

Aix-en-Provence, le 24 août 2022 (18h)

## **HIGHCO : RÉSULTATS ET RENTABILITE SEMESTRIELS EN HAUSSE ; GUIDANCES 2022 RÉITÉRÉES**

### **Croissance d'activité au S1 2022 conforme aux attentes**

- Marge brute (MB) S1 2022 de 38,31 M€ en hausse de 1,3% à données publiées et à PCC<sup>(1)</sup>.
- Activités digitales en croissance (S1 PCC à +2,8%) et bonne résistance des activités *offline* (S1 PCC à -1,3%).
- Croissance solide des activités en France (S1 PCC à +2,2%) et repli à l'International (S1 PCC à -3,9%).

### **Hausse des résultats et de la rentabilité**

- Résultat des Activités Ordinaires (RAO)<sup>(2)</sup> de 9,97 M€, en hausse de +4,9%.
- Marge opérationnelle<sup>(2)</sup> de 26,0%, en progression de 90 points de base.
- Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté<sup>(3)</sup> de 5,91 M€, en légère hausse de +0,7%.

### **Situation financière toujours solide**

- Capacité d'autofinancement (CAF) de 7,56 M€ (hors IFRS 16), en légère baisse de (0,40) M€.
- Cash net hors ressource nette en fonds de roulement de 15,34 M€ au 30 juin 2022, en retrait de (2,58) M€ par rapport au 31 décembre 2021.

### **Guidances 2022 réitérées**

- Légère croissance d'activité et progression de la marge opérationnelle de 50 points de base.
- Poursuite des investissements dans le start-up studio HighCo Venturi ; acquisitions et/ou prises de participation.

### **Gouvernance renforcée et en renouvellement**

(en M€)	S1 2022	S1 2021	Variation S1 2022 / S1 2021
Marge brute	38,31	37,80	+1,3%
<b>Résultat des Activités Ordinaires<sup>(2)</sup></b>	<b>9,97</b>	<b>9,50</b>	<b>+4,9%</b>
<b>Marge opérationnelle<sup>(2)</sup> (en %)</b>	<b>26,0%</b>	<b>25,1%</b>	<b>+90 bps</b>
Résultat Opérationnel Courant / Résultat Opérationnel	9,36	9,28	+0,8%
Résultat Net Part du Groupe	5,91	5,89	+0,2%
<b>Résultat Net Part du Groupe ajusté<sup>(3)</sup></b>	<b>5,91</b>	<b>5,87</b>	<b>+0,7%</b>
Bénéfice net par action ajusté <sup>(3)</sup> (en €)	0,29	0,28	+2,0%
Capacité d'autofinancement (excl. IFRS 16)	7,56	7,97	-0,40 M€
<b>Cash net<sup>(4)</sup> hors ressource nette en fonds de roulement</b>	<b>15,34</b>	<b>17,92<sup>(5)</sup></b>	<b>-2,58 M€</b>

(1) 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).

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

(3) Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté : Résultat Net Part du Groupe hors autres produits et charges opérationnels (S1 2022 : quasi nul ; S1 2021 : aucun impact) et hors résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (S1 2022 : aucun impact ; S1 2021 : produit de 0,02 M€) ; bénéfice net par action ajusté basé sur un nombre de titres moyen de 20 471 028 au 30/06/22 et de 20 751 387 au 30/06/21.

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

(5) Au 31 décembre 2021.

Didier CHABASSIEU, Président du Directoire : « HighCo affiche un premier semestre solide financièrement avec une croissance d'activité conforme aux anticipations et une nouvelle progression de sa rentabilité. Sous l'impulsion d'une gouvernance en renouvellement, le Groupe poursuit le développement de ses relais de croissance en s'appuyant sur l'expertise de ses équipes, la force d'innovation de son start-up studio et sa forte capacité d'investissement. »



INTELLIGENT  
MARKETING

## PERFORMANCES FINANCIERES AU S1 2022

### Croissance d'activité au S1 2022 conforme aux attentes

**La marge brute du Groupe s'affiche en progression de +1,3% à 38,31 M€ au premier semestre 2022.**

Cette croissance d'activité s'explique principalement par :

- la croissance à deux chiffres du **Mobile** (+21,1%) ;
- la solide dynamique du **traitement des coupons** dont les volumes sont en hausse (+8%) ;
- la baisse des activités de gestion des offres promotionnelles traditionnelles ;
- le repli de l'activité sur les métiers d'agence.

