



AIR CANADA

[Communiqués](#)

Aéroplan a 25 ans et donne le coup d'envoi d'une année de festivités avec 25 jours à 250 000 milles

MONTREAL, le 26 janv. /CNW Telbec/ - En l'espace de seulement 25 ans, les membres Aéroplan ont accumulé environ 821 milliards de milles Aéroplan qu'ils ont échangés contre plus de 16 millions de primes. Aéroplan en a fait du chemin depuis qu'Air Canada a créé en 1984 ce qui était à l'origine un programme de fidélisation pour sa clientèle assidue. Aujourd'hui, Aéroplan compte plus de quatre millions de membres qui peuvent accumuler des milles Aéroplan avec pas moins de 70 partenaires représentant plus de 150 marques dans les secteurs de la finance, de la vente au détail et du voyage.

Rien qu'en 2008, plus de deux millions de primes ont été émises aux membres, dont pas moins d'un million et demi de voyages aller-retour avec Air Canada et les transporteurs Star Alliance qui desservent quelque 912 destinations dans le monde. En fait, un membre Aéroplan ou son invité s'envole toutes les sept secondes grâce aux milles Aéroplan. Les membres ont également accès à plus de 600 primes associées à des spécialités, des marchandises, des séjours à l'hôtel, des locations de voitures et des expériences.

"Aéroplan est fière de célébrer ce 25e anniversaire avec ses employés, membres et partenaires; il s'agit là d'un jalon important que nous n'aurions pu atteindre sans leur soutien indéfectible, de déclarer Vince Timpano, président d'Aéroplan. C'est avec beaucoup d'intérêt que nous envisageons les 25 prochaines années et au-delà, car nous comptons bien nous imposer comme étant le premier programme de fidélisation coalisé au Canada en continuant à offrir à nos membres plus de façons d'accumuler et d'échanger des milles au quotidien."

Aéroplan et Air Canada vont donner le coup d'envoi d'une année de festivités pour les membres en lançant le 1er février le concours Les 25 jours à 250 000 milles permettant aux membres de gagner 250 000 milles Aéroplan pendant 25 jours. Les membres Aéroplan admissibles auront automatiquement une chance de gagner chaque fois qu'ils voyageront avec un billet payant ou un billet-prime sur un vol assuré par Air Canada entre le 1er et le 25 février.

"Nous nous réjouissons de souligner cet important jalon avec Aéroplan, le programme pour voyageurs assidus d'Air Canada. Nous avons eu le plaisir de suivre l'évolution de ce qui est aujourd'hui un des programmes de fidélisation multipartite les plus prisés du monde, d'indiquer Charles McKee, vice-président - Marketing à Air Canada. Nous tenons à remercier nos loyaux clients qui ont appuyé le programme pendant toutes ces années en organisant à leur intention un concours vraiment emballant qui va permettre de gagner six millions de milles en février."

Outre le concours, il y aura d'autres surprises au cours des prochains mois, comme des cadeaux spéciaux pour les membres de longue date et des primes exclusives. 25 jalons en 25 ans

2009 : Aéroplan, le programme de fidélisation par excellence du Canada, célèbre son 25e anniversaire en juillet 2009.

2008 : Plus de deux millions de primes ont été émises aux membres, dont pas moins d'un million et demi de vols aller-retour avec Air Canada et les transporteurs Star Alliance qui desservent quelque 912 destinations dans le monde.

2008 : Vince Timpano est nommé président d'Aéroplan Canada et vice-président général de Groupe Aéroplan Inc.

2008 : Aéroplan lance la netBoutique Aéroplan, qui propose plus de 12 catégories de produits et au-delà de 100 détaillants (www.aeroplan.com/estore).

2008 : Le Fonds de revenu Aéroplan devient une société mondiale de gestion de la fidélisation cotée en bourse appelée "Groupe Aéroplan Inc.", qui est axée sur la croissance et verse des dividendes.

2008 : Aéroplan lance Aéroplan Arrivée, un magazine au contenu exclusif à la marque consacré aux voyages, au style de vie, à la culture et aux primes Aéroplan très convoitées.

