



AIR CANADA

[Communiqués](#)

Aéroplan va lancer un magazine au contenu exclusif à la marque appelé Aéroplan Arrivée

MONTREAL, le 29 mai /CNW Telbec/ - Aéroplan, l'entreprise par excellence du Canada vouée à la commercialisation de la fidélisation, a annoncé aujourd'hui qu'elle va lancer 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. Aéroplan s'est associée à Redwood Custom Communications, un des éditeurs personnalisés les plus en vue en Amérique du Nord, afin de concevoir le magazine qui verra le jour à la mi-août avec le numéro d'automne 2008.

"Il s'agit de la dernière d'une série d'initiatives que nous avons développées afin d'ajouter de la valeur à notre programme de fidélisation en expansion et de satisfaire une base unique et croissante de membres et de partenaires, de déclarer Sylvie Bourget, vice-présidente - Marketing à Aéroplan. Nous avons constaté un besoin pour une publication de qualité qui soit vraiment à l'image de nos membres - des voyageurs urbains qui attendent toujours plus de leurs déplacements et de la vie."

Aéroplan Arrivée est un magazine qui traite d'idées et de primes accessibles axées sur le style de vie, auquel vont collaborer des rédacteurs, des photographes et des illustrateurs canadiens et internationaux de renom. Les voyages, qui figurent parmi les principaux intérêts des membres, tiendront une place importante. Les articles fouillés et informés traiteront des prochaines destinations en vogue et des endroits très courus au niveau local et mondial. Les lecteurs y découvriront aussi des portraits de ténors de l'art et du design ainsi que des présentations intéressantes de primes Aéroplan.

Le numéro d'automne 2008 d'Aéroplan Arrivée proposera notamment ce qui suit :

- Article vedette sur la renaissance de Buenos Aires réalisé par le photographe primé Rob Fiocca et la journaliste montréalaise Simona Rabinovitch
- Récit de voyage sur les meilleures régions gastronomiques et viticoles du Canada, signé par Chris Johns, critique de restaurants et journaliste gastronomique
- Entrevue avec Tadao Ando, lauréat du prix d'architecture Pritzker
- Entretien avec le célèbre chef Gordon Ramsey étoilé au Michelin et connu pour son franc-parler, illustré par l'artiste Andy Friedman du New Yorker
- Répertoire original des "meilleures" villes du monde pour les voyageurs curieux, quel que soit leur style et leurs goûts
- Essai de Karen von Hahn, chroniqueuse de tendances pour le Globe and Mail, sur la place que la forme et l'utilité tiennent dans la conception des meilleurs produits contemporains

Le magazine vise à faire connaître le programme de fidélisation très porteur d'Aéroplan et se veut un précieux outil de marketing pour les partenaires actuels et à venir. Il s'agit d'une excellente initiative publicitaire pour les partenaires et les non-partenaires et d'une formidable occasion pour le milieu publicitaire canadien puisque la revue leur offrira un accès direct et ciblé à 500 000 membres Aéroplan de haut rapport. Aéroplan Arrivée sera publié trois fois par année en français et en anglais et disponible en ligne au www.aeroplan.com à compter de 2009.

"Ce partenariat est une chance extraordinaire de mettre en application notre approche unique de l'édition de marque, estime Joseph Barbieri, vice-président - Marketing et Croissance de l'entreprise à Redwood. Aéroplan Arrivée est plus qu'un magazine - son contenu va non seulement informer, divertir et inspirer, mais aussi permettre à Aéroplan d'obtenir de ses membres un engagement plus profond et plus significatif. Etant donné le vaste héritage et l'expérience considérable que nous possédons dans le secteur des programmes de fidélisation en Amérique du Nord, c'est assurément un privilège de compter à présent Aéroplan parmi nos clients et d'avoir été choisi comme partenaire clé pour participer à l'évolution et à l'expansion de la marque Aéroplan."

A propos d'Aéroplan

Société en commandite Aéroplan, une filiale en propriété exclusive du Fonds de revenu Aéroplan, s'emploie à développer et à mettre en oeuvre des programmes conçus pour susciter la fidélité de ses membres prestigieux. Les millions de membres Aéroplan accumulent des milles Aéroplan par l'intermédiaire de son réseau 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 2007 seulement, quelque deux millions de primes ont été émises aux membres - une moyenne de 5 500 primes par jour ou une prime toutes les 16 secondes; sur ce nombre, il y a eu plus d'un million et demi de primes-voyages aller-retour. Les membres peuvent échanger leurs milles contre des primes VolClassique inégalées dans l'industrie et des primes Vol ClassiquePlus d'Aéroplan ainsi que des primes Vol Star Alliance utilisables à l'échelle du globe, qui donnent accès à quelque 965 destinations dans le monde. Pas moins de 400 000 primes non aériennes ont été émises en 2007. Les

membres ont accès à 600 primes alléchantes associées à des spécialités, des marchandises et des expériences, ainsi qu'à des séjours à l'hôtel et à des locations de voitures. Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet d'Aéroplan, veuillez vous rendre au www.aeroplan.com.

A propos de Redwood Custom Communications

Redwood crée des programmes de communication de marque en misant sur le pouvoir de la rédaction pour bâtir des relations significatives avec ses clients et rentabiliser leur investissement. Redwood possède des bureaux à Toronto, New York, Londres et Tokyo. En Amérique du Nord, ses clients sont notamment Procter & Gamble, l'Association canadienne des automobilistes, Expo Design Center, LendingTree.com, Sears, Sobeys, The Principal Financial Group, The Cliffs Communities, Rexall et Mazda International.

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet de Redwood, veuillez vous rendre au www.redwoodcc.com/portfolio.

Pour plus de renseignements: Aéroplan: JoAnne Hayes, (416) 352-3706, joanne.hayes@aeroplan.com; Redwood Custom Communications: Joseph Barbieri, (416) 847-8548, joseph.barbieri@redwoodcc.com

MEMBRE DU RÉSEAU STAR ALLIANCE

