

## Faircom et Actimail Group deviennent FAIRCOM GROUP

FAIRCOM GROUP est un groupe de communication d'intérêt général, né début 2009, du rapprochement des groupes FAIRCOM et ACTIMAIL. Cet ensemble, réparti sur 13 agences dans 6 pays différents, offre des prestations de services marketing, allant de la création à la production de campagnes publicitaires multicanales, incluant des offres fichiers, web et print.

En réalisant cette opération de fusion, Laurent GEORGE et Antoine VACCARO, les fondateurs de FAIRCOM, de l'agence NARRATIVE et d'ETHIDATA, la base de données qualifiée de donateurs, réalisent leur première opération d'envergure et donnent ainsi corps à leur projet de création d'un nouveau groupe de communication indépendant.

Les principaux objectifs de ce rapprochement pour les dirigeants d'ACTIMAIL GROUP (ACTIMAIL, ACTIMAIL LIST, ACTIMAIL ONLINE, BEECOM, BEECOM DIRECT, ELFYDATA, ...) sont :

- Accentuer leur présence dans le **secteur non-marchand**
- Consolider l'évolution de leurs offres vers des **prestations de conseil**
- Développer leur savoir-faire dans la gestion de **clients très grands comptes**
- Que le nouvel ensemble puisse atteindre une **taille de Groupe critique**
- Prétendre à plusieurs positions de leadership
- Enfin participer pleinement à la naissance d'un **ensemble novateur de communication intégrée**.

Pour l'occasion, un nom de Groupe est lancé : « FAIRCOM GROUP », et une filiale est rebaptisée : Direct Production à Bruxelles devient Actimail Benelux. Quelques nouvelles marques de départements ou d'agences seront prochainement créées. Et bien sûr, de nouveaux logos et une nouvelle charte graphique, permettant une cohérence d'ensemble.

Ce nouveau groupe a pour dirigeants Laurent GEORGE (Président), ex-Président d'Aegis Média France et spécialiste en stratégie de communication ; Antoine VACCARO (Vice-Président), ex-dirigeant de TBWA Corporate, TBWA Non profit et de l'agence Excel, expert international auprès des ONG et du secteur non marchand, et Etienne GEISER (Directeur Général), fondateur d'Actimail Group et spécialiste en marketing opérationnel.

Pour plus d'efficacité et pour mieux relever les défis de demain, le nouveau groupe et ses filiales se réorganisent progressivement. De nouveaux locaux, plus grands, sont pris à Paris et à Lille pour accueillir les 2 ensembles et faire face à la croissance. Les 2 agences parisiennes Narrative et Beecom Paris vont se rapprocher pour consolider leurs compétences et mieux servir leurs clients. Les départements Actimail Online, Actimail List et Ethidata se rapprochent également pour les mêmes raisons. L'agence de Genève étoffe son équipe et intègre de nouvelles compétences en conseil aux associations et ONG afin de devenir l'un des pôles « non marchand » à part entière du Groupe. L'agence de Bruxelles intègre des compétences de commercialisation de bases de données et de marketing on line. L'agence de New-York conforte également ses compétences en marketing on line.

Fort de l'expérience de sa centaine de collaborateurs, FAIRCOM GROUP est en mesure de **conseiller et de réaliser toute campagne de communication pour ses clients des secteurs marchand et non marchand**, en Europe et sur le continent nord américain. En particulier, FAIRCOM GROUP conçoit des stratégies et des plans de communication pour tout type de clients, développe l'efficacité des programmes de collecte de fonds des associations et des fondations, conçoit, crée, rédige et édite tout support de communication ; réalise toute campagne de marketing direct « on » et « off line ». FAIRCOM GROUP est également très actif pour ses clients dans le webmarketing, dans le traitement et la commercialisation des bases de données, le marketing téléphonique, la PLV et la communication événementielle.

Les objectifs que se fixent les dirigeants de ce nouvel acteur sont de :

- Devenir en 5 ans un acteur de référence dans le domaine des services marketing sur les principaux marchés européens.
- Repérer, attirer et conserver les talents de demain.
- Développer progressivement mais fermement notre conscience et nos applications conformes à l'intérêt général et aux valeurs de développement durable pour nous-même et pour nos clients.
- Faire évoluer le secteur des services marketing et de la communication par de nouvelles approches stratégiques pertinentes et des innovations régulières.

