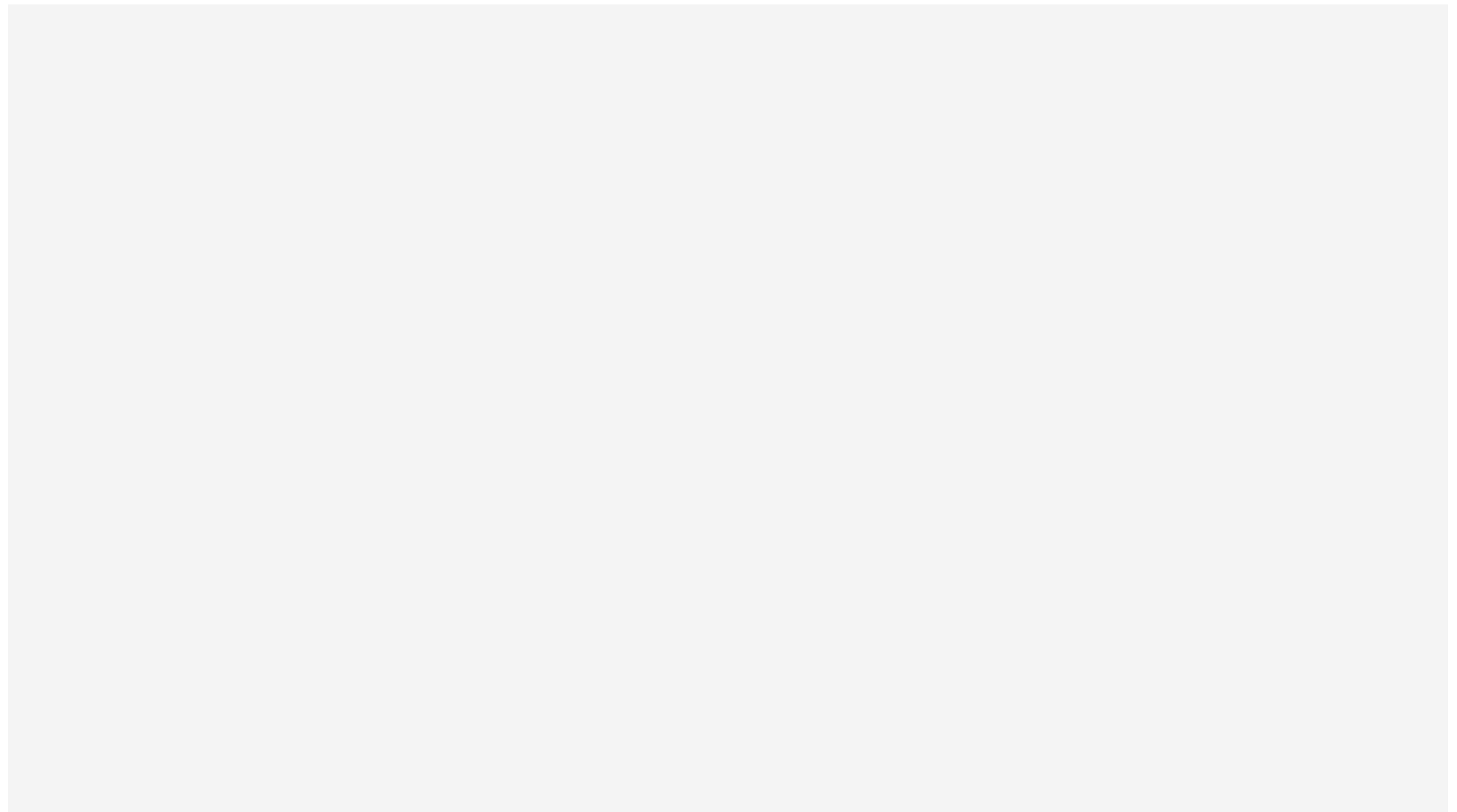




cerveaux

Le groupe coté sur Euronext Paris lance un start-up studio, présenté ce mercredi, pour favoriser la création d'entreprises par ses collaborateurs dans les métiers du data marketing, qui aide les grandes enseignes à fidéliser leurs clients. L'objectif de HighCo est double : accélérer sa mutation digitale tout en conservant ses jeunes talents.



Didier Chabassieu, le président du directoire de HighCo. (HighCo)

Par **Paul Molga**

Publié le 5 févr. 2020 à 7h30

Comment faire encore rêver les jeunes talents qu'on emploie quand on a été créé avant l'apparition d'Internet en France ? Confronté à cette problématique, comme d'autres ETI, le président du directoire de **HighCo**, Didier Chabassieu, vient de trouver la solution pour enrayer la fuite des cerveaux convoités par la nouvelle génération d'entrepreneurs. Ce mercredi, il présente son start-up studio : « *Il s'agit de donner à nos salariés les moyens d'entreprendre en bénéficiant de l'appui logistique de nos services centraux, de nos réseaux et de la bonne connaissance de nos marchés* », explique-t-il. Mais pas dans n'importe quel secteur.

C'est le board de ce studio, baptisé High Co Venturi et filiale à 100 % du groupe coté à la Bourse de Paris depuis 1996, qui va sélectionner les thématiques qui l'intéressent en priorité. HighCo est le précurseur du marketing promotionnel, qui permet aux grandes enseignes de fidéliser leurs clients. **Depuis quelques années, il a opéré sa mue en passant de l'ère du coupon de réduction**, que les clients collectionnent dans leur portefeuille, à la dématérialisation du marketing de proximité. En 2019, les supports digitaux ont, pour la première fois, dépassé le papier : ils représentent 56 % de l'offre de HighCo, contre 48 % en 2018. « *Notre conversion au numérique est réussie, et nous devons maintenant accélérer sur l'innovation pour préparer les mutations futures de nos métiers* », poursuit Didier Chabassieu. Parmi les pistes : concevoir des prospectus dématérialisés ou imaginer l'évolution des cartes de fidélité sur mobile.

5 millions sur cinq ans

Le groupe, dont les salariés ne dépassent pas trente-cinq ans en moyenne, lancera des appels à projets en interne et servira de laboratoire pour tester ces nouveaux concepts. Il a d'ores et déjà budgété 5 millions d'euros d'investissement sur 5 ans dans ce programme qui doit accompagner une demi-douzaine de projets. « *Nous avons l'ambition d'y associer certains de nos clients en vue de créer des standards pour l'ensemble de nos marchés en France et en Belgique* », poursuit-il. Il espère aussi réduire le turnover, aujourd'hui de 20 %, en particulier chez les développeurs informatiques très recherchés par les entreprises.

LE PROJET

HighCo

Date de création : 1990

Président du directoire : Didier Chabassieu

Chiffre d'affaires : 173,7 millions d'euros en 2018

Effectif : 770 personnes

Secteur : marketing

Paul Molga (Correspondant à Marseille)



En direct



Le Journal



Newsletters



Connexion