Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

Séjour, Nintendo, trottinette électrique, chasse aux tickets gagnants chez les commerçants d'Avignon



Du 29 mai jusqu'au 26 juin, la ville d'Avignon organise un grand jeu à gratter permettant aux clients de remporter un lot gagnant. Lors de leurs visites chez les commerçants partenaires de l'opération, les clients se verront remettre un ticket à gratter. Une opération en soutien à la dynamique commerciale avignonnaise.

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

40 000 tickets gagnants

L'opération consiste à distribuer 400 000 tickets à gratter dans l'ensemble des commerces avignonnais, intra et extra-muros, dont 10% seront gagnants, soit 40 000 lots à gagner. Des lots de valeurs diverses sont proposés : 2 séjours pour 2 en Camargue, 4 Ipad, 6 Nintento switch, 5 trottinettes électriques, 5 paniers de pique-nique, 5 enceintes bluetooth, 100 places de cinéma (Utopia et le Vox) ainsi qu'un grand nombre de lots (stylos en carton recyclé, tod-bags, etc.). Les lots seront à retirer à l'hôtel de Ville tous les mercredis de 14h à 17h30 et les samedis de 14h30 à 17h du 29 mai au 30 juin 2021. Par ailleurs, chaque samedi après-midi, afin de renforcer l'attractivité du centre ville, l'opération le 'Printemps gagnant' proposera des animations artistiques et musicales, en déambulation, qui coloreront les rues.

Coût de l'opération : 85 000€

'Avignon, Printemps gagnant' est appuyée par une communication forte et ciblée. L'objectif est d'attirer la clientèle locale mais aussi la clientèle des zones environnantes d'Avignon comme Cavaillon, Orange, Carpentras, L'Isle-sur-la-Sorgue, les communes du nord des Bouches-du-Rhône, etc. L'identité visuelle pour cette campagne a été créée par l'agence Wake up d'Avignon. Un éventail de supports et de canaux ont été sollicités : affichage urbain, flyer, site internet, campagne radio, etc. Un dossier complet sera dédié dans les magasines de la Ville des mois de mai et juin et les vidéos des commerçants seront partagés sur Instagram et Facebook.

L.M