



Dossier de Presse

NP6 et ses entités poursuivent un plan
d'innovation produit ambitieux

Février 2012



SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
Le groupe NP6	3
Chiffres clés	4
NP6, né sous une bonne étoile	5
La genèse de l’aventure.....	5
13 ans de croissance soutenue	5
NP6, retour sur un parcours atypique	6
2012 : NP6 consolide le positionnement e-crm de sa solution MailPerformance.....	6
Trois questions à Sandra Jezu, Directrice marketing de NP6	6
2011 : NP6 se positionne en créateur de performances e-CRM	8
2011 : NP6 lance EmailSpotter, son outil de pige e-mailing	8
2011 : NP6 récompense l'expertise et les bonnes pratiques de ses agences partenaires et utilisateurs en lançant son programme de certification	9
2010 : Acquisition de B2D1, l’intégration d’un partenaire avant tout !	9
2009 : NP6 retrouve son indépendance	10
2007 : NP6 rejoint le leader anglais du marketing direct en ligne	10
Dans la course comme pour ses clients, NP6 est un véritable partenaire	12
Stéphane Zittoun - l’esprit du groupe et de groupe	13
Fiche signalétique	14
Structure	14
L’implantation	14
Nos clients	15
Contacts Presse	16

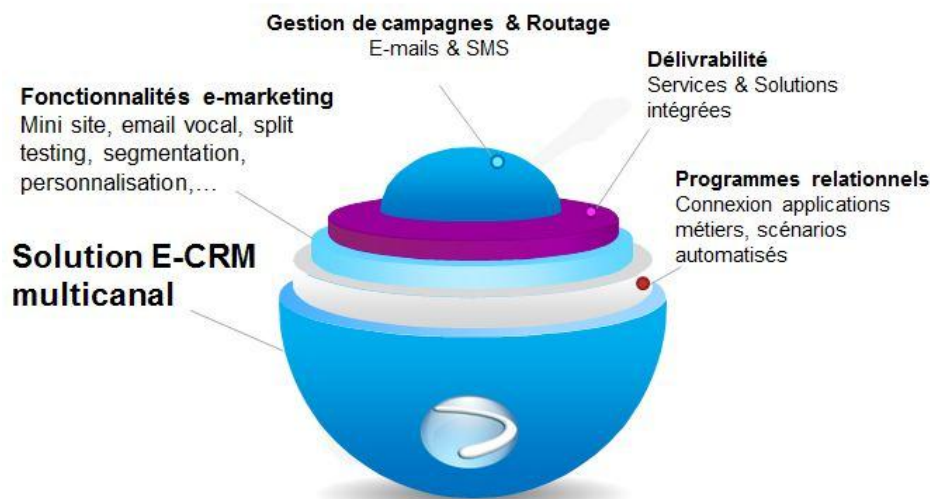
Le groupe NP6

NP6, éditeur de solutions technologiques dédiées à l'e-mail marketing regroupe 3 entités complémentaires pour les professionnels du e-marketing :



LA SOLUTION DE ROUTAGE E-CRM

MailPerformance est la solution technologique de routage disponible sur Internet (en mode SaaS, Software as a Service) permettant de réaliser des campagnes d'e-mail marketing et des programmes relationnels multicanal (accompagnement et suivi d'actes d'achats, liés à des événements/calendrier grâce l'e-mail et au SMS : anniversaire, Noël, Soldes...).



