

Édito

Édito par Etienne Geiser, Président-Directeur Général de FAIRCOM GROUP

Cette MS NEWS est probablement la dernière ! En tous cas sous cette forme. FAIRCOM GROUP grandit et évolue. Avec l'acquisition du groupe EUROAMERICAN (voir ci-contre) notre présence dans nos 3 secteurs de prédilection s'équilibre. Nous réalisons maintenant un gros tiers de notre activité avec la Vente A Distance (V.A.D.) et 2 "quasi-tiers" avec les réseaux de distribution et les associations caritatives.



Autre apport notable de cette opération : notre pôle conseil (stratégies, accompagnements, conceptions et créations) se trouve largement renforcé et nous pouvons désormais mieux accompagner nos clients "Non Profit" en Europe et aux USA ; avec notamment une douzaine de consultants expérimentés et spécialisés.

Ce pôle conseil, à côté des pôles production, web et data, devient une priorité pour le positionnement de notre groupe. Nous avons ainsi la volonté de renforcer nos activités de conseil pour la V.A.D. et les réseaux de distribution. Ceci par incorporation progressive de talents, notamment issus de ces secteurs mais aussi par croissance externe.

Ce parcours nous conduit donc à nous adresser de plus en plus spécifiquement à chacun des 3 secteurs d'activité sur lesquels nous avons choisi d'être présents. C'est pourquoi, en 2012, nous éditerons très probablement 3 newsletters différentes. Chacun de nos clients recevant des informations centrées sur son propre secteur d'activité. A suivre donc ...

www.faircom-group.com



Portrait de Corinne Servily

Fondatrice et présidente d'EUROAMERICAN COMMUNICATION, Corinne Servily favorise depuis plus de 25 ans le développement des associations caritatives aux Etats-Unis et en Europe.

De nationalité française mais résidant aux USA depuis de très nombreuses années, elle maîtrise parfaitement le biculturalisme et dispose de connaissances très pointues en fundraising aussi bien européen qu'américain.

Elle crée en 1992 l'agence EUROAMERICAN COMMUNICATION à New York avec comme première mission de développer la levée de fonds internationaux pour le compte de MEDECINS SANS FRONTIERES aux Etats-Unis : grâce à un programme de marketing direct mis en œuvre par EUROAMERICAN, MSF a ainsi vu son nombre de donateurs passer de 5 000 en 1993 à plus de 650 000 en 2004, ce qui a représenté une augmentation des dons annuels de \$500,000 à plus de \$50 millions ! C'est ainsi que Corinne Servily a largement participé à l'établissement de l'ONG sur le sol américain...

Corinne Servily s'investit personnellement auprès de chaque client, qu'elle conseille avec talent et passion. Son expertise lui permet de proposer à chacun un programme adapté et différenciant, afin de dynamiser sa collecte de fonds.

Suite au rapprochement des Groupes EUROAMERICAN COMMUNICATION / FAIRCOM, Corinne Servily est devenue actionnaire aux côtés des principaux dirigeants de FAIRCOM. Elle a désormais la responsabilité de la zone nord-américaine de FAIRCOM GROUP ainsi qu'un rôle de consultant senior auprès des organes de décision de certains grands comptes (associations et ONGs).

Pour faire plus ample connaissance, vous pouvez contacter directement :
Corinne Servily, CEO EuroAmerican
E-mail : corinne@euroamerican.com
Tél. : +1 212 727 3876
www.euroamerican.com

EUROAMERICAN intègre FAIRCOM GROUP

Le 20 juillet dernier, Corinne Servily, CEO d'EuroAmerican Communication et Etienne Geiser, CEO de Faircom Group, concrétisaient le rapprochement de leurs groupes par le rachat d'EuroAmerican par Faircom.

EUROAMERICAN COMMUNICATION, société américaine basée à New York, a été créée en 1992 par Corinne Servily, experte internationalement reconnue en fundraising (cf. son portrait ci-contre). L'agence jouit depuis de nombreuses années d'une belle notoriété dans le milieu du fundraising caritatif américain et français.

