

A man and a woman are relaxing on a wooden pier that extends into clear turquoise water. The woman is lying on her back on the pier, wearing a red one-piece swimsuit with a white horizontal stripe and white sunglasses. The man is sitting on the pier behind her, wearing a blue polo shirt, white shorts, and sunglasses. The background is a vast expanse of clear, bright blue-green water.

this perfect moment

A SECRET GLANCE
NOW MATTERS MOST

Inspiration day by Roularta

3 creative cases
Club Med

Dominique Declercq
Marketing Manager

LE LUXE
by Club Med Ψ



1

Club Med in a nutshell

2

Challenges and Solutions

3

3 creative cases

3

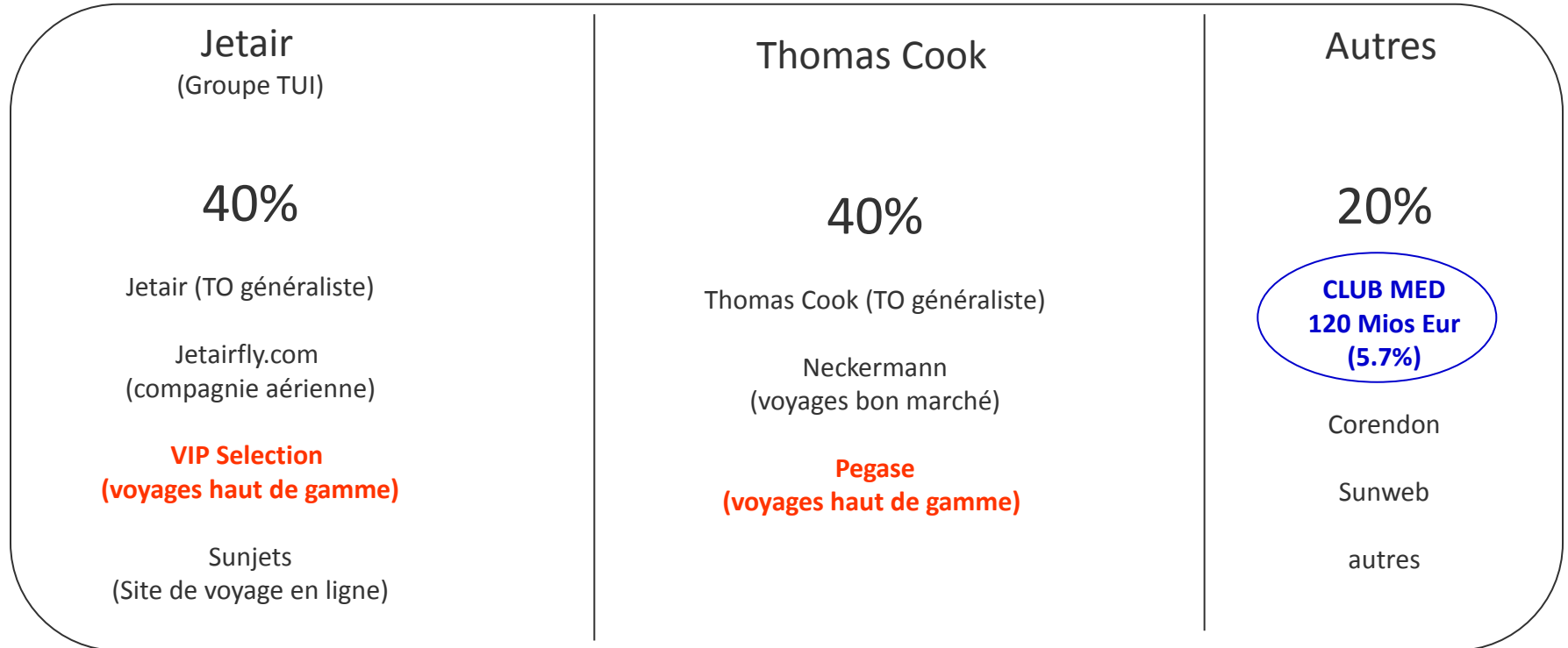
Conclusion



Club Med in a nutshell



