



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Paris, le 21 mars 2016

## EXCELLENTE PERFORMANCES 2015 POUR LES 25 ANS DE HIGHCO

**Le Groupe HighCo publie d'excellents résultats 2015 pour son 25<sup>ème</sup> anniversaire avec une marge brute en hausse de 5,5% à périmètre et change comparables et une nouvelle progression à deux chiffres de tous les indicateurs de rentabilité.**

### Forte accélération de la croissance

- Marge brute (MB) 2015 de 75,39 M€ en hausse de 6,4% à données publiées et de 5,5% à PCC<sup>(1)</sup>.
- Marge brute (MB) S2 2015 en hausse de 9,0% à PCC.

### Forte progression de la rentabilité

- Résultat des Activités Ordinaires (RAO)<sup>(2)</sup> de 11,15 M€, en hausse de 17,1%.
- Marge opérationnelle<sup>(2)</sup> de 14,8%, en hausse de 140 points de base.
- Résultat Opérationnel Courant (ROC) en progression de 19,4% à 10,48 M€.
- Résultat Net Part du Groupe en hausse de 26,0%<sup>(3)</sup> à 6,77 M€.

### Forte génération de cash

- Cash net<sup>(4)</sup> au 31 décembre 2015 de 40,77 M€, en hausse de 9,57 M€.

### Accélération soutenue du Digital

- Hausse de 26,6% à PCC.
- Le Digital devrait dépasser 50% des activités du Groupe en 2017 (41,3% fin 2015).

(en M€)	2015	2014	Variation 2015 / 2014
Marge brute	75,39	70,88	+6,4% (+5,5% PCC <sup>(1)</sup> )
Résultat des Activités Ordinaires (RAO) <sup>(2)</sup>	11,15	9,52	+17,1%
<b>Résultat Opérationnel Courant</b>	<b>10,48</b>	<b>8,78</b>	<b>+19,4%</b>
<b>Résultat Net Part du Groupe (RNPG)</b>	<b>6,77</b>	<b>5,38<sup>(3)</sup></b>	<b>+26,0%<sup>(3)</sup></b>
Excédent net de trésorerie <sup>(4)</sup>	40,77	31,21	+9,57 M€

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

(2) Résultat des Activités Ordinaires (RAO) : Résultat Opérationnel Courant (ROC) avant charges de restructuration. Marge opérationnelle : RAO/Marge brute.

(3) RNPG 2014 ajusté de la dépréciation du goodwill de POS Media en Europe Centrale de 2,95 M€.

(4) Cash net (ou excédent net de trésorerie) : Disponibilités et VMP moins dette financière brute courante et non courante.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Pour Didier CHABASSIEU, Président du Directoire : « *HighCo enregistre de très bonnes performances pour ses 25 ans. Ces excellents résultats valident notre stratégie sur le Digital et la Data et nous confortent dans nos perspectives de croissance rentable.*

*Pour 2016, la part du Digital devrait être supérieure à 45% de la marge brute du Groupe et dépasser l'objectif de 50% dès 2017.*

*Nous poursuivons par ailleurs notre ambition de devenir un acteur de référence sur la Data Marketing avec l'acquisition de CAPITALDATA. »*

## PERFORMANCES FINANCIERES ANNUELLES 2015

**La marge brute 2015 s'élève à 75,39 M€, en forte hausse de 6,4% à données publiées et de 5,5% à PCC.** La dynamique de croissance est particulièrement soutenue au 4<sup>ème</sup> trimestre 2015 avec **une progression de 13,5% à PCC**. La croissance d'activité sur l'année est portée par le Digital, tandis que le repli des activités offline de 5,6% en 2015 est moins marqué qu'en 2014.

**L'accélération de la croissance en France, de +7,3% à PCC à 48,04 M€ (contre +4,3% en 2014), est portée par la nouvelle forte progression du Digital (+31,2% à PCC).**

**L'International renoue avec la croissance (+2,6% à PCC à 27,35 M€) :**

- Le Benelux enregistre une forte reprise d'activité (+5,7% à PCC) ;
- L'Europe du Sud (Espagne, Italie) est également en croissance sur l'année (+56,3% à PCC) ;
- L'activité au Royaume-Uni est en baisse sensible sur 2015 (-20,1% à PCC) en raison d'une baisse d'activité des clients domestiques mais avec un moindre repli au second semestre (-10,2%).

