



# Avec HighCo Nifty, le coupon de réduction se fait digital

Le QR code de la start-up aixoise veut révolutionner les méthodes de promotion

**L**e coupon de réduction papier a-t-il vécu ? À cette interrogation, Didier Chabassieux, président du directoire du groupe aixois HighCo, répond par une stratégie innovante portée par une jeune pousse issue du studio Venturi dont s'est doté le spécialiste français du data marketing : HighCo Nifty. Co-dirigée par Nicolas Cassar et Nicolas Jammes, la "martech" vient en effet de lancer une brique technologique universelle et inédite développée en interne, matérialisée sur un smartphone par un QR code à même de servir n'importe quelle marque. "Nous avons inventé le coupon de réduction mobile universel qui n'a pas besoin d'être personnalisé", explique Nicolas Cassar. "C'est un outil mis à disposition des marques, des diffuseurs, des distributeurs et des compensateurs (ils assurent les remboursements). Les premières utilisations qui se poursuivent, remontent au début de cette année avec des tests de robustesse concrétisés avec une trentaine de pharmaciens. Depuis un plan de déploiement est en préparation et en décembre un millier de pharmacies devraient l'utiliser. Au-delà, c'est bien l'ensemble des enseignes qui pourra être concerné, les premiers coupons mobiles devraient d'ailleurs faire leur apparition dans la grande distribution dès le début de l'année prochaine". Une évolution dont l'apparente simplicité et le côté pratique devraient séduire les acteurs de la chaîne du commerce et bien sûr, les consommateurs.

"Apparente simplicité", car la dématérialisation des coupons pose la question du traitement. "L'enjeu est le gain de temps lors-



## REPÈRES

HighCo Nifty emploie cinq salariés. Elle est l'une des trois premières start-up issues du studio Venturi doté de 10 M€ pour matérialiser les innovations.

qu'un consommateur se présente à une caisse ; il porte aussi sur la sécurisation du traitement", poursuit Nicolas Cassar. Propriété du groupe HighCo, la technologie mise en œuvre a été développée par une équipe d'ingénieurs au sein du

Nicolas Cassar, co-directeur de la jeune pousse lancée par le groupe aixois leader du data marketing. Un QR code universel sur smartphone remplace le papier. / PHOTO J.-L.C.

siège aixois. "Ils ont utilisé un savoir-faire épars dans nos différents départements, que le Covid a poussé à rassembler. Le résultat est ce QR code qui grâce à une interface de programmation assure le transfert des informations et le traitement en quelques millisecondes", reprend Nicolas Cassar.

Bref, une fois la promotion d'une marque introduite dans le QRcode, celui-ci peut-être imprimé, scanné, envoyé par SMS ou e-mail, mis sur les réseaux sociaux... "Il est unique et c'est HighCo Nifty qui en contrôle en temps réel la validité et informe l'émetteur ainsi que le compensateur qui remboursera. En revanche, dans un souci de neutralité, nous ne nous occupons pas des data". Reste l'étape de la caisse parfois redoutée à l'instant des courses : elle restera là encore en apparence sans changement. Si ce n'est que HighCo propose l'interface qui permet d'intégrer la lecture du QRcode mobile, son contrôle et sa désactivation, puis la restitution au consommateur de la réduction qu'il porte.

Jean-Luc CROZEL

## Deux lauréats du Prix Frédéric Chevalier

Lancée en mai dernier et portée par le fonds HighCo pour entreprendre, la 4<sup>e</sup> édition du Prix Frédéric Chevalier, du nom du fondateur du groupe aixois, a retenu deux jeunes étudiants de l'université d'Aix-Marseille qui vont donc bénéficier chacun d'une dotation de 11 000 euros et d'une année d'accompagnement afin de mener à bien leurs projets. C'est ainsi que Martin Lombardo, pour la catégorie "innovation digitale", a imaginé des étagères connectées qui permettent un contrôle en temps réel ; Oscar Mondesir, dans la catégorie "Impact positif", veut mener à bien La Ola, un site pour le don, la revente et le recyclage de matériel de sport de seconde main.