Source Abto: 2,1 Milliards Eur



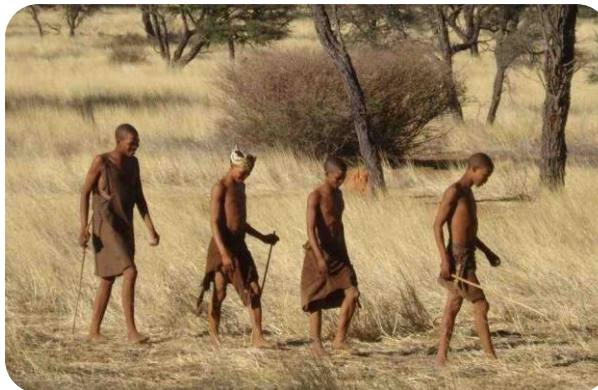
Our offer is built on 5 pillars



Our 80 villages



Resorts Valmorel - Ile Maurice



Our Discovery routes

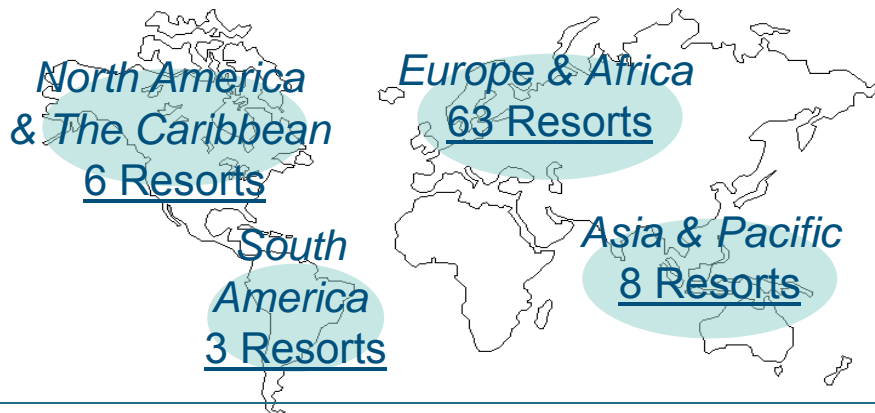
Business & Corporate offer



Cruise le Club Med 2



Club Med in a nutshell



- 80 resorts
- 26 markets
- 1 200 000 clients worldwide

BELGIUM ...



- 120 M€ turnover
- 2nd market after France
- 100 000 customers
- 50 GO in Belgium
- ... 25% of our activity in Flanders



Challenges and solutions



Develop Flanders

Grow on our Premium selection

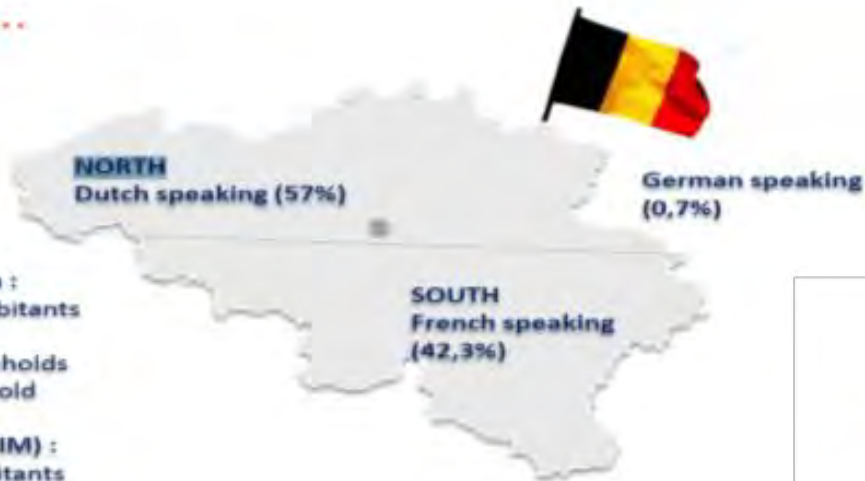
Increase penetration on Business target

Create a relationship

Rappel contexte Belgique



BELGIUM ...

