

**CAS PRATIQUE**

**Client**

**LORRAINE TOURISME**

**Objet de la consultation**

**Lorraine**

----

**PRESTATION DE CONSEIL ET DE GESTION D'ESPACES  
PUBLICITAIRES DE LORRAINE TOURISME**

**Date limite de réception des offres**

**Le lundi 21 janvier 2019 à 12h00**

**Ce cas pratique servira d'analyse du critère « Pertinence de la recommandation » conformément à l'article 7 du règlement de la consultation.**

Mis en place depuis 23 ans par Lorraine Tourisme, le dispositif Pass Lorraine a pour objectif d'offrir aux visiteurs un accès privilégié à un certain nombre de sites touristiques (réduction sur le prix d'entrée par exemple) et de faire connaître la destination Lorraine.

Il permet également de fédérer plus de 250 partenaires touristiques lorrains qui participent ainsi activement à la promotion du territoire : sites partenaires de l'opération proposant des offres, office de tourisme lorrains, fermes-auberges, restaurateurs, hôteliers, ...

**Qu'est-ce que la carte Pass Lorraine ?**

Totalement gratuit, le Pass est valable pour une famille (deux adultes et leurs enfants). Il peut être commandé sur le site [www.passlorraine.com](http://www.passlorraine.com) (reçu à son domicile) ou obtenu de suite en le demandant dans les offices de tourisme lorrains ou dans les hébergements partenaires.

Le Pass Lorraine permet à son détenteur de bénéficier de plus de 170 offres touristiques privilégiées, recensées dans un support papier annuel (type carte Z) ou sur le portail [www.passlorraine.com](http://www.passlorraine.com).

La page [www.facebook.com/passlorraine](http://www.facebook.com/passlorraine) propose des offres ponctuelles plus attractives, de dernière minute, jeux concours, journées loisirs à gagner etc.

Plus d'informations sur le Pass Lorraine sur [www.passlorraine.com](http://www.passlorraine.com)

**La campagne Pass Lorraine 2018**

Dans l'objectif d'augmenter le nombre de détenteur de la carte Pass Lorraine, Lorraine Tourisme a mené plusieurs actions de communication à destination des Lorrains, d'avril à juillet 2018 :

- » Diffusion du spot publicitaire sur les radios locales et jeux-concours
- » Diffusion de la vidéo motion-design dans les cinémas de Lorraine
- » Insertions publicitaire dans des guides touristiques sur la Lorraine ainsi que dans la presse locale.
- » Insertion de bannières sur les sites d'actualités de Lorraine
- » Campagne Google adwords et Facebook ads

Un partenariat a également été mis en place avec France Bleu Nord pour l'année 2018.

Plus d'informations sur la campagne Pass Lorraine sur

<http://pro.tourisme-lorraine.fr/actions/communication-old/campagne-pass-lorraine/>

En 2019, Lorraine Tourisme souhaite orienter une partie de sa communication Pass Lorraine vers un axe de fidélisation. En effet, suite à une enquête utilisateur, il s'avère que malgré un nombre de détenteur important, le Pass Lorraine reste finalement peu utilisé sur le territoire.

**Problématique** : Quel plan d'action peut être mis en place par Lorraine Tourisme pour répondre à un double objectif : la conquête de nouveaux clients et la fidélisation des contacts Pass Lorraine ?

**Cible** : Les Lorrains

**Budget** : 60 000 € (hors création)

**Supports disponibles :**

- » Vidéo publicitaire
- » Spot radio
- » Publicité print
- » Bannières web
- » Flyer

Il est demandé au candidat de faire une proposition de plan d'action expliquant la stratégie et la méthodologie. Les candidats devront indiquer les supports préconisés et les dates de diffusion conseillées.

**L'absence de réponse à ce cas pratique entraînera systématiquement le rejet de l'offre. À noter que ce cas pratique est imaginaire et donné à titre d'exemple ; il n'a, en aucun cas, valeur d'engagement.**