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 up behind her, wearing a blue polo shirt and sunglasses, with his hand on her shoulder. The scene is bright and sunny, suggesting a vacation or resort setting.

**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**

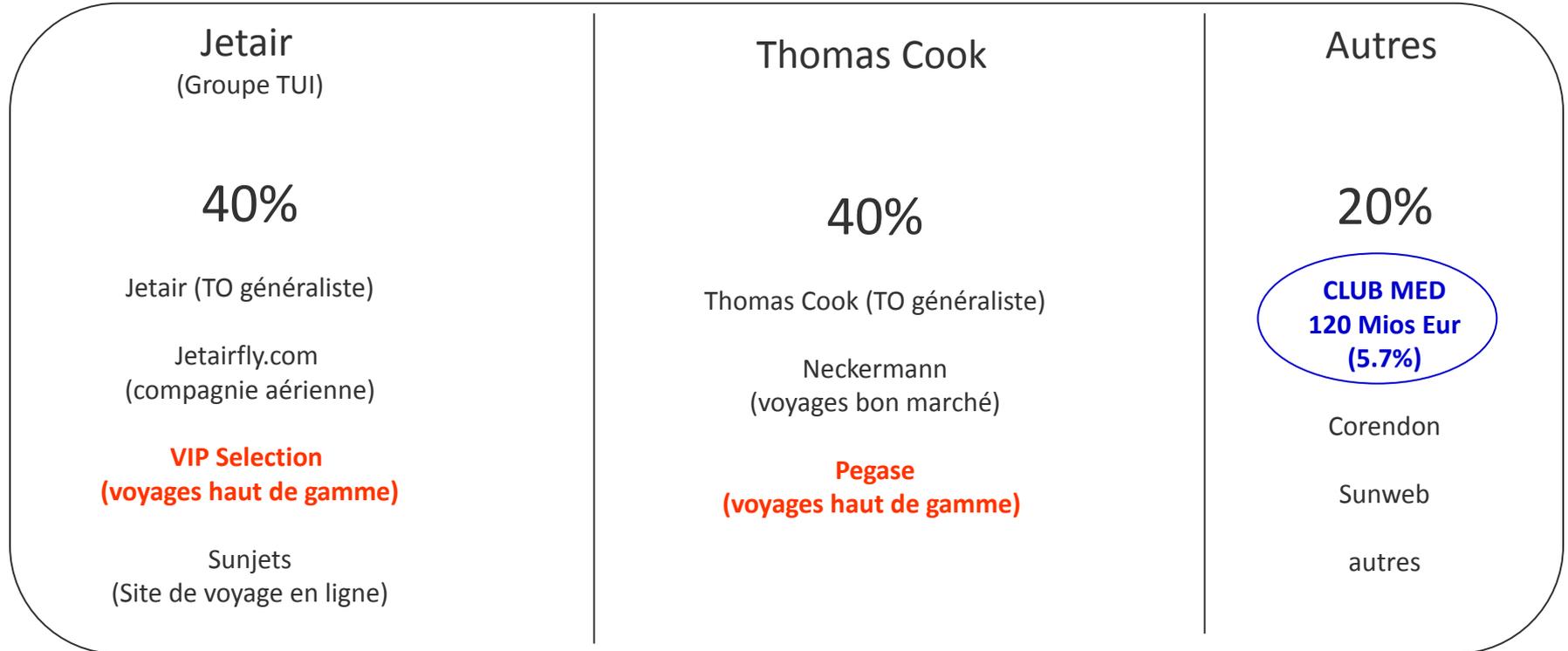
**Conclusion**



# Club Med in a nutshell



## Source Abto: 2,1 Milliards Eur



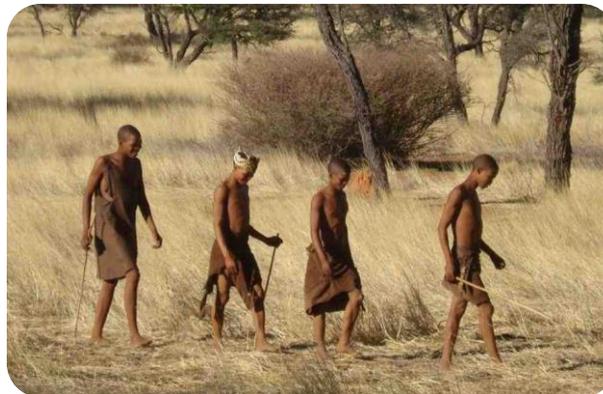