FAIRCOM GROUP exerce et exercera ses différents métiers en respectant **des principes d'indépendance, d'engagement et de responsabilité**.

- L'indépendance, tout d'abord économique sans contrainte de délivrer des standards de rentabilité à ses actionnaires, mais également une liberté de ton et de parole ainsi qu'une vision renouvelée de ses métiers.
- L'engagement des dirigeants et de l'ensemble des collaborateurs en termes d'implication auprès des clients : l'engagement sur les résultats et sur une transparence financière basée sur un nouveau modèle économique intégrant la fabrication, pour éviter l'accumulation des marges mais aussi pour plus de performance et de qualité pour les clients.
- La responsabilité des moyens et des compétences mis à disposition des clients concernant les campagnes de communication. Mais également la responsabilité de nos comportements vis-à-vis de notre planète.

**FAIRCOM GROUP se positionne comme un réseau d'agences spécialisées dans les services marketing, se différencie grâce au large panel de ses expertises et se caractérise par la volonté ferme de respecter des principes d'indépendance, d'engagement et de responsabilité.**

Etienne GEISER  
DG / CEO Faircom Group

## Les dirigeants de Faircom Group



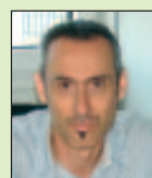
**Laurent GEORGE**  
Président

Ingénieur agronome de formation, Laurent GEORGE a été consultant puis Directeur de la stratégie et membre du comité de direction chez Carat France. Il a ensuite travaillé pour Aegis Media France en tant que Directeur de la stratégie puis en tant que Directeur Général. Il fonde avec Antoine VACCARO l'agence Faircom (devenue Narrative). Son ambition est de « faire de Faircom Group un acteur de référence sur le marché. »



**Etienne GEISER**  
Directeur Général

A 44 ans, Etienne GEISER est désormais Directeur Général de FAIRCOM GROUP. Après une maîtrise en Economie et une expérience marketing et commerciale dans un grand groupe, Etienne a découvert le marketing direct chez CIFEA DMK pendant 5 ans. C'est en 1997 qu'il fonde le Groupe Actimail. En 12 ans, il crée 13 agences présentes en Europe et aux Etats-Unis, articulées autour de 3 pôles de compétences : Marketing Direct, Location d'adresses et E-marketing. Aujourd'hui, Etienne veut « un Groupe dont nous puissions être fier ! Bien sûr pour son développement mais également pour les services rendus à notre planète et à nos chers clients, et pour les satisfactions profondes apportées à nos collaborateurs. »



**Christophe BEC**  
Directeur de zone

Titulaire d'un DEA en Communication et Sciences du langage, Christophe BEC a été Directeur de la création chez Excel-TBWA puis Directeur marketing chez Ivolution-TBWA (gestion de grands comptes ONG). Il fut également Responsable de la communication Grand Public aux Transports en Commun Lyonnais. Il a rejoint le Groupe Actimail en 2005 au poste de Directeur de l'agence de Genève. Aujourd'hui, âgé de 43 ans, il dirige la zone Genève - Zurich - Annecy. Christophe se réjouit que « Le MD se préoccupe enfin de RSE ! Faircom Group est une fantastique plateforme de réflexion et d'action pour que nos clients en prennent conscience, pour travailler ensemble à des solutions plus respectueuses des hommes et de l'environnement et inciter aux changements de comportement vis-à-vis de nos méthodes commerciales et de production. »



**Laurent DINELLI**  
Directeur administratif et financier

Laurent DINELLI a rejoint Faircom Group le 1<sup>er</sup> septembre 2009. Après avoir fait ses études à l'école Sup' de co de Clermont-Ferrand avec une spécialisation en audit, Laurent a été auditeur chez Ernst & Young Audit avant d'intégrer Atlas Editions Group, groupe dans lequel il est resté 12 ans à des fonctions dirigeantes en gestion et en finance, en France mais aussi en Suisse. Le projet de Laurent est « de permettre l'atteinte des objectifs de Faircom Group en garantissant son indépendance financière, la qualité de ses processus financiers et administratifs ainsi que de ses systèmes d'information. »



