

Aix-en-Provence, le 22 mars 2022 (18h)

HIGHCO AFFICHE DE TRÈS BONS RÉSULTATS 2021 : RETOUR DE LA CROISSANCE D'ACTIVITÉ, TRÈS FORTE PROGRESSION DE LA RENTABILITÉ (>20%) ET DIVIDENDE PROPOSÉ EN FORTE HAUSSE

Retour de la croissance d'activité

- Marge brute (MB) 2021 de 76,52 M€ en hausse de 3,2% à données publiées et à PCC⁽¹⁾.

Forte hausse des résultats et de la rentabilité

- Résultat des Activités Ordinaires (RAO) ajusté⁽²⁾ de 15,54 M€, en forte hausse de +27,6%.
- Marge opérationnelle ajustée⁽²⁾ de 20,3%, en forte progression de +390 points de base.
- Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté⁽³⁾ de 8,71 M€, en très forte hausse de +50,9%.

Forte génération de cash

- Capacité d'autofinancement (CAF) de 15,33 M€ (hors IFRS 16), en hausse de +2,33 M€ (+17,9%).
- Cash net hors ressource nette en fonds de roulement de 17,92 M€ au 31 décembre 2021, en hausse de 4,50 M€ par rapport au 31 décembre 2020.

Fort retour à l'actionnaire

- Dividende de 0,32 € par action proposé à l'AG de mai 2022, en forte croissance de +18,5%.
- Proposition d'annulation d'environ 8% des titres auto-détenus.

Guidances 2022

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

(en M€)	2021	2020	Variation 2021 / 2020
Marge brute	76,52	74,16	+3,2%
Résultat des Activités Ordinaires ajusté⁽²⁾	15,54	12,18	+27,6%
Marge opérationnelle ajustée⁽²⁾ (en %)	20,3%	16,4%	+390 bps
Résultat Opérationnel Courant	14,82	12,18	+21,7%
Résultat Net Part du Groupe	11,19	4,27	+161,9%
Résultat Net Part du Groupe ajusté⁽³⁾	8,71	5,77	+50,9%
Bénéfice net par action ajusté ⁽³⁾ (en €)	0,42	0,28	+51,4%
Cash net⁽⁴⁾ hors ressource nette en fonds de roulement	17,92	13,42	+4,50 M€
Capacité d'autofinancement (excl. IFRS 16)	15,33	13,00	+17,9%

(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) ajusté : Résultat Opérationnel Courant avant charges de restructuration et hors impacts des plans d'attribution gratuite d'actions. Marge opérationnelle ajustée : RAO ajusté / Marge brute.

(3) Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté : Résultat Net Part du Groupe hors impacts nets d'impôt des plans d'attribution gratuite d'actions (2021 : aucun impact ; 2020 : produit de 0,56 M€), hors autres produits et charges opérationnelles (2021 : 2,46 M€ ; 2020 : aucun impact) et hors résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (2021 : produit de 0,02 M€ ; 2020 : charge de 2,06 M€) ; bénéfice net par action ajusté basé sur un nombre de titres moyen de 20 677 545 au 31/12/21 et de 20 738 470 au 31/12/20.

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

Didier CHABASSIEU, Président du Directoire : « Après deux années marquées par un environnement complexe, je suis très fier du travail accompli par nos équipes qui permet d'afficher de très bonnes performances financières en 2021. Le Groupe enregistre en effet un retour de la croissance (+3,2%) tiré par la progression de ses activités digitales (2/3 de la MB), en particulier Mobile (+6,8%). Cette croissance s'accompagne d'une hausse importante du résultat des activités ordinaires et de la rentabilité. Ces très bons résultats permettent à HighCo de proposer un fort retour à l'actionnaire et de poursuivre ses investissements dans l'innovation. HighCo affirme son ambition : être le partenaire référent et exemplaire des marques et des retailers dans l'accélération de la transformation du commerce ».



INTELLIGENT
MARKETING

PERFORMANCES FINANCIÈRES 2021

Retour de la croissance d'activité

La marge brute du Groupe s'affiche en progression de +3,2% à 76,52 M€ sur l'exercice 2021.

Cette croissance d'activité est principalement soutenue par :

- le **Digital**, en hausse de +2,6%, qui représente désormais plus de 2/3 des activités, en particulier grâce à des activités **Mobile** très bien orientées (+6,8%) ;
- les bonnes performances des activités *offline* (+4,5%), bénéficiant d'une base de comparaison favorable.