# Our offer is built on 5 pillars



## 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

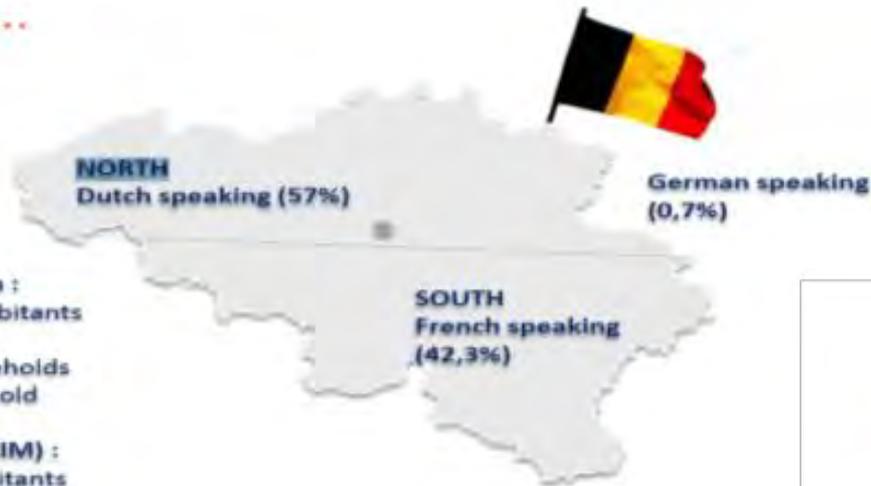
Increase penetration on Business target

Create a relationship

# Rappel contexte Belgique



## BELGIUM ...

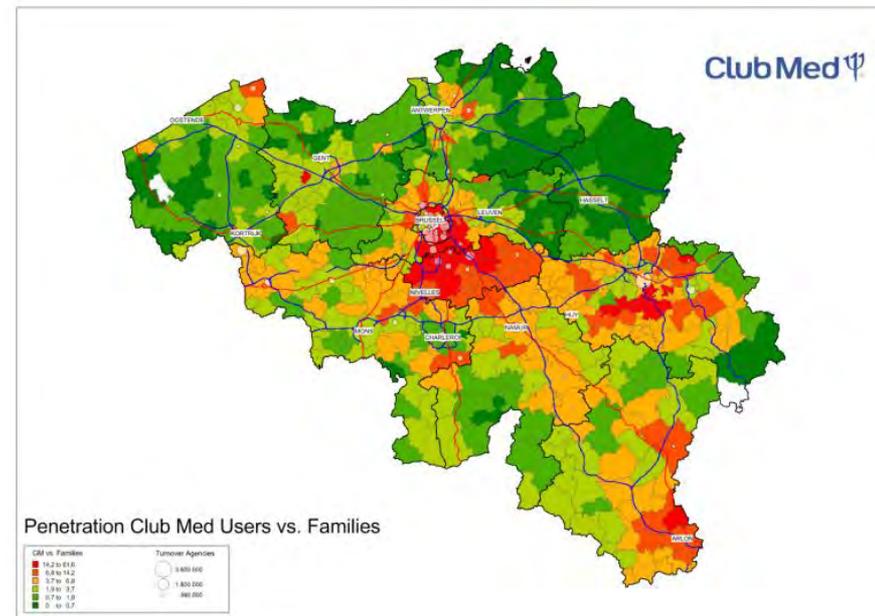


**Total population :**  
10.827.519 inhabitants

4.569.519 households  
2,3 ind / household

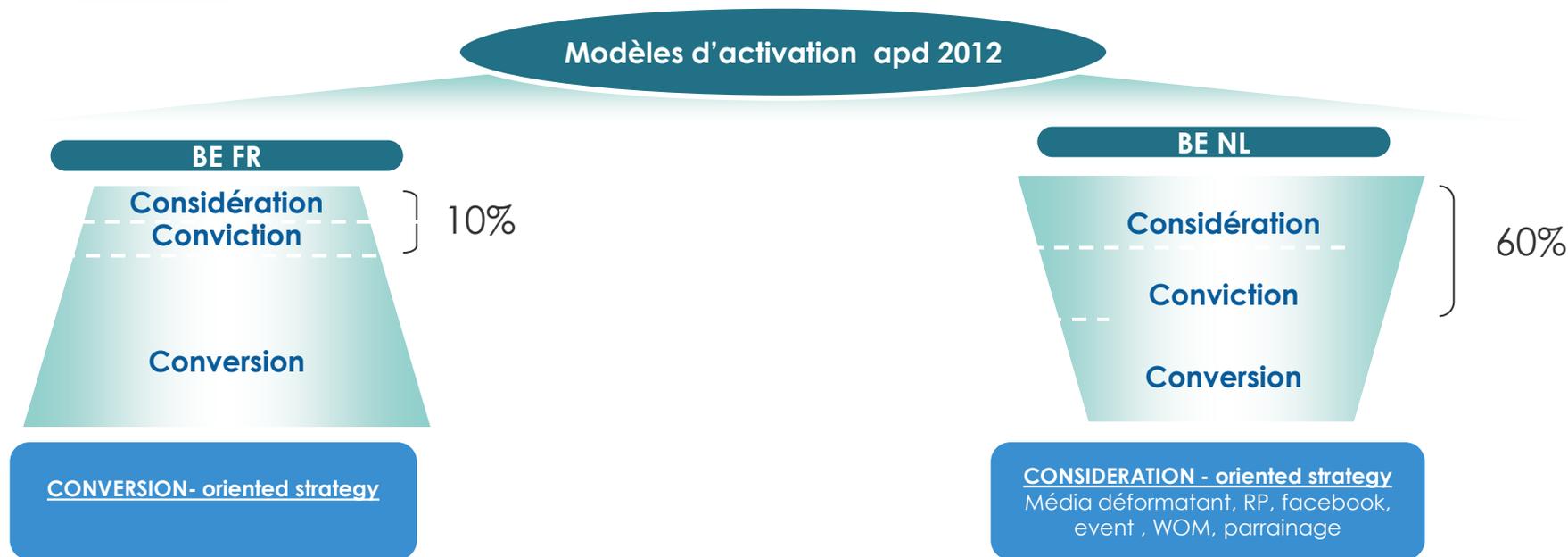
**12 year and + (CIM) :**  
9.233.780 inhabitants