Avec sa vice-présidente Marcela Zuluaga et l'ensemble de son équipe, Corinne Servily a accompagné avec succès de nombreuses ONGs européennes sur le continent nord-américain telles que MSF, ACTION CONTRE LA FAIM, HANDICAP INTERNATIONAL, FONDATION COUSTEAU. Elle conseille également des organismes "nonprofit" américains dont le principal est aujourd'hui, et ce depuis une dizaine d'années, HUMAN RIGHTS WATCH.

A New York l'agence regroupe une quinzaine de salariés ainsi qu'une dizaine de "free lances" dans les domaines de la conception/création, d'internet et de la gestion de bases de données.

En 2009, Corinne Servily a créé EUROPARIS, filiale française sous la direction de David Alonso, ex-responsable de la collecte de fonds à l'UNICEF, qui compte aujourd'hui 6 salariés. EUROPARIS a gagné, en 2 ans, une quarantaine de clients dont la FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CARDIOLOGIE, L'ABBAYE DE CITEAUX, PERCE NEIGE, ASSOCIATION FRANCE ALZHEIMER, MÉDECINS DU MONDE BELGIQUE... Les deux agences de New York et Paris d'EUROAMERICAN COMMUNICATION réalisent aujourd'hui un chiffre d'affaires total de 6 millions de dollars, chiffre en progression par rapport aux années précédentes.

Un rapprochement presque "naturel"

Cela fait de nombreuses années que les responsables et les équipes opérationnelles des deux groupes travaillent régulièrement ensemble et construisent des relations de confiance professionnelles réciproques : Antoine Vaccaro, vice-président de FAIRCOM GROUP, et Corinne Servily se connaissent depuis plus de vingt ans et ont eu l'occasion de travailler ensemble sur de nombreux dossiers.

L'agence ACTIMAIL Inc., filiale américaine de FAIRCOM GROUP, réalise depuis déjà plus de 5 ans une partie des travaux de production des mailings pour les clients d'EUROAMERICAN. Les deux entités américaines ont d'ailleurs emménagé à l'automne 2010 dans des locaux communs au cœur de Manhattan.

En Europe, de nombreux partenariats entre les deux Groupes ont eu lieu notamment des collaborations commerciales fortes en Belgique ou en Suisse.

Pour Etienne Geiser, PDG de FAIRCOM GROUP, "cette intégration est l'aboutissement logique d'une belle histoire de femmes et d'hommes qui apprécient de travailler ensemble."

Une opération bénéfique pour tous

Côté FAIRCOM, Etienne Geiser voit ce rapprochement comme "une nouvelle étape importante dans le développement de FAIRCOM GROUP puisqu'il nous permet de présenter une offre plus globale et plus internationale dans le conseil en collecte de fonds privés pour les associations et ONGs".

En effet, cette opération, en plus d'apporter une plus grande rentabilité et une belle opportunité de développement aux USA et en Europe, renforce la notoriété et la visibilité du Groupe dans le secteur des ONGs et des fondations.

Ce rapprochement permet également de "rééquilibrer" les activités de FAIRCOM GROUP entre les 3 pôles d'expertise sectorielle du Groupe et donne, après opération, une répartition des clients de 40% en "Vente A Distance", 30% de "Marques & Réseaux" et 30% de "nonprofit". FAIRCOM GROUP devient ainsi l'un des opérateurs internationaux leaders dans le secteur caritatif

avec plusieurs personnalités seniors reconnues et une présence significative, notamment en conseil stratégique sur les places mondiales importantes du secteur que sont New York, Paris, Genève et Bruxelles.

Le rapprochement des 2 groupes concerne bien sûr tout particulièrement les agences situées à Paris et à New York mais représente également une très belle opportunité de développement pour les autres entités du Groupe : les deux agences d'EUROAMERICAN COMMUNICATION ont rejoint ainsi les entités expertes en fundraising de FAIRCOM GROUP - ACTIMAIL GENÈVE, FAIRCOM PARIS et FAIRCOM BRUSSELS - pour constituer un ensemble cohérent, significatif et spécialisé dans la collecte de fonds et la communication nonprofit.

Les campagnes de marketing direct produites par EUROAMERICAN COMMUNICATION pour le compte de ses clients sont désormais réalisées avec l'appui des structures spécialisées et expertes dans les domaines du web (avec FRUIT DE LA PASSION), de la création (avec BLOO), de la gestion de BDD (avec ELYFDATA), du courtage d'adresses (avec FAIRCOM DATA)...

