

LA GMF FAIT ENTRER SON SOUTIEN AU RUGBY DANS LA LÉGENDE

Agence: Community. Cible: personnalités du rugby, grand public.

Partenaire historique de la Fédération Française de Rugby, la GMF soutient cette dernière depuis 25 ans. Un quart de siècle marqué par un engagement fort et par de multiples actions que la GMF ne médiatise pas toujours. Trois actions dédiées célébraient cette année d'anniversaire et devaient donner davantage de visibilité à cette implication. Après le lancement d'une application iPhone, la « Rugby Touch », puis l'organisation du Challenge des Services Publics à Marcoussis en septembre, le jeu-concours « XV de légende » constituait le dernier acte de cette année événement. L'idée du jeu proposé sur le site dédié de la GMF (www.assurance-rugby.com): demander au grand public de constituer une équipe de légende réunissant les meilleurs joueurs de ces 25 dernières années, à partir d'une sélection de 80 joueurs. Organisé en partenariat avec le groupe L'Equipe, le jeu a récompensé ceux dont les choix se rapprochaient le plus du XV de légende retenu par un jury d'experts. La révélation de ce fameux XV de légende avait lieu le 25 novembre au siège de L'Equipe, sous la forme d'une émission de télé. Une dizaine des grands joueurs élus ont défilé au micro devant 200 personnalités de l'univers du rugby. Pour consacrer ce XV déjà mythique, c'est l'un des élus, Philippe Sella, qui donnait le coup d'envoi fictif deux jours plus tard lors du match France/Australie.



FAST RETAILING INVITE 1800 VIP À L'HÔTEL SALOMON DE ROTHSCHILD

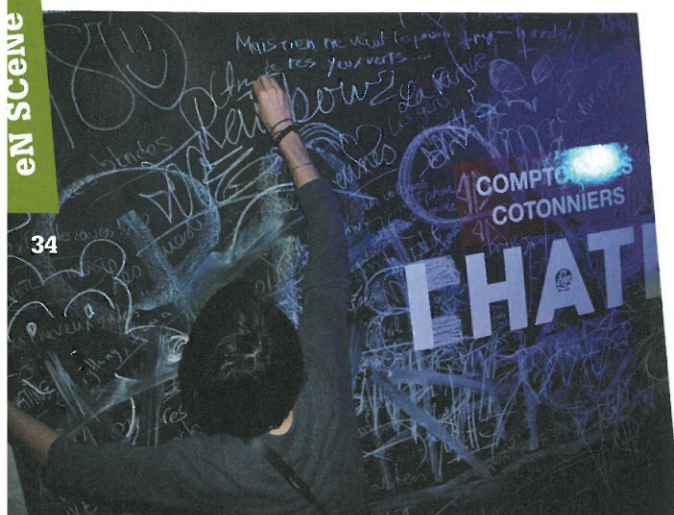
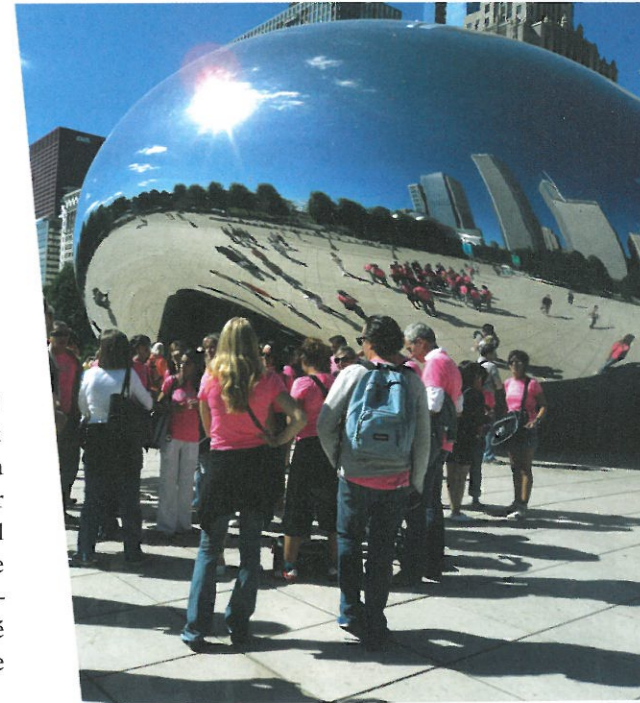
Agences: **VMIS (production et direction artistique), La Clique** (relations publiques et direction artistique).
Lieu: Hôtel Salomon de Rothschild (Paris).
Cible: leaders d'opinion, presse, collaborateurs, partenaires.

