



Edito

Le Barter fait encore parler de lui !

Après la presse financière et économique, notre presse professionnelle se penche sur le Barter. Le CB News du 1er octobre lui consacre en effet un dossier : « **Com en stock !** ou comment communiquer au mieux tout en valorisant son stock ». Un article pédagogique qui donne la parole aux agences de Barter et aux acteurs du monde de la communication. Présenté comme un vrai plus dans l'achat d'espace, CB News parle d'une professionnalisation du Barter et d'une vraie solution : « *Face à la course à l'optimisation des coûts lancée par les annonceurs, les sociétés de Barter voient leur rôle s'affirmer* »

Le Barter, nouveau stimulant pour optimiser l'achat d'espace

Un système gagnant – gagnant qui trouve de plus en plus d'adhérents ! A l'heure où l'offre média devient de plus en plus large : Internet, multiplication des chaînes de télévision... Obtenir un crédit supplémentaire est souvent un bon stimulant pour penser son plan média différemment.

Barter : La parole est aux leaders !

Ce mois-ci, pour nous parler du Barter, **Aegis** et **Lafuma**. On ne présente plus **Didier Le Vert** (DGA du groupe Aegis) et **Philippe Joffard**, Président du groupe Lafuma) qui intègrent tous les deux le Barter dans leur réflexion média et marketing.

Pour en savoir plus, toute l'équipe MBB vous donne rendez-vous sur www.mbsa.com

Jean-Luc Viaud

Aegis : Le Barter vu par Didier Le Vert



2007, une année exceptionnelle en new-bizz pour Aegis Media, avec d'une part le gain de trois budgets majeurs General Motors, Johnson & Johnson et dernièrement Mattel et d'autre part la croissance soutenue de l'activité digitale au sein d'Isobar, leader incontesté du conseil on line en France.

Didier Le Vert, DGA d'Aegis Media France

Que pensez-vous du Barter de manière générale ?

Le Barter est une réalité économique dans un certain nombre de pays développés comme les Etats-Unis. C'est un double outil pour les entreprises : écouler des stocks d'inventures dans de bonnes conditions et obtenir des conditions attractives pour les plans média.

C'est aujourd'hui un marché qui existe, c'est un moyen intelligent de travailler et de trouver des solutions. C'est surtout une réponse appropriée à la double problématique de certaines entreprises : écouler le stock et optimiser l'achat média.

Pour certains annonceurs, c'est une véritable demande : revaloriser les excédents de produits dans des bonnes conditions, si cela permet en plus d'avoir d'avantage d'espace pour un investissement identique, c'est du gagnant - gagnant.

Voilà pour la théorie ; dans la pratique, ce marché évolue. Après beaucoup d'approximation, le métier devient aujourd'hui très professionnalisé et structuré, avec des intervenants fiables.

Toutefois, il reste à ce jour un point majeur qui limite l'évolution du Barter en France : la réticence parfois de certains média, principalement les grandes chaînes de télévision hertziennes.

Dans quel cas le Barter vous paraît-il spécialement intéressant ?

Il apporte les meilleures réponses et solutions pour nos clients.

Le Barter est un des moyens existants d'optimiser les plans média. Pour un même investissement, l'annonceur en a plus.

C'est donc pour nous un moyen d'optimiser les campagnes de nos clients et donc à intégrer dans nos recommandations.

Quel avenir pour le Barter en France ?

Une belle place à venir pour le Barter... surtout à la télévision. On assiste à une multiplication des chaînes, et plus il y aura de segmentation, plus le Barter trouvera sa place. Quant aux autres média, ils sont déjà ouverts à cette technique financière.

Lafuma : Gagner avec le Barter



Le groupe Lafuma est numéro 1 de l' outdoor, en France et en Europe avec les marques Lafuma, Oxbow, Millet, Le Chameau et Ober.

La stratégie de développement du groupe : l'innovation, l'international et la distribution. Une stratégie gagnante, puisque le groupe progresse en France et à l'international, et vit l'actualité en étant récompensé pour ses innovations et son engagement dans le développement durable en recevant le prix « Eco-Responsabilité » ISPO Awards SPORT & STYLE pour son sac à dos Eco 40. **Philippe Joffard-Lafuma, PDG du groupe Lafuma**

Parlez-nous du Barter et de ce qu'il vous a apporté...

Depuis une dizaine d'années, on assiste à une professionnalisation majeure de ce type d'activités. Pour nous le Barter est une double solution. Il nous permet d'un côté d'optimiser la valeur de nos stocks, et d'un autre d'améliorer l'efficacité de notre plan média.

Comment le Barter optimise-t-il votre plan média ?

Le Barter nous a permis d'avoir une nouvelle approche média.

Plutôt que de rentrer dans l'achat média avec une idée arrêtée, le Barter permet une nouvelle réflexion.

Ainsi avec un crédit média à valoriser au mieux, on en profite pour investiguer toutes les possibilités sans à priori. On a pu ainsi tester des nouvelles périodes qui se sont avérées très intéressantes, et explorer l'efficacité de nouveaux médias.

Le Barter permet de rompre avec un certain suivisme de l'achat média, et il est toujours nécessaire et « rafraichissant » de pouvoir travailler différemment en élargissant ses champs d'analyse et d'action, en explorant toutes les opportunités.

MBB...Les top résultats du Top Résa



Pas de bonnes opérations de Barter sans de bonnes prestations. Les voyages sont de plus en plus demandés. A nous de vous proposer une offre large et haut de gamme.

Pour cela, MBB était présent au Top Résa à Deauville, le grand rendez-vous des professionnels du tourisme et du voyage qui s'est achevé le 28 septembre dernier. Au programme : la consolidation des partenariats existants et le développement de nouvelles destinations comme **la Thaïlande, le Brésil, le**

Québec, le Mexique, New-York ou encore l'Espagne des Paradors. Une offre élargie que nous sommes heureux de pouvoir vous proposer. Au-delà de ces nouvelles destinations, nous vous proposons également actuellement pour vos équipes ou vos clients un séjour dans un hôtel de rêve : **l'Atlantic Palace d'Agadir.** Un endroit unique et un bijou d'architecture où vous pourrez aussi bien vous reposer au bord de la mer que prendre soin de vous grâce à sa Thalassothérapie signée Thalgo.

Cadeaux de fins d'année, c'est le moment de nous interroger ! Les paniers gourmands " très tendance" rencontrent déjà un énorme succès de par leur originalité. Nous vous proposons également une très large sélection de vins et de champagnes sans oublier le catalogue d'objets publicitaires avec plus de 1800 références.

N'hésitez pas à contacter Nicolas Chaumette au 01 40 76 93 93 ou à visiter notre boutique : <http://www.mbbboutique.com>