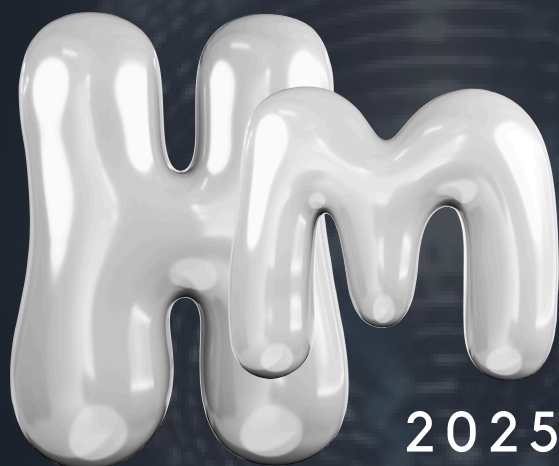


CAS CONTRAT



Ronde 2

Rédigé par

Chloé Courtemanche - Spécialiste marketing, Investissement Ray Junior
Jasmine Duplessis - VP Académique, Happening Marketing 2025



RÉVOLUTIONNER L'EXPÉRIENCE AQUATIQUE AU QUÉBEC

Félicitations! Votre agence s'est démarquée et a été sélectionnée pour poursuivre avec Investissement Ray Junior dans le cadre de son ambitieux projet de Mōrea Parc Aquatique.

INVESTISSEMENT RAY JUNIOR

Fondée en 1984 par Ray Junior Courtemanche, Investissement Ray Junior s'est imposée comme un acteur majeur dans le domaine de l'investissement, de la construction et du développement immobilier au Québec. Depuis sa création, l'entreprise a mené à bien des projets immobiliers totalisant plus de 1 milliard de dollars, témoignant de son expertise et de sa vision stratégique.

Parmi ses réalisations notables, on compte des résidences de prestige à Blainville-sur-le-Lac, Fontainebleau et Lorraine, ainsi que divers projets résidentiels à Laval, des condos dans Lanaudière et des triplex dans le secteur Saint-Augustin à Mirabel.

L'entreprise se distingue également par son équipe dévouée, composée d'experts en construction, gestion et développement immobilier, qui partagent une passion commune pour l'excellence et l'innovation.

Actuellement, Investissement Ray Junior développe des projets d'envergure, tels que le complexe de condos locatifs de luxe Espace W, offrant 336 unités avec des équipements haut de gamme, et le Mōrea Parc Aquatique, un parc aquatique intérieur de nouvelle génération situé au cœur de Cité Mirabel.



Sous la direction visionnaire de Ray Junior Courtemanche, l'entreprise continue de repousser les limites du développement immobilier au Québec, en créant des espaces de vie innovants et en contribuant au dynamisme économique de la région.

MANDAT

Avec le lancement imminent du Mōrea Parc Aquatique, dont le nom est inspiré de l'île de Moorea en Polynésie française, Investissement Ray Junior souhaite positionner ce projet comme une destination incontournable pour les familles, les amateurs de sensations fortes et les touristes. Pour ce faire, l'entreprise recherche une agence de marketing capable de développer une stratégie de lancement innovante et percutante.

Votre mission sera d'élaborer une campagne marketing qui :

- Génère un fort engouement médiatique avant l'ouverture du parc
- Positionne Mōrea comme une destination de loisirs unique au Québec
- Cible stratégiquement les segments de clients idéaux
- Créer une expérience immersive en ligne avant même la première visite

OBJECTIFS STRATÉGIQUES, BUDGET ET CALENDRIER

Votre agence doit présenter une stratégie complète couvrant les 12 mois précédant l'ouverture du parc.

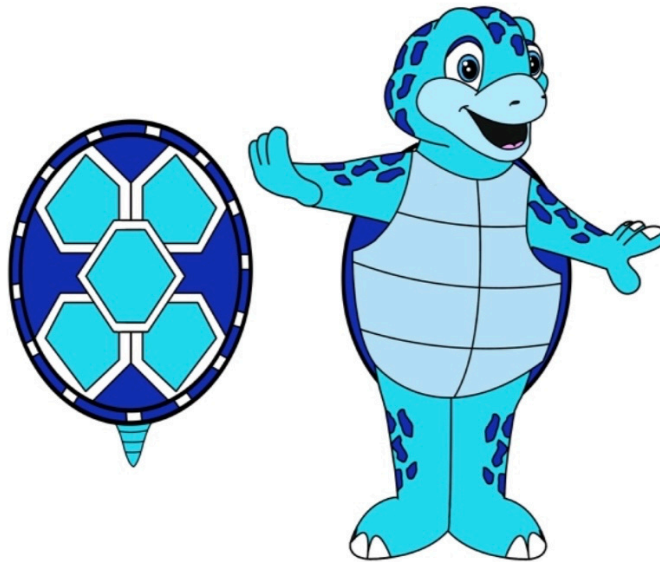
**La date d'ouverture est encore inconnue*

Votre plan devra inclure :

- Une campagne de notoriété et d'anticipation
- Des activations marketing et un plan de médias sociaux
- Une stratégie de relations publiques et partenariats
- Un budget réaliste et optimisé pour un impact maximal
- Un échéancier sommaire



ANNEXE 1
MASCOTTE EMBLÉMATIQUE





2025

notre dernière danse