Par zones géographiques, **la France affiche une marge brute de 66,45 M€ en croissance de +3,3% en 2021** et représente 86,8% de la marge brute du Groupe sur l'exercice. **Tirées par le Mobile (+7,2%)**, les activités digitales y sont en progression de +2,4% et leur part représente 67,4% de la marge brute. Bénéficiant d'un effet de base largement favorable, principalement au T2 (+25,3%), les activités *offline* s'affichent en progression de +5,1% sur l'exercice.

A l'International, les activités sont également en croissance de +2,3% à 10,07 M€ et représentent 13,2% de la marge brute du Groupe. Cette croissance d'activité se retrouve aussi bien en **Belgique (+2,1%)** que dans les autres pays (+4,3%). Le Digital s'affiche en croissance de +3,3% sur l'année et représente 63,1% de la marge brute.

Forte hausse des résultats et de la rentabilité

La croissance d'activité alliée à la bonne maîtrise des coûts permet d'afficher un **RAO ajusté en forte progression de +27,6%** par rapport à 2020, à **15,54 M€ en 2021** avec :

- une forte hausse du RAO ajusté France de +34,1% à 13,42 M€ (2020 : 10,01 M€) ;
- une quasi stabilité du RAO ajusté International à 2,12 M€ (2020 : 2,18 M€).

La marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB) progresse fortement de 390 points de base par rapport à 2020 (16,4%) **pour s'afficher à 20,3%**.

La croissance du RAO ajusté et la stabilité des charges de restructurations (2021 : 0,71 M€ ; 2020 : 0,78 M€) entraînent **une forte croissance du ROC de +21,7% à 14,82 M€** (2020 : 12,18 M€).

Compte tenu d'un autre produit opérationnel de 2,46 M€ lié à la réévaluation à la juste valeur du complément de prix comptabilisé lors de l'acquisition de Useradgents en 2018, **le résultat opérationnel 2021 s'établit à 17,28 M€**, en très forte hausse +41,9%.

La charge d'impôt reste stable à 4,29 M€ en 2021 (2020 : charge de 4,24 M€). Le taux effectif d'impôt est en forte baisse de 660 points de base et s'affiche sur la période à 29,6%.

Le RNPG ajusté est en très forte progression de +50,9% à 8,71 M€ (2020 : 5,77 M€), pour un RNPG publié qui s'affiche à 11,19 M€, également en très forte hausse de +161,9% (2020 publié : 4,27 M€).

Le Groupe enregistre ainsi un **BNPA ajusté de 0,42 €**, en très forte progression de **+51,4%** par rapport à 2020.

Forte génération de cash

La capacité d'autofinancement s'élève à 18,48 M€, en hausse de +13,6% par rapport au 31 décembre 2020. Hors impact de la norme IFRS 16 (Contrat de location), **la capacité d'autofinancement s'élève à 15,33 M€**, en progression de **+17,9%** par rapport au 31 décembre 2020.

Le cash net (excédent net de trésorerie) au 31 décembre 2021 s'établit à 73,71 M€, en baisse de 3,25 M€ par rapport au 31 décembre 2020.

Hors ressource nette en fonds de roulement (55,79 M€ au 31 décembre 2021), **le cash net s'affiche à 17,92 M€, en hausse de 4,50 M€** par rapport au 31 décembre 2020.

FORT RETOUR À L'ACTIONNAIRE

Dividende en forte hausse

Avec ces solides performances financières, il sera proposé à la prochaine Assemblée Générale du 16 mai 2022, **un dividende de 0,32 € par action, en forte progression de +18,5%** (0,27 € par action versé en 2021 au titre de 2020).

Proposition d'annulation d'environ 8% des titres auto-détenus

La société informe qu'elle a le **projet d'annuler, d'ici fin juin 2022, au moins 8% de son capital social** par annulation d'actions auto-détenues (hors contrat de liquidité).

Le Directoire, dans le cadre de sa politique de retour à l'actionnaire et constatant que la limite légale de 10% du capital en auto-détention est presque atteinte, a présenté au Conseil de surveillance un projet de réduction de 8% du capital de la société, par annulation d'actions auto-détenues acquises dans le cadre de programmes de rachat d'actions successifs. Comme annoncé ci-dessus, le Groupe enregistre en 2021 une forte hausse de sa rentabilité et affiche une situation financière solide avec un excédent net de trésorerie (cash net) élevé. Ces éléments sont favorables à la réalisation de cette opération.

