

CAS CONTRAT



Rédigé par

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



RÉVOLUTIONNER L'EXPÉRIENCE AQUATIQUE AU QUÉBEC

CLIENT

Investissement Ray Junior

PROFIL DE LA COMPAGNIE

Investissement Ray Junior est une entreprise québécoise spécialisée dans l'investissement, la construction et le développement immobilier. Sous la direction du président Ray Junior Courtemanche, surnommé "Le Bâtitteur Visionnaire" dans sa biographie, l'entreprise se distingue par son engagement dans des projets diversifiés, couvrant les secteurs résidentiels, commerciaux et industriels.

Depuis l'acquisition en 2012 d'un vaste terrain de 15 000 000 pieds carrés à Mirabel, connu sous le nom de Cité Mirabel, Investissement Ray Junior a entrepris un projet urbain d'envergure. La Cité Mirabel, en plein essor, proposera plus de 3 000 unités résidentielles, incluant des condos comme Skyblü, des maisons de ville et une tour résidentielle pour retraités. Ce projet visionnaire s'intègre harmonieusement avec les Premium Outlets Montréal et continue de croître avec des initiatives ambitieuses.



MANDAT

Parmi les développements les plus attendus, Investissement Ray Junior annonce l'arrivée de **Mōrea Parc Aquatique** (anciennement Moana Parc Aquatique), un parc aquatique intérieur de nouvelle génération, situé au cœur de Cité Mirabel.

Ce projet révolutionnaire transportera ses visiteurs dans un univers tropical immersif, où l'eau et la technologie s'unissent pour offrir une expérience unique au Québec.

Caractéristiques du Mōrea Parc Aquatique

Inspiré des plus grands parcs aquatiques internationaux, Mōrea Parc Aquatique proposera :

- Des glissades adaptées à tous les âges.
- Un espace pour le surf, intérieur.
- Un étage destiné au bien-être, esthétisme et beauté.
- Un étage de restauration rapide.
- Un étage de restauration de soirée.
- 2 hôtels de 13 étages.
- L'un des hôtels comportera une salle de spectacle de 1500 places.
- Un centre de congrès.
- Un stationnement étagé de 11 étages.
- Des boutiques (locaux commerciaux disponibles à louer).

Un environnement 100% tropical, permettant une évasion tout au long de l'année.

Le Mōrea Parc Aquatique deviendra une destination de choix pour se divertir et se ressourcer en famille.



Lancer un nouveau projet immobilier n'est pas sans défis. L'entreprise souhaite travailler avec une agence de marketing qui comprend sa marque et son projet, tout en comprenant l'industrie complexe dans laquelle elle opère.

CONCLUSION

La concurrence entre les agences pour obtenir de nouveaux clients est élevée. Vous devez donc montrer que vous êtes les mieux placés pour accomplir ce mandat, peu importe la nature ou le nombre de demandes.

Vous disposerez donc de 20 minutes pour présenter votre agence, votre image de marque et votre analyse stratégique.



ANNEXE 1

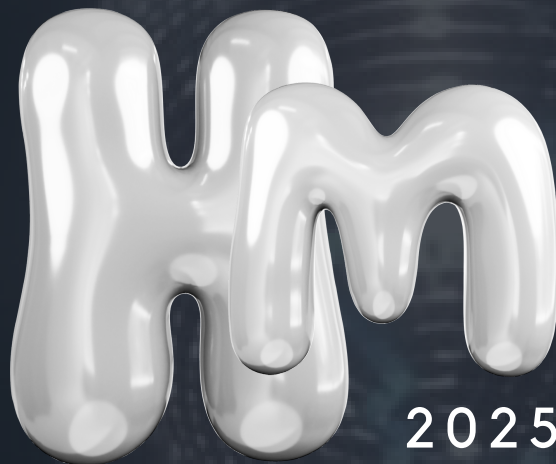
MODÉLISATION 3D DU PROJET





notre dernière danse

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

CAS **CONTRAT**



Ronde 3

Rédigé par

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



RÉVOLUTIONNER L'EXPÉRIENCE AQUATIQUE AU QUÉBEC

Félicitations! Vous avez été sélectionné comme l'un des trois finalistes pour convaincre les juges que votre stratégie est celle qui mérite le podium et, plus important encore, qu'elle est viable pour Investissement Ray Junior.

MANDAT

Dans votre présentation finale à Investissement Ray Junior, vous devez aborder la question de la rentabilité de votre campagne et des indicateurs clés que l'entreprise devrait suivre pour mesurer son succès. Il est également important d'inclure un calendrier complet afin de présenter ces indicateurs clés tout au long de la mise en œuvre, qui durera un an.

Investissement Ray Junior souhaite s'assurer que la campagne met en avant les avantages uniques du Mōrea Parc Aquatique, tels que ses attractions innovantes, son emplacement stratégique au cœur de Cité Mirabel, et son potentiel à devenir une destination de choix pour les familles et les touristes. Veillez à réfléchir à l'impact de cette stratégie sur le public, notamment en termes de satisfaction et de fidélisation, et aux éléments clés à prendre en compte pour la campagne, comme les partenariats locaux, les activations marketing et les relations publiques.



2025

notre dernière danse