



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Paris, le 26 mars 2019 (18h)

## 2018 : NOUVELLE ANNÉE DE CROISSANCE D'ACTIVITÉ ET DE PROGRESSION DES RÉSULTATS POUR HIGHCO

### 6<sup>ème</sup> année de croissance

- Marge brute (MB) 2018 de 87,57 M€ en hausse de 6,5% à données publiées et de 2,6% PCC<sup>(1)</sup>.
- Renforcement des activités digitales : croissance de 9,2% à PCC, soit 52,9% des activités du Groupe en 2018, et acquisition de l'agence mobile first Useradgents.

### Forte progression des résultats

- Résultat des Activités Ordinaires (RAO) ajusté<sup>(2)</sup> de 16,04 M€, en hausse de 8,0%.
- Marge opérationnelle ajustée<sup>(2)</sup> de 18,3%, en hausse de 20 points de base.
- Résultat Opérationnel Courant (ROC) de 14,12 M€, en hausse de 16,6%.
- Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté<sup>(3)</sup> de 9,75 M€, en hausse de 14,9%.
- Dividende de 0,16 € par action proposé à l'AG de mai 2019, en hausse de 14,3%.

### Forte génération de cash

- Capacité d'autofinancement (CAF) de 14,65 M€, en hausse de 3,29 M€ (+28,9%).
- Cash net<sup>(4)</sup> au 31 décembre 2018 de 52,17 M€, en hausse de 6,26 M€ ; cash net hors ressource nette en fonds de roulement de 0,97 M€ au 31 décembre 2018, en hausse de 0,63 M€.

### Gouvernance

- Retour de Didier Chabassieu à la Présidence du Groupe et Cécile Collina-Hue à la Direction Générale.

(en M€)	2018	2017	Variation 2018 / 2017
Marge brute	87,57	82,24	+6,5% (+2,6% PCC <sup>(1)</sup> )
Résultat des Activités Ordinaires ajusté <sup>(2)</sup>	16,04	14,85	+8,0%
Marge opérationnelle ajustée <sup>(2)</sup> (en %)	18,3%	18,1%	+20 bps
Résultat Opérationnel Courant	14,12	12,10	+16,6%
Résultat Net Part du Groupe ajusté <sup>(3)</sup>	9,75	8,49	+14,9%
Cash net <sup>(4)</sup>	52,17	45,91	+6,26 M€

(1) PCC : à périmètre comparable (i.e. en incluant la société Useradgents sur 6 mois en 2017 et 2018, à partir du 1<sup>er</sup> juillet) 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 (0,71 M€ en 2018 ; 0,44 M€ en 2017) et hors coût des plans d'attribution gratuite d'actions (1,21 M€ en 2018 ; 2,31 M€ en 2017). Marge opérationnelle ajustée : RAO ajusté / Marge brute.

(3) Résultat Net Part du Groupe (RNPG) ajusté : Résultat Net Part du Groupe hors coût net d'impôt des plans d'attribution gratuite d'actions (0,87 M€ en 2018 ; 1,52 M€ en 2017), hors autres produits et charges opérationnels (produit de 0,54 M€ en 2018 ; nul en 2017), et hors résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (charge de 0,77 M€ en 2018 ; produit de 0,15 M€ en 2017).

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



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Cécile COLLINA-HUE, Directrice Générale : « *HighCo, qui a réalisé, en 2018, une nouvelle année de croissance rentable grâce au renforcement de ses activités digitales, évolue sur un marché guidé par la digitalisation du commerce et des attentes toujours plus forte des consommateurs en matière de personnalisation. Dans ce contexte, le Groupe a affiné sa mission et ajusté son offre pour relever avec ses clients, marques et retailers, ces nouveaux challenges. Fort de son positionnement d'expert en data marketing et de ses performances financières depuis 5 ans, le Groupe a aujourd'hui les moyens de continuer à accélérer sa croissance en investissant sur ses deux axes stratégiques : le Digital et la maîtrise de la data.* »

## PERFORMANCES FINANCIERES 2018

### 6<sup>ème</sup> année de croissance consécutive d'activité toujours tirée par le Digital

**La marge brute 2018 s'élève à 87,57 M€, en progression de 6,5% à données publiées et de 2,6% à périmètre et change comparables (PCC).** La croissance d'activité s'est améliorée de trimestre en trimestre pour atteindre 3,5% au T4 2018. Le Groupe affiche ainsi une 6<sup>ème</sup> année de croissance organique consécutive, tirée par des activités digitales qui progressent de 9,2% PCC.

**En France, la dynamique de croissance reste soutenue : +4,4% PCC à 64,68 M€,** soit 73,9% de la marge brute du Groupe. Avec une forte croissance de 9,2% sur l'année, la part dans les activités digitales en France atteint 59,8% en 2018.