Le Conseil de surveillance, qui s'est tenu ce jour, a autorisé le Directoire à procéder à cette opération.

Le Directoire entend mettre en œuvre cette autorisation d'ici fin juin 2022 sous conditions :

- du vote favorable par l'Assemblée Générale annuelle des actionnaires du 16 mai prochain d'une résolution l'autorisant à annuler les actions auto-détenues dans les limites légales,
- de la décision de l'AMF d'accorder à WPP (actionnaire de référence détenant 34% du capital), sur demande de celle-ci, une dérogation à l'obligation de déposer une offre publique, et
- qu'il n'existera plus aucune voie de recours contre cette décision.

Il est précisé que WPP s'abstiendra de voter la résolution d'annulation qui sera soumise à l'Assemblée Générale.

HIGHCO ET LA TRANSFORMATION DU COMMERCE

Avec la croissance du e-commerce, la montée en puissance du m-commerce et des réseaux sociaux, l'émergence du Web3, le commerce poursuit sa mutation. Les consommateurs adoptent massivement ces nouveaux usages de shopping. A travers la poursuite de sa stratégie d'innovation, HighCo développe de nouvelles offres et solutions pour être **le partenaire référent des marques et retailers dans la transformation du commerce**.

- Le **commerce in-store**, s'il reste le lieu privilégié, en particulier pour les achats alimentaires, doit se réinventer pour transformer les magasins en lieux d'expérience, faciliter les transactions et l'accès aux promotions. A travers ses **deux nouvelles start-ups**, HighCo invente les **coupons intelligents** (HighCo Coupon[AI]) et développe le **coupon de réduction mobile universel** qui permettra de simplifier l'accès à la générosité des marques (HighCo Nifty).
- L'**e-commerce alimentaire** devrait atteindre, en 2022, près de 10% de part de marché ⁽⁵⁾ et voit émerger pléthore de nouveaux acteurs répondant notamment aux enjeux de livraison. Dans ce contexte, HighCo

accompagne les *retailers* comme Leclerc dans la **déclinaison *online* des temps forts d'enseigne** et comme Franprix dans le **développement d'application de commerce** incluant les fonctionnalités de « *quick commerce* ».

- Avec une **croissance de 23%** par rapport à 2020 ⁽⁶⁾ le **commerce via mobile** représente **50% du e-commerce mondial** ⁽⁷⁾. Le développement d'**applications e-commerce que HighCo réalise** pour les marques, et notamment les « DNVB » (« *Digital Native Vertical Brands* ») comme Etat Pur, leur permet de mettre en place des stratégies « *Direct To Consumers* ». Par ailleurs, HighCo a su également adapter son savoir-faire en matière de diffusion de SMS pour proposer une nouvelle solution de commerce mobile : le **paiement par SMS**. Simple et sécurisée, cette solution permet par exemple aux usagers de grandes agglomérations d'acheter leur ticket de transport via un SMS.
- Les **réseaux sociaux** ont, à leur tour, investi la sphère du commerce. Les études prévoient que d'ici 2025, les dépenses via les réseaux sociaux devraient tripler pour passer de 490 Mds\$ à 1200 Mds\$ et représenter 17% du e-commerce dans le monde ⁽⁸⁾. HighCo aide les marques, comme Arkopharma, à déployer leur stratégie d'influence à travers le recrutement d'**influenceurs et la création de storytelling**. Le **live-shopping**, encore embryonnaire il y a quelques années, permet de booster les ventes (jusqu'à 35% de taux de conversion ⁽⁹⁾ vs 1,5% sur l'e-commerce) et de mettre en avant les produits d'une marque, comme dans le cas des sessions de live-shopping hebdomadaires que HighCo organise pour Casino. L'organisation de streaming nécessite un savoir-faire complet, allant du recrutement de l'influenceur à la diffusion en passant par le *storytelling*, la captation, et la modération de contenus.
- Enfin, l'émergence du Web3 et du métavers permet aux marques et aux enseignes d'explorer de nouvelles formes de commerce virtuel : le Groupe a par exemple accompagné l'enseigne Printemps sur ce sujet à travers la création d'un « *Shop* » immersif et de NFT (*Non Fungible Token*). Grâce à son start-up studio, HighCo construit une offre complète pour accompagner ses partenaires dans cette nouvelle forme de commerce : **création de collection de NFT, achat de terrains dans le métavers et « construction » de bâtiments, développement d'interfaces avec l'e-commerce afin de permettre les transactions**, etc. Ce sont là de premières briques techniques permettant de façonner dès aujourd'hui le commerce de demain.