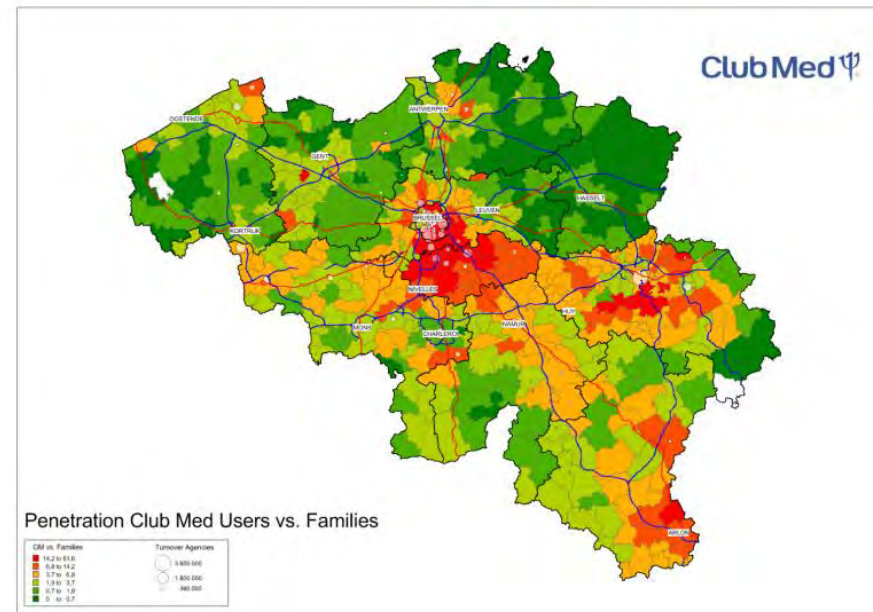


Total population :
10.827.519 inhabitants

4.569.519 households
2,3 ind / household

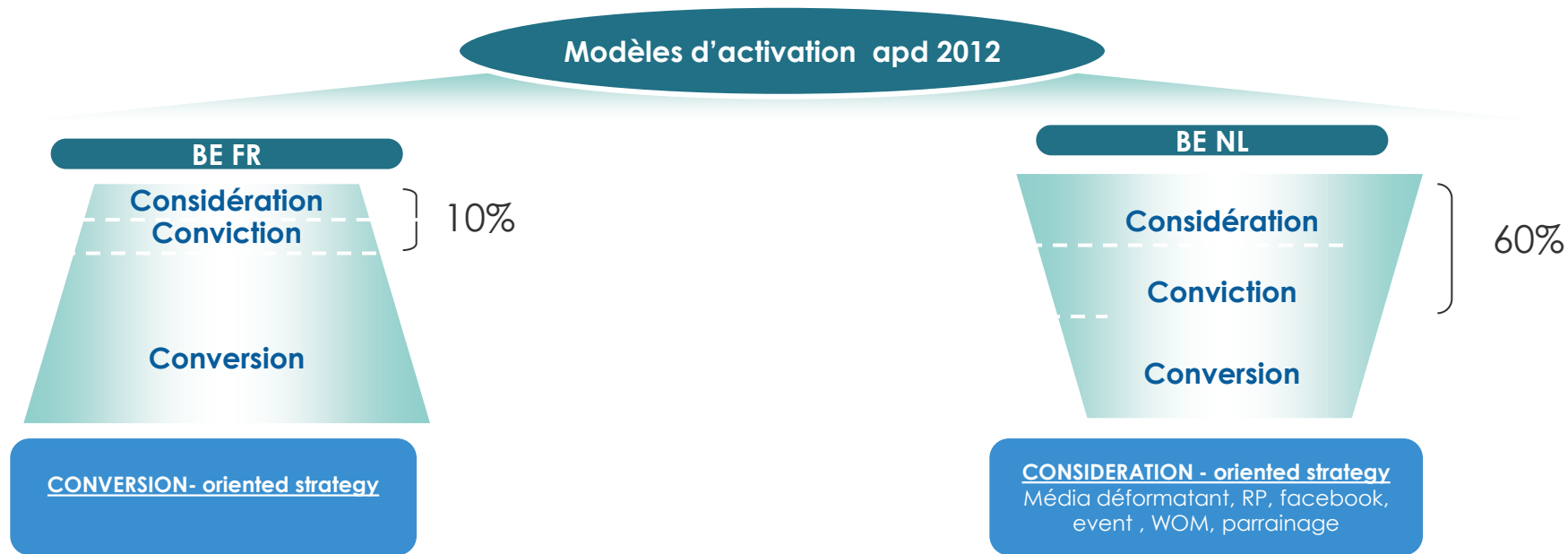
12 year and + (CIM) :
9.233.780 inhabitants

Characteristic : small & divided





- Des régions d'une maturité différente nécessitent un modèle d'activation différent:



Un modèle d'activation
différent nécessite un mix
média différent





Le bonheur simple d'oublier ce qui est compliqué.

