



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Paris, le 27 janvier 2015

FORTE CROISSANCE DU DIGITAL ET AMELIORATION DE LA RENTABILITE EN 2014

- Marge brute T4 2014⁽¹⁾ de 17,79 M€, en hausse de 0,9% à données comparables (DC⁽²⁾)
- Marge brute 2014 de 70,88 M€, en hausse de 1,0% à DC
- Dynamisme de la France (+4,3% en 2014 à DC), retrait à l'International (-4,1% en 2014 à DC)
- Forte croissance du Digital (+18,7% en 2014 à DC). Forte progression de la part du Digital qui passe de 28,3% fin 2013 à 34,8% fin 2014. Intégration réussie de PRIXING (mobile) et MILKY (social media)
- Amélioration de la rentabilité : RAO⁽³⁾ 2014 estimé à plus de 9,50 M€. Marge opérationnelle (RAO/MB) attendue en progression de plus de 80 points de base

Marge brute (en M€)	2014	2013 ⁽⁴⁾	Variation 2014 / 2013 DC ⁽²⁾
T1	17,40	17,26	+0,8%
T2	18,68	18,45	+1,3%
T3	17,01	16,84	+1,0%
T4	17,79	17,64	+0,9%
Total 2014	70,88	70,18	+1,0%

(1) Données en cours d'audit.

(2) Données comparables (DC) : à périmètre comparable, en incluant l'acquisition de MILKY, et à taux de change constants.

(3) Résultat des activités ordinaires (RAO) : Résultat Opérationnel Courant (ROC) avant charges de restructuration.

(4) Conformément à l'application de la norme IFRS 11 sur les partenariats, les activités de POS Media (Europe Centrale) et RMT (France) sont mises en équivalence à compter du 1^{er} janvier 2014. Elles étaient historiquement consolidées par intégration proportionnelle. En conséquence, les données financières présentées au titre des exercices comparatifs ont été retraitées.

Didier CHABASSIEU, Président du Directoire : « 2014 est conforme à nos objectifs, avec une forte croissance du Digital et une amélioration de la rentabilité. Le Digital représente fin 2014 près de 35% de notre marge brute (39,2% au 4^{ème} trimestre). La mutation digitale s'est accélérée en France avec une part de 40,1% sur l'année et 45,4% au 4^{ème} trimestre. Nous sommes donc en très bonne voie pour atteindre notre objectif de 50%. Enfin, pour la première fois depuis 2010, notre rentabilité progressera avec un RAO attendu en hausse d'environ 10% pour 2014 ».

Croissance de 0,9% au T4

La marge brute du Groupe au 4^{ème} trimestre 2014 s'élève à 17,79 M€, en hausse de 0,9% à DC.

En France, la marge brute du 4^{ème} trimestre 2014 atteint 11,75 M€, en progression de 1,3% à DC.

A l'International, la marge brute du 4^{ème} trimestre 2014 est de 6,04 M€, au même niveau qu'en 2013 à DC. Cette inflexion s'explique par un bon trimestre au Benelux, avec une croissance de 1,2%, mais un nouveau repli des autres pays (Espagne et Royaume-Uni).



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Croissance de la marge brute de 1,0% en 2014

La marge brute, principal indicateur du Groupe, s'élève pour l'année 2014 à **70,88 M€, en hausse de 1,0% à DC**.

La marge brute 2014 en France est de **44,65 M€**, soit une **augmentation de 4,3%** par rapport à 2013. Elle représente 63% de la marge brute du Groupe (contre 60% en 2013). Cette progression est soutenue par la croissance à deux chiffres des activités DRIVE TO STORE et DATA. Les activités IN-STORE sont en repli en raison de la faiblesse des investissements des marques sur les supports en points de vente.

A l'**International**, la marge brute pour l'année 2014 est de **26,23 M€**, représentant 37% de la marge brute du Groupe (contre 40% en 2013). Elle s'affiche en repli de 4,1% pour l'année 2014, en raison de la baisse de 3,8% au **Benelux**, et de 5,7% des **autres pays** (Espagne et Royaume-Uni).