L'AGENCE CONSEIL EN E-MARKETING

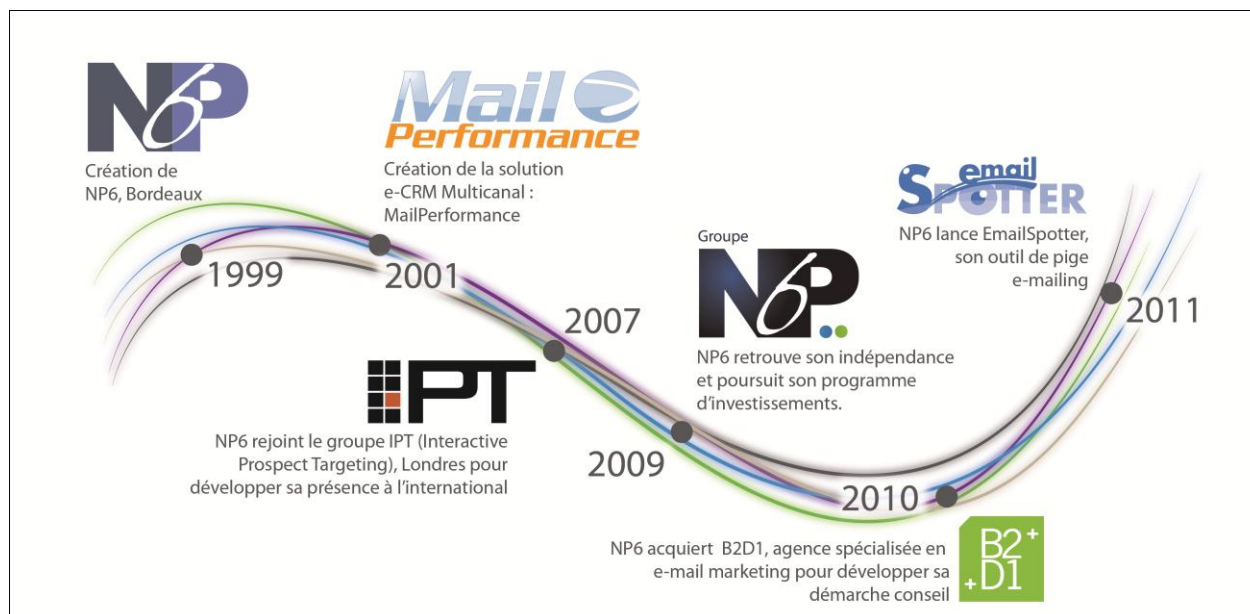
B2D1 offre une gamme complète de services alliant l'accompagnement stratégique et opérationnel et dédiés à la réussite des opérations e-marketing d'acquisition et de fidélisation.



LA SOLUTION DE PIGE E-MAIL MARKETING

EmailSpotter est une solution simple et en ligne pour automatiser et organiser la pige commerciale et marketing sur internet.

DATES CLES



CHIFFRES CLES

- ⇒ Chiffre d'affaires :
 - 6,5 millions d'euros (2009)
 - 7,5 millions d'euros (2010)
 - 8,6 millions d'euros (2011, estimation)
- ⇒ Effectif : 45 collaborateurs,
- ⇒ Plus de 400 clients,
- ⇒ Plus de 80 agences marketing et communication partenaires,
- ⇒ MailPerformance :
 - Plus de 15 milliards d'e-mails envoyés en 2010,
 - Plus de 2500 comptes clients.
 - Plus de 95% de clients satisfaits. (Etude trimestrielle menée auprès des clients de MailPerformance depuis le 01/08/2008)



NP6, NE SOUS UNE BONNE ETOILE

NP6 doit son nom à un astéroïde découvert quelques mois avant sa création en 1999.

« Savoir s'élever pour mieux analyser les besoins de nos clients, être précurseur dans notre approche et nos solutions, rester transparents dans notre relation client et développer avec précision notre expertise sont autant de qualités que nous transmettons au quotidien à travers notre groupe. » précise Stéphane Zittoun, Président Directeur général et fondateur de NP6.



Définition : Les astéroïdes sont des objets célestes en orbite autour du soleil. Ces astres datant de la création du système solaire représentent la matière originelle à partir de laquelle tout le reste s'est formé.

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_asteroids/74501%E2%80%939374600

LA GENESE DE L'AVENTURE

L'aventure de NP6 commence en 1999. Initialement axée sur le développement d'applications d'e-commerce pour des acteurs majeurs du web français comme CDdiscount.com, la société rencontre un succès fulgurant avec un **premier exercice fiscal de plus d'un million d'euros.**



NP6 crée alors autour de ses différents services Internet, sa propre valeur ajoutée en proposant à ses clients la **gestion complète de leurs newsletters**. Ce sont les prémises de l'actuelle solution MailPerformance.

