



Blainville, 06 octobre 2017

Participation fulgurante pour la campagne d'achat local 2017

Sous le thème “Mettez du Blainville dans votre panier”, la campagne d’achat local s’articule autour d’un concours publicitaire dont grand prix sera un crédit-voyage d’une valeur de 3 500\$ échangeable chez Voyages Fontainebleau. En supplément, une valeur de 5 100\$ en prix instantanés sera aussi offerte. Effectivement, les participants courent la chance de gagner une des 150 paires de billets pour assister à un match de l’Armada ou l’un des 60 bons d’achat de 25\$ échangeable au IGA Famille Girard.

Du 10 octobre au 10 novembre prochain et pour chaque achat effectué, les marchands participants remettront une carte à gratter à leur clientèle. C’est donc en grattant l’espace prévu que les clients découvriront l’issu de leur participation. Les 10 finalistes du grand prix seront conviés, le 30 novembre prochain à la Caisse Desjardins de l’Envolée pour le tirage final du crédit-voyage.

Christian Fréchette, président de l’AGAB se réjouissait du portrait diversifié des entreprises impliquées : “De nombreux partenaires, issus de multiples secteurs d’activités, ont choisi de collaborer avec l’AGAB dans le cadre de la campagne annuelle.” “La campagne 2017 a su réunir un nombre impressionnant de marchands participants. Près de 70 marchands ont choisi de s’investir afin de rendre possible cette initiative”, indiquait Stéphanie Gingras, directrice générale de l’AGAB. Le site : www.achatlocalblainville.com est dédié entièrement aux entreprises de Blainville et s’adresse aux consommateurs de la région. Il met en avant plan la diversité des produits et services que nos entreprises proposent. Le site est composé de quatre catégories : Manger et Sortir, Beauté et Santé, Services et Magasinage. Chacune d’elles met en lumière l’offre disponible sous forme de fiches. En cliquant sur l’une ou l’autre des fiches, le visiteur découvre en texte et en photos, l’entreprise de son choix. Notre plateforme offre toutes les informations de recherches par un consommateur en mode achat c’est-

à-dire la géolocalisation des commerces, les coordonnées complètes, les heures d'ouverture, mais également les liens vers les sites web de chacun ainsi qu'une passerelle vers les médias sociaux sur lesquels les entreprises sont présentes.

Les commerçants participants ont également une visibilité extraordinaire dans un magazine de 24 pages, édité à 22 000 copies, qui sera distribué à toutes les portes de Blainville. En bref, nous croyons que tous les moyens mis en œuvre pour promouvoir les produits et services des entreprises Blainvilloises seront aidés ces dernières à séduire et fidéliser leur clientèle.

-30-

Pour informations : Stéphanie Gingras
s.gingras@agab.qc.ca
450-433-4020



Crédit photo : André Bernier

Nick Giannone (Groupe Investors), Patrick Labelle (Pro-mécanique de la Gare), Élias Kallas (Caisse Desjardins de l'Envolée,) Jean-Louis Saurel (HED courtier en assurances), Julie Girard (IGA Famille Girard), André Lespérance (Rona Lespérance), Richard Perreault (Maire de Blainville), Christian Fréchette (AGAB), Marie-Ève Désilet (Canadian Tire Blainville), Stéphane Hamel (Hamel BWM), Kim Ouimet (Allo Mon Coco), Mario Marois (Armada Blainville-Boisbriand) et Annie-Claude De Paoli (Les Portes du Fontainebleau).