HIGHCO ET LA RSE

Depuis sa création en 1990, HighCo a mis au cœur de son développement les sujets sociaux et sociétaux, et en particulier son fort ancrage territorial. Cela fait partie de l'ADN du Groupe. La société et la réglementation ont accéléré la prise de conscience du rôle des entreprises sur ces sujets.

Le Groupe a ainsi pour ambition d'être une entreprise exemplaire sur les plans sociaux, sociétaux et environnementaux.

Cette ambition répond notamment à trois enjeux majeurs :

- l'adhésion des collaborateurs au projet d'entreprise ;
- l'attraction de nouveaux talents ;
- une attente croissante de nos clients.

HighCo compte ainsi **poursuivre les actions déjà en place sur les plans sociaux et sociétaux**, notamment :

- maintenir la parité sur la part des femmes cadres / managers dans les effectifs (48% à fin 2021) ;
- conserver la notation EcoVadis Platinum, permettant de faire partie du top 1% des entreprises les plus performantes en termes de RSE et d'achats responsables ;
- développer le Fonds de dotation HighCo Pour Entreprendre (mécénat de compétences et financier) ;
- réaliser du mécénat entrepreneurial (deux startups lauréates du Prix Frédéric Chevalier).

(5) Kantar Consumers Day – « Le e-commerce devrait dépasser 10% en 2023 sur les PGC-FLS » – Déc. 2021

(6) Fevad – Bilan du e-commerce en France en 2021 – Fév. 2022

(7) Étude PayPlug – Tendances et usages du mobile en 2021 – Jan. 2018 à Mai 2021

(8) Accenture Research, Social Commerce – 2021

(9) Emarketing.fr – Benchmarks iResearch, Gartner ou Deloitte – 2021



INTELLIGENT
MARKETING

GUIDANCES 2022

Ces guidances ont été établies sur la base des éléments disponibles, dans un contexte complexe et évolutif lié à la guerre en Ukraine et à la pandémie de Covid 19 toujours en cours.

Le Groupe rappelle à ce titre qu'il n'est pas directement ou indirectement présent dans les zones de conflit et souligne que son niveau d'activité à fin février 2022 n'a pas été impacté.

Dans ce contexte, HighCo anticipe pour l'année 2022 :

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

Les ressources financières du Groupe seront 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 2,0 M€ et 3,0 M€ (1,06 M€ en 2021) ;
- à des **acquisitions et/ou prises de participations** ;
- au retour à l'actionnaire par le **paiement d'un dividende en forte hausse** (de l'ordre de 6,6 M€) et par la poursuite du programme de rachat d'actions propres qui sera supérieur à 1,0 M€ (1,31 M€ en 2021).

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 16 MAI 2022

L'Assemblée Générale annuelle (mixte) de HighCo se tiendra le **lundi 16 mai 2022 à 10h30 au siège social d'Aix-en-Provence**.

Compte tenu du contexte de crise liée à la pandémie de Covid-19, les modalités de tenue et de participation à cette Assemblée pourront être modifiées en fonction de l'évolution de la situation sanitaire, en conformité avec la réglementation.

Le Conseil de Surveillance a examiné les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2021. A la date du présent communiqué, les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Les rapports de certification seront émis après la finalisation des vérifications spécifiques requises pour les besoins du dépôt du document d'enregistrement universel.

Une conférence téléphonique (analystes) aura lieu mercredi 23 mars 2022 à 11h00. Le support de présentation sera mis en ligne sur le site de la Société (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 « Platinum » par EcoVadis, faisant partie du top 1% 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 annuels 2021 : Mercredi 23 mars 2022 à 11h00

Marge brute T1 2022 : Mardi 26 avril 2022

Marge brute T2 et S1 2022 : Jeudi 21 juillet 2022

Résultats semestriels 2022 : Mercredi 24 août 2022

Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2022 : Jeudi 25 août 2022

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 Enternext® PEA-PME 150 index (ENPME).

ISIN : FR0000054231

Reuters : HIGH.PA

Bloomberg : HCO FP

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