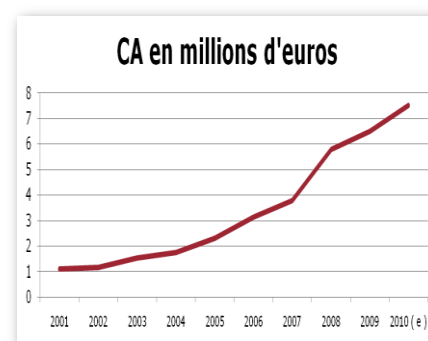
En 2000, NP6 obtient la certification ISO 9001 version 2000, qui sera la garante de la qualité de services vis-à-vis de ses clients Grands Comptes.

Cette même année, la société reçoit le **label de Société Innovante** de la part de l'ANVAR ; elle décroche l'éligibilité FCPI auprès de la Banque de France. Autant de preuves pour les clients, de l'innovation et de la solidité de l'entreprise.



13 ANS DE CROISSANCE SOUTENUE

Après une progression de plus de 35% de son chiffre d'affaire en 2008, NP6 enregistre en 2009 un chiffre d'affaires de 6,5 millions d'euros. De par sa pertinence, **MailPerformance qui représente désormais plus de 95% du chiffre d'affaires de NP6**, séduit de plus en plus de clients. La



qualité de l'accompagnement et la pertinence de la relation conseil sont les bases de cette croissance soutenue. MailPerformance s'impose dans le paysage de l'e-marketing comme une solution de référence, puissante, souple et conviviale.

La société NP6 bénéficie depuis 2005 de la **meilleure cotation de fiabilité de la Banque de France : G3++**, indiquant la pérennité financière et la capacité à faire face à ses engagements.

NP6, retour sur un parcours atypique

2012 : NP6 CONSOLIDE LE POSITIONNEMENT E-CRM DE SA SOLUTION MAILPERFORMANCE



Cette année de nouveaux partenariats et fonctionnalités verront le jour afin d'apporter des solutions technologiques toujours plus avancées aux marketeurs : scoring en partenariat avec l'agence Score MD, Email Content Manager, Social Email Marketing...

Finalistes parmi 24 candidats avec sa fonctionnalité **Email Content Manager** pour le Prix de l'Innovation E-Mailing lors des E-Marketing Awards 2012, et forts de ce résultat encourageant, NP6 se portera candidat lors des prochains E-Commerce Awards de septembre 2012. Disponible très

prochainement, l'Email Content Manager sera un nouveau module disponible dans MailPerformance permettant d'atteindre un **niveau de personnalisation des e-mails marketing** unique sur le marché tout en gagnant en productivité dans le pilotage des campagnes.

TROIS QUESTIONS A SANDRA JEZO, DIRECTRICE MARKETING DE NP6

Quels sont vos objectifs pour cette année ? Et pour dans 3 ans ?

Sandra Jézo : « Nous poursuivons cette année un plan de développement de nos activités et de nos domaines d'accompagnement. Nous restons de plus très attentifs aux opportunités du marché qui nous permettraient de proposer de nouvelles approches **marketing** à nos clients. Le **social media** et plus globalement la gestion de la **réputation** est un des axes de développement que nous étudions avec attention. L'analyse et l'exploitation de la donnée marketing font aussi partie de nos réflexions. »



Comment voyez-vous évoluer l'e-commerce dans les 3 – 5 ans à venir ?

Sandra Jézo : « 3 à 5 ans ? A l'échelle du **E-commerce** c'est une éternité ! Nous pouvons néanmoins observer que certaines tendances de développement annoncées comme révolutionnaires il y a quelques années : le **M-commerce**, la **géolocalisation**, l'individualisation/hyper **personnalisation du dialogue marque/internaute**, commencent en 2011 à réellement être intégrées et exploitées dans la **stratégie e-commerce des annonceurs**. Toutefois, cette mise en application ne se fait pas sans difficultés... La diversité des supports d'achat, la démultiplication des outils **marketing** mis à notre disposition (**site internet, web analytics, solutions emailing, CRM, Social Media** ...) ont certes participé à enrichir significativement les données collectées, mais les ont aussi rendues hétérogènes et difficiles à exploiter.

