

CAMPAGNE "ACHAT CHEZ NOUS"

Présidente d'honneur : personnalité suggérée: Madame Lucie Côté

Eléments de la campagne

-date : période suggérée: Avril-Mai (4 semaines)

-slogan : slogan suggéré:
"L'achat chez nous, on y prend goût!"

La répétition du même slogan que l'an passé vise à établir une certaine reconnaissance de l'événement et ainsi contribuer à en augmenter sa popularité.

-visuel graphique : éléments suggérés:

-affiches (± 400)

les affiches installées en divers endroits stratégiques de la ville peuvent servir à annoncer la tenue et les dates de l'événement. Elles peuvent également servir pour identifier les commerces participant à la campagne, puisque seuls les commerces possédant une telle affiche dans leurs vitrines participent à la campagne.

-bouquets de ballons

des ballons aux couleurs de la campagne peuvent servir à la décoration des centres d'achats et à l'identification des commerces participants (comme appui aux affiches) contribuant ainsi à faire de la campagne "Achat chez nous" une campagne beaucoup plus visible et facilement identifiable.

-tirage

à la mention du slogan "L'achat chez nous, on y prend goût!" lors d'un achat effectué chez un marchand participant, le consommateur reçoit un coupon de participation lui permettant de participer au tirage, il y indique ses coordonnées et le dépose dans la boîte prévue à cette fin (une boîte par centre d'achats et une boîte par commerce pour ce qui est des SIDAC). A la fin de la campagne, tous les coupons sont regroupés en un même endroit et on y effectue la pige du billet gagnant (lieu à déterminer). Le gagnant reçoit 2500\$ en bons d'achats, soit 500\$ offert par chacune des associations.

ou

-gratteux

à la simple mention du slogan "L'achat chez nous, on y prend goût!" lors d'un achat effectué chez un marchand participant, le consommateur reçoit un "gratteux" lui accordant un escompte immédiat d'un minimum de 10%, jusqu'à concurrence de 50%, sur le montant total de la facture.

Les "gratteux" peuvent être disponible tout au long de la campagne ou, afin d'en diminuer le coût, disponibles seulement lors de journées bien précises (ex: les 4 samedis de la campagne) et bien identifiées, par le biais des annonces dans les journaux locaux et des capsules d'information à la radio.

- journaux :
 - . communiqués de presse
 - . annonce au bas de la première page pendant 4-5 semaines
 - . parution d'annonces pendant toute la durée de la campagne (l'affiche pourrait y être reproduite)
 - . photos du gagnant du tirage

- radio :
 - . messages publicitaires
 - . communiqués de presse
 - . capsules d'information annonçant la campagne (nombre à déterminer)
 - . participation du président de la campagne et de la présidente d'honneur aux émissions:
 - "Rencontre" à CHRD
 - "Entrevue avec..." à CJDM

- TV (canal 11) :
 - . diffusion de messages d'information (au générateur de caractères)
 - . communiqués de presse

- lettre circulaire : diffusion par la Chambre de commerce d'une lettre circulaire aux marchands de la région et aux membres de la Chambre les informant de la tenue de la campagne (but, dates et mission) et les invitant à utiliser le slogan dans leur publicité

- représentant : chaque regroupement de marchands est invité à déléguer un représentant sur le comité organisateur

Activités spéciales

-conférence de presse

- .explication de la campagne (but, dates et mission)
- .explication du tableau comparatif (s'il y a lieu)
- .présentation et allocution de la présidente d'honneur
- .présentation du matériel de campagne (s'il y a lieu)

-conférence de presse ou communiqués de presse après la campagne

- .pour assurer un suivi et/ou établir un bilan de la campagne

BUDGET

affiches (± 400) 17 1/2 X 24 2 couleurs papier glacé	355\$
ballons (± 30 000) imprimés (95\$/1000 + Tx 9%)	3110\$
coupons de tirage (± 60 000) ou gratteux (± 60 000)	480 \$ 4150\$
journaux La Parole L'Express	1000\$ 1000\$
radio CHRD CJDM	1000\$ 1000\$
lettres circulaire poste papeterie	210\$ 150\$
conférences de presse	100\$
conception-graphisme	350\$
<hr/>	
Total:	8755\$ (tirage) 12425\$ (gratteux)

Nombre de commerces par SIDAC ou association

SIDAC Alain Limoges	137
SIDAC St-Joseph	43
Place Charpentier	25
Galleries Drummond	48
Place Drummond	22

Contribution financière de chaque association

	<u>gratteux</u>	<u>tirage</u>
SIDAC Alain Limoges	6189 \$	4361\$ + 500\$
SIDAC St-Joseph	1943 \$	1369\$ + 500\$
Place Charpentier	1130\$	796\$ + 500\$
Galleries Drummond	2169\$	1528\$ + 500\$
Place Drummond	994\$	701\$ + 500\$
	<hr/>	<hr/>
	12425\$ (1)	8755\$ (2)

(1): 45,18\$ par commerce + rabais/gratteux

(2): 31,83\$ par commerce + 500\$/association