Côté EUROAMERICAN COMMUNICATION, les gains sont également nombreux. Depuis l'opération, l'agence new-yorkaise bénéficie d'un réseau européen plus important et déjà éprouvé pour introduire des organisations et entreprises aux USA et au Canada ou pour les accompagner vers l'Europe. EUROAMERICAN COMMUNICATION dispose aussi de ressources de production compétentes et immédiatement opérationnelles via les agences spécialisées de FAIRCOM en Europe et aux USA.

A côté du secteur non-marchand, ce rapprochement va permettre à EUROAMERICAN COMMUNICATION de développer, dès 2012, son savoir-faire dans le secteur "marques et réseaux de distribution", notamment aux USA.



De plus, EUROAMERICAN, au même titre que les autres agences FAIRCOM, commercialise les nouveaux produits et services développés exclusivement au sein du Groupe (Purl Donor®, Mailing Pack®, Beekits®, Cybleo...), ce qui représente une source intéressante d'innovation et de développement pour l'ensemble des clients.

Enfin, EUROAMERICAN COMMUNICATION profite des services de Groupe mis à disposition des agences dans les domaines de la finance, des RH, informatique, juridique, etc.

Cette opération a amené la direction du Groupe à réorganiser récemment les agences de New York et de Paris afin d'apporter encore plus d'efficacité et de satisfaction aux clients de FAIRCOM ; c'est ainsi que les équipes de FAIRCOM PARIS et d'EUROPARIS vont prochainement se regrouper dans les mêmes locaux (Paris 17^e), sous la direction de Patrice Leguern, responsable de l'agence FAIRCOM PARIS (cf. son portrait en page 4). De la même manière, à New York, les équipes d'ACTIMAIL Inc. et d'EUROAMERICAN COMMUNICATION NY vont fusionner sous la direction de Corinne Servily qui reprend la direction de l'activité nord-américaine du Groupe.

L'application Internet "Action Maker" d'EUROAMERICAN

EUROAMERICAN travaille depuis 18 ans le sujet du marketing direct. L'équipe de direction a pu observer les avantages d'Internet et l'augmentation exponentielle des opportunités de communications innovantes vers des publics ciblés. Connu pour sa créativité et l'efficacité de ses messages, EUROAMERICAN a poussé l'avantage en lançant une nouvelle application pour l'association IPPF "International, planned parenthood". IPPF, comme de nombreuses organisations sans but lucratif, souhaitait augmenter sa présence et sa communication sur Internet. EUROAMERICAN a évalué les différentes techniques de messageries et a développé une stratégie intégrée qui permet d'utiliser Facebook comme un outil pour stimuler la participation des donateurs / internautes.



Son application "Action Maker" est pionnière en matière d'accès et de communication Internet. L'outil est implémenté directement sur la page Facebook de l'association et contient des champs sponsors / donateurs / fans qui permettent à l'utilisateur d'entrer ses informations. L'idée de lier la cause directement à ses publics est incroyablement efficace pour transformer des supporters inactifs en participants actifs et pour obtenir des informations personnelles supplémentaires, qui seront utiles pour communiquer en dehors du support Internet. De plus, l'application "Action Maker" peut être adaptée aux besoins de plusieurs campagnes, augmentant ainsi la durée de vie de son investissement : quand IPPF atteint son objectif, l'association change simplement le message et propose un nouveau sujet qui encourage les fans à enrichir les données déjà disponibles.

Le complément d'"Action Maker" est l'application Facebook "Publisher". Elle permet aux supporter d'IPPF d'importer les formulaires sur leur propre mur, formulaires qui pourront être complétés par leurs amis. L'outil "Publisher" est l'un des moyens les plus innovants pour transformer des supporters en ambassadeurs de la cause. Les résultats de "Publisher" sont immédiats et impressionnants. Les deux applications "Action Maker + Publisher" associées l'une à l'autre permettent de diffuser efficacement et très rapidement une campagne à un coût extrêmement réduit.

