

# COMMENT FORMER UN GLEBE-TROTTEUR

Un passeport des Fêtes pour s'en donner à cœur joie dans les magasins

Le Glebe est un quartier d'Ottawa où l'on retrouve un mélange éclectique de résidences, de détaillants originaux et de restaurants. C'est l'une des grandes destinations de magasinage de la capitale.

Mais, une étude effectuée par le Glebe Business Improvement Area [un groupe qui soutient les marchands du secteur] confirme que le quartier perd du terrain au profit d'autres destinations de magasinage, ce qui augure mal pour les Fêtes.

C'est là qu'entre en jeu la campagne *The Glebe Spree*. L'idée? Poster aux clients du Glebe un passeport où ils apposent un autocollant par tranche de 15 \$ d'achats, à concurrence de 150 \$. Une fois rempli, le passeport devient un billet valable pour le tirage de 10 000 \$ à dépenser au Glebe et de 5 prix hebdomadaires de 1000 \$. D'autres incitatifs encouragent aussi les acheteurs. Pour placer ces passeports entre les mains des consommateurs, Postes Canada analyse les profils démographiques et recommande les quartiers les plus prometteurs à cibler.

Une campagne mixte amplifie l'effet du publipostage : messages numériques avec géorepérage et ciblage des utilisateurs mobiles dans le Glebe, annonces imprimées et sur le site Web, publicité payée dans les médias sociaux et affichage aux lieux de vente.

En 2019, 38 597 passeports sont soumis au tirage [une hausse de 16,2 % par rapport à 2018]. Voilà une promotion alléchante qui répand l'esprit des Fêtes et positionne le Glebe comme une destination de magasinage sans pareille.



CLIENT Glebe Business Improvement Area | PRODUIT Glebe Spree | PAYS Canada | AGENCE Mediaplus  
 ÉQUIPE Président et directeur de la création Don Masters | Directeur artistique principal Mark Skinner  
 Graphiste Sabrina Ng | Monteur interactif Tuan Nguyen | Directrice de compte Gemma van Breemen |  
 Directrice média Connie Ladas