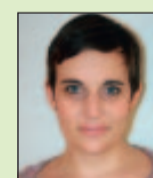
**Antoine VACCARO**  
Vice-président

Antoine VACCARO, titulaire d'un doctorat de 3<sup>e</sup> cycle en Science des organisations - Gestion des économies non-marchandes, a occupé les fonctions de Vice-président de TBWA/Corporate, co-directeur de Non-Profit, Fondateur de l'agence Excel. Il a co-fondé et préside depuis 2006 le Cerphi (Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie). Il crée en 2008, l'agence Faircom Narrative avec Laurent GEORGE. D'après Antoine, « les sujets d'intérêt général envahissent de plus en plus l'univers de la consommation, les consommateurs sont tiraillés entre se faire plaisir et être responsables. Le marketing et la publicité peuvent apporter des solutions qui permettent de réconcilier ces contradictions à condition de développer des logiques de coopérations avec les acteurs de la société civile : ONG, experts, associations de défense des consommateurs et des citoyens. Faircom Group est idéalement positionné pour répondre à cet enjeu ! »



**Xavier MOREL**  
Directeur de zone

Xavier MOREL, âgé de 40 ans, a d'abord suivi des études à l'Ecole des Hautes Etudes Industrielles à Lille puis à l'Ecole de Direction d'Entreprises de Paris. Il a ensuite travaillé pendant 6 ans pour le VPCiste Dr Pierre Ricaud, où il fut responsable de la prospection en charge des marchés français, belge, suisse et allemand. Il rejoint le Groupe Actimail en 2001. D'abord directeur de clientèle à l'agence de Genève, il part à New York pour diriger l'agence Actimail Inc. pendant 4 ans. De retour en Europe, il dirige maintenant la zone Benelux - France Nord - USA. « La « fair-communication » est une nouvelle énergie motrice pour les entreprises, mon but chez Faircom Group est d'être catalyseur d'idées et initiateur de réactions pour que ce moteur « éveille » le marketing et le commerce, dans le respect des individus et de la collectivité. En nous positionnant dans l'action citoyenne et l'éco-responsabilité, nous pouvons aujourd'hui réconcilier intérêt général et intérêts particuliers. »



**Charlotte GALLARD**  
Directrice des ressources humaines

Titulaire d'un master en Affaires internationales avec une spécialisation dans les relations franco-allemandes, Charlotte GALLARD a d'abord travaillé en France et en Allemagne avant d'intégrer, en 2005, le siège du Groupe Actimail en Suisse où elle prend la responsabilité de la communication interne et externe du Groupe puis en 2008, des ressources humaines. Aujourd'hui, à l'âge de 30 ans, elle est DRH du Groupe FAIRCOM. Charlotte est tout particulièrement sensible au fait que « La valeur humaine soit la première valeur de FAIRCOM GROUP : ce sont les hommes et les femmes du Groupe qui font la valeur ajoutée de nos services. C'est pourquoi nous développons une politique RH ambitieuse. Intégrer FAIRCOM GROUP correspond à une vraie aventure humaine et le credo de « Groupe à capital humain » prend alors tout son sens. »

## INFOS AGENCES



### Direct Production devient Actimail Benelux

Après avoir intégré Actimail Group début 2006, la société belge Direct Production basée à Bruxelles, spécialiste de la gestion déléguée d'opérations de marketing direct, devient Actimail Benelux.

Une évolution naturelle dans le cadre d'un nouveau positionnement élargi à l'ensemble des prestations de marketing opérationnel, une équipe trilingue (FR-NL-GB) et une place de marché stratégique au cœur de l'Europe.

En 2009, Actimail Benelux a notamment complété sa palette de compétences et de prestations avec le courtage de fichiers, les solutions e-marketing, la création graphique ou encore la PLV. Une nouvelle dénomination qui s'est également imposée car Actimail Benelux est de plus en plus impliquée, au-delà du print, dans la gestion active de campagnes multicanales et l'accompagnement de clients européens à l'international.

Une approche qui passe d'abord par l'identification claire des problématiques et des spécificités de chaque client. C'est cette démarche combinée à la recherche permanente d'outils adaptés qui permet à Actimail Benelux de proposer des réponses pertinentes et efficaces pour la plus grande satisfaction de ses clients.