**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](http://clubmed.fr/ski)

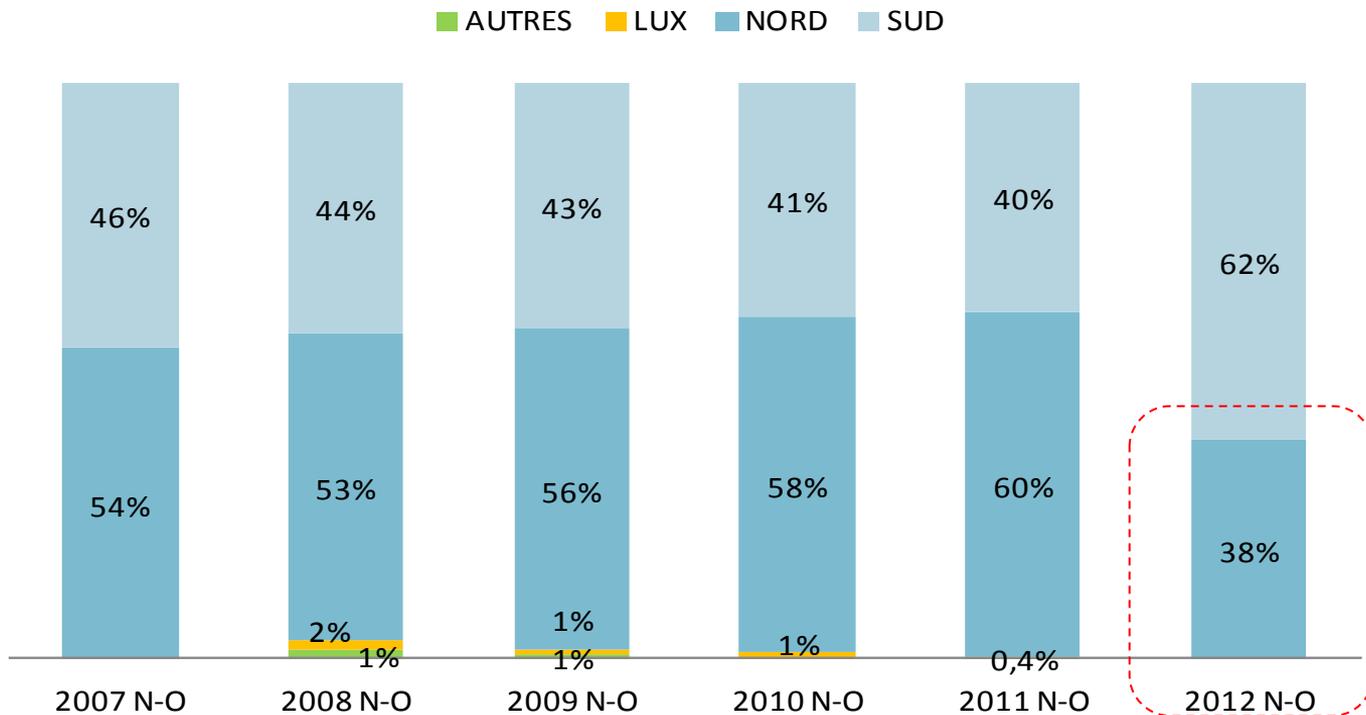


**Club Med**   
REDÉCOUVREZ LE BONHEUR

