



Communiqué de presse

Harte-Hanks et Nazca France annoncent la signature d'un partenariat commercial à l'occasion de MD Expo 2004

La filiale française de Harte-Hanks s'associe à Nazca France et étend sa gamme de services aux opérations de télémarketing IT

MD Expo Le Salon du Marketing Direct
25-27 mai 2004, Paris
Stand A38

Paris, le 25 mai 2004 – Harte-Hanks et Nazca France annoncent, à l'occasion de MD Expo, la signature d'un accord de partenariat qui vise à développer et à commercialiser en étroite collaboration des offres globales de marketing direct (Bases de données et télémarketing) dédiées aux entreprises du secteur high-tech. En choisissant Nazca France comme partenaire exclusif pour étendre sa gamme de services stratégiques, Harte-Hanks entend asseoir sa position dominante sur le marché français du secteur high-tech.

Ce partenariat est bâti sur une synergie des compétences des deux sociétés :

- La filiale française de Harte-Hanks, Harte-Hanks Market Intelligence (anciennement Computer Intelligence), dispose d'une forte expertise dans le secteur des nouvelles technologies de l'information et des télécommunications avec son produit phare : La Base de Données Technologique CI. Introduite en 1969, cette base de données contient des informations sur le parc informatique et télécoms installé de plus de 130.000 établissements européens et plus de 500.000 contacts, décisionnaires informatiques ou stratégiques.
- Nazca France est le premier « Business Provider » dédié aux entreprises high-tech. Dotée de 80 télécommerciaux permanents, en CDI, spécialisés par secteurs (ERP, Sécurité, e-Business, Stockage de données, Business Intelligence, ...), l'entreprise propose des services de génération de leads, mapping et profiling de comptes clients ou prospects. Elle se positionne comme le prolongement des structures commerciales et marketing de ses clients.

Une démarche 100% orientée client

Didier Andrieu, Managing Director de Harte-Hanks Market Intelligence Europe, explique les raisons de son choix.

« Nous souhaitons apporter à nos clients une offre de services globale autour des activités de prospection et de marketing direct. Ceux-ci sont très demandeurs de services de télémarketing et ce partenariat avec Nazca France représente une véritable valeur ajoutée. Afin de choisir notre partenaire exclusif, je me suis particulièrement attaché à la culture organisationnelle, à la vision et aux objectifs à long terme des acteurs du marché que j'ai rencontrés. Nazca est pour moi le candidat idéal. Ensemble, nous offrirons à nos



clients une adéquation parfaite entre qualité de service et fort retour sur investissement non disponible jusque là en France. »

Jean-Paul Maze, PDG de Nazca France, explique à son tour :

« Ce nouvel accord avec Harte-Hanks permet de nous associer à un acteur reconnu pour son excellence et son leadership. Nos deux sociétés se sont développées autour des mêmes principes : apporter un service de qualité et placer la satisfaction du client au cœur de la stratégie. Ces valeurs communes sont gages d'un partenariat fructueux.»

Ce partenariat s'inscrit dans la stratégie européenne de développement de Harte-Hanks pour 2004

« La signature de ce partenariat exclusif est une nouvelle étape dans la poursuite du développement de notre stratégie client. Nous souhaitons offrir à nos clients une réponse unique à l'ensemble de leurs besoins en termes de marketing direct. Nous avons d'ores et déjà signé des accords similaires au Royaume-Uni et en Allemagne.

Les excellents retours de nos clients sur ces partenariats existants nous encouragent à poursuivre dans cette voie » précise Didier Andrieu.

A propos de Harte-Hanks

Fondé en 1924, Harte-Hanks, Inc est un groupe international, leader dans le secteur du Marketing Direct. La société, qui emploie 8.000 personnes dans le monde et génère un chiffre d'affaires de près d'un milliard de dollars (en 2003), propose des services de Marketing Direct et du « shopper advertising » à un vaste éventail de responsables marketing visant les marchés BtoC et BtoB. Harte-Hanks permet à ses clients de maximiser le retour sur leurs investissements marketing grâce à une gamme de services articulés autour de cinq axes : construire et mettre à jour la base de données, accéder aux données, analyser les données, appliquer les connaissances et exécuter les programmes. Consultez le site de Harte-Hanks à l'adresse <http://www.harte-hanks.com/europe>.

A propos du Groupe Nazca France

Créé en 1988, Nazca France est un groupe de sociétés de services toutes dédiées aux entreprises du secteur high-Tech. Le groupe Nazca France se positionne comme le prolongement des structures commerciales et marketing de ses clients. Au travers les activités de ses quatre filiales (télémarketing, génération de leads, Data Management, organisation d'événements, communication par le sport et communication d'entreprises), le Groupe offre à ses clients une gamme complète de services répondant à leurs besoins de développement des ventes. Parmi ses références, le Groupe Nazca compte les plus grands noms du secteur high-tech, dont Cisco, SUN, Business Objects, IBM Des informations complémentaires sur la société sont disponibles sur le site www.nazca-france.com.

Contacts :

Harte-Hanks

Didier Andrieu
2 rue Troyon
92316 Sèvres Cedex France
Tel : 01 46 23 64 40
Fax : 01 46 23 64 41

Groupe Nazca France

Jean-Paul Maze
136 rue Perronet
92200 Neuilly sur Seine
Tel : 01 41 92 10 10
Fax : 01 41 92 10 00

Agence de RP

HardCom
Catherine Bienbeau
01 41 92 10 02
catherine@hardcom.com