Contacts : Xavier Morel  
E-mail : [xavier.morel@actimail.com](mailto:xavier.morel@actimail.com)  
ou Chris Mettepenningen  
E-mail : [c.mettepenningen@actimail.com](mailto:c.mettepenningen@actimail.com)

### Des nouveaux locaux à Paris et à Lille

Les agences parisiennes et lilloises vont prochainement s'agrandir et déménager dans de nouveaux locaux. Vous pouvez dès à présent noter nos nouvelles adresses :

- **À Paris** (Beecom Paris, Narrative, Actimail List, Actimail Online, Ethidata) : 112 ter rue Cardinet, 75017 Paris (À partir d'octobre 2009)
- **À Lille** (Beecom Nord et Elfydata) : 10 rue Héloïse, 59650 Villeneuve d'Ascq (À partir de janvier 2010)



### Elfydata enquête sur la satisfaction de ses clients



Satisfaire son client commence par la proposition de prestations de qualité et de constantes améliorations. C'est dans cet esprit qu'Elfydata a décidé de proposer à ses clients une enquête de satisfaction interactive et rapide.

Composée en deux axes, elle questionne sur la perception des services d'Elfydata par ses clients puis cherche à mieux connaître ces derniers. Elfydata profite également de cette occasion pour présenter son nouvel allié... un Elfe, qui sera présent dans les rapports de déduplication et qui aura pour fonction d'aider les lecteurs.

Les résultats de cette enquête ont permis de mettre en évidence les points positifs d'Elfydata : les clients interrogés se sont avérés très satisfaits de leurs interlocuteurs. Ils apprécient les prestations de Traitement informatique des adresses, d'hébergement de bases de données marketing (CRM) et locatives sous LINDA. Les participants ont également trouvé les devis compétitifs, cohérents et rapidement transmis. Les plus d'Elfydata sont leur appartenance à Faircom Group mais aussi au SNCD. Quant à la mascotte qui prodiguera des conseils et astuces sur l'interprétation des chiffres, elle s'appellera Helpfy.

Si ces résultats sont globalement très positifs, Elfydata n'en oublie pas moins les points à améliorer tant au niveau de la régularité de transmission du reporting que sur la clarté des devis.



Pour en savoir plus, vous pouvez contacter :  
Christophe Blin, directeur d'Elfydata  
Ligne directe : + 33 (0)3 20 28 18 21  
Portable : + 33 (0)6 64 79 84 20  
E-mail : [cblin@elfydata.com](mailto:cblin@elfydata.com)  
Web : [www.elfydata.com](http://www.elfydata.com)

### La base Kdotomatic : Plus d'un million de profils qualifiés

Recrutée par mécanique d'acquisition avec jeux concours, par co-registrations et partenariats, la base Kdotomatic comporte aujourd'hui plus d'un million de profils qualifiés de manière déclarative ou comportementale.

En effet, lors de l'inscription, des informations précises (date de naissance, région, etc.) sont demandées, ensuite tout au long des visites sur le site portail [www.kdotomatic.com](http://www.kdotomatic.com), proposant la possibilité d'avoir des services gratuits personnalisés tels que la météo, l'horoscope, les rencontres... Le profil est donc enrichi de données de cette personnalisation afin de permettre une segmentation de la base de données selon plusieurs critères objectifs. De plus, une qualification comportementale est faite au fur et à mesure des envois d'emails vers l'utilisateur, ses réactions (ouverture de l'email, clic sur un annonceur, un thème) sont enregistrées afin de connaître précisément les intérêts réels et personnels de chaque utilisateur.

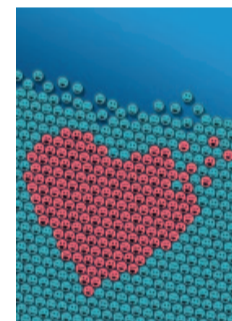
Aujourd'hui, 18 thèmes comportementaux (caritatif, e-commerce, sports...) ainsi que 40 critères déclaratifs (âge, nombre d'enfants, CSP, lieu de résidence...) sont disponibles dans la base, et la sélection peut être affinée en fonction des dernières ouvertures, des derniers clics sur les campagnes.

Afin de ne pas sur-solliciter les utilisateurs, la pression marketing est réduite par une meilleure sélection des adresses, pour optimiser les retours de chaque campagne. La personnalisation des e-mailings est aussi mise en œuvre afin d'augmenter l'impact du message transmis.

