



Edito

Comprendre le Barter et son extraordinaire impact financier

Dans cette news, nous nous efforcerons de mieux vous faire connaître le Barter et de vous proposer ainsi une nouvelle façon de financer vos services et vos achats média.

Pour vous familiariser avec le Barter

, nous vous proposons un lexique des 10 mots importants à connaître. Puis, pour tout savoir, ou presque, sur le Barter, nous vous exposerons l'exemple d'un cas concret, précis et chiffré d'une opération réalisée pour un de nos annonceurs. Vous verrez ainsi les gains substantiels que vous aussi pourrez réaliser.

Enfin, comme tous les mois, vous avez rendez-vous avec l'un de nos annonceurs actifs : aujourd'hui Sami Ghenaoui, Directeur Général de 1001 Soleils.

Comprendre le système gagnant-gagnant du Barter

Si les bénéfices sont bien sûr importants du côté de l'annonceur, ils le sont également du côté des partenaires média et régies. Nous ferons un point dans cette news sur les dotations fournies aux régies.

Pour en savoir plus, toute l'équipe MBB et moi même vous donnons rendez-vous sur www.mbbbsa.com

Jean-Luc Viaud

Barter et voyage : décollage immédiat !



Sami Ghenaoui est Directeur Général de l'agence de voyages 1001 Soleils qui propose des voyages pour des professionnels et des particuliers dans toutes les gammes de prix.

Comment s'est passé votre collaboration avec MBB ?

C'est sous les conseils de mon agence de communication, que j'ai été amené à rencontrer Jean-Luc Viaud. Nous avions l'habitude de communiquer avec des outils en support papier. Nous avions envie d'utiliser d'autres médias puisque nous avions un nouvel axe de communication. Bénéficiant du support financier du groupe Accor, nous avons ensemble avec MBB, envisagé l'affichage, et cela a été une vraie bonne idée pour tout le monde ! Grâce au Barter, nous avons pu nous offrir une belle campagne en 4x3, avec une bonne visibilité. Jean-Luc Viaud nous a indiqué comment et à quel moment acheter. Du côté Barter, cela a été parfait pour moi. Nous avons beaucoup d'accords avec les hôteliers, tous les partenaires s'y sont retrouvés. Nous avons pu panacher en compensation du mass-market et du haut de gamme. Enfin, pour moi le Barter est un système économique qui permet de faire plus en dépensant moins.

Sami Ghenaoui, Directeur Général de 1001 Soleils.

Exemple d'une opération Barter réalisée avec MBB



En 2006, un annonceur du secteur distribution a disposé d'un budget net négocié par son agence média de 600 K€ H.T. en achat d'espace. Par ailleurs, MBB avait revalorisé ses excédents de stock pour une valeur de 200 K€. Pour sa campagne son agence lui a recommandé un plan média 100% radio. Cet annonceur a pu régler 500 K€ Net H.T. en numéraire et 100 K€ Net H.T. en crédit Barter, ce montant de 100 K€ net a été déduit du crédit de 200 K€ dont il dispose. Il reste à l'annonceur un crédit de 100 K€ à utiliser pour participer au financement de ses prochaines campagnes.

Le Barter en 10 mots



Comprendre le Barter à travers ses 10 mots-clés :

Pour bien commencer avec le **Barter**, vous allez contacter une agence de Barter qui va procéder à un **diagnostic**. Ce diagnostic va consister à évaluer la nature et la valeur de vos stocks. L'agence procède ainsi à une **revalorisation de vos stocks** (ou réappréciation), et va ensuite vous

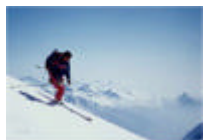
constituer un **crédit Barter** (ou **trade crédit**).

Vient ensuite une opération délicate et essentielle pour l'image du produit et de la marque, le **re-marketing**. Cette opération consiste à redistribuer les stocks à travers un autre **canal de distribution**, sans perturber les circuits de vente traditionnels, et même quelquefois à re-marketer le produit avec un nouvel objectif marketing (tester une nouvelle niche, toucher une autre cible...)

La réalisation du re-marketing d'un côté, et l'utilisation du crédit Barter d'un autre, est ce que l'on appelle le **trade-marketing**.

L'opération suivante est donc l'utilisation du crédit Barter, appelée **compensation**. L'agence de Barter fournit au client d'un côté et aux médias et régies d'un autre, des **prestations**, qui peuvent être de l'achat d'espace ou des services pour l'annonceur et essentiellement des voyages ou des dotations pour les régies.

Les dernières prestations fournies par MBB aux régies et à ses clients partenaires



Depuis Janvier 2007, MBB a déjà organisé plus de 20 opérations à la demande des médias, régies et clients partenaires. Entre autres :
Pour un afficheur, l'organisation d'un voyage incentive de 30 personnes très haut de gamme à Val d'Isère, au pied des pistes dans un hôtel de luxe 4

étoiles.

Pour un magazine qui a reçu 800 personnes au Musée de l'Homme, la prestation d'un service traiteur.

Pour une chaîne de télévision, la fourniture de bouteilles de Champagne nécessaires aux manifestations de relations publiques.

Pour un annonceur de distribution, l'organisation de son opération anniversaire et la fourniture de plus de 400 000 dotations. Des petits lots au logo de la marque comme des baladeurs, stylos et porte-clés, mais aussi des lots plus importants comme des chaîne hi-fi, des écrans LCD et un voyage à l'île Maurice !

Cette diversité de prestations est une de nos forces actives de MBB et nous permet ainsi tous les mois de nouveaux clients.