Le **Digital**, en hausse de +2,8%, représente **près de 2/3 des activités** (65,3%) et les activités *offline* affichent une bonne résistance (-1,3%).

Par zone géographique, **la France affiche une marge brute de 33,19 M€ en croissance solide de +2,2% au S1 2022** et représente 86,6% de la marge brute du Groupe sur la période. Les principaux facteurs de cette croissance sont : une croissance à deux chiffres des activités **Mobile** (+19,7%), la forte hausse des volumes de **coupons traités** (+14%), alors que les activités de gestion des offres promotionnelles traditionnelles et les métiers d'agence sont en baisse. **Tirées par le Mobile**, qui représente désormais plus du quart des activités en France (26,2%), les activités digitales sont en progression de +4,1% et leur part progresse pour représenter 65,9% de la marge brute. Impactées par la perte d'un client « agence », les activités *offline* résistent et s'affichent en repli de 1,2% sur le semestre.

**A l'International, les activités sont en repli de 3,9% à 5,11 M€** et représentent 13,3% de la marge brute du Groupe. La part du Digital dans les activités internationales représente 61,1% de la marge brute.

En **Belgique**, la marge brute recule de 8,4%, du fait de la baisse du volume de **coupons de réduction traités** et la poursuite du ralentissement des activités de gestion des offres promotionnelles.

Avec une croissance à deux chiffres (+33,1%), les activités dans les **autres pays** (Espagne & Italie) sont très dynamiques et représentent désormais 2,0% de la marge brute du Groupe.

### Hausse des résultats et de la rentabilité

La croissance d'activité alliée à la bonne maîtrise des coûts permet d'afficher un **RAO en progression de +4,9%** par rapport au S1 2021, à **9,97 M€ au S1 2022** avec :

- une forte hausse du RAO France de +10,4% à 8,86 M€ (S1 2021 : 8,03 M€) ;
- une baisse de (0,36) M€ du RAO International à 1,11 M€ (S1 2021 : 1,47 M€).

**La marge opérationnelle semestrielle (RAO / MB) progresse de 90 points de base** par rapport au S1 2021 (25,1%) **pour s'afficher à 26,0%**.

Après charges de restructurations (S1 2022 : 0,60 M€ ; S1 2021 : 0,22 M€), et avec des autres produits et charges opérationnels quasi nuls, **le résultat opérationnel courant et le résultat opérationnel s'établissent à 9,36 M€**, en hausse de +0,8% (S1 2021 : 9,28 M€).

La charge d'impôt s'affiche en baisse à 2,49 M€ au S1 2022 (S1 2021 : charge de 2,72 M€). Le taux effectif d'impôt est en forte baisse de 270 points de base et s'affiche sur la période à 27,1%.

**Le RNPG ajusté est en légère hausse de +0,7% à 5,91 M€** (S1 2021 : 5,87 M€), pour un RNPG publié quasi stable qui s'affiche également à 5,91 M€ (S1 2021 : 5,89 M€).

Le Groupe enregistre ainsi un **BNPA ajusté de 0,29 €, en progression de +2,0%** par rapport au S1 2021 (0,28 €).

## Situation financière toujours solide

La capacité d'autofinancement s'élève à 9,14 M€, en repli de 4,4% par rapport au 30 juin 2021. Hors impact de la norme IFRS 16 (Contrats de location), **la capacité d'autofinancement s'élève à 7,56 M€, en légère baisse de (0,40) M€** par rapport au 30 juin 2021.

Le cash net (excédent net de trésorerie) au 30 juin 2022 s'établit à 59,56 M€, en baisse de (14,15) M€ par rapport au 31 décembre 2021.

Hors ressource nette en fonds de roulement (44,22 M€ au 30 juin 2022), **le cash net s'affiche à 15,34 M€, en baisse de (2,58) M€** par rapport au 31 décembre 2021.

## FAITS MARQUANTS

Au S1 2022, trois tendances en lien direct avec l'accélération de la transformation du commerce se sont confirmées et renforcées : la montée en puissance du **mobile**, la promotion au cœur du **pouvoir d'achat** et l'émergence du **web3**.