Pour en savoir plus, vous pouvez contacter :  
Mickael Mesere, directeur d'Actimail Online  
Portable : + 33 (0)6 66 30 98 68  
E-mail : [m.mesere@actimail.com](mailto:m.mesere@actimail.com)



### Les fichiers au service du secteur caritatif



Lorsque l'on pense location des fichiers, il nous vient directement à l'esprit VPC, Presse, ou autres secteurs marchands. Et pourtant, en parallèle, il est un secteur qui poursuit son développement dans le monde des fichiers, un secteur non marchand qui souhaite avoir son propre modèle RFM, axé sur le don : il s'agit bien entendu du secteur caritatif.

Ce qui change et changera encore plus demain, c'est la volonté de se tourner vers de nouvelles bases, pour ne plus solliciter toujours les mêmes donateurs, sans risquer pour autant de se tromper dans le choix du comportement. Dans ce cadre et en partenariat avec le secteur associatif, Actimail List développe de nouveaux outils pour atteindre une cible parfois encore vierge de toute demande de dons, ou très peu sollicitée.

Actimail List développe son offre de fichiers pour répondre aux attentes de ce secteur de différentes manières :

- En commercialisant tout d'abord un fichier de donateurs avérés, **EQUITEL**, dont la pluralité des causes représentées permet de répondre à de multiples problématiques.
- Mais aussi en travaillant sur la méga-base **ÉDITIONS ATLAS** un score donateur, et ce à partir d'un questionnaire adressé aux clients ÉDITIONS ATLAS sur leur historique de dons. Ce questionnaire, fait en partenariat entre Editions Atlas et Actimail List, est ensuite intégré au sein même de la base ÉDITIONS ATLAS et donc de l'ensemble des 500 critères de sélection et des 7 millions d'adresses. L'objectif est d'identifier au sein du comportement d'achat, un comportement donateur avec un référentiel solide basé sur le questionnaire et non pas seulement sur des critères tels que l'âge ou le revenu.

#### ETHIDATA

- Enfin, à partir du mois d'octobre, est lancée par Faircom Group une nouvelle base de données, nommée **Ethidata**, fichier totalement exclusif et novateur sur le marché de la location d'adresses. Il est en effet constitué uniquement via questionnaire et regroupe les informations liées au comportement des donateurs. L'objectif est d'ouvrir de nouvelles perspectives aux associations en apportant de nouveaux contacts et des informations précises. Ce fichier est exploitable via sélections classiques mais aussi via scores. Il est accompagné d'études menées en interne par le Cerphi (Centre d'étude sur la Philanthropie). À découvrir très vite !

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter :  
Edouard Sinet, directeur de l'agence Actimail List  
Portable : + 33 (0)6 63 84 37 97  
E-mail : [e.sinet@actimail.com](mailto:e.sinet@actimail.com)  
Site Web : [www.actimail-list.com](http://www.actimail-list.com)

## INFOS MÉTIERS

### La PURL : l'URL personnalisée au service du marketing direct

FAIRCOM GROUP vous propose aujourd'hui d'intégrer un nouvel outil dans votre démarche MD : La PURL. En complément de vos supports de communication actuels, démarquez-vous de la concurrence et augmentez de manière significative les retours de vos actions commerciales à l'aide de ce dispositif.

La PURL est une adresse URL personnalisée qui permet à chacun de vos clients de se connecter sur un espace privé et individualisé à son nom et à l'environnement graphique de votre entreprise.

**Aujourd'hui, les taux de transformation des personnes connectées sur leur compte PURL avoisinent les 80 % !**

La PURL est LE support adapté pour lancer vos campagnes multicanales ou tout simplement vous affirmer dans des logiques on line.

