

ÉTUDE DE CAS

LA PREUVE QUE LES JOURNAUX FONCTIONNENT : TISSER DES LIENS LOCAUX

Le défi :

Une famille canadienne sur trois ne peut se permettre d'inscrire ses enfants à des activités sportives ou récréatives par manque de moyens financiers. Canadian Tire créait un intéressant programme intitulé *Bon départ*, qui aide les familles à défrayer les coûts d'inscription, d'équipement et/ou de transport afin que les jeunes puissent participer à une activité de leur choix. Bien que *Bon départ* soit appuyé par Canadian Tire, qui défraie les coûts d'administration et de livraison du programme, sa réussite provient aussi de dons versés par les consommateurs.

L'objectif :

Canadian Tire reçoit l'appui de la population pour ce programme par le biais de boîtes de dons en argent installées dans ses magasins. Comme Canadian Tire met le programme à l'avant-scène une journée par année, la question était de savoir comment en aviser les consommateurs et les inciter à y participer.

La création :

Canadian Tire a des établissements partout au pays, de même que 310 divisions locales du programme *Bon départ*. Les fonds donnés localement sont utilisés là où ils ont été versés. L'entreprise a décidé de mettre sur pied un événement d'une journée pour créer l'engouement local. Le 28 mai, fut identifié comme « La journée *Bon départ* » et Canadian Tire annonça que pour chaque dollar contribué au programme dans ses magasins, l'entreprise verserait une somme de 2 \$.

Le plan :

Un des objectifs principaux de cette promotion était de sensibiliser autant de collectivités que possible d'un bout à l'autre du pays. Les journaux sont un moyen efficace pour atteindre les collectivités canadiennes, grandes ou petites, et dans certains marchés, c'est véritablement la seule façon de le faire avec succès. Ainsi, plus de 309 journaux furent utilisés pour communiquer le message de la journée *Bon départ* à tous les Canadiens.

Les résultats :

La journée *Bon départ* a connu un succès retentissant! Elle a permis d'amasser la somme impressionnante de 3 millions de dollars et a aidé 30 000 jeunes d'un océan à l'autre à participer à des activités sportives et récréatives organisées.

Canadian Tire est très fier de l'initiative *Bon départ*. Nous sommes heureux de pouvoir continuer à aider les jeunes Canadiens d'une façon aussi positive. Les journaux furent véritablement la clé qui nous a permis de rejoindre les consommateurs canadiens partout au pays. Les résultats prouvent bien que les journaux aident les annonceurs à faire avancer des projets importants et à atteindre le foyer et le cœur des Canadiens.

- Canadian Tire



SATURDAY, MAY 28TH

Donate \$1 and Canadian Tire makes it \$3

1 in 3 Canadian families can't afford to enrol their kids in sport and recreation

You can help. Visit your local Canadian Tire store on Jumpstart Day and we will donate \$2* to Canadian Tire Jumpstart® for every \$1 donation you make using any acceptable form of payment. 100% of your donation stays in your community.

Thanks to the generosity of this community, 94 kids were helped in 2010 and 378 kids have been helped since inception in 2005.

For more information on the Jumpstart program, visit canadantire.ca/jumpstart

**One Day, One Dollar,
ONE TEAM**

* \$2 (up to a maximum of \$2 million) will be donated on your behalf for every \$1 donated at a Canadian Tire store. This donation is funded by Canadian Tire Corporation, Limited, Canadian Tire Associate Dealers, and select Canadian Tire vendor partners. © Trademark of Canadian Tire Corporation, Limited

Pour de plus amples renseignements au sujet de l'industrie,
visitez www.journauxcanadiens.ca


JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS