

Aix-en-Provence, le 26 avril 2022 (18h)

HIGHCO : CROISSANCE D'ACTIVITÉ AU T1 CONFORME AUX ATTENTES (MB +1,1%) ; GUIDANCES 2022 CONFIRMÉES

Croissance d'activité au T1 2022 portée par le Digital

- Marge brute (MB) T1 2022⁽¹⁾ de 18,80 M€ en hausse de 1,1% à données publiées et à PCC⁽²⁾.
- Activités digitales dynamiques (T1 PCC à +5,7%) grâce à la très forte croissance du Mobile ; activités *offline* en retrait (T1 PCC à -6,6%).
- Croissance des activités en France (T1 PCC à +1,0%) et à l'International (T1 PCC à +1,8%).

Guidances 2022 confirmées

Start-up studio HighCo Venturi : 1^{ère} prise de participation et développements des projets déjà amorcés

Rapport Financier Annuel 2021 et Assemblée Générale du 16 mai 2022

(en M€)	2022	2021	Variation 2022 / 2021
Marge brute T1 ⁽¹⁾	18,80	18,59	+1,1%

(1) Données non auditées.

(2) PCC : à périmètre comparable et à taux de change constants (i.e. en appliquant le taux de change moyen de la période aux données de la période comparable).

Didier CHABASSIEU, Président du Directoire : « *HighCo réalise un début d'année conforme à ses attentes, avec une légère croissance d'activité portée par deux tendances principales. D'une part, les activités Mobile affichent une forte accélération de leur croissance (+21,2%). D'autre part, dans un contexte inflationniste, les volumes de coupons de réduction sont en forte progression, le pouvoir d'achat étant au cœur des préoccupations des consommateurs. Afin d'accompagner nos clients dans l'accélération de la transformation du commerce, nous allons poursuivre nos investissements dans l'innovation autour de deux axes majeurs : la digitalisation de la promotion et l'émergence du commerce dans le Web3.* »

CROISSANCE D'ACTIVITÉ AU T1 2022 PORTEE PAR LE DIGITAL

Comme anticipé, **HighCo est en légère croissance d'activité au T1 2022 et affiche une progression de sa marge brute de 1,1% à 18,80 M€.**

Cette évolution de l'activité s'explique principalement par :

- la croissance à deux chiffres du **Mobile** (+21,2%) ;
- la bonne dynamique du **traitement des coupons** dont les volumes sont en hausse (+9%) ;
- la légère baisse des activités de gestion des offres promotionnelles traditionnelles ;
- la baisse d'activité sur les métiers d'agences en France (-14,2%).

Ainsi, **au T1 2022, le Digital est en hausse de 5,7%**. Sa part dans la marge brute du Groupe progresse fortement, passant de 62,6 % au T1 2021 à 65,5 % au T1 2022. Les activités *offline* s'affichent quant à elles en repli de 6,6% sur le trimestre.

Croissance en France et à l'International

FRANCE	Marge brute (en M€)		Variation 2022 / 2021	% Marge brute globale
	2022	2021		
T1	16,14	15,98	+1,0%	85,9%

En France, la marge brute au T1 2022 s'affiche en légère croissance de 1,0% à 16,14 M€ et représente 85,9% de la marge brute du Groupe. Les principaux facteurs de cette évolution sont : la croissance à deux chiffres des activités **Mobile** (+20,8%), la forte hausse des volumes de **coupons traités** (+11%), et la baisse des activités de gestion des offres promotionnelles traditionnelles et des métiers d'agence.

Le Digital est en hausse de 6,9% au T1 2022, représentant deux tiers des activités. Impactée par la perte d'un client « agence », les activités *offline* s'affichent quant à elles en repli de 9,1% sur le trimestre.

INTERNATIONAL	Marge brute (en M€)		Variation 2022 / 2021	% Marge brute globale
	2022	2021		
T1	2,65	2,61	+1,8%	14,1%

A l'International, la marge brute au T1 2022 est en croissance de 1,8% à 2,65 M€ et représente 14,1% de la marge brute du Groupe.