C'était l'un des événements phare de la fashion week, le 30 septembre dernier. Fast Retailing a fêté l'anniversaire de ses trois marques présentes en France: un an pour Uniqlo (depuis l'ouverture du flagship de Paris Opéra), 15 ans pour Comptoir des Cotonniers et 25 ans pour Princesse Tam Tam. Le groupe a mis le paquet pour célébrer ces anniversaires en série avec la grande famille de la mode, et réaffirmer au passage son ancrage plus que jamais dans la tendance. C'est l'un des lieux les plus nouveaux de la rentrée qui a accueilli l'événement, l'Hôtel Salomon de Rothschild, qui brillait de mille feux ce soir-là. Le groupe n'a pas lésiné sur les effets pour plonger ses invités dans un univers à son image. Outre les défilés montrant les collections printemps été de l'année prochaine, le premier étage proposait trois espaces s'inspirant de l'identité de chaque marque, avec une foule d'objets pour composer chaque décor. Chacun proposait ses « expériences de marques »: customisation de sous-vêtement, tatouage, relooking, studio vidéo ou encore atelier photo thématique. Une débauche d'animations toutes interactives, mais aussi d'effets visuels: light painting, projections utilisant les fameux effets 3D du mapping vidéo, dispositif géant de LEDs, etc. Pendant ce temps, une flopée de DJ's se sont relayés pour faire danser les quelque 1800 heureux invités. Organisée en moins de trois mois, la soirée a aussi été un défi de taille pour les deux agences co-produisant l'événement auquel plus de 150 prestataires ont contribué.

AKERYS CAPITAL S'ENVOLE POUR CHICAGO

Agence: Sobe Incentive. Réceptif: The Vibe Agency. Transport: Air France.
Hébergement: The Wit - Doubletree. Cible: collaborateurs.

Les Etats-Unis ont la cote auprès des organisateurs de séjours incentives et il semble qu'ils soient installés pour de bon dans la tendance. Raison de plus pour diversifier la destination. Dans le cas d'Akerys Capital, qui a invité du 7 au 11 septembre une trentaine d'assistantes dans le but de fédérer ses différents services, Chicago a eu la préférence face à Miami ou New York. Plus originale et plus fiable en terme de climat à cette période, la ville offrait aussi de bonnes connections aériennes depuis Toulouse, lieu de départ du groupe. Entertainment, shopping et découvertes composaient le programme, au départ de l'hôtel branché The Wit, ancré dans le quartier du Loop. A leur arrivée, les participantes ont filé vers la grande roue de Navy Pier, une manière de se plonger directement dans le paysage vertical de Chicago. Une première approche complétée par une croisière dite « architecturale » tant on s'y retrouve au cœur de la ville. Le lendemain, le groupe a découvert les œuvres monumentales du Millennium Park, avant de marcher dans les pas des Black Eyed Peas: en clin d'œil à la fameuse flashmob, un cours de danse reprenait la chorégraphie du show dans le pavillon Jay Pritzker. Pour rester en phase avec la cible essentiellement féminine, d'autres activités étaient prévues telles qu'un atelier de customisation de sacs dans une boutique de Bucktown Wicker Park, ou un cocktail avec défilé de tenues élégantes et soins de beauté à l'hôtel The Drake. Chicago offre également une belle animation en soirée: la comédie musicale Billy Elliott, le restaurant Flatwater et le Roof, bar à la vue époustouflante sur le toit du Wit, en ont donné un aperçu. Le dernier jour réservait un départ en douceur, à travers une séance de yoga et un pique-nique sur une plage du lac Michigan, sous le soleil de Chicago.



INCENTIVE MEETINGS CONVENTIONS EVENTS	ATACAMA		VALPARAISO	
SANTIAGO		Chile EN COLORES DMC		TORRES DEL PAINE
	PATAGONIA		CAP HORN	SANTIAGO CHILE TEL : (56-2) 264 19 38 www.chileencolores.com chile@encolores.com