



# DAMIEN ACHARD (HIGHCO BOX) : « L'ÉPOQUE DE L'INVESTISSEMENT "POUR VOIR" EST RÉVOLU »



PAR THIERRY WOJCIAK 

**D**irecteur général adjoint de la société spécialisée dans l'émission de coupons digitaux HighCo Box (DG Groupe), Damien Achard répond aujourd'hui aux questions de CB News, alors que la période de confinement se poursuit et que les professionnels de la publicité, de la création, du marketing, des médias, de l'audio ou encore de la high-tech s'interrogent sur comment vivre avec cette crise et, surtout, comment en sortir.

## CERTES, ON CONFINE... MAIS COMMENT S'ORGANISE L'ACTIVITE DE VOTRE SOCIÉTÉ DANS CE CADRE ?

Chez HighCo Box, un des maîtres mots, est/a été l'agilité. Nous avons très rapidement réagi en organisant dès le 16 mars le travail de nos équipes à distance selon le plan de charge de chacun mais aussi en prenant en considération les livrables attendus par nos clients. Nous y avons instauré le télétravail il y a maintenant plus de deux ans, et malgré un certain nombre de contraintes liées notamment à l'isolement ou à la gestion de la scolarité des enfants, les dernières réticences ont aujourd'hui disparu. Nous travaillons en totale confiance et



parvenons à maintenir le lien notamment en organisant régulièrement des moments de convivialité ensemble. Nous avons surtout la chance d'être équipés d'outils puissants et disponibles en temps réel. Nos équipes peuvent donc continuer à répondre à tous les besoins de nos clients.

## **AUJOURD'HUI, LA GRANDE DISTRIBUTION, LE RETAIL, SONT LE CENTRE DES BESOINS DES FRANÇAIS. QUELLES SONT LES PRINCIPALES DEMANDES DE CE TYPE DE CLIENTS? QUELLES SONT VOS PRÉCONISATIONS?**

Le monde change, les formats de magasins mais aussi les comportements et les attentes de nos « french consommateurs » évoluent. La pandémie accélère cette mutation et les acteurs qui tirent profit de la situation avec des croissances à 2 chiffres sont le drive, les formats de proximité et certains acteurs de la livraison. Mais ne nous y trompons pas, les géants hypermarchés/supermarchés raflent encore + de 90% des ventes des marques PGC sur le canal GSA. Dans le contexte actuel, la communication promotionnelle et media magasins reste un enjeu et une préoccupation d'investissement pour les marques à partir du moment où le ROI de chaque campagne peut être démontré. L'époque de l'investissement « pour voir » est révolu !

En ce moment, nous proposons en priorité aux marques des activations ROIstes que nous pouvons concevoir et mettre en place en moins de 8 jours, sur le format drive et sur les canaux digitaux. Également, afin de préparer le redémarrage des opérations média et promotionnelles en magasins, nous nous sommes rapprochés d'OPTIMARK et avons enrichi nos offres Retail Media d'un dispositif 100% intégré depuis la commercialisation des supports jusqu'à la pose/dépose en passant par la production et la logistique. En mutualisant nos savoir-faire, nous apportons sur le marché une offre complète et pertinente sur tous types de formats et tous types d'univers. Il est désormais possible, en plus de la GSA, d'activer de nouveaux circuits comme par exemple la proximité ou les magasins bio.

## **MESUREZ-VOUS D'ORES ET DÉJÀ L'IMPACT FINANCIER DE CETTE CRISE POUR VOUS?**



Nous subissons comme tout le monde un ralentissement ponctuel mais sommes optimistes sur la reprise. Nous avons la chance d'être sur un secteur alimentaire qui par nature passera la crise et la diversité de notre offre nous permet de stabiliser le business. Je pense notamment à notre accompagnement des marques sur leur programme CRM (mise en place de leurs rubriques transactionnelles, mais aussi accompagnement sur leurs problématiques d'acquisition et d'animation ciblée de leur DATA : jeu, e mailing, newsletter...).

Cette période est aussi pour nous l'occasion de repenser notre modèle et notre offre plus rapidement, ce temps est donc rentable et précieux. Je pense comme beaucoup que le second semestre sera propice aux investissements ROIstes. Je suis donc très confiant puisqu'HighCo Box propose des solutions shoppers agiles et pertinentes au plus proche de l'acte d'achat.

## **QUE RETENEZ-VOUS DE CETTE PÉRIODE INÉDITE ? C'EST QUOI LE MONDE D'APRÈS POUR VOTRE ACTIVITÉ ?**

Cette période est effectivement inédite mais riche en apprentissages sur l'humain, sa capacité à s'adapter, à rebondir et à être solidaire néanmoins l'évolution de l'humanité me préoccupe. Mes lectures récentes liés à histoire sont frappantes, l'être humain subit, s'adapte, s'interroge, optimise et reproduit. Les ralentissements sont récurrents sur notre terre (guerre, pandémie, révolution...) et pourtant les choses semblent se répéter sur des modèles différents mais qui pousse toujours à la rupture (Économique, climatique...). Alors je me pose la question suivante : qu'est-ce que l'on apprend réellement de nos épreuves ?

Pour ce qui est d'HighCo Box, le monde d'après était déjà en construction avant le COVID-19 sur un sujet au cœur de nos métiers et des problématiques de nos clients. C'est d'ailleurs avec eux que nous réfléchissons pour co-construire l'offre de demain. Vous en saurez plus prochainement.

Sans surprise et pour prendre un peu de hauteur, nous sommes comme nos clients, très sensibles aux problématiques climatiques et environnementales et nos supports media sont éco conçus afin de limiter les émissions carbone. Par nature l'évolution



de notre offre nous pousse fortement à la digitalisation de toutes nos offres média papier, ce qui est une bonne chose pour notre planète.