

## « Le point de vente est prédominant »

### COMMUNICATION

Richard Caillat, président de HighCo, était hier l'invité du « Buzz Média Orange-Le Figaro ».

RICHARD CAILLAT ne mâche pas ses mots. Fortement exposées à la crise, « les agences de publicité traditionnelles doivent aussi faire face à une inadéquation de leur modèle. Elles fonctionnent sur un modèle de compétition, de conseil et d'honoraires qui les rend fragiles », lance le président du directoire de HighCo. Spécialiste de la communication point de vente et du marketing « digital », implanté dans la grande distribution et la gran-

de consommation, ce groupe échappe pour l'heure au resserrement des budgets des annonceurs. HighCo, qui emploie 900 personnes en Europe, connaît un ralentissement de sa croissance. Au premier trimestre, sa marge brute a atteint 17,22 millions d'euros, en hausse de 0,2 %. Selon Richard Caillat, les activités de HighCo offrent une bonne « résistance ». « La communication sur le point de vente devient prédominante. Les distributeurs et les marques savent que la communication auprès du consommateur doit être travaillée jusqu'à l'instant décisif de l'acte d'achat. » Il faut simplifier les messages et techniques de promotion et

profiter de l'émergence des nouvelles technologies, notamment du téléphone mobile. « Elles sont plus économiques mais aussi plus intelligentes et plus réactives », insiste-t-il. Le groupe a recruté 80 personnes « en moins de dix-huit mois » pour ses activités « digitales ». « Ce sont des experts sur des marchés émergents, le marketing mobile, le m-coupon, le e-coupon », précise Richard Caillat.

P. L.