



AIR CANADA

[Communiqués](#)

Le magazine **Aéroplan Arrivée** devient social

MONTRÉAL, le 30 nov. /CNW Telbec/ - Aéroplan a annoncé aujourd'hui que la version en ligne de son magazine Aéroplan Arrivée comportera désormais des sondages interactifs, des recommandations d'articles et des fils RSS destinés à susciter l'intérêt des lecteurs pour les voyages et les destinations, les arts et la culture, et les nouvelles primes Aéroplan. En outre, les membres pourront bientôt commenter les articles.

Les versions imprimée et en ligne du magazine présentent sous une forme divertissante et intéressante la contribution de rédacteurs, de photographes et d'illustrateurs canadiens et internationaux de renom. Les voyages, qui figurent parmi les principaux intérêts des membres, tiennent une place importante; on y présente aussi des escapades invitantes, les tendances dans les arts et la culture, des primes, des témoignages de membres et des conseils sur le programme.

"Aéroplan a toujours cherché de nouvelles façons d'exprimer sa créativité, de susciter l'engagement des membres et d'améliorer leur expérience, de déclarer Sylvie Bourget, première vice-présidente - Marketing et Affaires électroniques à Aéroplan. Les changements apportés au magazine Arrivée sont les premiers gestes posés par Aéroplan pour permettre à nos membres d'échanger entre eux et avec Aéroplan. Nous invitons nos membres à commencer à partager leurs voyages de rêve, et à participer au dialogue sur les destinations et les tendances et à l'échange de connaissances sur aeroplan.com/arrival."

En plus de profiter des nouvelles fonctionnalités en ligne, les membres vont recevoir en 2010 davantage de numéros de la version imprimée. Celui d'automne-hiver 2009, qui vient d'être envoyé, présente des escapades exotiques pour la saison froide et des idées de divertissements pour les fêtes également proposées en ligne puisque les membres ont la possibilité d'échanger des milles sur Aeroplan.com pour se procurer les produits annoncés. Le numéro de printemps 2010 comporte des articles sur la Croatie, depuis la trépidante capitale Zagreb jusqu'à l'incroyable côte dalmate, et un périple en Arizona par la route. Il traite également de l'art parisien en plein air et de la préparation de cocktails moléculaires à Tokyo, et propose une entrevue exclusive avec Michael Bublé.

Début 2008, Aéroplan s'est associée à Redwood Custom Communications, un chef de file nord-américain de la communication sur mesure, afin de concevoir le magazine imprimé Aéroplan Arrivée, qui est à présent disponible en ligne. "Le fait de porter la fréquence de parution d'Arrivée à trois numéros par année et de développer les outils médias sociaux pour l'édition en ligne va permettre d'offrir aux membres comme aux annonceurs un contenu plus dynamique et plus invitant", estime Joseph Barbieri, premier vice-président - Marketing et Développement des affaires à Redwood.

Aéroplan Arrivée a récemment remporté neuf distinctions aux Magnum Opus Awards, notamment le trophée or pour la meilleure conception d'une nouvelle publication et un trophée argent pour le meilleur publiereportage. Pour obtenir plus de renseignements ou pour lire Aéroplan Arrivée, visitez le www.aeroplan.com/arrival.

À propos d'Aéroplan

Aéroplan, le programme de fidélisation par excellence du Canada qui célèbre en 2009 son 25e anniversaire, est la propriété de Groupe Aeroplan Inc., un chef de file international de la gestion de la fidélisation. Les millions de membres Aéroplan accumulent des milles Aéroplan par l'intermédiaire d'un réseau en expansion de plus de 70 partenaires d'envergure mondiale représentant au-delà de 150 marques dans les secteurs de la finance, de la vente au détail et du voyage. En 2008, plus de deux millions de primes ont été émises aux membres; sur ce nombre, il y a eu plus d'un million et demi de primes-voyages aller-retour avec Air Canada et les transporteurs Star Alliance donnant accès à plus de 900 destinations dans le monde. Outre les vols, les membres ont un choix de plus de 600 primes alléchantes associées à des spécialités, des marchandises, des séjours à l'hôtel, des locations de voitures et des expériences. Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet d'Aéroplan, veuillez vous rendre au www.groupeaeroplan.com ou au www.aeroplan.com.

À propos de Redwood Custom Communications

Redwood crée des programmes de communication de marque en misant sur le pouvoir des contenus pour bâtir des liens significatifs avec la clientèle et permettre à ses clients d'atteindre leurs objectifs commerciaux. Redwood possède des bureaux à Toronto et à New York et fait partie du secteur des communications marketing de Transcontinental Inc. Redwood compte entre autres dans sa clientèle nord-américaine Procter & Gamble, Home Depot, l'Association canadienne des automobilistes (CAA), Frito Lay, Sears, Sobeys, Principal Financial Group, Rexall, Mazda International, Aéroplan et Bank of America. Redwood a reçu plus de 175 distinctions nationales et internationales pour l'excellence de sa créativité.

Pour en savoir davantage sur Redwood, veuillez visiter le www.redwoodcc.com. Découvrez notre portefeuille au www.redwoodcc.com/evolution.

Pour plus de renseignements: Renseignements: Christa Poole, (416) 352-3745, christa.poole@aeroplan.com

MEMBRE DU RÉSEAU STAR ALLIANCE

