



Communiqué de presse  
Le jeudi 25 juin 2015

## **Occurrence devient partenaire de la Fédération de la Vente Directe pour aider les adhérents à améliorer la performance de leur communication.**

*Le Conseil d'Administration de la Fédération de la Vente Directe (FVD) du 18 mai a intégré Occurrence parmi ses entreprises partenaires. Le cabinet d'étude et conseil spécialiste de l'évaluation de la communication apporte son expertise au domaine de la vente directe par le biais d'un travail commun sur l'évaluation des outils de vente directe.*

### **Un partenariat qui s'inscrit dans une stratégie d'affirmation et de reconnaissance du secteur**

Ces dernières années, la FVD s'est investie de manière importante dans des chantiers législatifs, réglementaires et en faveur de l'emploi et de la formation professionnelle dans l'intérêt de la profession et de ses adhérents-

Du fait d'avancées majeures dans ces domaines, des besoins plus fins de méthodologies et de solutions d'évaluation de la communication en Vente Directe apparaissent afin d'aider les acteurs de ce secteur à professionnaliser toujours plus leurs démarches.

**Pierre GOMEZ, Directeur général adjoint Développement d'Occurrence** nous explique : « *De nouvelles problématiques de communication se posent dans le secteur de la Vente Directe, du fait que le digital oblige les marques à réinventer les parcours de leurs clients et la communication qui l'accompagne. Cela nécessite de développer des outils d'évaluation de la communication adaptés aux acteurs de ce secteur pour améliorer la performance de leurs actions.* »

### **La FVD a choisi Occurrence pour répondre au mieux aux besoins de ses adhérents**

Dans un premier temps, Occurrence va accompagner les travaux de la Commission Communication de la FVD, afin que les entreprises de la profession disposent de solutions d'études adaptées à leur contexte particulier.

**Jacques COSNEFROY, Délégué Général de la FVD** souligne « *L'efficacité de la communication de nos entreprises et de la profession constitue donc un enjeu essentiel pour continuer à bien valoriser ces avancées et, plus largement, consolider la crédibilité de notre secteur. Le partenariat avec Occurrence s'inscrit très explicitement dans ce sens.* »



A propos d'Occurrence : [www.occurrence.fr](http://www.occurrence.fr)

Créé en 1995 par Assaël Adary et Benoit Volatier, Occurrence est un cabinet d'études et conseil indépendant, spécialiste de l'évaluation de la communication (corporate & marque, analyses médias, communication interne, publique, événementielle, digitale,...).

Depuis 20 ans, Occurrence accompagne les entreprises et les agences en France et à l'international pour mesurer la performance de leurs actions de communication et éclairer leurs décisions stratégiques. Le cabinet travaille au service de nombreux grands comptes et institutions de référence : EDF, GDF Suez, Areva, Carrefour, BNP Paribas, Airbus, MAIF, INPI, ministères, institutions européennes notamment Commission, ainsi que des collectivités locales et organisations ou entreprises publiques... L'équipe de 23 experts maîtrise une large gamme d'outils d'évaluation et de prospective (quantitatifs, qualitatifs, sémiologiques, analytics) et capitalise sur « Occurrence Lab », structure interne tournée vers l'innovation du secteur, pour lancer de nouvelles offres d'études.

En 2008, Occurrence entame le développement de son réseau avec l'ouverture d'une première filiale dédiée au secteur de la Santé : Occurrence Healthcare. En 2014, Occurrence intègre le cabinet NXA, expert de l'évaluation dans les domaines environnement-énergie et social-formation-retraite, avec un terrain téléphonique intégré à la Rochelle, et lance BrainsWatt, un studio d'innovation qui aide les organisations à devenir plus agiles et créatives. Membre de Syntec Etudes, Occurrence est également certifié ISO 9001 depuis 2004 et engagé dans la norme RSE ISO 26000.

Assaël Adary, Président d'Occurrence, et Céline Mas, Directrice générale associée, sont les deux nouveaux co-auteurs de la 7<sup>e</sup> édition de l'ouvrage de référence sur la communication : Le « Communicator » (Dunod 2015).



### **A propos de la Fédération de la Vente Directe : [www.fvd.fr](http://www.fvd.fr)**

En 1966, en France, s'est imposée la nécessité de créer une instance représentative des sociétés de Vente Directe, pour faire évoluer et faire reconnaître ce circuit de distribution.

Promouvoir la Vente Directe et ses métiers à l'échelon national comme dans chaque région française, telle est la vocation première de la FVD.

Avec plus de 180 entreprises adhérentes, représentant un secteur d'activité en fort développement (plus de 4,8 milliards de chiffre d'affaires et près de 600.000 emplois), la FVD anime un travail de fond pour une meilleure reconnaissance de ses métiers et de ses valeurs ainsi que pour la professionnalisation de tous les collaborateurs.

Ses missions sont dévolues au siège parisien de la FVD. Le Délégué Général, Jacques COSNEFROY, permanent de la Fédération en est son représentant et porte-parole. Au quotidien, il est soutenu par une équipe de 6 personnes : une Responsable Communication et Formation, un Chargé de mission Communication et Formation, un Responsable Juridique assisté de 2 Juristes, une Assistante.

#### **Contacts presse :**



**Véronique Pernin ou Alexandra Valente**

Tel : +33 (0)1 40 28 46 18 - E-mail : [occurrence@vpstrat.com](mailto:occurrence@vpstrat.com)