelles grâce à une plateforme internationale ;
- digitaliser la communication et les médias in-store.

Guidances

Pour 2013, HighCo anticipe :

- une poursuite de l'amélioration de la tendance d'activité (marge brute) ;
- une hausse de l'OPEX dans le digital et une gestion rigoureuse des coûts des autres activités.

Les ressources financières du groupe seront allouées en priorité :

- au CAPEX qui sera inférieur à 2 M€ ;
- au rachat d'actions propres qui sera inférieur à 1 M€ ;
- au paiement du dividende pour un montant total de 1,6 M€ ;
- aux acquisitions et prises de participations.

Le Conseil de Surveillance du 21 mars 2013 a arrêté les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012. A la date du présent communiqué, les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport de certification sera émis après la finalisation des procédures requises pour les besoins du dépôt du document de référence.

Une réunion d'analystes aura lieu le mercredi 27 mars à 14h30 au Palais Brongniart. Le support de présentation sera mis en ligne avant la réunion sur le site www.highco.fr.

A propos de HighCo

HighCo, présent dans 15 pays d'Europe et du Moyen-Orient, est le premier groupe de communication hors media spécialiste de la grande distribution et de la grande consommation.

À travers sa double expertise Connect SHOPPER & Process DATA, HighCo propose à ses clients marques et retailers des solutions offline et digitales pour répondre aux nouveaux enjeux du commerce :

- COUPONING & CLEARING : Emission et traitement de coupons, analyse des datas.
- PROMOTION & GESTION : Conception et gestion d'opérations promotionnelles.
- IN STORE MEDIA & COMMUNICATION : Conception, commercialisation et production de campagnes.

HighCo compte 850 collaborateurs. 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

Cynthia Lerat
Relations Presse
+33 1 77 75 65 16
c.lerat@highco.fr

Prochains rendez-vous

Les publications auront lieu après la clôture des marchés

MB T1 2013 : Mardi 23 avril 2013
MB T2 et S1 2013 : Vendredi 12 juillet 2013
Résultats semestriels 2013 : Lundi 26 août 2013
MB T3 et 9 mois 2013 : Mardi 22 octobre 2013
MB 2013 : Mardi 28 janvier 2014

Réunions d'analystes (SFAF)

Résultats annuels : Mercredi 27 mars 2013 à 14h30 (Palais Brongniart, Paris)
Résultats semestriels : Mardi 27 août 2013 à 14h30 (Centre Affaires Victoire, Paris)



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