Nous assistons d'ailleurs actuellement de la part de nos clients à une phase de « domptage » de leurs données, pour en faciliter l'analyse et mettre en place une relation ultra-personnalisée et automatisée. Autre phénomène remarquable, dont nous entendons les échos depuis plusieurs années, mais qui est aujourd'hui une réalité : l'intégration des réseaux sociaux dans sa stratégie et la notion de plus en plus présente de réputation.

Dans 3 à 5 ans ces concepts seront complètement maîtrisés et nous permettront non seulement d'accompagner l'acte d'achat, mais aussi de réellement l'anticiper et d'intégrer le consommateur au cœur de la stratégie de chaque marque. L'objectif, faire de chaque cible un ambassadeur de sa marque et profiter de son pouvoir de recommandation pour démultiplier le retour sur investissement. »

Que conseillez-vous en 2012 aux professionnels du marketing et de la communication pour optimiser le ROI de leurs actions e-marketing par e-mail ?

Sandra Jézo : « La construction d'une marque forte, gage d'adhésion et de fidélisation des consommateurs, passe plus que jamais par la maîtrise de la donnée. Cette dernière doit se faire à son service et non à ses dépens car le risque est grand de laisser ainsi des consommateurs sur-sollicités et exigeants. Maîtriser la donnée est aussi une condition pour pouvoir suivre, soigner sa réputation et adopter une approche qualitative du consommateur. En un mot, mieux connaître ses cibles pour faire de chaque expérience avec sa marque une source de satisfaction ! »

2011 : NP6 SE POSITIONNE EN CREATEUR DE PERFORMANCES E-CRM



FIG 2 : ORGANISATION DU GROUPE NP6

2011 : NP6 LANCE EMAILSPOTTER, SON OUTIL DE PIGE E-MAILING



NP6, **complète sa galaxie de produits** en développant **EmailSpotter**, une solution simple et en ligne pour permettre aux marketeurs de suivre les tendances du marché par secteur d'activité ou des concurrents sans multiplier les inscriptions.

2011 : NP6 RECOMPENSE L'EXPERTISE ET LES BONNES PRATIQUES DE SES AGENCES PARTENAIRES ET UTILISATEURS EN LANÇANT SON PROGRAMME DE CERTIFICATION

Ce programme se base sur le respect des bonnes pratiques de l'e-mail marketing et de la délivrabilité au niveau de l'entreprise, (MailPerformance Certified Partner) mais aussi sur le niveau de compétence des équipes opérationnelles utilisatrices de MailPerformance via le programme MailPerformance Certified Professional. Suite à l'audit, en fonction des résultats obtenus, trois niveaux de certifications gratifient les agences clientes et les utilisateurs, pour une durée d'un an : Bronze, Silver et Gold.



MailPerformance offre ensuite de nombreux avantages aux agences certifiées, tels que la participation en tant que partenaire privilégié aux événements MailPerformance (MailPerformance Users Club, petits déjeuners clients/prospects), la formation de ses équipes grâce à un atelier e-mail marketing dédié ou encore l'accès à des documentations exclusives marketing, commerciales et fonctionnelles.

2010 : ACQUISITION DE B2D1, L'INTEGRATION D'UN PARTENAIRE AVANT TOUT !

Créée en 2001 par Thomas Le Guyader, l'agence B2D1 est une agence spécialisée dans l'e-mail marketing.

Forte d'une dizaine de collaborateurs, B2D1 est une agence reconnue sur le marché pour maîtriser et combiner l'acquisition et la fidélisation. Elle porte un regard à 360° sur la stratégie e-marketing de ses clients : du conseil, à la mise en place graphique et opérationnelle.



NP6 enrichit son offre avec le domaine de prestations actuellement couvert par B2D1 (conseil, recommandations marketing, studio graphique, co-registation...).