Les résultats de la campagne IPPF menée par EUROAMERICAN, auront des retombées à long terme non encore mesurables. En revanche, à court terme, EUROAMERICAN a remarqué une augmentation des réponses de 60%, une visibilité accrue pour IPPF et une augmentation des dons sur Internet. EUROAMERICAN a créé un outil qui facilitera durablement la diffusion des missions d'IPPF sur Facebook.

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter : **Jeffery Owens, Group account director EuroAmerican**
E-mail : jeffery@euroamerican.com
Tél. : +1 212 727 3876

La première campagne marketing direct de la gamme salle de bains de PERENE

PERENE, marque haut de gamme du groupe FOURNIER (PERENE, MOBALPA, SOCOO'C), spécialiste de la cuisine, salle de bain et du rangement, souhaite augmenter son trafic en magasin et sa notoriété. Constatant les retours positifs des campagnes de marketing direct réalisées par les agences ACTIMAIL GENÈVE et BLOO pour Mobalpa, Perene a souhaité lancer sa première opération de marketing direct pour sa gamme salle de bains avec ces 2 agences. ACTIMAIL a donc travaillé la stratégie marketing de la campagne et BLOO a géré l'ensemble des créations.

Les agences ont proposé à PERENE de créer un **mailing de marketing direct sensoriel** pour que le consommateur découvre une ambiance, les valeurs de la marque et pour qu'il ait une perception de qualité grâce aux sensations et plaisirs liés aux produits de la marque PERENE.

Une opération de marketing direct a ainsi pu se mettre en place sur deux cibles : d'une part, une opération de fidélisation de cross selling, avec un mailing envoyé aux personnes ayant déjà acheté une cuisine ou un rangement PERENE ; d'autre part, une opération de prospection avec un mailing envoyé à des contacts ciblés issus de certains segments d'abonnés magazine habitat luxe et design.

La lettre adressée soit au client soit au prospect disposait d'une approche rédactionnelle distincte pour une finalité commune : venir échanger un coupon détachable contre un magazine gratuit, il n'y avait en effet pas d'offre promotionnelle attribuée au message mais l'offre de découvrir ce magazine commercial haut de gamme et d'entrer dans l'univers des salles de bains PERENE. Le coupon échangeable permettait non seulement que le client ou prospect se sente privilégié mais également de quantifier les retours de la campagne en terme de création de trafic.

La ligne directrice du mailing a donc été de concevoir un message qualitatif, à l'image des produits PERENE, tout en créant une histoire, une relation autour des sens.

L'enveloppe a été pensée comme une invitation à l'ouvrir pour entrer dans "un monde de sensations", un aplât d'ambiance et un vernis ont renforcé cette impression et ont permis une meilleure visibilité en boîte aux lettres. Un **timbre illustré**, unique, a également été proposé par ACTIMAIL et BLOO pour personnaliser l'image qualitative de PERENE.



Un dépliant aéré était joint à la lettre pour présenter la gamme "salle de bains" et lier la découverte des produits aux sensations : du toucher des matières jusqu'à l'écoute experte des concepteurs PERENE, tous les sens du consommateur sont sollicités pour le faire adhérer au message. Sur ce dépliant, une empreinte de pied, comme celle laissée sur du carrelage, valorisée par du vernis sélectif, ajoutait au mailing un toucher et un visuel différenciant.

L'odorat des destinataires a également été sollicité grâce au **coupon échangeable** contre le magazine qui était sous forme d'une **carte olfactive détachable**. Plus de dix senteurs avaient été pré-sélectionnées autour du thème de la salle de bains (monoï, vanille, jasmin...) et le choix s'est finalement porté sur la fleur d'orange. Ce parfum subtil offre une sensation originale suggérant le bien-être dès l'ouverture de l'enveloppe et permet de valoriser l'avantage consommateur.

PERENE est très satisfait par sa première campagne de marketing direct, la perception des consommateurs et du réseau de magasins à été très positive. Les retours coupons ont été nombreux, le taux de vente a augmenté et la campagne a été rentabilisée. De nouvelles opérations pour PERENE sont en cours avec ACTIMAIL et BLOO.

