



Paris, le 29 mars 2010

DANS UN CONTEXTE 2009 DIFFICILE, HIGHCO RESISTE ET INNOVE

- Marge brute de 68,52 M€, en retrait de -3,2% à PC⁽¹⁾ sur 2009, mais en légère croissance au T4
- RAO⁽²⁾ de 11,06 M€, en baisse de -14,1% à PC⁽¹⁾ sur 2009 mais stable au S2 2009
- Augmentation de 42,6% du résultat net part groupe et proposition de dividende en hausse de 50% à 0,15€/action
- Situation d'excédent de trésorerie avec un Net Cash en hausse de 55,8% à 20,62M€
- Perspectives 2010 de retour à la croissance organique (dès le T1) et d'amélioration de la rentabilité

(en M€)	2009	2008 PC ⁽¹⁾	2008	Variation N / N-1
Marge brute	68,52	70,80	68,64	-0,2%
Résultat des activités ordinaires (RAO) ⁽²⁾	11,06	12,87	13,07	-15,4%
Marge opérationnelle ⁽³⁾	16,1%	18,2%	19,0%	-15,4%
Résultat net part du groupe	6,19	NA	4,34	+42,6%
Net Cash ⁽⁴⁾	20,62	NA	13,23	+55,8%

⁽¹⁾ Périmètre comparable = consolidation en année pleine sur 2008 de BleuRoy.com et VMS en 2008 et exclusion des activités arrêtées en Italie

⁽²⁾ RAO = résultat opérationnel courant avant charges de restructuration

⁽³⁾ Marge opérationnelle = résultat des activités ordinaires (RAO) / marge brute (MB)

⁽⁴⁾ Net cash = excédent net de trésorerie= trésorerie diminuée de l'endettement financier brut

Richard Caillat, Président du Directoire : « Nous avons connu en 2009 un changement d'environnement : une baisse conjoncturelle forte des investissements en communication, une modification des rapports Marques/Distributeurs avec la mise en application de la LME, un plébiscite des consommateurs pour les opérations promotionnelles, et l'accélération de l'utilisation des nouvelles technologies. Dans ce contexte, HighCo affiche des performances solides sur 2009 et intensifie sa politique d'innovation. Grâce à l'élaboration de concepts nouveaux, d'applications digitales performantes, et la création de nouveaux services pour les marques et les distributeurs, HighCo devrait enregistrer dès le 1^{er} trimestre une croissance de sa marge brute et améliorer sa rentabilité sur 2010. »

Performances financières 2009

Dans un marché très difficile (baisse des dépenses publicitaires en Europe occidentale estimée à 11,8% par Zénith Optimedia), la **marge brute** 2009 reste quasi stable en données publiées (-0,2%) et enregistre un retrait de 3,2% à périmètre comparable. Le groupe a connu une amélioration séquentielle de son activité avec un plus bas au T2 (-8,3%) et un T4 en légère croissance (+0,1%).

Le **résultat des activités ordinaires (RAO)**, en retrait de 15,4% en données publiées sur 2009, et de 14,1% à périmètre comparable, a connu une amélioration au cours de l'année passant de -19% au 1^{er} semestre à une stabilisation au 2^e semestre.

Le **résultat net part du groupe** a bénéficié d'une baisse du taux effectif de l'impôt et d'une base de comparaison favorable (absence de dépréciation de survaleur en 2009) et progresse de 42,6% à 6,19 M€ sur 2009.

La **situation financière du Groupe s'est encore améliorée** avec un excédent net de trésorerie qui s'élève à 20,62M€, en hausse de près de 56%.

Au vu de ces performances satisfaisantes dans le contexte de crise, le Groupe propose de verser **un dividende de 0,15€/action** pour 2009, soit une hausse de 50% par rapport au dividende versé au titre de 2008 et 2007.

