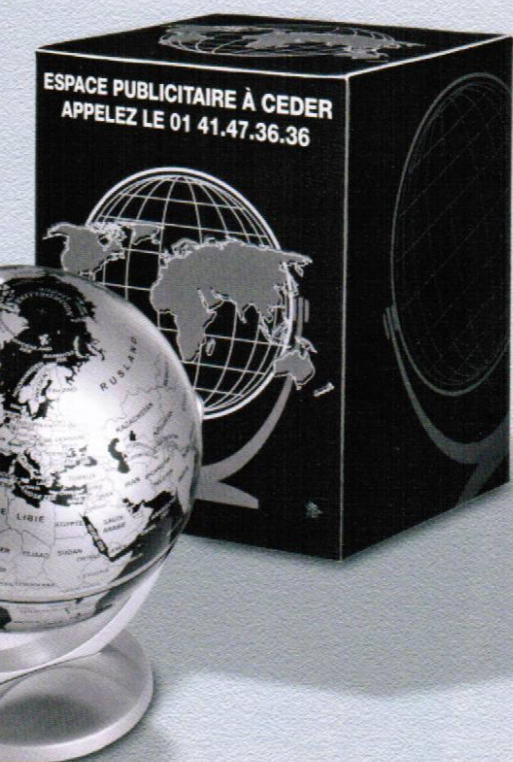


■ Idées & Tendances

Z VOTRE EMPREINTE !



ions est une entreprise spécialisée
munication, la publicité et la promotion
Entre créativité et conseil, nous vous
ons dans votre recherche des
jets publicitaires, qui assureront la
vos campagnes.

INES D'INTERVENTION

ublicitaires et promotionnels
d'entreprise
stronomie
e catalogues cadeaux
destinés à la stimulation

ANIMATION

Des bulles et des rebonds avec **Platibubble**

Tout le monde connaît la Platibubble (Platipus Prod), cette bulle transparente géante qui permet, entre autres, de marcher sur l'eau. Sa petite sœur, la Platiboing, vient désormais compléter la gamme familiale. Avec elle, place aux rebonds, au roulage au sol, aux chocs sans maux ! Le principe est simple : la personne entre la moitié de son corps dans cette bulle de plastique, s'attache et... fonce ! Une idée originale pour des moments de pure

détente et de franche rigolade ou des incentives anti-stress et 100% sécurisés, autour de courses, de relais, de parties de football, de rugby, têtes en haut ou en bas, de chasses au loup, de challenges de sumo, de courses façon culbutos, des sessions de country dance sans basculer, etc. Ou comment se défouler tout en s'amusant. La société qui a lancé ce nouveau concept fin octobre dispose actuellement de quinze bulles adultes. **N.C.**



La personne entre la moitié de son corps dans cette bulle de plastique, s'attache et... fonce !

PUBLICATION

Le *Guide annonceur-agence* pour faire évoluer les pratiques

C'est au salon Heavent (16 au 18 novembre à Paris Porte de Versailles) que le Guide de la relation entre l'annonceur et l'agence conseil en communication événementielle a été lancé. Il est le fruit de trois années de travail mené conjointement entre l'Anaé (Association des agences de communication événementielle), la délégation communication événementielle de l'AACC (Association des agences conseil en communication) et l'UDA (Union des annonceurs). Les trois associations représentatives sont parties de deux constats : des relations de plus en plus complexes entre les annonceurs et leur agence-conseil en communication événementielle dues notamment à l'évolution de l'environnement

est pédagogique, opérationnel et neutre. Il aborde un certain nombre de sujets comme la valeur ajoutée d'une agence conseil, comment gérer les compétitions ou encore la question de la rémunération des agences qui pose les principes de base d'un système et les différents modes de rémunération. » Le guide a pour objectif d'expliquer les métiers des différents acteurs et d'aider les donneurs d'ordre et leurs agences à valoriser les meilleures pratiques pour construire une relation efficace et de confiance entre les deux parties. Découpé en cinq chapitres, il aborde les principaux aspects de la relation : l'offre des agences et les attentes des annonceurs, la sélection d'une agence, sa rémunération. Le