**L'International est en repli de 1,9% PCC en 2018 à 22,90 M€ :**

- Le Benelux affiche une dégradation de l'activité pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive avec une baisse de 2,6% PCC à 21,80 M€ ;
- L'Europe du Sud (Espagne et Italie) est en croissance à deux chiffres de 15,9% à 1,10 M€ (1,2% de la marge brute du Groupe).

### Forte progression des résultats

La croissance d'activité en France et la bonne maîtrise des coûts permettent au Groupe d'enregistrer un **RAO ajusté en croissance, pour la 5<sup>ème</sup> année consécutive, de 8,0% à 16,04 M€ en 2018** avec :

- une nouvelle augmentation du RAO ajusté France de 1,9% à 13,84 M€ ;
- une progression du RAO ajusté International de 73,4% à 2,20 M€.

**La marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB) progresse de 20 points de base pour s'afficher à 18,3% (2017 : 18,1%).**

Avec cette croissance du RAO ajusté, un coût des plans d'attribution gratuite d'actions de 1,21 M€ (2017 : 2,31 M€) et des charges de restructuration de 0,71 M€ (2017 : 0,44 M€), **le ROC s'affiche à 14,12 M€ (2017 : 12,10 M€), en forte progression de 16,6%.**

Le résultat opérationnel ressort en forte hausse de 21,1% pour s'établir à 14,65 M€ principalement suite à un produit de 5,08 M€ lié à réévaluation à la juste valeur de la quote-part de 49,06% antérieurement détenue dans Useradgents et à la dépréciation du goodwill affecté au Benelux de 4,48 M€.

L'impôt ressort en forte baisse, principalement du fait d'un crédit impôt recherche (CIR), et représente une charge de 3,86 M€ en 2018 (2017 : charge de 4,60 M€).

Le résultat des activités arrêtées ou en cours de cession représente, quant à lui, une charge de 0,77 M€ en 2018 (2017 : produit de 0,15 M€) suite à la dépréciation de la participation dans l'entreprise associée Yuzu.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

**Le RNPG ajusté progresse ainsi de 14,9% à 9,75 M€**, pour un RNPG publié qui s'affiche à 8,64 M€ en 2018, en hausse de 21,4% (2017 : 7,12 M€).

Le Groupe enregistre ainsi un BNPA 2018 ajusté<sup>(5)</sup> de 0,47 €, en hausse de 14,5% par rapport à un BNPA 2017 ajusté de 0,41 €.

**Un dividende de 0,16 € par action, en progression de 14,3%**, sera proposé à la prochaine assemblée générale du 20 mai 2019.

### **Forte génération de cash**

La capacité d'autofinancement progresse de 28,9% à 14,65 M€. **L'excédent net de trésorerie (cash net) progresse ainsi de 6,26 M€ pour s'établir à 52,17 M€** au 31 décembre 2018. Hors la ressource nette en fonds de roulement (51,20 M€ au 31 décembre 2018), le cash net reste positif et s'affiche à 0,97 M€, en hausse de 0,63 M€ par rapport au 31 décembre 2017.

## **OFFRE ET AXES STRATEGIQUES**

### **Un marché en évolution permanente**

Le commerce subit des transformations majeures, principalement liées à la digitalisation et à l'utilisation de la donnée. Ces changements impactent les consommateurs qui sont devenus experts de ces nouvelles technologies et exigeants vis-à-vis des marques et des *retailers*. De nouvelles règles viennent encadrer le recueil et l'utilisation de leurs données, d'une part, et la générosité que peuvent leur apporter marques et distributeurs alimentaires, d'autre part, rebattant ainsi les cartes des activations promotionnelles qui animent ces secteurs d'activité.

### **HighCo affine sa mission et ajuste son offre**

Afin d'accompagner ses clients, marques et *retailers*, face à ces nouveaux challenges, HighCo, expert en data marketing et communication, innove en permanence et s'appuie sur quatre expertises complémentaires qui couvrent toute la chaîne d'engagement d'un consommateur, depuis le premier contact jusqu'à la transaction :

- construire une stratégie marketing pour créer une « émotion » entre le consommateur et la marque ou l'enseigne ;
- utiliser l'expérience utilisateurs pour nourrir la « relation » ;
- accompagner, grâce au data marketing et à l'intelligence artificielle, les annonceurs dans la « personnalisation » des contenus qu'ils poussent aux consommateurs ;
- déclencher la « transaction » grâce à la conception et à la gestion des campagnes d'activation.

### **Poursuite des investissements sur ses deux axes stratégiques**

Dans ce contexte en pleine évolution qui voit émerger de nouveaux acteurs sur des briques technologiques, HighCo poursuit ses investissements sur ses deux axes stratégiques : la digitalisation de ses activités et la maîtrise de la data.

(5) BNPA ajusté du coût net d'impôt des plans d'attribution gratuite d'actions, des autres produits et charges opérationnels, et du résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (Yuzu).