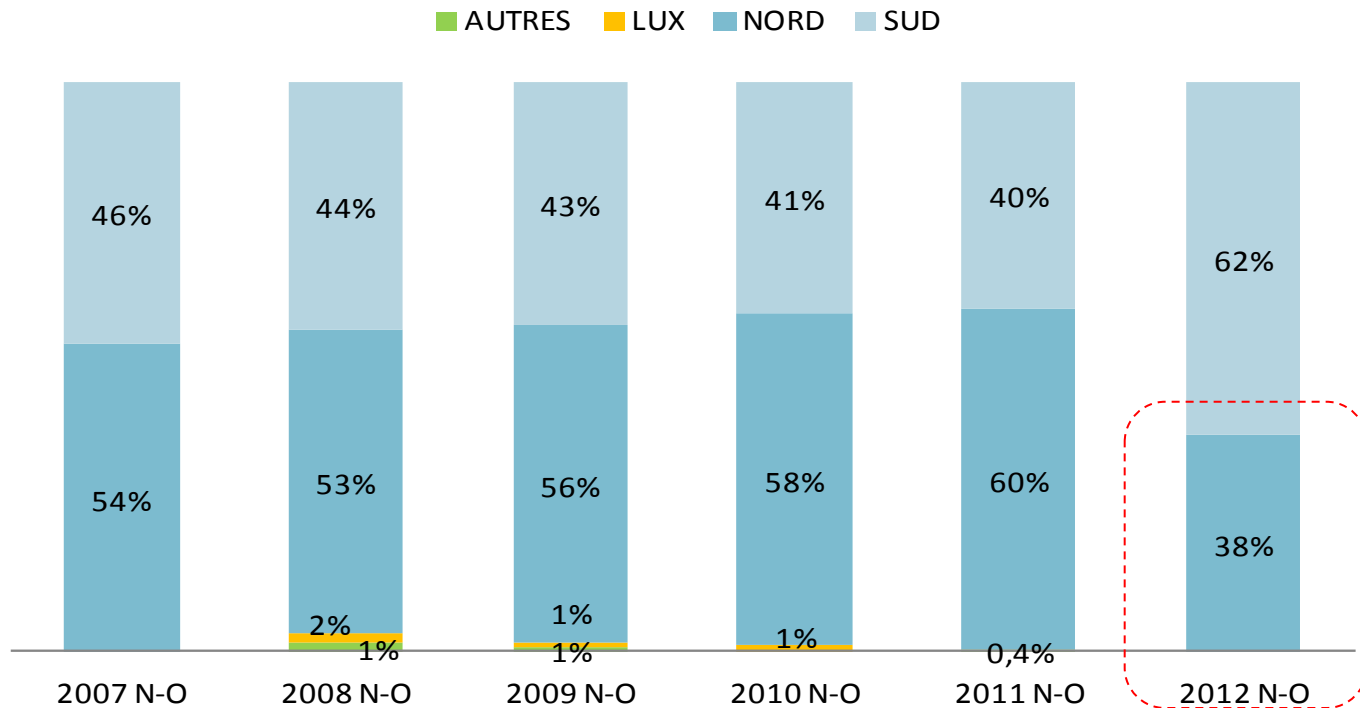
L'ART DU TOUT COMPRIS : Au Club Med, vous êtes libre de tout vivre sans aucune contrainte. Des forfaits aux cours de ski, du hammam bien mérité au goûter au pied des pistes, lâchez prise et appréciez sans retenue le Tout Compris by Club Med. Toutes nos offres sur clubmed.fr/ski



