

# ÉTUDE DE CAS :

LA PREUVE QUE LES JOURNAUX FONCTIONNENT : IMPRIMÉS ET EN LIGNE

## Le défi :

La firme Trampoline Branding offre des solutions stratégiques et créatrices à ses clients en publicité. Un de ses clients, un organisme appelé « Discover Saint John », de la ville de Saint-Jean, au Nouveau-Brunswick, faisait face à un grand défi : cette destination n'était pas toujours en tête de liste chez les touristes. Cependant, quand on les renseignait sur la ville et ses attraits, ils se montraient très intéressés par tout ce que la ville avait à offrir. Le défi était donc de trouver une façon d'attirer les Canadiens.

## L'objectif :

L'organisme venait de refaire son image de marque et voulait souligner son nouveau positionnement tout en présentant sa destination. Son but était d'attirer l'attention des Canadiens en les incitant à visiter la région.

## Le plan :

Trampoline Branding a créé un programme pour répondre aux besoins de Discover Saint John en proposant une expérience Facebook et un concours pour faire découvrir la ville à ceux et celles qui ne la connaissaient pas. Des publicités imprimées dans le journal et des annonces en ligne seraient utilisées pour promouvoir les éléments Facebook et, plus important encore, attirer les gens en ligne vers le site. Sur la page Facebook, les visiteurs pourraient ainsi planifier une escapade à Saint-Jean et participer à un concours permettant de gagner un voyage inoubliable dans cette ville.

## La création :

Les publicités imprimées et en ligne ont réussi à bien présenter Saint-Jean comme une ville chaleureuse, propre et sécuritaire ayant beaucoup à offrir. Les images à saveur familiale alliées aux photographies mettant en lumière le charme de cette ville historique et un bateau de croisière moderne ont réussi à démontrer efficacement les attraits de la ville.

Nous sommes immensément satisfaits de la campagne créée par Trampoline Branding. Les publicités imprimées et en ligne ont fait voir les beautés et le dynamisme de Saint-Jean et ce que les visiteurs peuvent y trouver. L'exposition supplémentaire offerte par la page Facebook nous a ravies; il est sûr que nous utiliserions encore les journaux et leurs sites à l'avenir pour promouvoir notre marque.

- Discover Saint John

## Les résultats :

Le groupe Discover Saint John a bien aimé notre idée et s'en est servi! Le concours a permis d'obtenir 662 clics d'appréciation sur Facebook et plus de 38 000 visionnements. Les journaux ont amené les lecteurs en ligne et ont aidé à faire un succès de ce projet!

- Tanya Kavelaars, chargée de compte, Trampoline Branding, Halifax



Pour de plus amples renseignements au sujet de l'industrie,  
visitez [www.journauxcanadiens.ca](http://www.journauxcanadiens.ca)



NEWSPAPERS CANADA  
TRUSTED | CONNECTED | TARGETED