**Le RAO enregistre une croissance à deux chiffres pour la deuxième année consécutive en 2015 (+17,1% à 11,15 M€) avec :**

- Une nouvelle forte progression du RAO France de +20,8% (contre +15,9% en 2014) ;
- Le retour de la croissance du RAO International de +5,3%.

**La marge opérationnelle (RAO/MB) progresse de 140 points de base pour s'afficher à 14,8% en 2015.**

La croissance du RAO et la baisse des charges de restructuration (0,67 M€ en 2015 vs 0,74 M€ en 2014) permettent une forte progression du **Résultat Opérationnel Courant (ROC) de +19,4% à 10,48 M€.**

**Le RNPG est en progression plus rapide (+26,0%<sup>(3)</sup>)** que le ROC grâce au retour à l'équilibre du résultat en Europe Centrale, comptabilisé en quote-part des entreprises associées.

Le Groupe enregistre ainsi un BNPA de 0,65€ en 2015, en hausse de 26,1% (+26,2% en dilué), par rapport à 2014<sup>(3)</sup>.

**Un dividende de 0,19€ par action en progression de 26,7%** (taux de distribution de 29,2%) sera proposé à la prochaine assemblée générale du 23 mai 2016.

**L'excédent net de trésorerie progresse fortement de 9,57 M€ pour s'établir à 40,77 M€** au 31 décembre 2015.

La capacité d'autofinancement progresse de 3,1% à 8,07 M€ et l'amélioration de la ressource nette en fonds de roulement de 5,12 M€. Hors la ressource nette en fond de roulement (46,70 M€ au 31 décembre 2015), la dette nette s'affiche à 5,93 M€, en baisse de 4,27 M€ par rapport au 31 décembre 2014.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

## NOTRE AXE STRATEGIQUE PRIORITAIRE

La marge brute du Digital est en forte croissance de 26,6% en 2015. Le Digital représente ainsi 41,3% de la marge brute du Groupe en 2015, contre 34,8% en 2014. Le poids du Digital en France s'affiche à 49,2% de la marge brute en 2015 et dépasse l'objectif de 50% dès le second semestre 2015.

Le Groupe a ainsi pour ambition de dépasser les 50% de la marge brute dans le Digital dès 2017.

## FAITS MARQUANTS

### 1) Solutions DRIVE TO STORE, 100% digitales, en forte croissance

En 2015, HighCo renforce sa position de leader de l'émission de coupons digitaux avec une hausse de 23% des volumes.

La très forte accélération des **activités marketing mobile** (+51% de marge brute en 2015) s'est traduite, notamment, par la progression de 14% du volume de push SMS et d'envoi de notifications.

Par ailleurs, le Groupe a lancé sa première campagne de display programmatique mobile pour Franprix, consistant à relayer des produits en promotion à travers des bannières géo-ciblées sur plus de 500 applis mobiles dans la zone de chalandise des magasins.

L'activité de Brand Content et médias ciblés **sur les réseaux sociaux** progresse de 18% en 2015.

Les opérations marketing dites de **multicanal** (diffusion de contenus ciblés via les applications de shopping, les sites de marques partenaires, l'e-mailing et les newsletters) contribuent également à la croissance du DRIVE to STORE.

En outre, le Groupe, convaincu du rôle central que jouera la Data demain pour ses clients annonceurs, renforce ses activités sur la data marketing en réalisant en janvier 2016 l'**acquisition de 100% de CAPITALDATA, intégrateur et développeur de solutions big data** permettant d'automatiser et d'hyper-personnaliser les messages publicitaires et promotionnels d'annonceurs.

**CAPITALDATA est une start-up de dix collaborateurs qui a généré 0,6 M€ de chiffre d'affaires en 2015.**

La société réalise notamment des opérations de ciblage pour des annonceurs prestigieux comme voyageprive.com ou Nestlé.

### 2) Poursuite de la digitalisation des solutions IN-STORE

Les **activités de coupons et médias en point de vente physique** se stabilisent en France et en Belgique.

Les contrats avec nos partenaires distributeurs se sont poursuivis en 2015 en France et Belgique et ont redémarré avec Monoprix en France.

Encore majoritairement « papier », **le Digital progresse rapidement dans les solutions IN-STORE** avec une part s'affichant à 24,3% en 2015 contre 18,9% en 2014.

