



CONNECT SHOPPER PROCESS DATA

Paris, le 23 avril 2013

Poursuite de l'amélioration de la tendance d'activité au 1^{er} trimestre

- Marge brute T1 de 17,49 M€, en baisse de 2,8% à données comparables⁽¹⁾ (-2,9% à données publiées)
- Rappel de l'objectif de doubler à moyen terme la part du digital et des nouveaux pays dans la marge brute
- Assemblée générale le 17 juin à Aix-en-Provence

(en M€)	2013	2012	Variation	Variation PCC ⁽¹⁾
Marge brute ⁽²⁾	17,49	18,01	-2,9%	-2,8%

(1) PCC : A périmètre comparable et à taux de change constants.

(2) Données non auditées.

Richard Caillat, Président du Directoire : « *Dans un contexte de marché toujours difficile, nous concentrons plus que jamais nos efforts sur l'accélération de la migration digitale et nous réaffirmons ainsi notre objectif à moyen terme de doubler la part du digital et des nouveaux pays dans la marge brute* ».

Poursuite de l'amélioration de tendance d'activité au 1^{er} trimestre

La **marge brute** ressort à **17,49 M€** au 1^{er} trimestre 2013, en repli de 2,8% à PCC⁽¹⁾. Ce recul d'activité s'inscrit dans une tendance d'amélioration séquentielle, qui est passée de -10,7% au S1 2012 à -4,1% au S2 2012 puis à -2,8% au T1 2013.

Le **contexte de marché** reste difficile au 1^{er} trimestre 2013 avec des marques de la grande consommation qui continuent de sous-investir et des distributeurs alimentaires focalisés sur la baisse des prix notamment en France. On note ainsi :

- En France, une baisse de 1,1% sur les deux premiers mois de l'année des budgets de communication plurimedia des annonceurs (recul de 2,5% des investissements publicitaires de la distribution et de 6,9% de ceux des annonceurs de l'alimentation, source Kantar Media, Adex Report, 19 mars 2013).
- En Europe de l'Ouest, une évolution atone des dépenses de communication attendue pour l'année 2013 (+0,2%, estimation ZenithOptimedia, décembre 2012) ;

En France, la marge brute de **9,73 M€**, en baisse de 4,4% à PCC⁽¹⁾, affiche une tendance proche en ce début d'année de celle de 2012 (-3,7% à PCC⁽¹⁾).

A l'**International**, la marge brute de **7,76 M€**, en légère baisse de 0,8% à PCC⁽¹⁾, connaît une nette amélioration de tendance par rapport à 2012 (-12,3% à PCC⁽¹⁾), grâce à une activité qui se redresse en Belgique (-2,4% à PCC⁽¹⁾ au T1 2013 vs -14,4% en 2012) et une croissance de 5,2% à PCC⁽¹⁾ dans les nouveaux pays (Espagne, UK, Europe Centrale).

La tendance reste globalement positive dans les activités de **Couponing & Clearing** et **Promotion & Gestion** tandis que les activités de **Médias in-store & Communication** restent moins bien orientées.

Digital et International restent nos priorités stratégiques

HighCo se focalise en 2013 sur l'accélération de la migration digitale de ses activités sur trois axes majeurs :

- dématérialiser les offres promotionnelles ;
- traiter électroniquement les datas ;
- digitaliser la communication et les médias in-store.

Dans ce contexte, HighCo prévoit de **doubler la part du digital à 50 % de sa marge brute à moyen terme**.

HighCo poursuit en parallèle son objectif stratégique d'internationalisation et de développement en Europe et au Moyen-Orient afin de doubler à 20% de la marge brute la part des nouveaux pays à moyen-terme. Ainsi, au 1^{er} trimestre 2013, HighCo a pris une participation de 30% dans Integral Shopper aux **Emirats Arabes Unis** et a créé une filiale en **Russie** pour la commercialisation de supports médias in-store.

Rapport annuel 2012 et Assemblée générale annuelle 2013

Le rapport annuel 2012 de HighCo a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 18 avril 2013. Ce rapport, valant document de référence, est disponible sur le site Internet de la Société (www.highco.com) dans la rubrique « Informations financières / Information réglementée / Rapports financiers annuels ».

L'assemblée générale annuelle se tiendra le 17 juin 2013 à Aix-en-Provence.

Il y sera notamment proposé la distribution d'un dividende de 0,15 € par action, dont la mise en paiement sera réalisée le 26 juin 2013 (date ex-dividende le 21 juin 2013).

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
- MEDIAS IN-STORE & 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 Finance
+33 1 77 75 65 06
comfi@highco.fr

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

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

Réunion d'analystes (SFAF)

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.com