Stéphane Zittoun, Président Directeur général de NP6, déclare : « *Nous sommes très heureux d'accueillir les équipes de B2D1. C'est une entreprise reconnue et en croissance, comptant de grands noms parmi sa clientèle, avec une vision complémentaire à la nôtre. Nous restons attentifs aux opportunités du marché, et il n'est pas impossible que nous prodédions à une ou plusieurs autres acquisitions en 2011.* »

2009 : NP6 RETROUVE SON INDEPENDANCE

A la suite de l'effondrement du groupe IPT dont la valeur des actions va être divisée par 100 en douze mois, les fondateurs de NP6 reprennent le contrôle de la société, avec le soutien de Turenne Capital.

L'équipe retrouve ainsi son indépendance après 2 années dans le giron du groupe IPT.

Stéphane Zittoun, Président Directeur général et fondateur de NP6 précise : « *Nous avons regagné l'autonomie qui nous permet de toujours améliorer les produits et les services que nous offrons à nos clients. De nouveau maîtres de notre destin, nous continuons notre expansion européenne et prévoyons très prochainement l'ouverture de nouvelles filiales.* »

De cette étape, NP6 a conservé une filiale à Londres, *MailPerformance UK Limited*, forte de 8 collaborateurs et en forte croissance.

2007 : NP6 REJOINT LE LEADER ANGLAIS DU MARKETING DIRECT EN LIGNE

NP6 rejoint le 14 juin 2007, le groupe IPT (Interactive Prospect Targeting), leader anglais du marketing direct en ligne, pour constituer le plus important groupe européen dans ce domaine. Cette opération complète la démarche pan-européenne du groupe IPT qui s'est également porté acquéreur de la société Directinet en juin 2006 et a créé Netcollections, société spécialisée dans la collecte et l'enrichissement de données.



Cette étape dans l'aventure NP6 rejoint sa volonté d'accéder à de nouveaux moyens, pour réaliser ses ambitions internationales, et d'être toujours plus performant aux côtés de ses clients.

VISIONS ET VALEURS DE NP6

Notre positionnement s'appuie sur une proposition de valeur différenciante, celle d'un partenaire technico-marketing, privilégiant la qualité et la proximité dans l'accompagnement.

Ces valeurs sont ancrées dans notre culture d'entreprise : une approche pragmatique, un engagement fort dans la réussite de chaque projet, une culture d'implication et une recherche de la meilleure performance.



Les motivations du groupe rythment le quotidien des équipes : ce sont les valeurs fondamentales qui sont partagées par tous :

⇒ La qualité

Depuis 2001, la certification qualité ISO 9001 souligne notre capacité d'organisation, de rigueur et notre investissement constant afin de proposer les meilleurs services e-marketing.

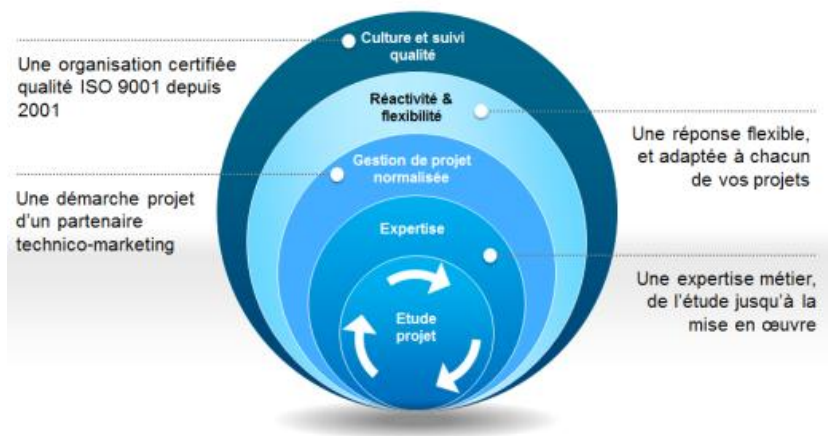


FIG 3 : LA QUALITE NP6

⇒ L'accompagnement

Nous offrons à nos clients une réactivité maximale. Disponibilité, écoute et pro-activité sont nos principaux mots d'ordres.

