



**Edito**

**Barter or not barter ?**

L'informatique, le GMS, Internet... A chaque époque, les pionniers en terme d'utilisation ont pris une longueur d'avance. Gagner est un état d'esprit, et l'entreprise qui sait anticiper est une entreprise performante. Le barter, adopté aux Etats-Unis par la plupart des entreprises cotées en bourse, connaît un succès grandissant et apparaît aujourd'hui comme indispensable pour toutes les entreprises possédant une marchandise excédentaire. Barter or not barter, dans cette lettre, nous donnons la parole aux annonceurs. Et vous découvrirez ainsi, comment, pour chacun d'entre eux, le barter a été un vrai moteur.

**Et si l'entreprise ne pouvait plus se passer du barter**

L'année 2006 a permis à beaucoup d'entre vous de progresser. Un plan média plus ambitieux, des nouveaux services, des opérations d'incentives, des nouveaux équipements... De vrais avantages pour l'entreprise, mais aussi pour vos produits qui ont eu une vraie deuxième vie assurée par un re-marketing de qualité. Comment dire non à de telles opérations ?

**Objectif 2007, le diagnostic !**

Au début de l'année 2007, MBB est heureux de vous offrir un diagnostic personnalisé. Evaluation de votre marchandise excédentaire, conditions d'achat et re-marketing, MBB vous fait une simulation, et à vous de choisir ensuite avec le crédit barter obtenu, ce que vous désirez : Média, Voyages, Services, ou Cadeaux sur la boutique MBB.

**Jean-Luc Viaud et toute l'équipe de MBB.**

Des réactions ou des questions sur le barter ? Contactez-nous.

[jlviaud@mbsa.com](mailto:jlviaud@mbsa.com) ou au 01-40-76-93-65

**L'année 2006 en quelques citations**

**Les avantages du Barter : la parole est aux annonceurs !**



**Nouveau circuit de distribution avec le barter!**

Thierry Simon, Directeur Général Le Bourget :  
«Quand MBB m'a proposé une opération sur le net avec un site connu du e-commerce, cela a été pour moi une belle opportunité de toucher la jeune génération. Moins réceptive au marché du collant que leurs aînées, la jeune génération est très « accro » des achats sur le net. Un vrai bénéfice pour nous, cette clientèle se familiarise avec nos produits qu'elle pourra retrouver sur des canaux classiques de distribution. Une formidable opération de recrutement, mais aussi un beau travail d'image : le net fait un travail de proximité et un travail marketing extrêmement qualitatif. Sur le net, l'offre est large, l'achat est immédiat, et nous créons une vraie boutique virtuelle.»



**Plus en forme que jamais avec le barter !**

Didier Cadeau, Directeur Général de Terraillon :  
«C'est en rencontrant l'équipe de MBB, qui a une parfaite connaissance de la technique du barter et de la communication au sens large, que je me suis laissé convaincre. L'équipe dynamique de MBB m'a proposé de me constituer un crédit à valoir sur mon poste de communication, en revalorisant mon surstock. Résultats : MBB a participé au crédit publicitaire de notre campagne de fin d'année, ils peuvent également nous permettre de financer nos séminaires»



**Notre plan média réveillé grâce au barter**

Gérard Drocourt, Directeur Général de Tempur :  
«J'ai choisi d'opter pour le barter pour pouvoir augmenter ma capacité de communication. Il me restait des produits de différents types dont une gamme très récente, MBB m'a proposé un re-marketing de qualité, ce qui est important pour une marque haut de gamme comme Tempur. Je serai à même de mesurer toutes les performances de MBB en fin d'année quand toutes les opérations auront été réalisées»



**Le barter nous a apporté un parfum de succès !**

Patrice Descamps, Directeur Administratif et financier de Nocibé :  
«J'ai pensé au barter pour pouvoir écouler mes stocks, parce qu'il est financièrement intéressant lorsqu'il est bien maîtrisé... Ce que j'ai particulièrement apprécié dans notre collaboration avec MBB, c'est la relation de travail que nous avons eue ensemble. Respectant les intérêts des uns et des autres, ils ont travaillé en véritables partenaires avec notre agence média, et c'est une des clés de succès de l'opération.»

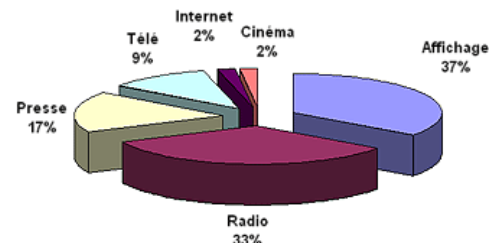
**L'année 2006 en quelques chiffres**

**L'efficacité prouvée du Barter : Une machine à succès**



Le barter repose sur 3 axes :

- 1. Un bon re-marketing** et une bonne redistribution des produits. Avec l'explosion du e-commerce, le re-marketing via les canaux modernes de re-distribution a été un vrai succès en 2006. Le barter a profité des excellents chiffres du e-commerce :
  - 1 foyer sur 2 est équipé
  - Plus de 27 millions d'internautes en France
  - Plus de 15,1 millions d'internautes ont déjà fait un achat en ligne
  - 38% des internautes sont des CSP +
  - 1,7 milliards d'euros dépensés pour Noël 2005
  - Près de 2 milliards prévus pour Noël 2006
  - **L'année 2007 devrait être une nouvelle année record.**
- 2. Un niveau de prestation de qualité** proposée aux médias avec la **création de la boutique** ([www.mbbboutique.com](http://www.mbbboutique.com)) qui propose plus de 2000 produits et services à prix public mis à disposition des médias.
  - **700 visites par mois sur la boutique MBB**
  - **Plus de 80 commandes par mois**
  - **76 voyages organisés en 2006 pour nos partenaires et clients**
  - **En 2006, plus de 2500 (et ce n'est pas fini ! ) cadeaux de fin d'année commandés.**
- 3. Une utilisation des crédits** de nos clients sur des médias et supports de qualité en phase avec leur stratégie de communication.  
**En 2006, plus de 150 campagnes réalisées sur l'ensemble des médias français selon la répartition suivante :**



**MBB boutique, la magie d'une boutique barter on line : le e-commerce B to B**



Bienvenue sur MBB boutique, la première boutique barter on line ! Privée et exclusivement réservée au Business to Business : découvrez, si vous ne l'avez pas encore fait, la boutique en demandant votre mot de passe sur [boutique@mbsa.com](mailto:boutique@mbsa.com). Cadeaux de Noël de dernière minute... Tout est encore possible à la boutique MBB. Des coffrets traditionnels, des paniers gourmands, des bouteilles sélectionnées par la cave MBB, mais aussi une belle sélection maison en décoration, art de la table et salle de bain. Vous découvrirez également des cadeaux high-tech, où vous attendent toutes les nouveautés. Et parce que l'entreprise aussi peut s'offrir ce qu'il y a de mieux au moment des fêtes, rendez-vous dans notre rubrique Solutions Entreprise, pour connaître nos nouveaux services et équipements.