



Communiqué de presse

Unica Corporation ajoute une solution de gestion de la délivrabilité des emails à son offre avec l'acquisition de Pivotal Veracity

- ***Pivotal Veracity aide les entreprises et les prestataires de services marketing à optimiser les résultats de leurs campagnes d'emailing.***
- ***L'augmentation du chiffre d'affaires résultant de cette acquisition devrait amener à un résultat d'exploitation non-GAAP [1] profitable au premier trimestre de l'exercice 2010.***

Paris, le 15 janvier 2010 - [Unica Corporation](#) (Nasdaq: UNCA), leader des [solutions logicielles marketing](#) a annoncé l'acquisition de la société [Pivotal Veracity](#) pour la somme d'environ 17,8 millions de dollars. Société privée, Pivotal Veracity est l'un des premiers éditeurs d'outils permettant aux entreprises d'optimiser la délivrabilité et la réputation de leurs communications emails.

« Dans un monde où tous les emails sont filtrés, les responsables marketing doivent prêter une grande attention à la façon dont leurs emails sont perçus et s'assurer qu'ils atteignent bien la boîte de réception des destinataires, » a déclaré **Yuchun Lee, CEO d'Unica**. « La délivrabilité des emails, qui comprend le tracking des emails n'aboutissant pas dans la boîte de réception, la bonne restitution du contenu et la gestion de la réputation de la société, est essentielle pour les responsables marketing et pour tout le secteur des technologies de l'emailing. La gestion de la délivrabilité et les technologies permettant de créer des emails les plus pertinents possibles sont au cœur de l'email marketing. L'acquisition de Pivotal Veracity et

l'intégration de ses technologies dans la suite marketing d'Unica représentent une évolution logique pour notre offre. »

« Selon des analystes indépendants, Unica est le seul éditeur leader des plateformes [marketing](#) d'entreprise, de la gestion des [campagnes cross-canal](#), de la [gestion des ressources marketing](#) et du [Web Analytics](#). L'intégration de Pivotal Veracity dans notre offre nous permet plus que jamais d'offrir aux professionnels et prestataires de services marketing la suite logicielle la plus complète du marché, en mode licence ou en mode SaaS, » a ajouté Yuchun Lee.

Pivotal Veracity permet à ses clients d'optimiser la délivrabilité des emails et de réduire les coûts en identifiant les emails qui n'atteignent pas leurs destinataires, filtrés par des fournisseurs d'accès, des systèmes d'anti-spam, ou aboutissant dans un dossier spam personnel. Pivotal Veracity veille à la restitution du contenu des emails quel que soit le type d'outils, de messageries et de navigateurs utilisés, en permettant de tester le rendu de l'email avant de l'envoyer. Pivotal Veracity minimise également le risque de figurer sur des listes noires (black lists) et veille à ce que les entreprises figurent sur les listes blanches (white lists) des fournisseurs d'accès et des intermédiaires. Préalablement à cette acquisition, Unica avait déjà intégré Pivotal Veracity dans sa propre solution marketing (en mode licence et en mode SaaS). Unica prévoit d'approfondir cette intégration et poursuivra la commercialisation des solutions de Pivotal Veracity.

L'historique de Pivotal

Créé en 2003, Pivotal Veracity est devenu l'un des leaders de la gestion de la délivrabilité des emails. En 2008, ses clients fournisseurs de services d'emailing ont envoyé plus de 15 milliards d'emails marketing par mois, représentant la majorité des emails envoyés par les prestataires identifiés comme les leaders du marché dans le rapport Forrester « **The Forrester Wave™: Email Marketing Service Providers, Q4 2009** ». Parmi ses clients, Pivotal Veracity compte notamment : Cabela's, Cisco, Classmates.com, Digitas, Nestlé, Progressive Insurance, Rapp Collins et Sears. Pivotal Veracity dégage depuis plusieurs années d'importantes marges d'exploitation. Cette acquisition ne devrait pas avoir d'incidence notable sur le chiffre

d'affaires d'Unica pour l'exercice 2010, et devrait être neutre ou accroître légèrement le BPA[2] non-GAAP.

« Nous sommes ravis de faire désormais partie d'Unica, une société admirée, non seulement pour la qualité de sa technologie, mais également pour le support et le succès de ses clients. Nos clients continueront à bénéficier du niveau de service auxquels ils sont habitués. Unica se différencie également par sa capacité à optimiser les activités marketing cross-canal et par son leadership croissant dans le marketing en ligne, » a déclaré **Deirdre Baird, CEO de Pivotal Veracity**. *« Nous sommes impatients de contribuer à la progression d'Unica sur un marché en forte croissance. »*

Les cofondateurs de Pivotal Veracity, Deirdre Baird et Michelle Eichner, rejoindront Unica et guideront les activités de la société dans l'emailing et la gestion de la délivrabilité.

L'augmentation du chiffre d'affaires découlant de cette opération devrait amener à un résultat d'exploitation non-GAAP positif au premier trimestre de l'exercice 2010.

Yuchun Lee conclut : *« Au premier trimestre de l'exercice 2010, nous avons assisté à une bonne dynamique des ventes de nos solutions par abonnement et à un meilleur taux d'aboutissement des ventes de licences perpétuelles. La croissance du chiffre d'affaires lié aux licences perpétuelles découlant de ce rachat devrait accroître le chiffre d'affaires global et générer un résultat d'exploitation non-GAAP de plus de 1 million de dollars, ce qui dépasse nos prévisions initiales d'un résultat à l'équilibre pour le premier trimestre. Avec l'amorce de stabilisation de l'environnement macroéconomique, nous sommes optimistes sur l'avenir de nos activités et la consolidation de notre position de leader. »*

A propos d'Unica

Unica Corporation (Nasdaq : UNCA) est le leader des solutions logicielles marketing. Avec les solutions de marketing d'entreprise (EMM pour Enterprise Marketing

Management) ou de marketing On-demand d'Unica, les professionnels transforment leur passion pour le marketing en succès pour l'entreprise : relations client de qualité, résultats marketing pertinents et mesurables générant de meilleurs résultats commerciaux. Les solutions d'Unica intègrent et rationalisent tous les aspects du marketing online et offline. L'approche unique du marketing interactif d'Unica comprend : analyse client et Web Analytics, décisionnel centralisé, exécution des campagnes cross-canal et opérations marketing intégrées. Plus de 1 000 entreprises à travers le monde font appel aux solutions marketing d'Unica.

Unica a installé son siège social à Waltham, Massachusetts, et possède des bureaux aux quatre coins du globe.

Pour plus d'informations : <http://www.unica.com/france/index.htm>