2007 : Le Fonds de revenu Aéroplan acquiert Loyalty Management Group (LMG), une entreprise vouée au marketing de la fidélisation ainsi qu'à la connaissance et à l'analyse de la clientèle, qui possède et exploite Nectar, le programme de fidélisation coalisé le plus important du Royaume-Uni.

2007 : Aéroplan lance, dans le cadre de son initiative Vers le Vert, le tout premier programme de compensation carbone de l'industrie de la fidélisation, qui permet aux membres de compenser leurs primes-voyages et leurs émissions de carbone quotidiennes avec des milles Aéroplan. En date du 1er janvier 2009, quelque 17 millions de milles Aéroplan avaient été échangés contre des crédits de carbone (www.aeroplan.com/offset).

2007 : Aéroplan lance la Zone musique Aéroplan, la première boutique en ligne dans le secteur de la fidélisation où les membres peuvent

échanger des milles pour se procurer de la musique
(www.aeroplanmusicstore.com).

2007 : Aéroplan et le Musée des beaux-arts de l'Ontario lancent le prix The Grange, une distinction annuelle visant à souligner le travail de photographes contemporains du Canada et de l'étranger.

2006 : Aéroplan lance Mille Gestes, un programme innovateur permettant aux membres de faire don de milles à sept organismes caritatifs. En date de janvier 2009, les organismes suivants participaient au programme : Horizons Enfance Air Canada, Ingénieurs Sans Frontières-Canada, Médecins Sans Frontières-Canada, Ecoles Sans Frontières, Fondation Stephen Lewis, Vétérinaires Sans Frontières-Canada et War Child Canada (www.aeroplan.com/donate).

2006 : Aéroplan lance les primes Vol ClassiquePlus(MC) qui donnent un accès illimité à toutes les places disponibles à bord d'Air Canada et d'Air Canada Jazz.

2005 : Aéroplan commence à étendre son éventail de partenaires au secteur de la vente au détail. L'entreprise compte, entre autres partenaires, Audiotronic, Dumoulin, Esso, Home Hardware, Primus, Sobeys et Uniprix.

2005 : Aéroplan procède à un premier appel public à l'épargne pour le Fonds de revenu Aéroplan, le premier programme de fidélisation du monde à être coté en bourse.

2004 : Aéroplan introduit avec American Express une série de cartes de paiement comarquées permettant d'accumuler rapidement des milles Aéroplan.

2004 : Aéroplan lance un éventail complet de primes non aériennes (marchandises, expériences et spécialités). Les membres ont à présent accès à plus de 600 primes spécialisées, marchandises, hôtels, loueurs de véhicules et expériences vraiment alléchants (www.aeroplan.com/mrch).

2004 : Aéroplan augmente de 50 % l'accès aux places affectées aux primes-voyages à bord d'Air Canada et d'Air Canada Jazz.

2004 : Aéroplan lance sa nouvelle image de marque qui la positionne en tant qu'entité distincte d'Air Canada et programme de fidélisation par excellence du Canada.

2002 : Aéroplan devient une filiale en propriété exclusive d'Air Canada.

2001 : L'intégration des membres Canadien Plus dans Aéroplan est achevée.

2000 : Rupert Duchesne devient président et chef de la direction d'Aéroplan.

1998 : L'AéroHypothèque CIBC est lancée. Il s'agit d'un produit qui permet de transformer les paiements hypothécaires en primes-voyages (les détenteurs d'une AéroHypothèque obtiennent un mille Aéroplan par dollar versé pour une hypothèque ordinaire).

1991 : La carte Aéro Or CIBC VISA fait son apparition; il s'agit à présent d'une des cartes de crédit en or les plus populaires de sa catégorie au Canada.

1985 : Plus de 100 000 voyageurs assidus ont déjà adhéré au programme.

1984 : Aéroplan fait ses débuts comme outil promotionnel pour la clientèle d'affaires d'Air Canada. Pour en savoir plus sur Aéroplan, visitez le www.groupeaeroplan.com or www.aeroplan.com.

Pour plus de renseignements: JoAnne Hayes, (416) 352-3706, joanne.hayes@aeroplan.com; Christa Poole, (416) 352-3745, christa.poole@aeroplan.com

MEMBRE DU RÉSEAU STAR ALLIANCE

