

www.strategies.fr

Pays : France

Dynamisme : 10



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

HighCo Venturi fait ses propres start-up

HighCo Venturi est le start-up studio du groupe HighCo, spécialiste en data marketing. Sa mission est de faire émerger, d'incuber puis de lancer des start-up innovantes pour accompagner les marques et les retailers.



L'idée d'HighCo Venturi, un «*start-up studio*» au sein du groupe HighCo, est née en septembre 2019, au cœur du lieu futuriste The Camp à Aix-en-Provence. Près de soixante managers du groupe HighCo sont présents, pour trois jours intenses d'exploration et de réflexion autour de l'innovation. HighCo est une grande entreprise française de marketing cotée à la bourse de Paris, fondée en 1990. 31 ans d'existence avec une croissance fondée avant tout sur les acquisitions: 39 au total. «*Intégrer de jeunes sociétés déjà existantes à un grand groupe est toujours un pari risqué. La greffe ne prend pas toujours, indique Thibault Lecerf*», managing director de HighCo Venturi, la tête pensante du projet. *C'est pourquoi, notre volonté a été de créer un studio afin de façonner nos propres start-up de A à Z.*» HighCo Venturi imagine, conçoit et lance des start-up du secteur du retail technologique, pensées dès la conception comme de futurs relais de croissance du groupe HighCo. Objectifs: maintenir une forte dynamique d'innovation et s'aligner sur les enjeux des nouveaux usages de consommation en matière de commerce, notamment accélérés par la crise sanitaire. «*La crise et le temps de pause qu'elle a provoqué nous a permis d'avancer très rapidement sur nos différents chantiers: la création*



[Visualiser l'article](#)

d'une équipe pluridisciplinaire, la rédaction d'une méthodologie très précise et le recrutement, externe et interne, des porteurs de chaque projet. Des binômes de direction très complémentaires sur tous les points de vue (métiers, âge, tempérament, etc.) , détaille le directeur général.

Trois start-ups sont déjà structurées et prêtes à être lancées d'ici fin 2021 (voir encadré), tandis que deux autres sont en cours de finition. Un succès tel que la maison-mère a carrément décidé de doubler son budget, passant de 5 millions prévus initialement, à 10 millions d'euros sur trois ans, avec pour objectif de compter cinq start-up réussies d'ici à 2025. *«A l'inverse de la plupart des start-up studios, notre spécialité n'est pas de faire de l'exit (c'est-à-dire revendre dès que possible). Notre finalité est de trouver de nouveaux relais de croissance pour le groupe»* , expose Thibault Lecerf. Un modèle stratégique, puisque les start-up profitent de la force de frappe du groupe, et agile puisque chaque étape de la conception se fait en collaboration avec le marché, en l'occurrence avec les clients marques et distributeurs du groupe. *«Objectif: que nos produits répondent parfaitement aux attentes du marché»* , assure-t-il.