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter : **Guillaume Decastiau, responsable de clientèle Actimail Genève**
E-mail : g.decastiau@actimail.com
Tél. : +41 (0)22 309 00 28
Ou **Stéphane Novaretti, directeur de l'agence Bloo**
E-mail : steph@bloo.fr
Tél. : +33 (0)4 50 22 82 16

BAYER a choisi Fruit de la Passion



La société BAYER SANTÉ FRANCE a sélectionné FRUIT DE LA PASSION pour réaliser une **plateforme interne de gestion de projet**. La plateforme réalisée est un système complexe **apparenté à un progiciel en ligne** permettant à différentes catégories de profils de la société et bénéficiant de droits différents, de se connecter aux projets en cours et / ou terminés, puis de télécharger des documents, de bénéficier d'informations, d'organiser des réunions, de planifier des tâches, d'organiser le travail d'une équipe et enfin de créer automatiquement des posters grand format récapitulatifs du projet. La plateforme est à ce jour réalisée et fonctionnelle. La société BAYER SANTÉ étant toujours portée sur les avancées technologiques, le système a été créé pour être entièrement compatible sur Smartphones et Tablettes (iPads). Suite à la réussite de ce projet, différents ajouts et évolutions sont déjà à l'étude pour rendre cet outil encore plus complet et performant.

Récapitulatif technique des solutions utilisées :

- Standard W3C (XHTML 1.0 / CSS 3)
- Php 5.3 (Zend Framework 1.11)
- Mysql 5 (Base de données)
- Ajax (Rechargements partiels de pages selon les actions)
- API Google Visualisation (Génération de graphiques interactifs)
- Javascript Dojo Toolkit 1.6 (Animations + composants ergonomiques)
- SVG (Dessin vectoriel interactif en ligne)
- fdPDF (Génération de pdf en ligne pour impression)

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter : **Philippe Poivret, directeur de l'agence Fruit de la Passion**
E-mail : philippe@fdlp.fr
Tél. : +33 (0)3 20 55 82 44



Les experts de Fruit de la Passion développent la plateforme Bayer.

FAIRCOM PARIS a développé courant 2010 une plateforme web au profit de son client BOUYGUES TELECOM pour que celui-ci puisse déléguer une partie de la gestion des campagnes de marketing services aux enseignes partenaires. Interview exclusive avec **Laetitia Salabert, chef de Projet**, et **Marino Fernandez, directeur conseil**, aujourd'hui en charge de ce projet au sein de l'agence parisienne.

Pouvez-vous en quelques mots resituer le contexte qui a présidé à la création de cette plateforme ?



Marino : BOUYGUES TELECOM était à la recherche d'un outil permettant à son réseau de distribution de prendre la main dans la mise en place d'animations locales en complément des dispositifs régionaux ou nationaux.

Fin 2009, sous l'impulsion de Nicolas Brocard (aujourd'hui directeur de l'agence BEECOM à Lille), BOUYGUES TELECOM choisit FAIRCOM PARIS pour concevoir et héberger cet outil "clé en main".

Pouvez-vous nous en dire davantage sur cette plateforme ?



Laetitia : Accessible via internet, cette plateforme permet à ses utilisateurs de lancer et de suivre des opérations d'animations commerciales au profit des points de ventes distribuant les offres BOUYGUES TELECOM. Le principe fondateur est de centraliser sur une solution unique toutes les interfaces utilisateurs et producteurs / prestataires en offrant un environnement simple, intuitif et ergonomique.

Cet outil permet ainsi de produire et de gérer des opérations de marketing direct, des actions de marketing téléphoniques mais également la production de tout types de supports d'aide à la vente (catalogues, flyers, plaquettes, kit plv).

Comment concrètement cette plateforme fonctionne t-elle ?

Marino : C'est extrêmement simple. Les services marketing et communication du siège conçoivent les campagnes de leur choix.

Nos équipes vont alors intégrer et scénariser chacune de ces opérations pour une simplification maximale de l'action des utilisateurs locaux.

Ces opérations sont ensuite mises à disposition des entités locales dans des bibliothèques d'actions de communication aux rubriques multiples : marketing direct, phoning, opérations événementielles... La force de vente peut alors très facilement et très rapidement choisir un type d'animation, la personnaliser et la lancer afin de générer du trafic sur un ou plusieurs points de ventes donnés.