Sur les **sites de Drive des distributeurs alimentaires (« Click & Collect »)**, HighCo développe une offre unique déployée sur 80% du marché, consistant à des opérations de display, de mise en avant de produits, d'émission de coupons, ainsi que de ciblage. En particulier, HighCo propose des publicités personnalisées uniques en France, qui se déclenchent en fonction du profil du client cible ou encore de l'historique d'achat, lors de sa visite sur le site de Drive.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

### 3) Solutions DATA portées par les nouveaux services aux distributeurs

La part du Digital dans les solutions DATA passe de 30,8% en 2014 à 34,0% en 2015.

Le volume des coupons papier traités est en baisse en France et en Belgique, tandis que le volume de traitement dématérialisé avec les sites de e-commerce alimentaire en France est en hausse.

Sur l'**activité Offre de Remboursement (ODR)**, la France et la Belgique connaissent une hausse de l'activité, portée par la progression des offres de remboursement digitales (e-ODR : +32%).

Les activités de **services aux distributeurs** (gestion des opérations de jeux, de fidélisation, et des nouveaux instruments promotionnels) progressent avec, notamment, un nouveau contrat de gestion des promotions pour Intermarché en Belgique, ainsi que la poursuite de la croissance et de la digitalisation en France.

### GUIDANCES 2016

HighCo anticipe pour l'année 2016 :

- Une croissance de la marge brute 2016 supérieure à 4% à PCC (MB 2015 : +5,5% à PCC) ;
- Une croissance du RAO supérieure ou égale à 10% (RAO 2015 : 11,15 M€) ;
- Une hausse de la marge opérationnelle supérieure ou égale à 80 bps (2015 : 14,8%) ;
- Une croissance du BNPA supérieure ou égale à 10% (BNPA 2015 : 0,65 €).

Les ressources financières du Groupe seront allouées en priorité :

- Au CAPEX qui sera compris entre 1,5 M€ et 2,0 M€ (1,58 M€ en 2015) ;
- Au rachat d'actions propres qui sera compris entre 0,5 M€ et 1,0 M€ (0,50 M€ en 2015) ;
- A la poursuite des acquisitions et des prises de participations dans le Digital et Data.

La part du Digital du Groupe devrait dépasser les 45% de la marge brute en 2016, ainsi que l'objectif de 50% dès 2017.

Le Conseil de Surveillance a examiné les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2015. A la date du présent communiqué, les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Les rapports de certification seront émis après la finalisation des vérifications spécifiques requises pour les besoins du dépôt du document de référence.

Une réunion d'analystes aura lieu le mardi 22 mars 2016 à 14h30 au 8 rue de la Rochefoucauld, 75009 Paris. Le support de présentation sera mis en ligne en début de réunion sur le site [www.highco.com](http://www.highco.com).

### A propos de HighCo

*Depuis sa création, HighCo a placé l'innovation au cœur de ses valeurs pour proposer à ses clients, marques et retailers, des Solutions Marketing Intelligentes pour influencer le comportement du Shopper avec la bonne offre, au bon moment, au bon endroit et sur le bon canal.*

*Présent dans 14 pays, HighCo compte près de 900 collaborateurs. HighCo est coté sur le compartiment C d'Euronext Paris et fait partie du Gaïa Index, sélection de 70 PME-ETI responsables, dont il a reçu le 1<sup>er</sup> prix en 2015 (catégorie CA < 150 M€).*



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

**Vos contacts**

Olivier MICHEL  
Directeur Général  
+33 1 77 75 65 06  
comfi@highco.com

Géraldine MYOUX  
Relations Presse  
+33 1 77 75 64 67  
g.myoux@highco.com

**Prochains rendez-vous**

Les publications auront lieu **après la clôture des marchés.**

Réunion d'analystes (SFAF) : Mardi 22 mars 2016  
Marge brute T1 2016 : Mardi 26 avril 2016  
Marge brute T2 et S1 2016 : Mardi 19 juillet 2016  
Résultats semestriels 2016 : Mercredi 31 août 2016  
Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2016 : Jeudi 1<sup>er</sup> septembre 2016  
Marge brute T3 et 9 mois 2016 : Mercredi 19 octobre 2016  
Marge brute T4 2016 : Mardi 24 janvier 2017



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](http://www.highco.com)