En **Belgique**, la croissance de la marge brute s'affiche à 0,3%. L'activité est elle aussi marquée par la hausse des activités de **traitement des coupons** et le ralentissement des activités de gestion des offres promotionnelles. La part du Digital dans les activités belges représente 52,7% de la marge brute.

En croissance à deux chiffres (+13,5%), les activités dans les autres pays (Espagne & Italie) sont plus dynamiques et représentent 1,9% de la marge brute du Groupe.



INTELLIGENT
MARKETING

GUIDANCES 2022 CONFIRMÉES

Le Groupe rappelle qu'il n'est pas directement ou indirectement présent dans les zones de conflit russo-ukrainien. Néanmoins, la guerre qui perdure, et qui s'ajoute à la pandémie de Covid 19 toujours en cours, crée des incertitudes. Dans ce contexte complexe et évolutif, HighCo reste attentif aux impacts potentiels sur ses clients marques et distributeurs, en particulier aux conséquences de la forte hausse des prix des matières premières et de l'inflation.

Ainsi, les performances publiées au T1 et la **croissance d'activité attendue au T2** (comparable à celle du T1) permettent au Groupe de **confirmer ses guidances 2022** :

- une **légère croissance de la marge brute** (MB 2021 : 76,52 M€) ;
- une **progression de la marge opérationnelle ajustée** (RAO ajusté / MB) de **50 points de base** (marge opérationnelle ajustée 2021 : 20,3%).

START-UP STUDIO HIGHCO VENTURI : 1^{ERE} PRISE DE PARTICIPATION ET DÉVELOPPEMENTS DES PROJETS DÉJÀ AMORCÉS

Bouleversant nos usages, la crise du Covid 19 a accéléré la **mutation du commerce**. Les marques et les retailers font face à de **nouveaux enjeux majeurs** : la transformation des points de vente physiques, la forte croissance du e-commerce, la montée en puissance du m-commerce et des réseaux sociaux, et l'émergence du Web3.

A travers son start-up studio HighCo Venturi, HighCo poursuit **ses investissements dans l'innovation** pour accompagner ses clients dans l'accélération de la transformation du commerce autour de deux axes principaux : la **digitalisation de la promotion** et **l'émergence du commerce dans le Web3**.

Digitaliser la promotion

Dans un contexte inflationniste où le pouvoir d'achat constitue un enjeu important pour les consommateurs, la promotion est au cœur des réflexions des marques et des distributeurs.

A travers ses start-up en phase d'accélération et une première prise de participation, HighCo investit dans le développement de solutions pour :

- développer le coupon digital, et
- doter les distributeurs d'une plateforme technologique de gestion des actions promotionnelles.

1) DEVELOPPER LE COUPON DIGITAL

Coupon de réduction mobile universel : HighCo Nifty poursuit son développement avec l'objectif de simplifier l'accès à la générosité des marques. Développée dans un premier temps dans les réseaux de pharmacies (6 000 officines seront couvertes fin 2022), cette solution va être déployée dans un second temps chez les distributeurs alimentaires.

Coupon de réduction intelligent : HighCo Coupon[AI] permet aux marques d'optimiser leur stratégie de générosité grâce à l'intelligence artificielle de ses moteurs d'aide à la décision et de recommandation. C'est le choix qu'ont fait Danone et Bledina pour optimiser le ROI de leurs programmes relationnels en industrialisant la personnalisation des campagnes sur la base de leur *first party data*.

2) DOTER LES DISTRIBUTEURS D'OUTILS DE GESTION DE LEURS ACTIONS PROMOTIONNELLES

HighCo annonce sa **prise de participation dans le lancement de la toute première plateforme en mode SaaS de gestion centralisée des promotions**.

Dans le cadre d'un recours plus important à des actions promotionnelles, les distributeurs sont confrontés à des besoins croissants : automatisation de la gestion, planification des campagnes, réponse aux contraintes réglementaires, etc. C'est dans cette optique que la **start-up RetailTech**, fondée par Martin Rennert, a développé sa plateforme technologique « **Unipromo** » à destination des distributeurs, dans laquelle HighCo investit 0,5 M€ dans le cadre de la première levée de fonds, pour un tiers du capital.



