

## LA BONNE ACTION !

# L'agence Front de Neige souscrit à la compensation carbone

**A**vec l'organisation de la Piste Mauve Milka 2007, Front de Neige est la première agence à s'associer au combat du programme Action Carbone de l'association GoodPlanet.org qui vise à réduire les émissions de gaz à effet de serre. « On déclare le nombre de véhicules utilisés, les kilomètres parcourus puis Action Carbone présidé par Yann Arthus-Bertrand, calcule la consommation de CO2 de l'opération, précise Benoît Fritsch, dirigeant fondateur de Front de Neige. Ensuite, l'association nous propose de faire un don, utilisé pour soutenir un projet de compensation, apportant ainsi une réponse aux émissions dites "irréductibles" ». L'engagement de la Piste Mauve Milka, que Front de Neige organise depuis 1997 est d'ailleurs en cohérence avec la philosophie de cet événement qui veut faire découvrir la biodiversité de la montagne en mettant en scène la faune et la flore par



des animations destinées aux familles. « Nous avons bien conscience que ce n'est pas en compensant nos événements que nous sauverons la planète, admet Benoît Fritsch, mais nous essayons d'enclencher modestement un mouvement et sommes persuadés que d'autres suivront, chacun dans sa spécialité et selon ses possibilités. Nous-mêmes poursuivrons cet effort sur d'autres événements ».

## AGENCE

# Posterscope succède à Vocationpublics



**F**iliale d'Aegis, présente dans 17 pays dans le monde, l'agence événementielle Posterscope s'est installée en France en janvier dernier. Succédant à Vocationpublics, elle-même née de la dissolution de Carat Event, cette nouvelle entité a pour but de regrouper plus largement que ses prédécesseurs, toutes les expertises du

groupe qui utilisent la rue, comme « terrain de jeux ». Trois départements sont définis : Posterscope Contact s'occupe d'échantillonnage, fait tester, goûter et créé du trafic. Posterscope Média gère l'affichage temporaire, le thermoformage, la réalisation de *leaflets* et mixe les univers pour optimiser les points de contact. Entre les deux, Posterscope Hyperspace, pôle créatif de l'agence, travaille sur les grands formats, les médias tactiques... « Ce pôle capitalise sur l'effet de surprise pour cristalliser l'étonnement. Par exemple, ce sont eux qui ont eu l'idée d'une structure en forme de table de chevet pour l'opération Philips (Ndlr voir p. 22) », précise Benoît Régent directeur marketing de la nouvelle agence. Forte de 85 collaborateurs, Posterscope localisée à Courbevoie (92), est dirigée par Mathieu Habra, directeur général.

## PRESTATAIRE

# Back & Safe assure le retour de vos invités

**D**epuis le 1<sup>er</sup> mars, la société Back & Safe offre un service clé en main aux organisateurs d'événements : le « raccompagnement » à domicile et avec leur véhicule des personnes ayant dépassé le taux maximal d'alcoolémie de 0,5 g/l dans le sang. À la sortie de la manifestation, des hôtes sollicitent les convives pour leur faire souffler dans l'éthylotest électronique et si besoin est, leur proposent



les services d'un chauffeur. Grâce à l'utilisation d'un miniscooter pliable, à placer dans le coffre, ce dernier peut ramener les noctambules et leurs voitures puis revenir sur le lieu de l'événement. Une prestation destinée à éviter les dangers liés à l'alcool au volant et qui prouvera l'engagement de l'organisateur envers ses invités.

## En deux mots...

Spécialiste de l'organisation de congrès, conventions, **Colloquium** a annoncé le lancement de sa nouvelle identité visuelle, assortie de cette phrase : « joining forces, fédérer les énergies ».

**Châteaux et Hôtels de France** s'associe à **Business Profilers** pour éditer un guide dédié aux lieux de séminaires, le **Business Profilers Meetings**. Disponible depuis janvier, il sera accompagné, dès mars, d'un nouveau site Internet, [www.bpmeetings.com](http://www.bpmeetings.com), rempli de formations concernant les salons, séminaires et incentives.

**Hôtesse et Grooms de Paris** change d'adresse et s'installe dans le XVIII<sup>e</sup> arrondissement de Paris, au 40, d'Oradour-sur-Glane.

L'hôtel 4\* **Les Ateliers de l'Image** situé dans l'ancien music-hall de Saint-Rémy-de-Provence (13) s'ouvre aux séminaires d'entreprise. Disposant de 32 chambres et suites, le lieu peut accueillir des groupes de 12 à 32 personnes dans ses salles de réunion. La salle cinéma a, elle, une capacité de 100 places.

Le 1<sup>er</sup> janvier, **Carredas** est devenu **Carrément**. Agence événementielle, elle accueille désormais une nouvelle équipe spécialisée dans les métiers de la publicité, marketing opérationnel, de l'édition et du multimédia.

Le 30 janvier le **Grand Lyon** et ses principaux partenaires économiques (département du Rhône, CCIL, Aderly, etc.) ont dévoilé la nouvelle signature internationale de la ville. Cette nouvelle griffe commerciale symbolise l'ambition de la métropole à s'installer durablement sur le marché européen, voire mondial.

**Sacré nom que Reims Champagne** Congrès Expos ! Ces derniers, qui peaufinent le Centre des congrès et le Palais des expositions de la ville, ont donc décidé de le raccourcir et de devenir Reims Événements.

Une nouvelle agence d'événementiel et de production audiovisuelle fait son apparition en février : **J. Com**. Fondée par Jérôme Gogué-Meurice, elle s'est installée à Neuilly-sur-Seine, rue Parmentier.

**Vatel Traiteur** a changé de nom pour devenir **Calixir**, au 1<sup>er</sup> janvier. La société axée sur l'activité événementielle annonce son développement européen avec deux ouvertures en 2007 à Berlin et à Londres.