### Le Mobile, au cœur du commerce

En magasin, le mobile continue de modifier les habitudes d'achat des consommateurs. **Utilisé en point de vente par 48% des français** <sup>(6)</sup>, le mobile est devenu un véritable « assistant shopping ». En France, il est désormais utilisé par 9 millions d'acheteurs en caisse pour régler leurs achats sans contact <sup>(7)</sup>.

Dans le commerce en ligne, la montée en puissance du mobile est constante. Aujourd'hui, **le M-commerce représente 48% des ventes E-commerce en France** (+23%) <sup>(8)</sup>.

HighCo accompagne ses clients dans la construction des nouveaux usages mobiles en lien avec le commerce :

- UserAdgents, filiale de HighCo, a notamment développé **l'une des premières mini app en France** pour le nouveau *flagship store* de Lacoste. A mi-chemin entre Digital et *in-store*, son rôle est d'**améliorer l'expérience en magasin** en offrant, par exemple, la possibilité d'obtenir de l'information sur les produits et de faciliter l'essayage lors des pics d'affluence, **sans avoir à télécharger d'application**.
- La start-up HighCo Nifty, lancée par le start-up studio HighCo Venturi, dont la technologie a donné naissance au « **Coupon de Réduction Mobile Universel** », a accéléré son développement. Depuis juillet dernier, **près de 4 000 pharmacies sont connectées à la solution**. La start-up a également conclu de **nouveaux accords** avec d'importants acteurs du secteur de la pharmacie qui lui permettront d'**augmenter très significativement le nombre de points de vente connectés** d'ici quelques mois. Dans le secteur de la grande distribution alimentaire, des négociations sont engagées avec plusieurs enseignes.

### La promotion, au centre des questions sur le pouvoir d'achat

La France connaît un taux d'inflation jamais atteint depuis 30 ans : +6,1% en juillet 2022 <sup>(9)</sup>. Dans ce contexte, la promotion est en hausse sur les produits de grande consommation aussi bien en magasin qu'en ligne <sup>(10)</sup>.

HighCo apporte à ses clients de nouvelles réponses en matière de promotion :

- HighCo Shopper produit actuellement les 49 sessions de **live shopping** commandées sur 2022 pour soutenir les produits Casino. La ligne éditoriale de ces rendez-vous hebdomadaires **donne progressivement plus d'importance à la promotion**, en réponse à la conjoncture actuelle.
- La start-up HighCo Coupon[AI], également lancée par le start-up studio HighCo Venturi, plateforme SaaS permettant aux marques de piloter leurs **campagnes de coupons intelligents**, réalise de bonnes performances. La solution basée sur **la collecte et l'activation de la data first party** intéresse les marques qui cherchent des alternatives à la disparition des cookies tiers. Les dernières opérations menées ont généré un **taux d'optin moyen de 70%**.
- Unipromo, plateforme détenue à près de 30% par HighCo (engagement d'investissement total de 0,50 M€), développe une solution SaaS permettant aux *retailers* le **pilotage de l'ensemble des actions promotionnelles depuis un outil unique**.

## Le web3, l'avenir du commerce

L'importance du web3 pour le commerce de demain est une évidence pour le marché. **Les marques et les distributeurs, multiplient les initiatives.**

Dans ce contexte, le start-up studio HighCo Venturi a lancé deux nouveaux projets :

- L'offre « **Metaland** » a été créée **pour les marques et les retailers qui font leurs premiers pas dans le web3**. Les experts de Metaland forment les équipes et accompagnent les clients dans l'élaboration et la mise en œuvre de leur stratégie (acquisition de terrains dans le métavers, création de NFT, construction d'audience, etc.).
- La start-up **FDBK** est détenue à hauteur de 65% pour un investissement de 0,65 M€. Ce nouveau produit **met en relation les influenceurs et leur audience**. Le dispositif apporte aux influenceurs des revenus additionnels et aux consommateurs des conseils d'experts reconnus. Les annonceurs pourront également faire appel à la communauté FDBK pour réaliser des opérations spéciales.