#### Les avantages de la PURL :

- **Enrichir** et qualifier votre BDD de manière efficace : c'est l'opportunité d'obtenir des informations comme l'adresse mail, le n° de téléphone (pour des campagnes SMS), la date de naissance ou bien de poser des questions fermées qui vous permettront de segmenter plus finement vos bases.
- **Booster** significativement vos recrutements et obtenir du lead qualifié.
- **Migrer** une partie de vos clients off line sur le on line.
- **Augmenter** le trafic dans vos points de vente (virtuels et physiques) grâce à la mise en avant d'une prime, qui sera présentée en amont de la connexion ou après validation des formulaires. Les techniques de personnalisation permettent d'utiliser la géolocalisation pour préciser l'adresse du point de vente le plus proche de votre client.
- **Augmenter** vos taux de transformation.
- **Augmenter** la notoriété de votre marque grâce à un support innovant.
- **Créer** une relation de proximité hyper personnalisée entre votre marque et votre client : géolocalisation, logique one to one pour les bases les plus enrichies.
- **Créer** un événement autour de votre marque tout en augmentant sa notoriété.
- **Offrir** à vos clients un espace privé et dédié.
- **Maintenir** le contact visuel entre vos clients/prospects et l'environnement graphique de votre marque, le tout dans un laps de temps plus long que les schémas traditionnels du marketing direct.

### Un exemple d'utilisation multicanale

Dans une logique d'enrichissement de BDD, voici le déroulement possible de la mécanique multicanale PURL :

- **Envoi** d'un mailing papier, support reprenant l'adresse PURL du client (voir visuel de Radiospares)
- **Connexion** du client sur son compte personnel à la réception du mailing
- **Validation ou modification** par le client des données pré-remplies (ex : adresse postale, numéro de téléphone)
- **Enrichissement** par le client des données obligatoires du formulaire, comme l'adresse email par exemple
- **Validation du formulaire** (suivi d'un envoi automatique d'un emailing de confirmation des informations au client)
- **Remerciement et découverte** d'une prime poussant à se déplacer sur un point de vente (géolocalisé) après la validation du formulaire, mise en avant d'un code promo web.



Pour en savoir plus, vous pouvez contacter votre interlocuteur habituel ou bien Pierre Bassé (pbasse@elfydata.com) et Stéphane Prudhomme (s.prudhomme@beecom.fr).

## ZOOM SUR NOTRE PURL DONOR®

Application dédiée au secteur caritatif et marque déposée par FAIRCOM GROUP, la PURL DONOR® (Personal uniform resource locator for Donor), a pour principe d'offrir à tout donateur la possibilité de se connecter sur un espace privé et individualisé à son nom et à l'environnement graphique de l'entreprise, ce qui lui permet de disposer d'un certain nombre de fonctionnalités simples et faciles à manier. L'objectif premier de ce site personnel est d'amener le donateur à passer au prélèvement automatique, par la proximité et la posture de prescripteur que lui donne ce site.

Pour en savoir plus, contactez Antoine Vaccaro  
Portable : +33 (0)6 15 19 94 06  
E-mail : antoine.v@faircom.fr

## Faircom Group et Alternative Post présentent une solution d'optimisation des coûts d'affranchissement français

Dans un contexte de fort ralentissement économique, marqué par la diminution des rendements et la baisse des diffusions, la problématique affranchissement pèse de plus en plus lourdement sur l'équilibre financier des opérations des sociétés émettrices de courriers en nombre.

Fort de ce constat, le Groupe Faircom et son partenaire Alternative Post s'associent pour proposer une solution innovante et efficace de distribution des plis.

Ce partenariat fait bouger les lignes sur deux points majeurs.

Tout d'abord par son champ d'application, puisque grâce aux outils modernes de géolocalisation, la solution proposée couvre tous les courriers jusqu'à 350 grammes, y compris les plis dont le poids est inférieur à 50 grammes.

Validée par la décision N°2007-0359 de l'Autorité de Régulation (ARCEP), cette offre permet ainsi de contourner légalement le monopole de la Poste sur ce segment de marché, et de répondre à l'essentiel de la demande.

Ensuite, par la politique tarifaire appliquée, fondée exclusivement sur des critères de délai de distribution des plis et non pas de contenu.

De sorte que le courrier dit de gestion (factures, reçus fiscaux, relevés de compte) n'est pas surtaxé par rapport au courrier dit de marketing direct (prospection, fidélisation) pour un délai d'acheminement et un poids donnés, tous les courriers sont au même prix.

Cette solution novatrice présente de nombreux avantages :

- Des économies de 15% à 50% sur le tarif affranchissement de la Poste (selon les normes et le réseau d'Alternative Post)
- La gestion complète de cette solution par Faircom Group (comptage, tri, BAT, suivi, reporting)
- Des délais adaptés à tous les besoins (3 formules au choix)
- La possibilité pour le client de travailler avec ses prestataires habituels (agence, routeur)
- Des services à forte valeur ajoutée tels que la traçabilité des plis et une totale liberté de création sur l'enveloppe.