⇒ L'expertise

NP6 valorise auprès de ses clients une expertise métier pointue, fruit de sa spécialisation et de la qualité de ses équipes, ainsi qu'un retour d'expérience unique dans la conduite de projets grands-comptes.

⇒ La performance

Culture de notre succès, nous recherchons toujours les solutions les plus performantes pour nos clients.

DANS LA COURSE COMME POUR SES CLIENTS, NP6 EST UN VÉRITABLE PARTENAIRE

FABIEN FORET, 3ÈME AU CHAMPIONNAT DU MONDE 2011 POURSUIT SES REVES DE VICTOIRE AVEC LE SOUTIEN DE NP6

Souhaitant en 2010 s'investir toujours plus dans la compétition de haut niveau, MailPerformance sponsorise le champion moto Fabien Foret. Champion du monde en 2002, cinquième en 2009 et troisième en 2011, le pilote français a accumulé depuis 13 ans les places d'honneur avec 32 podiums à son actif, dont 5 en 2011 et 13 victoires.

Fabien Foret déclare, « je tiens à remercier toute l'équipe NP6 – MailPerformance pour leur soutien sans faille tout le long de cette saison. Nous avons construit une belle relation de confiance, mon plus grand souhait est donc de prolonger une année de plus notre collaboration ! »

C'est chose faite, puisque NP6 soutient cette année encore Fabien Foret au sein d'une nouvelle équipe pour la saison 2012 du Championnat du Monde SuperSport.



NOUS PARTAGEONS LES MEMES VALEURS

Ce partenariat pérenne prend tout son sens dans la rencontre de valeurs communes entre NP6 et Fabien Foret : performance, stratégie et esprit d'équipe.

« Nous sommes très fiers d'apporter un soutien durable à Fabien Foret avec qui nous partageons et respectons des valeurs telles que la performance, l'endurance et l'esprit d'équipe », indique Stéphane Zittoun, fondateur et Président directeur général de NP6.





Stéphane Zittoun - L'esprit du groupe et de groupe

« La chance est ce qui advient quand l'opportunité rencontre la préparation ».

Accro aux prises de risque calculées, adepte de backgammon et de poker, Stéphane Zittoun est aux commandes du groupe depuis sa création en 1999, et a su le faire évoluer d'une société de services à un positionnement d'éditeur de solutions en mode SaaS avec succès.

Titulaire du brevet de pilote de ligne, ce n'est pas dans l'aéronautique qu'il trouve sa voie, mais dans le pilotage du groupe NP6. Fanatique des phases de décollage et d'accélération, ce n'est pas le vol de croisière qui l'intéresse mais la recherche permanente de l'altitude et de l'amélioration ; valeur partagée par tout l'équipage NP6 !

Fiche signalétique

STRUCTURE

- ⇒ Groupe Indépendant
- ⇒ Date de création : 1999
- ⇒ Forme juridique : SAS
- ⇒ Effectif : 45
- ⇒ Chiffre d'affaires prévu en 2012 : 11 Me (+33%)

L'IMPLANTATION

- ⇒ Le siège est implanté près de **Bordeaux**.
32, avenue Canteranne
33600 Pessac
Tél. : +33 (0)5 57 92 41 21
E-mail : contact@mailperformance.com



- ⇒ Une antenne est aussi installée à **Paris**.
131, boulevard Sébastopol
75002 Paris
Tél. : +33 (0)1 75 43 76 10
E-mail : contact@mailperformance.com



- ⇒ Le siège de la filiale MailPerformance UK Ltd se situe à **Londres**
58 Broadwick Street
London W1F 7AL
Tel: (+44) 20 7434 7390
E-mail : contact@mailperformance.co.uk



NOS CLIENTS





Contacts Presse

Tous les visuels sont disponibles sur demande.

Sandra Jézo

Directrice Marketing & Communication

Tel. 05 57 92 41 21

sj@np6.fr

Paulette Alson

Assistante Marketing & Communication

pa@np6.fr

Pour plus d'informations, veuillez visiter <http://www.np6.fr> ou adresser un e-mail à : contact@np6.fr