

**REFERENCEMENT PAYANT POUR LES BESOINS DU CENTRE POMPIDOU – LOT 2 // Réseaux sociaux/Display**

Numéro de consultation : 24-CP05-085-AC

**Cas pratique**

**Annexe 2 au règlement de la consultation - Lot 2**

Le présent exercice constitue un cas pratique sur la base duquel seront analysées les offres techniques en fonction du sous-critère « Qualité de la réponse au cas pratique » énoncé dans le Règlement de la Consultation.

Contexte

Le Centre Pompidou souhaite effectuer une campagne autour d’une nouvelle offre d’adhésion à destination de son public jeune (moins de 30 ans) via un pass à 25 euros. Cette adhésion donne accès à toute la programmation du Centre Pompidou jusqu’à sa fermeture, puis à sa programmation dans les lieux partenaires.

La liste des avantages offerts par le pass adhérent est disponible à l’adresse ci-après : https://www.centrepompidou.fr/fr/visite/devenez-adherente

Objectif

Dans un secteur de l’offre culturelle de plus en plus concurrentiel, le Centre Pompidou souhaite acquérir de nouveaux publics jeunes, et surtout les fidéliser. Pour ce faire, il souhaite s’appuyer sur ses réseaux sociaux (Instagram, TikTok et Facebook) et de l’achat d’espace publicitaire online (display).

Le Centre Pompidou sollicite donc le titulaire pour concevoir une campagne de promotion en ligne, à cet effet.

Budget achat espace (hors gestion de campagne) : 6 000 €

|  |
| --- |
| **Cas pratique à remettre par le candidat**  Le candidat remet au Centre Pompidou une proposition indiquant et décrivant le périmètre de la campagne en détaillant : stratégie retenue, leviers utilisés, durée de la campagne, méthodologie et KPIs de suivi.  Pas de restriction sur le type de support (ppt, pdf, présentation online, etc.). |