De nombreuses enseignes, telles que Canal Plus, Decathlon, Télérama, l'Oréal, SNCF, Pierre et Vacances, Temps L, utilisent déjà ce mode alternatif de distribution des plis.

S'agissant du secteur non marchand, un « timbre » caritatif à 0,20 € TTC (y compris pour l'envoi de reçus fiscaux !) a spécialement été conçu par Faircom Group.

Plusieurs associations caritatives l'ont déjà adopté (Fondation Raoul Follereau, Chaîne de l'Espoir,

Ligue contre le Cancer, Douleur sans frontière, Enfance et Partage) et d'autres s'apprentent à le faire.

En définitive, l'offre Faircom Group / Alternative Post permet une réelle percée dans le monopole détenu par la Poste au profit des entreprises et organisations grandes utilisatrices de mailings. Elle fournit des marges de manœuvre pour agir sur la problématique affranchissement et non plus seulement la subir...



Pour en savoir plus, notre expert se tient à votre disposition :  
Marino Fernandez,  
chef de produit affranchissements français  
Portable : + 33 (0)6 11 88 38 10  
E-mail : m.fernandez@actimail.com

D'autres partenariats sur d'autres pays avec Isabelle Lachiche,  
chef de produit affranchissements à l'international  
Ligne directe : + 49 (0)7851 885 480  
Portable : + 49 (0)1742 188 253  
E-mail : lachiche@actimail.com

Rendez vous également sur  
www.faircom-group.com



# INFOS ACTUALITÉ



Antoine VACCARO reçoit son prix lors de la soirée AFF sur "La Peniche".

## Un Prix de l'Innovation pour Faircom Group

Lors du 8<sup>e</sup> séminaire francophone de la collecte de fonds qui se déroulait du 8 au 11 juin à Paris, l'Association Française des Fundraisers a décerné le Prix de l'Innovation à Faircom Group dans la catégorie « mailing ».

Cette récompense lui a été attribuée pour son « timbre caritatif » à 20 centimes d'euros pour les envois d'appel à dons des associations. Le jury a salué cette innovation qui « fait avancer le secteur dans son ensemble ».

En cette période difficile, ce séminaire a eu plus que jamais sa raison d'être et s'est placé sous le signe de la stratégie créative, imaginative et innovante. C'est dans cet esprit que Faircom Group a souhaité s'associer étroitement à cette dimension en sponsorisant le Prix de l'Innovation.

L'agence Narrative, experte de la stratégie de collecte de dons et représentante du Groupe à cet événement, a également animé une session de formation intitulée « Fundraisers, empruntez au monde marchand leurs bonnes idées pour rebondir face à la crise ». Cette intervention a fait salle pleine et a été applaudie à plusieurs reprises.

La crise rassemble : besoin d'échanger sur leurs inquiétudes partagées en cette fin d'année et sur les stratégies à mener : investir et prendre des risques ? Diminuer ses investissements ? Ou reproduire à l'identique de l'année passée ? Un mot d'ordre entendu : il faut maintenir le cap pour ne pas perdre de part de marché mais réallouer ses ressources sur des cibles à fort potentiel et intensifier des stratégies de développement sur le prélèvement automatique et sur le web (média incontournable et moins coûteux).



## Cas client Mobalpa

Mobalpa a confié depuis un an la production de ses campagnes marketing direct off line et on line à l'agence Actimail Genève.

Celle-ci conseille et supervise les actions de son client, en travaillant sur les bases de données siège et magasins locaux, et sur les concepts graphiques dédiés au MD.

Actimail Genève intervient principalement pour Mobalpa sur trois secteurs :

- Fidélisation : mise en place de kits prêts à l'emploi dédiés au réseau des magasins pour cibler les clients et prospects.
- Opérations nationales de recrutement : relais de campagne nationale en marketing direct avec sélections des fichiers et adaptation des messages « on » et « off line ».
- Opérations mensuelles de recrutement sur un fichier déterminé avec un mailing spécifique.