Faits marquants et perspectives stratégiques

2009 a été une année de résistance et de consolidation des positions de HighCo :

- Les activités « Store » ont souffert de la crise et de l'évolution des rapports Commerce / Industrie liée à la loi LME, mais HighCo a renforcé ses positions chez les distributeurs et a poursuivi sa politique de développement en lançant de nouvelles activités de merchandising en France ;
- Le « Digital », plébiscité par les annonceurs et les consommateurs, a poursuivi sa montée en puissance (plus de 6M de Webcoupons émis en France et au Benelux). HighCo a également renforcé son programme d'innovation via le HighCo Lab.;
- Les activités « Data » ont connu une excellente année, portées par l'engouement des consommateurs sur les promotions et les bons de réductions (+11% de volume de coupons compensés en 2009) et au lancement de nouvelles activités comme la logistique promotionnelle en France et au Benelux.

Le groupe aborde 2010 avec une ligne stratégique claire autour de deux idées fortes :

- **Simplification** : HighCo va continuer de simplifier son offre et son organisation autour de 2 pôles métiers : la Communication Opérationnelle (Store : Conseil, Field Marketing, Médias Magasins) et le Traitement des Données (Data : Back Office Promotionnel). Ils bénéficient du support d'une cellule de développement en France ainsi que de la mise en place d'une cellule Data à l'international sur de nouveaux pays (Royaume-Uni, Espagne).
- **Innovation** : HighCo s'inscrit dans une dynamique permanente d'innovation avec :
 - la commercialisation de nouveaux concepts associant TV, web et magasins (TF1Conso, achetermieux.tv, www.good-deal.be...) et le développement du merchandising digital
 - des avancées technologiques, avec notamment les technologies sans contact (Pixiwallet®), et la digitalisation des mécaniques promotionnelles et des traitements de données
 - de nouveaux services, avec la mise en place de nouvelles infrastructures de logistique promotionnelle en France et le lancement de l'activité « Gestion de base de données Marketing » au Benelux.

Guidances

Fort de son positionnement stratégique clair, HighCo anticipe un **retour à la croissance organique de sa marge brute en 2010 et ce dès le T1 2010**. Ce retour à la croissance organique, associé à une bonne gestion du point mort d'exploitation, devrait conduire à une amélioration de la **marge opérationnelle 2010**.

Par ailleurs, le Groupe compte utiliser **ses ressources financières** pour financer ses investissements industriels (plus ou moins 1,5M€), le paiement du dividende (1,7M€), ses rachats d'actions (2 à 4M€) et, le cas échéant, saisir les opportunités d'opérations de croissance externe de taille moyenne.

Le Conseil de surveillance du 25 mars 2010 a arrêté les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2009. A la date du présent communiqué, les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport de certification sera émis après finalisation des procédures requises pour les besoins de l'enregistrement du document de référence.

Une réunion d'analystes aura lieu le mardi 30 mars à 14h30 au Palais Brongniart. Le support de présentation sera mis en ligne avant la réunion sur le site de la société www.highco.fr.

A propos de HighCo

HighCo propose des solutions marketing (store, digital, data) qui permettent aux marques et aux distributeurs de toucher les consommateurs dans le point de vente au moment de l'acte d'achat. HighCo compte plus de 800 collaborateurs en France, au Benelux et en Espagne. HighCo est coté au compartiment C d'Euronext Paris.

Vos contacts

Olivier Michel
Directeur général et financier
+33 1 77 75 65 06
comfi@highco.fr

Cynthia Guillemin
Relations Presse
+331 77 75 65 16
c.guillemin@highco.fr

Prochains rendez-vous

Marge brute T1 2010
Marge brute T2 et S1 2010
Résultats semestriels 2010
Marge brute T3 et 9 mois 2010
Marge brute T4 2010

21 avril 2010 (après bourse)
19 juillet 2010 (après bourse)
30 août 2010 (après bourse)
19 octobre 2010 (après bourse)
26 janvier 2011 (après bourse)

HCO
LISTED
NYSE
EURONEXT

HighCo fait partie des indices CAC Small90, CAC Mid&Small 190 et SBF250.

ISIN: FR0000054231
Reuters: HIGH.PA
Bloomberg: HCO FP

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