INTELLIGENT
MARKETING

Accompagner l'émergence du commerce dans le Web3

Même si le **virtual commerce** n'est encore qu'embryonnaire, HighCo accompagne déjà les marques et les distributeurs dans leurs premiers pas dans le **Web3 à travers une offre complète** : création de collections de NFT (*Non Fungible Token*), achat de terrains dans le métavers, développement d'interfaces avec l'e-commerce, etc.

A titre d'illustration, HighCo vient d'accompagner son client Printemps dans la mise en place de sa toute première **expérience de shopping virtuelle et immersive**. Dans un *shop* digital en 3D, l'internaute peut acheter une sélection d'articles exclusifs et participer à un tirage au sort pour remporter des NFT d'œuvres artistiques.

RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2021 ET ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE 2022

Le document d'enregistrement universel 2021 de HighCo a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 21 avril 2022 sous le numéro D.22-0325. Ce document, contenant le rapport financier annuel, est disponible sur le site Internet de la Société (www.highco.com), rubrique « Investisseurs / Informations réglementées / Rapport Financier Annuel ».

L'assemblée générale se tiendra le 16 mai 2022 au siège social à Aix-en-Provence. Il y sera notamment proposé la **distribution d'un dividende en forte hausse à 0,32 € par action au titre de l'exercice 2021**, dont la mise en paiement sera effectuée le 23 mai 2022 (date de détachement du coupon le 19 mai 2022), ainsi que **l'annulation des titres auto-détenus**, soit plus de plus de 8% du capital.

Si une mesure administrative faisait obstacle à la présence physique à l'assemblée de ses membres, le Directoire pourrait alors décider de tenir celle-ci à huis clos. Les actionnaires en seraient informés et sont invités à consulter régulièrement le site internet de la Société à l'adresse suivante : <https://www.highco.com/investisseurs/assemblee-generale/>.

GOVERNANCE

HighCo annonce que Mme Céline Dargent a démissionné du Directoire ce jour. Le Conseil de Surveillance en a pris acte et a décidé de ne pas la remplacer. Le Directoire se compose donc désormais de deux membres : M. Didier Chabassieu, Président du Directoire, et Mme Cécile Collina-Hue, membre du Directoire et Directrice générale. HighCo rappelle que le Directoire s'appuie au quotidien sur un Comité exécutif, composé de managers de business unit et d'experts en stratégie et dans la gestion opérationnelle et managériale du Groupe.

A propos de HighCo

Expert en data marketing et communication, HighCo innove en permanence pour relever avec les marques et retailers les challenges du commerce de demain.

Cotée sur le compartiment C d'Euronext Paris, et éligible au dispositif « PEA-PME », HighCo compte plus de 500 collaborateurs et est classée « Platinum » par EcoVadis, faisant partie du top 1% des entreprises les plus performantes en termes de RSE et d'achats responsables.

Vos contacts

Cécile COLLINA-HUE
Directrice Générale
+33 1 77 75 65 06
comfi@highco.com

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.**

Marge brute T2 et S1 2022 : Jeudi 21 juillet 2022

Résultats semestriels 2022 : Mercredi 24 août 2022

Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2022 : Jeudi 25 août 2022

Marge brute T3 et 9 mois 2022 : Mercredi 19 octobre 2022

Marge brute T4 et 12 mois 2022 : Mercredi 25 janvier 2023



European Rising Tech
LABEL



HighCo fait partie des indices CAC® Small (CACs), CAC® Mid&Small (CACMS), CAC® All-Tradable (CACT), Euronext® Tech Croissance (FRTPR) et Enternext® PEA-PME 150 index (ENPME).

ISIN : FR0000054231

Reuters : HIGH.PA

Bloomberg : HCO FP

Retrouvez nos communiqués et avis financiers sur www.highco.com