



Billet d'humeur

Vous vous en rendez compte tous les jours et il serait dur de se le cacher, la rentrée est plus que difficile.

Les marchés financiers s'effondrent, les banques d'affaires licencient à tour de bras et la majorité des secteurs d'activité sont en berne.

Fait marquant, c'est dans ce climat plus que morose que le gouvernement lui-même passe à l'offensive de la communication:

"Nous ferons tout pour améliorer votre pouvoir d'achat."

Ce que nous vous disons chez MBB, c'est que nous ferons tout pour que vous puissiez continuer à émerger dans les périodes chahutées encore à venir.

Il n'y a qu'en continuant à prendre la parole et en marquant l'esprit de vos partenaires que vous en sortirez grandis. C'est loin de l'immobilisme et du fatalisme que l'on trouve des solutions innovantes et durables.

La vraie success story des chaussettes Olympia que nous allons vous exposer le prouve mieux que n'importe quel autre mot.

MBB fait revenir Olympia sur le devant de la scène



Olympia reprend la parole. Une rencontre entre MBB et Olympia, deux sociétés dynamiques et visionnaires.

Catherine Rambaud, avocate, quitte le barreau de Paris pour prendre la tête d'**Olympia**, entreprise à la dérive, qu'elle a défendu pendant 20 ans. Elle reprend en main cette entreprise en laquelle elle croit, un pari osé, mais aussi un challenge à sa hauteur. Elle fédère et renforce ses équipes, une main de fer dans une chaussette de fil d'écosse.

Olympia espère que 2008 sera l'année du renouveau, en misant sur l'innovation produit. Mais Catherine Rambaud est auvergnate : « *Avant de dépenser un sou, je regarde s'il m'en fera gagner.* » Voici exactement la raison qui a rapproché Olympia et MBB.

Ils parlent ensemble financement d'une campagne média en affichage à Paris, un mix de grand format et de mobilier urbain Decaux.

Les stocks cédés à MBB par Olympia seront revendus sur vente-privée.com, circuit de distribution moderne qui permettra à leurs 6 millions d'inscrits de se remémorer le nom d'Olympia.

Le cahier des charges de MBB était d'afficher la campagne devant les Galeries Lafayette, où ShowSocks by Olympia est maintenant présent. L'autre demande était que Olympia soit présent autour du salon Who's Next, où la marque présentait pour la première fois. Pari réussi par MBB.

Les visuels de Young & Rubicam ont été vus et reconnus. Olympia revient sur le devant de la scène, là où son nom la prédestinait. Un vrai succès.



L'interview de Catherine Rambaud, Présidente d'Olympia

Pourquoi avoir choisi le barter ?

Cela permet, via un échange de marchandises contre une prestation de services, de mettre en place une campagne de publicité, de diminuer nos stocks et ne pas « sortir de la trésorerie ».

Quels avantages pour Olympia ?

Tout d'abord d'obtenir une liquidation encadrée de nos produits, sans pollution pour nos réseaux traditionnels, de mettre en avant OLYMPIA via une campagne qui « fait parler de la marque » et sortir un gros volume de produits en une seule transaction ce qui aurait pris plusieurs mois dans le contexte habituel.

Quelles retombées pour la marque ?

La notoriété d'un site comme vente-privée.com pour une vente qui a bien fonctionné et qui nous a fait connaître auprès de ses membres. Une campagne de PUB décalée qui a atteint son objectif : pousser la marque sous les projecteurs.

Le Barter, la solution vers le e-commerce



Il est clair que nous subissons une crise structurelle.

Malgré tout, un secteur ne cesse de croître : le e-commerce. Durant les 6 premiers mois de l'année, les ventes sur internet ont augmenté de 30%. Soit une estimation de 20 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France pour la fin 2008.

Le panier moyen d'un cyber acheteur est de 94 euros, contre 90 euros en 2007 et 87 en 2006. De plus en plus, les achats se feront de chez soi, loin des embouteillages et souvent en faisant de bonnes affaires.

C'est évidemment en jouant sur les marges que ces résultats sont rendus possibles. Mais finalement, ne vaut-il pas mieux vendre moins cher que de ne pas vendre ?

Alors pourquoi ne pas laisser le barter vous apporter cette cyber clientèle en progression ?

Brèves

**SPEEDY** se met au Barter

**AVI RIPOLIN** va nous en faire voir de toutes les couleurs en 2009

Vu, lu, entendu grâce au Barter