Forte croissance du Digital et intégration réussie de PRIXING et de MILKY

La marge brute du Digital continue sa forte progression, de 18,6% au 4^{ème} trimestre et de 18,7% pour l'année 2014. L'ensemble de nos indicateurs a progressé en 2014, avec notamment :

- la hausse de 13% des volumes d'émission de coupons digitaux, pour atteindre 33,9 millions ;
- l'augmentation de 34% des volumes de Push SMS envoyés, pour un total de 352 millions, soit près de 1 million de SMS par jour ;
- la hausse de 76% des opérations d'e-ODR (offres de remboursements) ;
- la forte progression de l'activité de e-commerce alimentaire où HighCo collabore avec les principaux sites de Drive (« Click & Collect ») des distributeurs français. Cette activité est un véritable nouveau relais de croissance pour les années à venir.

L'intégration réussie de l'application mobile PRIXING et de l'agence social media MILKY offre également des perspectives intéressantes avec :

- un nombre de téléchargements cumulé de l'application PRIXING de 1,92 million et plus de 500 000 shoppers mensuels connectés ;
- une progression de la marge brute de MILKY de 17% à DC.

La part du Digital progresse sensiblement et représente dorénavant près de 35% de la marge brute du Groupe (34,8% pour l'année 2014 contre 28,3% pour l'année 2013).

Clôture des comptes 2014

Sur la base des travaux de clôture des comptes en cours, HighCo anticipe un **Résultat des Activités Ordinaires (RAO) supérieur à 9,50 M€, soit une progression de l'ordre de 10%** (8,62 M€ publié en 2013 à méthode comparable). La marge opérationnelle (RAO/MB) est ainsi attendue en hausse de plus de **80 points de base** en 2014 (12,6% en 2013).

La dégradation de l'activité de POS Media en Europe Centrale (en particulier en Russie et Ukraine) en 2014 a entraîné une révision à la baisse des perspectives moyen-terme de cette participation détenue à 48% par HighCo. Le Groupe va procéder à une dépréciation, sans impact cash, de la valeur de sa participation pour un montant proche de 3 M€ dans ses comptes au 31 décembre 2014.

L'excédent net de trésorerie⁽⁵⁾, incluant la ressource en fonds de roulement des activités DATA, s'élève à plus de 30 M€ au 31 décembre 2014 (28,71 M€ au 30 juin 2014 et 25,45 M€ au 31 décembre 2013).

La publication des comptes annuels aura lieu le 23 mars prochain (après clôture de la bourse). Une réunion d'analystes se tiendra le 24 mars à 14h30.

(5) Excédent net de trésorerie : trésorerie (actif) moins endettement financier brut (passif).



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Mise en place d'un crédit syndiqué de 20 M€ amortissable sur 6 ans

HighCo a signé le 8 janvier 2015 un crédit syndiqué de 20 M€ auprès d'un pool bancaire comprenant CACIB, Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel Alpes Provence, BNP Paribas, Natixis et HSBC France. Ce crédit d'une maturité de 6 ans permet de refinancer, dans de bonnes conditions de marché, la ligne de facilité moyen-terme de 23 M€ qui arrivait à expiration en juillet 2015.

A propos de HighCo

Depuis sa création, HighCo a placé l'innovation au cœur de ses valeurs pour proposer à ses clients des Solutions Marketing Intelligentes pour influencer le comportement du Shopper avec la bonne offre, au bon moment et sur le bon canal. En 2015, HighCo est fier de fêter 25 ans d'innovation au service des marques et des retailers.

Présent dans 15 pays, HighCo compte près de 900 collaborateurs. HighCo est coté sur le compartiment C de NYSE Euronext Paris et fait partie du Gaïa Index, sélection de 70 PME-ETI responsables.

Vos contacts

Olivier MICHEL
Directeur Général
+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.

Résultats annuels 2014 : Lundi 23 mars 2015

Réunion d'analystes (SFAF) : Mardi 24 mars 2015

Marge brute T1 2015 : Mercredi 22 avril 2015

Marge brute T2 et S1 2015 : Jeudi 16 juillet 2015

Résultats semestriels 2015 : Mercredi 26 août 2015

Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2015 : Jeudi 27 août 2015

Marge brute T3 et 9 mois 2015 : Mardi 27 octobre 2015

Marge brute T4 2015 : Mardi 26 janvier 2016



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