Après un an de fonctionnement, quel bilan dressez-vous de cette plateforme ?

Laetitia : L'outil est effectivement opérationnel depuis juin 2010. Depuis cette date, plusieurs centaines d'opérations de types Marketing Direct sous toutes ses formes ont été lancées avec succès.

Marino : Les bénéfices pour la direction marketing siège de BOUYGUES TELECOM sont multiples : la maîtrise de la qualité des opérations (respect, de la stratégie marketing Groupe, de la charte graphique, des informations obligatoires...), la bonne articulation des campagnes nationales et des actions locales, des coûts maîtrisés grâce aux tarifs négociés (création, prépresse, programmation, impression et fabrication, routage, phoning...).

Laetitia : Quant aux bénéfices pour les agences locales de BOUYGUES TELECOM, cette plateforme permet : une grande autonomie dans la personnalisation des offres, définition des dates d'envoi et des canaux de communication (mailing, e-mailing, fax-mailing...), un suivi et un contrôle en direct du déroulement des campagnes, un accès à des coûts de production négociés en national.

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter :

Marino Fernandez,
directeur conseil Faircom Paris
E-mail : m.fernandez@faircom-paris.fr
Tél : +33 (0)1 47 64 67 97

ou Nicolas Brocard,
directeur de l'agence Beecom Nord
E-mail : n.brocard@beecom.fr
Tél : +33 (0)3 20 28 16 85

Beekits®, une solution pour vous simplifier la PLV

BEECOM DIRECT et FAIRCOM ACTIVATION lancent les Beekits® : des kits PLV déclinés aux couleurs des opérations, clés en main et tous frais intégrés.



Solutions idéales pour relayer simplement et efficacement les opérations ou animations promotionnelles en magasin, les Beekits® se déclinent en trois catégories :



Promokit®
l'émergence des opérations promotionnelles en linéaire



Gondokit®
la création d'événement en tête de gondole



Théatrait®
la prise de parole en allée centrale

Les Beekits® présentent de nombreux avantages :

- **Un forfait unique**, s'adaptant à chaque projet, de la création à la fabrication en assurant la logistique et la livraison directe, unitaire, des kits dans les magasins ;
- **Un seul interlocuteur** pour un suivi personnalisé, prenant en charge les différentes étapes du process en centralisant et coordonnant l'ensemble des opérations ;
- **Un budget fermé**, à partir de 100 kits, le prix de l'opération est quantifié au magasin près ;
- De la **simplicité, souplesse et réactivité** garanties par un bureau de fabrication dont la qualité de service est la raison d'être ;
- Des délais maîtrisés permettant une livraison des Beekits® **sous 5 semaines dans les magasins**.

Les équipes de BEECOM DIRECT et de FAIRCOM ACTIVATION mettent à disposition ces outils de PLV indispensables pour promouvoir les marques de leurs clients sur leurs lieux de ventes et ont le projet de proposer prochainement un kit PLV 100% éco-conçu ainsi qu'un kit PLV d'animation de vitrine avec option "vitrine digitale".

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter :

Laure Merlet, directrice de Beecom Direct
E-mail : l.merlet@beecom-direct.fr - Tél. : +33 (0)4 50 66 03 32
Ou Jean-Marc Megnin, directeur de Faircom Activation
E-mail : jm.megnin@faircom-paris.fr - Tél. : +33 (0)1 47 64 67 98

TOP OFFICE confie son CRM à Elfydata

TOP OFFICE commercialise fournitures et matériels de bureau au sein de ses 36 Magasins et de son site internet www.top-office.com. L'enseigne nationale, dont le siège est situé dans le nord, totalise 110 millions d'Euros de chiffre d'affaires sur 2,9 millions de clients et fête ses 15 ans cette année.



Comme l'explique Amélie Letournel, responsable CRM de TOP OFFICE, l'enseigne souhaite "créer une relation privilégiée avec le client en lui proposant des offres et services toujours adaptés à ses besoins du moment". Ayant pour cela besoin d'avoir une meilleure connaissance de ses

clients, TOP OFFICE a choisi de travailler avec ELFYDATA pour l'élaboration de son CRM.

