

## Ouest-France fidélise les lecteurs

ven 31/05/2024 - 09:18



L'innovation à la portée des lecteurs. Ouest-France lance un programme de fidélité numérique dans les points de vente. A compter du lundi 3 juin, 250 magasins de presse, sur trois départements normands (Calvados, Manche, Orne) proposeront la carte de fidélité. Pour l'obtenir, les futurs possesseurs doivent flasher un QR code avec l'appareil photo de leur smartphone et remplir un formulaire. Elle est délivrée en moins d'une minute dans le wallet de leur téléphone. Ils n'auront plus qu'à présenter leur carte de fidélité digitale à chaque passage en caisse chez le marchand de presse.

Ce dispositif moderne a pour vocation de « récompenser les clients les plus fidèles » mais aussi « les diffuseurs les plus engagés, en leur donnant accès à de multiples avantages », précise un communiqué.

### ***Les bons comptes font les bons amis***

Comme son nom l'indique, elle permet de fidéliser la clientèle. A chaque passage en caisse, le consommateur cumule des points lui permettant de recevoir des avantages. Un journal acheté équivaut à un point. Tous les vingt points, un magazine Ouest-France est offert, tandis que tous les 40 points, les clients participent automatiquement à des tirages au sort pour gagner des cadeaux tels que des places de cinéma et des coffrets cadeaux Wonderbox.

Les diffuseurs, qui doivent scanner la carte de fidélité du client et valider l'achat avec un code personnel, sont également récompensés. Grâce au programme de fidélité, ils profitent de nombreux avantages : chèques cadeaux, places pour assister à des rencontres sportives, concerts, spectacles, livres. Afin de promouvoir cette nouvelle arrivée dans les magasins, un kit de PLV est fourni aux diffuseurs de presse concernés (affiches, dépliants, magnets...).

### ***Un groupe touche-à-tout***

Ouest-France se prépare à la célébration du 80e anniversaire du Débarquement, de la Bataille de Normandie et de la Libération de l'Ouest. Le journal, qui mobilise plus d'une cinquantaine de journalistes, fait vivre les temps forts du D-Day dans des « éditions spéciales » entre le 5 et le 9

juin.

À journée exceptionnelle, dispositif exceptionnel. Le journal du 6 juin bénéficie d'une jaquette « D-Day, il y a 80 ans le débarquement » de huit pages, réalisée en partenariat avec les journalistes britanniques du Guardian et disponible en bilingue dans les 43 éditions. Durant cette journée, il sera distribué à de nombreux scolaires en Bretagne, Normandie et Pays-de-la-Loire. Une opération événementielle se déroulera également le 6 juin en gare SNCF de Paris Montparnasse avec une mise en main gratuite de ce numéro aux voyageurs.

Ouest-France propose un programme dense de hors-séries et suppléments. Il réédite « Le D Day c'est quoi ? » (4,90 €) et « 100 photos du Jour J » (7,90 €). La bande dessinée gagne aussi sa place avec la sortie des « jours les plus longs » (9,90 €) autour de six dates clés. « Le Débarquement et la Libération » (5,90 €) remonte le temps à partir de 44 photos d'archives de 1944. Un graphiste du studio Ouest-France a superposé les photos et les a détournées afin de replacer l'histoire d'hier dans l'actualité d'aujourd'hui.

Parmi les nombreux contenus, une newsletter quotidienne du 1<sup>e</sup> au 9 juin dédiée au 80<sup>e</sup> anniversaire, un dossier spécial enrichi depuis le mois de janvier avec toutes les informations pratiques du D Day, les images d'archives des armées américaines, anglaises, canadiennes sur le site du groupe de presse et les paroles d'historiens dans les 43 éditions du journal.