



Paris, le 27 août 2012

Résultats du 1^{er} semestre 2012 en repli dans un contexte de détérioration du marché

- Marge brute S1 de 36,87 M€, en retrait de 2,4% à données publiées (-10,7% à PCC⁽¹⁾)
- Résultat des activités ordinaires de 7,50 M€, en recul de 14,4%
- Résultat net part du groupe à 4,65 M€, en baisse de 17,8%
- Tendance plus favorable attendue au S2 et objectif de stabilité du BNPA 2012 vs 2011

(en M€)	S1 2012	S1 2011	Variation N / N-1
Marge brute	36,87	37,79	-2,4% (-10,7% PCC ⁽¹⁾)
Résultat des activités ordinaires (RAO) ⁽²⁾	7,50	8,76	-14,4%
Marge opérationnelle (RAO/MB)	20,3%	23,2%	-290 bps
Résultat avant impôts	7,46	8,39	-11,1%
Résultat net part du groupe (RNPG)	4,65	5,66	-17,8%
Bénéfice net par action (BNPA, en €)	0,44	0,53	-16,8%
Excédent net de trésorerie ⁽³⁾	23,77	28,26 ⁽⁴⁾	-4,49 M€

⁽¹⁾ Les informations à données comparables sont des données non auditées. Elles sont calculées :

- en incluant les acquisitions de POS Media, MRM et RC Médias à compter du 1er janvier 2011, et la cession des activités « Field Marketing in-store » en France au 1er janvier 2011 ;
- à taux de change constant (GBP, CZK, HUF, PLN, UAH, TRY), en appliquant les taux de change moyens de la période 2012 aux données de la période 2011.

⁽²⁾ Résultat des activités ordinaires (RAO) : Résultat opérationnel courant avant charges de restructuration.

⁽³⁾ Excédent net de trésorerie : Disponibilités et VMP moins dettes financières brutes courantes et non courantes.

⁽⁴⁾ Au 31 décembre 2011.

Richard Caillat, Président du Directoire : «*Face à une conjoncture qui s'est détériorée en Europe au cours du semestre, HighCo a préservé ses positions commerciales, maintenu son plan d'innovation autour des technologies digitales et de la dématérialisation et a concrétisé l'élargissement de ses activités dans les nouveaux pays. Nous anticipons une inflexion de tendance au 2^{ème} semestre.*»

Analyse des résultats semestriels

Comme annoncé le 16 juillet dernier, HighCo enregistre sur le **1^{er} semestre 2012** une marge brute de **36,87 M€** en retrait de **2,4% en publié** et de **10,7% à données comparables⁽¹⁾**.

Cette contraction de l'activité pèse sur le **résultat des activités ordinaires (RAO)** qui s'affiche à **7,50 M€**, en recul de 14,4% (23,0% à données comparables) malgré une réduction de 6,9% à PCC⁽¹⁾ des charges indirectes d'exploitation.

Le résultat avant impôt ne recule que de 11,1% à **7,46 M€**, sous l'effet d'une baisse des charges de restructuration, de l'absence de coûts d'acquisition, et malgré des plus-values financières en baisse. **Le résultat net part du groupe** est quant à lui en retrait de **17,8% à 4,65 M€**, et le bénéfice net par action s'élève à **0,44€** contre à 0,53€ au 1^{er} semestre 2011.

La structure financière de HighCo reste solide avec un **excédent net de trésorerie** qui s'élève à **23,77 M€** contre 28,26 M€ au 31 décembre 2011. La capacité d'autofinancement atteint 5,94 M€ au 1^{er} semestre, tandis que la ressource quasi-permanente en fonds de roulement provenant principalement des activités de clearing a baissé de 6,17 M€.

Au niveau géographique, la **marge brute** recule de 8,8% à **20,68 M€** en **France** et de 13,0% à **16,19 M€** à **l'International**, en raison d'une contre-performance en Belgique (-15,7%) atténuée par une bonne résistance des nouveaux pays (Espagne, Europe Centrale et Royaume-Uni). **Le résultat des activités ordinaires** s'inscrit en retrait de 20,0% en France et de 1,4% à l'International (Belgique et Nouveaux pays).

