



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Paris, le 16 juillet 2014

Croissance S1 du Groupe portée par le Digital en France

- Marge brute T2 2014⁽¹⁾ de 18,68 M€, en hausse de 1,3% à données comparables⁽²⁾.
- Marge brute S1 2014⁽¹⁾ de 36,08 M€ en hausse de 1,1% à données comparables⁽²⁾.
- Poursuite du dynamisme de l'activité en France au S1 2014 (+3,7% à DC).
- International en baisse de 2,6% au S1 2014.
- Forte croissance du Digital au S1 2014 (+20,5% à DC).
- Amélioration de la rentabilité au S1 avec un Résultat des Activités Ordinaires (RAO)⁽³⁾ semestriel attendu en hausse de plus de 10%.

Marge brute ⁽¹⁾ (en M€)	2014	2013 ⁽⁴⁾	% Variation 2014 / 2013 DC ⁽²⁾
T1	17,40	17,26	+0,8%
T2	18,68	18,45	+1,3%
Total S1	36,08	35,71	+1,1%

(1) Procédures d'examen limité des Commissaires aux Comptes en cours.

(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 restructurations.

(4) Conformément à l'application des normes IFRS 10 & 11, 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. Ces normes étant d'application rétrospective, la marge brute de l'exercice précédent a été retraitée en conséquence.

Pour Didier CHABASSIEU, Président du Directoire : « *L'objectif principal de poursuivre notre croissance a été atteint avec un cinquième trimestre consécutif de croissance. Cet objectif a été réalisé grâce aux très bonnes performances de nos activités digitales qui représentent plus de 32% de notre activité au premier semestre* ».

Croissance de 1,3% du Groupe au 2^{ème} trimestre

La marge brute du Groupe au 2^{ème} trimestre 2014 s'affiche à 18,68 M€ en hausse de 1,3% à données comparables et en légère progression par rapport à la croissance de 0,8% enregistrée au 1^{er} trimestre 2014.

En France, la croissance d'activité se poursuit. La marge brute du 2^{ème} trimestre 2014 s'élève à 11,24 M€ soit une hausse de 2,0% à données comparables par rapport au 2^{ème} trimestre 2013.

A l'International, le groupe voit sa tendance d'activité s'améliorer légèrement. La marge brute du 2^{ème} trimestre 2014 s'affiche à 7,44 M€, en hausse de 0,1% à données comparables par rapport au 2^{ème} trimestre 2013.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Croissance de 1,1% du Groupe au 1^{er} semestre 2014. Poursuite du dynamisme en France (+3,7%). International en baisse de 2,6%.

En France, l'activité a continué de croître avec une marge brute de 21,69 M€ en progression de 3,7% à données comparables (60,1% de la marge brute du S1 2014), portée par le dynamisme des solutions 100% digitales de « drive to store » (Webcoupons, load to card, push SMS) et la progression des opérations de gestion promotionnelle et d'offres de remboursement (ODR). La faiblesse des investissements des marques en points de vente a pénalisé les activités « in-store » au S1 mais les perspectives d'activité sont mieux orientées au S2.

A l'International, la marge brute s'affiche à 14,39 €, en repli de 2,6% à données comparables (39,9% de la marge brute du 1^{er} semestre 2014). L'activité continue de baisser en Belgique (-2,3% à données comparables, 32,8% de la marge brute du 1^{er} semestre 2014). L'activité en Espagne et au Royaume-Uni (« nouveaux pays ») est en repli de 4,3% à données comparables par rapport au 1^{er} semestre 2013.

Forte croissance des activités digitales au S1

La croissance organique des activités digitales (+20,5% à données comparables) au S1 résulte de :

- la **hausse de 27%** des volumes d'émission de **coupons digitaux** et la **progression de 39%** des volumes de **Push SMS** envoyés par nos plateformes en Europe ;
- la **progression de 21%** du nombre d'opérations digitales d'offres de remboursement (**e-ODR**) en France ;
- la **bonne performance** des acquisitions « digitales » du T1 2014 : PRIXING (application mobile d'aide au shopping) et MILKY (agence spécialisée dans les réseaux sociaux).

Le Digital représente 32,2% de la marge brute au 1^{er} semestre 2014 (contre une part de 27,1% sur la totalité de l'exercice 2013). Les perspectives de l'activité digitale de HighCo restent bien orientées pour la suite de l'exercice 2014. L'objectif du Groupe est toujours d'atteindre à moyen terme une part de 50% de sa marge brute dans le Digital.

Résultats semestriels 2014

Sur la base des travaux de consolidation actuellement en cours :

- Le Groupe anticipe une **progression de sa rentabilité (RAO/MB) au S1** avec un **RAO** (Résultat des activités ordinaires) ⁽³⁾ semestriel attendu en **progression de plus de 10%** par rapport au 1^{er} semestre 2013 (6,09 M€) ;
- **La situation financière** reste solide avec un excédent net de trésorerie de **plus de 28 M€** au 30/06/2014, en légère progression par rapport à la clôture 2013 (26,18 M€).



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

A propos de HighCo

HighCo propose aux marques et aux retailers des Solutions Marketing Intelligentes pour influencer le comportement du Shopper avec la bonne offre, au bon moment et sur le bon canal.

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*

*Aimy GUEZ
Relations Presse
+33 1 77 75 65 33
a.guez@highco.com*

Prochains rendez-vous

Les publications auront lieu **après la clôture des marchés.**

Résultats semestriels 2014 : Mercredi 27 août 2014

Conférence téléphonique (analystes) sur les résultats semestriels 2014 : Jeudi 28 août 2014 (10h)

Marge brute T3 et 9 mois 2014 : Mardi 28 octobre 2014

Marge brute T4 et 12 mois 2014 : Mardi 27 janvier 2015



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