Dans un premier temps, ELFYDATA a travaillé sur la consolidation de la base de données clients de l'enseigne qui avaient plusieurs bases vivant en parallèle, l'objectif étant d'avoir une vue précise sur les volumes de clients et prospects uniques. Dans un second temps, ELFYDATA a travaillé sur la segmentation de la nouvelle base de données visant à proposer un plan d'animations commerciales multicanal adapté à chaque cible. Enfin, ELFYDATA a mis à disposition de TOP OFFICE des reportings et un tableau de bord permettant de mesurer l'efficacité des actions commerciales.

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter :

Pierre Bassé, ingénieur commercial Elfydata
E-mail : pbasse@elfydata.com
Tél. : +33 (0)3 20 28 18 26

2 Nouvelles fiches produits

- **Le Mailing Pack®** : comment multiplier par 3 votre taux de rendement.
- **Cybleo** : 100% de contacts utiles en prospection par e-mail.

Pour obtenir vos fiches, vous pouvez contacter votre interlocuteur habituel ou les demander par e-mail sur info@faircom-group.com



Un prix pour l'ensemble d'une carrière

Lors du 10^e séminaire francophone de la collecte de fonds organisé en juin dernier par l'Association Française des Fundraisers, Antoine Vaccaro, Vice-Président de FAIRCOM GROUP, s'est vu décerner un prix pour l'ensemble de sa carrière.



Retour sur un parcours pas comme les autres...

Antoine Vaccaro est titulaire d'un doctorat de troisième cycle en gestion des économies non-marchandes (Dauphine 1985). Après avoir travaillé dans de grandes organisations

non gouvernementales (Fondation de France, Médecins du Monde), il fonde l'agence Excel. Vice-Président de TBWA \ Corporate, lorsqu'Excel rejoint le troisième groupe de publicité Français. Il participe à la fondation de TBWA \ Non-Profit.

Antoine est désormais Vice-Président de Faircom Group et préside le Cerphi (Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie). Il est enseignant à Sciences Po Paris et au Celsa. Il assure, en outre, diverses fonctions bénévoles au sein de la Fondation Chiens Guides d'Aveugles de l'Ouest, du Centre Adrienne et Pierre Sommer, du Pôle cardiovasculaire de l'HEGP et de Planète Urgence. Il est membre du Conseil National à la Vie Associative en tant que personnalité qualifiée. Antoine est également co-fondateur du Club des fundraisers (l'AFF d'aujourd'hui) du Comité de la Charte de déontologie des organismes faisant appel à la générosité publique, d'Euconsult, European Consult Firm For Non Profit Organisations et de la Chaire Philanthropie de l'ESSEC. Il a publié plusieurs ouvrages et articles sur la communication et la collecte de fonds des ONGS.

Avec un brin d'humour, Antoine dit recevoir ce prix remis par l'Association Française des Fundraisers : "à titre d'encouragement à continuer et certainement pas comme une consécration pour fin de carrière !"

Pour faire plus ample connaissance, vous pouvez contacter directement :

Antoine Vaccaro, Vice-Président de Faircom Group
E-mail : a.vaccaro@faircom-group.com
Tél. : + 33 (0)1 47 64 67 95



Portrait de Patrice Leguern, Directeur de FAIRCOM PARIS

Originaire de Montréal, au Canada, formé en informatique et mathématiques, Patrice Leguern a démarré sa carrière chez Honeywell-Bull France.

Patrice Leguern a été Directeur Exécutif d'une ONG Internationale en Hollande. Il a mené

plusieurs missions de longue durée de conseil en gestion de crise dans toute l'Europe, entre autres pour la ville d'Oslo, la municipalité de Suresnes, ainsi que pour la Commission Européenne, pour qui il a géré des programmes de formation à la gestion de collectivités territoriales à Varsovie, en Pologne.

Il a travaillé à Londres et à Paris, de 1999 à 2005 en tant que Directeur Général de deux agences de marketing agissant principalement dans le domaine du fundraising.

Directeur Marketing de Medair depuis 2005, il était responsable du développement et de la mise en œuvre de la communication et du marketing, se concentrant sur le recrutement du personnel de terrain et sur les stratégies de collecte de fonds. Patrice Leguern a rejoint FAIRCOM GROUP le 1^{er} juin 2011. Le 1^{er} novembre EUROPARIS intégrera FAIRCOM PARIS pour former une seule agence, cohérente d'une quinzaine d'équipes.