Faits marquants et perspectives stratégiques

Dans un marché qui n'a cessé de se dégrader au cours du semestre, tant au niveau des budgets de communication des annonceurs que des distributeurs qui souffrent sur le format hypermarchés en Europe, HighCo a connu :

- **une baisse du Media In store**, particulièrement marquée en France et en Belgique ;
- **un tassement** des volumes de coupons traités (*Clearing*) ;
- **une progression** des nouvelles activités Gestion offres différées de remboursement (ODR), Logistique et Plateforme SMS.

Dans ce contexte, HighCo s'est concentré sur **deux priorités** :

- **le maintien de ses positions commerciales** au travers de la renégociation des contrats clés et d'une démarche de réorganisation opérationnelle et d'ajustement des coûts en France et Belgique ;
- **la poursuite de son développement Digital et International** :
 - **Sur le Digital**, les équipes de R&D de HighCo Lab, en charge de l'innovation ont défini des chantiers majeurs qui permettent aux marques et aux distributeurs de se « Connecter au Shopper » à travers de nouveaux médias et solutions digitales (webcoupon, load to card, drive, F-coupon, mobile, scanette). Elles intensifient également leurs travaux sur la dématérialisation du traitement des données promotionnelles ;
 - **A l'International**, des synergies se sont concrétisées dans les nouveaux pays avec les premières campagnes d'émission de coupons en Hongrie, Tchéquie, de traitement de coupons en Espagne, et le gain du budget The co-operative Group au Royaume-Uni (5^{ème} distributeur national). Un nouveau partenariat a aussi été mis en œuvre aux Emirats Arabes Unis avec Integral Shopper.

Perspectives

La tendance d'activité du second semestre devrait s'améliorer par rapport au 1^{er} semestre en raison d'un meilleur effet de base (-8,8% au S2 2011 contre -1,3% au S1 2011). Dans cette hypothèse, HighCo vise une **stabilité du bénéfice net par action 2012 comparativement à 2011**.

Par ailleurs :

- le **niveau des investissements industriels (capex)** est estimé dans une fourchette de 2 à 2,5 M€ sur l'année, dont 1,2 M€ réalisés au 30 juin.
- le **rachat d'actions propres** devrait être inférieur à 1 M€ en 2012 (0,4 M€ au 30 juin).

Des acquisitions et/ou prises de participation sont également à l'étude pour le S2 2012.

La réunion de présentation des résultats semestriels et des perspectives 2012 aura lieu le 28 août à 14h30 au centre d'affaires Victoire à Paris. Le support de présentation sera mis en ligne sur le site internet de la société au début de la réunion et le rapport financier semestriel (incluant les comptes semestriels qui ont fait l'objet d'un examen limité des commissaires aux comptes) sera mis en ligne après bourse du 28 août.

A propos de HighCo

HighCo, présent dans 13 pays d'Europe, est le premier groupe de communication hors media spécialiste de la grande distribution et de la grande consommation. À travers ses deux pôles complémentaires SHOPPER et DATA, HighCo connecte le consommateur sur l'ensemble du parcours client, et assure la mise en place des opérations ainsi que l'analyse et le traitement des données :

- CONNECT SHOPPER : couponing, promotion, media in store, services
- PROCESS DATA : clearing, gestion, monitoring, logistique

HighCo compte près de 900 collaborateurs en France, au Benelux, en Espagne, au Royaume-Uni et en Europe Centrale. HighCo est coté sur le compartiment C de NYSE Euronext Paris.

Vos contacts

Olivier MICHEL
Directeur général
+33 1 77 75 65 06
comfi@highco.fr

Cynthia LERAT
Relations Presse
+33 1 77 75 65 16
c.lerat@highco.fr

Prochains rendez-vous

Les publications auront lieu après la clôture des marchés

MB T3 et 9 mois 2012 : Mardi 23 octobre 2012
MB 2012 : Jeudi 24 janvier 2013



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.fr