Pour plus d'informations sur les problématiques de communication de réseaux de magasins, vous pouvez contacter :  
**Guillaume Decastiau, responsable de clientèle Actimail Genève**  
 Ligne directe : + 41 (0)22 309 00 28 21  
 Portable : + 33 (0)6 25 01 13 01  
 E-mail : g.decastiau@actimail.com

## Cas client Enfance et Partage

Depuis plus d'un an, l'agence Narrative collabore avec Enfance et Partage, association de défense des Droits de l'Enfant.

La mission de l'agence porte essentiellement sur la fidélisation des donateurs : création et rédaction des documents joints aux reçus fiscaux, triptyque legs - donation - assurance et prélèvement automatique, conception rédaction des messages de relance avec carte donateur personnalisée, marque-page, étiquettes de correspondance... et réalisation de lettres d'informations.

Pour en savoir plus, vous pouvez contacter :  
**Nathalie Boublil, directrice associée de l'agence Narrative**  
 E-mail : nathalie.b@faircom.fr



## Zoom sur... Dr. Pierre Ricaud partenaire de Force Femmes

Dr. Pierre Ricaud a souhaité mandater Actimail depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2009 pour la commercialisation de ses fichiers d'adresses et colis en Belgique. Actimail Benelux travaille ainsi à trouver de nouveaux clients et partenaires souhaitant toucher une cible homogène de femmes avec un bon pouvoir d'achat et sensibles au marketing direct.

La mission de Dr. Pierre Ricaud est d'accompagner au quotidien les femmes en leur proposant des soins cosmétiques experts et ciblés mais également des conseils personnalisés, une écoute attentive et un lien privilégié. Fort de ses valeurs, Dr. Pierre Ricaud a choisi dans sa démarche de développement durable de soutenir des actions en ligne avec ses convictions.

Depuis novembre 2008, Dr. Pierre Ricaud, pour qui l'épanouissement des femmes au travers du lien social est une valeur fondamentale, met son expertise au service de l'association Force Femmes.

En abordant l'univers de la cosmétique, il y a 20 ans, Dr. Pierre Ricaud a fait le choix de se consacrer à la beauté des femmes dès 40 ans. Passionnée et engagée, la marque a toujours eu à cœur d'aider les femmes à prendre conscience de leur potentiel de beauté et de leur donner les moyens de le révéler.

Pour réussir, Dr. Pierre Ricaud a établi des liens individuels, personnels basés sur la confiance, le conseil et l'expérience partagée.

En s'engageant avec Force Femmes, ces valeurs prennent aujourd'hui un sens concret. Dr. Pierre Ricaud va mettre à disposition son savoir-faire beauté pour accompagner ces femmes et leur redonner confiance dans leurs démarches de retour à l'emploi en proposant, dans ses instituts, des ateliers maquillage où les femmes vont apprendre à mieux se mettre en valeur. Après un test très concluant sur Paris à l'institut rue de Vaugirard fin 2008, les ateliers beauté sont réalisés également en 2009 sur les instituts de province (Lyon, Nice...).

Pour en savoir plus, rendez-vous sur :  
[www.ricaud.com](http://www.ricaud.com) et [www.forcefemmes.com](http://www.forcefemmes.com)

## Venez nous rencontrer sur les salons



**Du 29 Septembre au 1<sup>er</sup> Octobre 2009,** venez visiter notre stand Actimail Online à **Paris, Porte de Versailles.** Nos équipes se feront un plaisir de vous recevoir sur **le stand C09.**

Faircom Group et ses filiales seront présents au salon VAD qui aura lieu à **Lille Grand Palais du 13 au 15 Octobre 2009.**

Nos équipes commerciales et quelques chefs de produit du Groupe seront à votre disposition sur le stand E21 pour répondre à vos questions.

Pour participer à notre jeu-concours autour de notre nouvelle identité visuelle, voici l'indice n°2 :

« Elle sera du genre humain »

N'oubliez pas : récoltez nos 4 indices pour former la phrase à trouver et venez sur notre stand au salon de la VAD pour tenter de gagner chaque jour un cadeau !

### Demande d'abonnement gratuit à MS News

Pour vous abonner ou faire découvrir MS News, complétez et retournez cette demande par fax au +41 (0)22 309 00 39

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_

Fonction : \_\_\_\_\_

Société : \_\_\_\_\_

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](mailto:info@faircom-group.com)  
[www.faircom-group.com](http://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

Reproduction autorisée avec l'accord préalable de FAIRCOM Group