Pour faire plus amples connaissances, vous pouvez contacter directement :

Patrice Leguern, directeur de Faircom Paris
E-mail : p.leguern@faircom-paris.fr
Tél. : + 33 (0)1 47 64 67 71

Brèves...

Déjà plus de **50 nouveaux clients** pour les filiales de FAIRCOM GROUP en 2011 dont :

- | | | |
|--|--|-----------------------------|
| ■ Action Séjours | ■ Doctors of the World | ■ La foirefouille |
| ■ Advance Tapes | ■ Etam.com | ■ L'ilôts |
| ■ AFM Téléthon | ■ Famille Mary | ■ Ligue Contre le Cancer |
| ■ Aixam | ■ Fédération des Centres Sociaux | ■ LVMH |
| ■ Art Dea | ■ Fondation Belem | ■ Messa Bella |
| ■ Association Bambini Cardiopatici Nel Mondo | ■ Fondation Mariannette | ■ Perene |
| ■ ASMAE-Sœur Emmanuelle | ■ Hellen Keller International | ■ PFB |
| ■ ASTAV | ■ Inner-City Scholarship Fund | ■ Portes ouvertes |
| ■ Banque SYZ | ■ Institut de Physiothérapie Orthomoléculaire | ■ Procter & Gamble |
| ■ Bayer Santé | ■ Institut Pasteur | ■ Sagemarkes |
| ■ Bioénergies | ■ Inter Caves | ■ Secours Catholique |
| ■ Boulanger | ■ Jewish Family & Children's Service of Pittsburgh | ■ Socoo'c |
| ■ Cadrilège | ■ Laboratoire des sciences de l'homme | ■ Solidarité Internationale |
| ■ Casino | | ■ Top Office |
| ■ Chilton Hospital Foundation | | ■ Toupargel |
| ■ Diocèse de Cahors | | ■ Urban Wellness |
| | | ■ Villeroy et Boch |
| | | ■ Vocablé |
| | | ■ Weldom |

VENEZ NOUS RENCONTRER SUR LES SALONS

rendez-vous international **VAD**
e-commerce

Solutions & Vision pour le multicanal

Faircom Data, spécialisé en régie de bases de données, courtages d'adresses et conseils data sera présent au salon VAD qui aura lieu à Lille Grand Palais du **18 au 20 octobre 2011**.

Nos équipes commerciales seront à votre disposition sur le **stand E 33** pour répondre à vos questions.

BEECOM DIRECT, agence spécialisée en édition et PLV de FAIRCOM GROUP a déménagé cet été pour rejoindre des locaux plus spacieux.

Voici leur adresse :

BEECOM DIRECT
41, route de Frangy
74960 MEYTHET

Leur coordonnées ne changent pas :

Tél. : +33 (0)4 50 66 03 32
Fax. : +33 (0)4 50 66 18 01
e-mail : info@beecom-direct.fr
www.beecom-direct.fr

Demande d'abonnement gratuit à nos newsletters

Pour vous abonner ou faire découvrir nos newsletters, complétez et retournez cette demande par fax au +41 (0)22 309 00 39 ou adressez un e-mail à : info@faircom-group.com

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____

Société : _____

Secteur d'activité : VAD RÉSEAUX & MARQUES NON-PROFIT

Adresse : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Tél. : _____ Fax : _____ E-mail : _____



Route des jeunes 59
CH-1227 Carouge GE
Tél. : + 41 (0)22 309 00 26
Fax : + 41 (0)22 309 00 39
E-mail : info@faircom-group.com
www.faircom-group.com

MS NEWS - Lettre d'information gratuite éditée par FAIRCOM GROUP
Route des Jeunes 59
CH 1227 Carouge/GE
Tél. : + 41 (0) 22 309 00 20
Fax : + 41 (0) 22 309 00 39

Direction de la Publication : Etienne GEISER

Rédaction et Conception : Charlotte GALLARD
Ségolène XAVIER

Reproduction autorisée avec l'accord préalable de FAIRCOM Group