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

## #1 – Continuer la digitalisation des activités

La forte dynamique de croissance du Digital se poursuit avec une hausse de la marge brute digitale de 9,2% en 2018.

Les **solutions digitales sont à nouveau en forte croissance**, avec notamment un volume de push SMS et notifications en très forte progression (+81%), des volumes de coupons digitaux émis en croissance de 11%, dont une forte croissance (+25%) sur les coupons digitaux Load to Card et Drive et la progression continue des opérations d'e-ODR (+12% en 2018). Enfin, la part du traitement dématérialisé des coupons est à nouveau en hausse pour s'afficher désormais à 21,7% en 2018 (2017 : 19,0%).

**L'acquisition, en juillet 2018 de Useradgents, agence « mobile first »** a permis de renforcer les activités digitales du Groupe en France. En croissance à deux chiffres en 2018, Useradgents emploie plus de 50 collaborateurs et travaille avec de nombreux clients dans les secteurs de la grande distribution et de la banque & assurance.

**Le Digital représente désormais 52,9% de la marge brute du Groupe** en 2018 (2017 : 47,8%). Les activités digitales portent la croissance du Groupe et ont permis, en cinq ans, de multiplier par deux la part du Digital dans les activités du Groupe, passant de 27,1% en 2013 à 54,6% en 2018 (en incluant Useradgents en année pleine sur 2018).

## #2 – Développer la maîtrise de la data

Afin de répondre aux attentes des consommateurs en matière de **personnalisation** (contenus, niveau de générosité, canaux, etc.), HighCo consolide son expertise dans l'analyse et l'utilisation des données.

Ainsi, dans le respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), HighCo affine ses **algorithmes prédictifs** et ses moteurs d'**intelligence artificielle** pour développer une plus grande maîtrise de la donnée, comme dans le cadre du nouveau programme de fidélité Franprix.

## GUIDANCES 2019

HighCo anticipe pour l'année 2019 :

- une croissance de la marge brute 2019 supérieure à celle de 2018 à PCC (MB 2018 : +2,6% à PCC) avec une part du Digital du Groupe 2019 supérieure à 2018 (52,9% en 2018) ;
- une légère hausse de la marge opérationnelle ajustée (marge opérationnelle ajustée 2018 : 18,3%).

Les ressources financières du Groupe seront allouées :

- au CAPEX qui sera compris entre 2,5 M€ et 3,5 M€ (2,57 M€ en 2018) ;
- au rachat d'actions propres qui sera compris entre 0,5 M€ et 1,0 M€ (0,66 M€ en 2018).

Par ailleurs, le Groupe poursuivra sa stratégie d'investissement (acquisitions et/ou prises de participation) dans le Digital, en particulier dans la Data.

## GOVERNANCE

HighCo annonce que M. Didier Chabassieu, qui faisait face à des problèmes de santé depuis 2017, retrouve la Présidence du Directoire aux côtés de Mme Cécile Collina-Hue, Directrice Générale, et Mme Céline Dargent, membre du Directoire. M. Didier Chabassieu sera principalement en charge de la stratégie du Groupe, des opérations de croissance externe et de la vision humaine. Mme Cécile Collina-Hue conservera la gestion opérationnelle du Groupe et Mme Céline Dargent sera en charge du marketing de l'offre et de la communication.



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS

Le Conseil de Surveillance a examiné les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2018. 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 de référence.

Une réunion d'analystes aura lieu le mercredi 27 mars 2019 à 14h30 au 8 rue de la Rochefoucauld 75009 Paris. Le support de présentation sera mis en ligne sur le site [www.highco.com](http://www.highco.com) en début de réunion, dans la rubrique « Investisseurs – Information réglementée – Présentation 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 SRD « Long-seulement », HighCo compte plus de 750 collaborateurs et fait partie depuis 2010 du Gaïa Index, sélection de 70 PME-ETI responsables.**

#### **Vos contacts**

Cécile COLLINA-HUE  
Directrice Générale  
+33 1 77 75 65 06  
[comfi@highco.com](mailto:comfi@highco.com)

Cynthia LERAT  
Relations Presse  
+33 1 77 75 65 16  
[c.lerat@highco.com](mailto:c.lerat@highco.com)

#### **Prochains rendez-vous**

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

Réunion d'analystes (SFAF) : Mercredi 27 mars 2019 à 14h30 (8 rue de la Rochefoucauld 75009 Paris)

Marge brute T1 2019 : Jeudi 18 avril 2019

Marge brute T2 et S1 2019 : Mercredi 17 juillet 2019

Résultats semestriels 2019 : Mercredi 28 août 2019

Conférence téléphonique sur les résultats semestriels 2019 : Jeudi 29 août 2019

Marge brute T3 et 9 mois 2019 : Mercredi 16 octobre 2019

Marge brute T4 et 12 mois 2019 : Mercredi 22 janvier 2020



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](http://www.highco.com)