un virage radical en Flandre vers le média déformant et le hors média

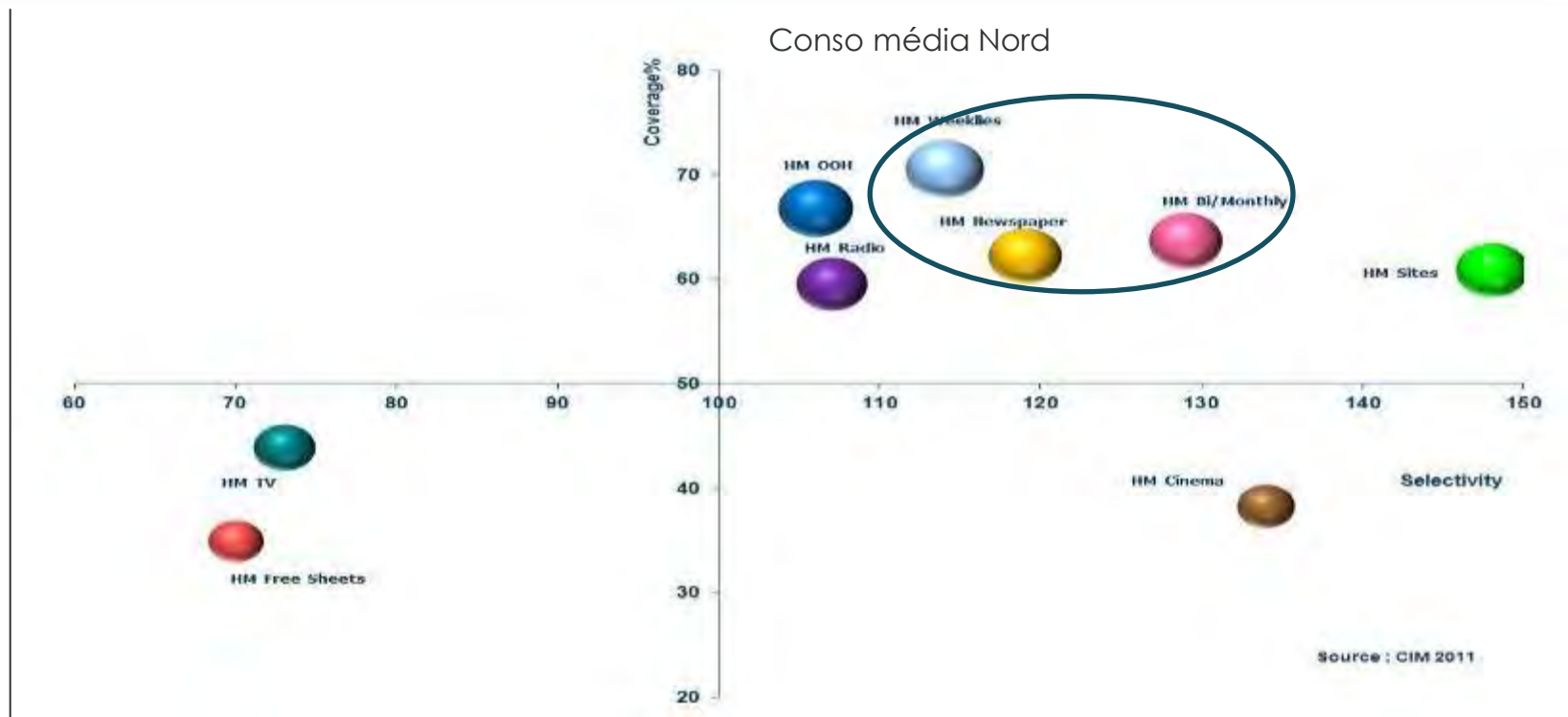


Source : AEGIS Webstat - Hors SEA
Budget Net net + taxes & suppléments





Redécouvrez le bonheur





3 creative cases (Flanders)

Levier de croissance : le print déformatant



Sept 2012



Nov 2012



La location de villa,
un type de vacances en
expansion pour **se retrouver
avec ses proches** et se
ressourcer en toute **intimité**



Avril 2013

Objectif majeur: surprendre



MINI BLACK

Inspired by Club Med



Résultats (Post – test Sept 2012 / n: 420)

89% des répondants ont vu le magazine (vs 72% HL N°2)

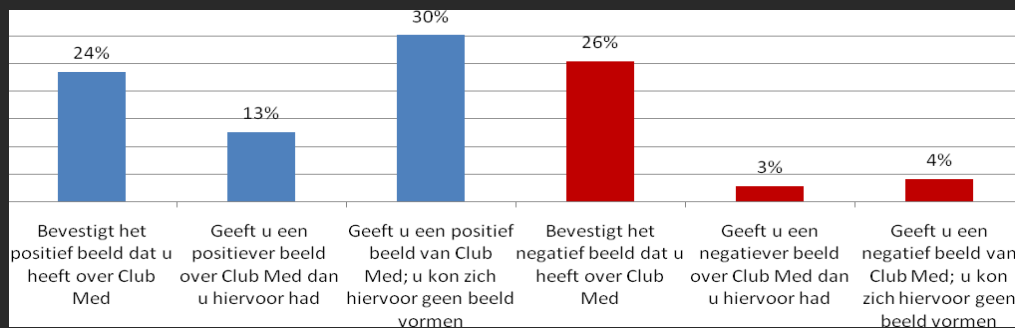
81% trouvent que le magazine est en cohérence avec la marque (vs 77% HL N°2)

⇒ 38% a l'intention de garder le magazine

⇒ 15% a l'intention de le passer à des amis intéressés

⇒ 8% a recherché de l'information sur une ou plusieurs destinations, suite à la lecture

⇒ 67% a une image (plus) positive de la marque Club Med suite au mini magazine



Levier de croissance : le print déformatant



Sept 2012



Nov 2012



La location de villa,
un type de vacances en
expansion pour **se retrouver**
avec ses proches et se
ressourcer en toute **intimité**



Avril 2013



Conclusion



- ❖ Des formats print innovants qui nous permettent d'émerger malgré le fait que nous soyons challenger
- Valoriser l'expérience Club Med par un plan 360°
- Créer un réel dialogue avec nos consommateurs et initier des conversations positives autour de la marque, éveiller de la curiosité
- Faire des médias qui représentent la marque Club Med "": « happiness » et le « fun »
- Créer du business
- Devenir l'exemple pour la France

THANK YOU

