



## Le bon de réduction adapté à l'ère Covid

**MOBILE.** Une petite révolution dans l'univers de la promotion immédiate en France : la société de marketing opérationnel HighCo a lancé sur le marché un coupon de promotion multi-enseignes, entièrement dématérialisé et disponible sur mobile via une technologie sans contact.

CÉCILIA DI QUINZIO @CciliaDiQuinzio

« Digitaliser le coupon promotionnel en conjuguant le meilleur du monde mobile et du monde physique était un challenge complexe, mais notre projet est parvenu à réunir ces deux enjeux », explique Nicolas Cassar, directeur de projet coupon de réduction mobile chez HighCo, groupe français de marketing opérationnel. Concrètement, cette innovation, développée via l'incubateur Start-up studio HighCo Venturi, consiste en un bon de réduction immédiat, 100 % mobile, multi-enseignes, et accessible à tous les clients. Il est universel, donc accepté dans tous les points de vente.

Lancé en avant-première dans les officines des groupements Le Gall Santé Services et Pharmavance, il est déployé dans plusieurs milliers de pharmacies et dans les enseignes de grande distribution alimentaire. « L'idée est de faciliter les achats dans le contexte sanitaire que nous connaissons, avec des promotions financières immédiates plus facilement accessibles et utilisables via une technologie sans contact », souligne le directeur de projet, qui rappelle que, selon une étude Ipsos en 2020 sur les nouveaux

comportements du consommateur, 74 % des Français se déclaraient prêts à utiliser le coupon de réduction sur smartphone s'il existait.

**OFFRES PERSONNALISÉES.** Le coupon HighCo fonctionne sans application. Il suffit de flasher un QR code situé devant chaque produit éligible afin d'obtenir le bon en seulement deux clics. Une fois en caisse, le consommateur n'a plus qu'à présenter son téléphone pour bénéficier immédiatement de la promo. Totalement dématérialisé, le coupon permet aux marques de personnaliser les offres de réduction à chaque consommateur et de les émettre sur l'ensemble des canaux digitaux (e-mail, SMS, display, réseaux sociaux...).

Une méthode plus écologique, donc, mais également plus réactive, puisque les campagnes peuvent être activées en quelques jours, voire quelques heures. « Outre les avantages pour les consommateurs, les marques et les distributeurs, cette innovation touche l'ensemble des diffuseurs, agences conseil et agences médias qui vont pouvoir inclure des coupons de réduction mobiles dans leurs communications », ajoute Nicolas Cassar. ♦



## PUBLICIS EPSILON ET THE TRADE DESK SE RAPPROCHENT

APRÈS UN PARTENARIAT AVEC VERIZON MEDIA, PUBLICIS EPSILON VA PLUS LOIN AVEC THE TRADE DESK POUR SE PRÉPARER À LA DISPARITION DU COOKIE TIERS. L'accord technologique et commercial avec la plateforme DSP américaine consiste à créer une plateforme d'activation de campagnes personnalisées, réunissant leurs technologies d'identification, Core ID d'Epsilon et Unified ID 2.0 de The Trade Desk. Au-delà de la « réconciliation », le but est de les mixer automatiquement pour en faire un quasi-identifiant unique, basé sur les e-mails des internautes. Plus qu'un partage d'information, c'est un procédé de ciblage mis en commun. Pour les annonceurs, tout sera activé via une plateforme exclusive disponible sur la DSP de The Trade Desk.

## Le leak de Facebook inquiète

L'AUTORITÉ NUMÉRIQUE IRLANDAISE (DPC) A AVERTI DE POSSIBLES SPAMS ou intrusions dans des comptes sur internet à la suite du piratage des données de 533 millions d'utilisateurs de Facebook, essentiellement en Europe, et qui sont apparus à vendre sur un site de piratage début avril 2021. Certaines de ces données remontent à 2018 mais d'autres « pourraient être plus récentes », selon la DPC.

## Patreon touche le gros lot

LA PLATEFORME DE FINANCEMENT POUR LES CRÉATEURS PATREON A ANNONCÉ une nouvelle levée de fonds de 155 milliards de dollars (131 millions d'euros), réalisée auprès de ses investisseurs historiques et de Tiger Global Management. Cette levée intervient six mois après une levée de fonds de 90 milliards de dollars.