## GUIDANCES 2022 REITEREES

La croissance d'activité publiée au S1 2022 et la hausse des résultats semestriels permettent au Groupe de **réitérer ses guidances 2022** :

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

Les ressources financières du Groupe seront principalement allouées :

- à l'innovation avec le **start-up studio HighCo Venturi** (investissements en OPEX supérieurs à 4,0 M€) ;
- au **CAPEX** qui sera compris entre 1,0 M€ et 2,0 M€, contre entre 2,0 M€ et 3,0 M€ initialement anticipé (S1 2022 : 0,44 M€ ; 2021 : 1,06 M€) ;
- à des **acquisitions et/ou prises de participations** ;
- au programme de rachat d'actions propres qui sera supérieur à 1,0 M€ (S1 2022 : 0,93 M€ ; 2021 : 1,31 M€).

## RETOUR A L'ACTIONNAIRE : ANNULATION DE 8,77% DU CAPITAL

Dans le cadre de sa politique de retour à l'actionnaire, la société a procédé, en date du 2 juillet dernier, à la **réduction de son capital social** de 982 964,50 euros par annulation de 1 965 929 actions auto-détenues, soit **8,77% du capital social**. Cette opération a été précédée de l'obtention par WPP auprès de l'AMF d'une dérogation à l'obligation d'un dépôt d'une offre publique. Depuis cette date, **le capital social de HighCo s'élève ainsi à 10 227 701,50 euros**, divisé en 20 455 403 actions. WPP, actionnaire de référence de HighCo, détient désormais 37,4% du capital de HighCo et 33,3% des droits de vote (à fin juillet 2022).

(6) Etude OpinionWay pour Proximis – « Les Français et le commerce sur mobile » – Février 2021.

(7) Médiamétrie – « L'année internet 2021 » – Février 2022.

(8) Fevad – iCM (Indice Commerce Mobile) de février 2022 ; données 2021, variation par rapport à 2020.

(9) INSEE – Taux d'inflation sur un an mesuré en juillet 2022.

(10) Kantar – Taux moyen observé en hypermarchés et supermarchés (1,9%) et en ligne (+2%) sur les produits FMCG en 2021.

## GOVERNANCE RENFORCEE ET EN RENOUVELLEMENT

HighCo est engagé dans un renouvellement de sa gouvernance qui doit permettre à HighCo d'accompagner ses clients dans l'accélération de la transformation du commerce :

- **M. Cyril Tramon (51 ans)**, après examen des candidatures, a été coopté le 2 août dernier par le Conseil de surveillance en tant que **nouveau membre indépendant du Conseil**. Cette cooptation fait suite à la démission le 16 mai 2022 de M. Nicolas Butin de ses fonctions de membre du Conseil de surveillance de HighCo. Il est notamment le Président et co-fondateur de la fintech *WeShareBonds* (plateforme digitale de crédit) et de la société de gestion *Phillimore*. Cette cooptation sera soumise à la ratification de la prochaine Assemblée générale annuelle qui se tiendra en 2023. Le Conseil de surveillance de HighCo est désormais constitué de cinq membres.
- Mme Céline Dargent ayant quitté le Groupe le 30 juin dernier, le **Directoire** est composé de deux membres : **M. Didier Chabassieu**, Président, et **Mme Cécile Collina-Hue**, Directrice Générale. Il s'appuiera sur un Comité Exécutif (Comex) renforcé en cours de renouvellement.
- Ainsi, deux nouveaux membres rejoignent le Comex de HighCo : **MM. Nicolas Cassar (41 ans) et Thibault Lecerf (33 ans)**. M. Nicolas Cassar évolue depuis 2017 chez HighCo où il a notamment co-dirigé la start-up HighCo Nifty. Il devient **Directeur Marketing et Communication du Groupe**. Figure de l'innovation chez HighCo depuis 2017, M. Thibault Lecerf **dirige aujourd'hui le start-up studio HighCo Venturi**, spécialiste du web3.

**Une conférence téléphonique (analystes) aura lieu jeudi 25 août 2022 à 11h.** Le support de présentation sera mis en ligne sur le site de la Société ([www.highco.com](http://www.highco.com)) en début de conférence, dans la rubrique « Investisseurs – Info. Fi. – Présentations des résultats aux analystes ».

### **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 « Gold » par EcoVadis, faisant partie du top 5% 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.**

Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2022 : Jeudi 25 août 2022 à 11h

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 Euronext® PEA-PME 150 index (ENPME).

ISIN : FR0000054231

Reuters : HIGH.PA

Bloomberg : HCO FP

Retrouvez nos communiqués et avis financiers sur [www.highco.com](http://www.highco.com)