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

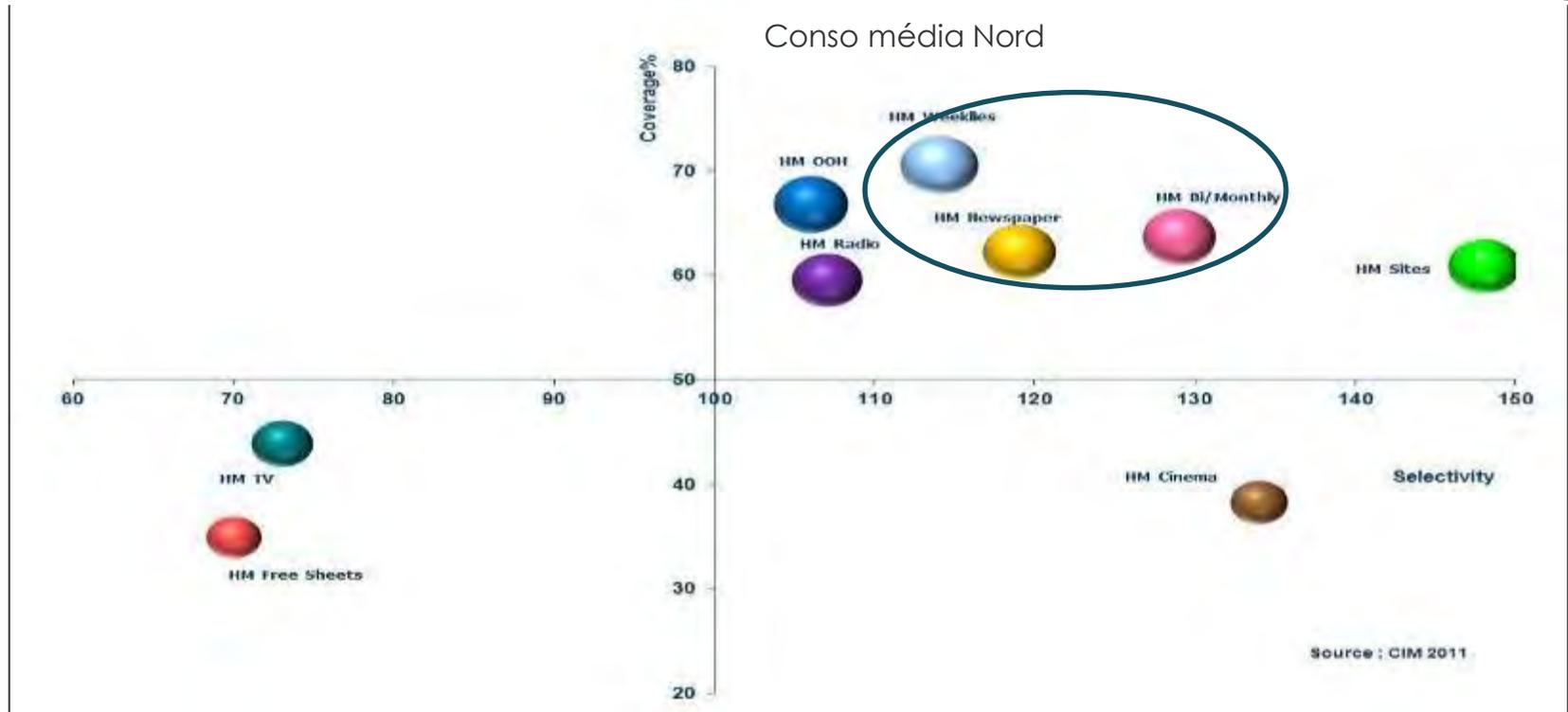


Source : AEGIS Webstat - Hors SEA  
Budget Net net + taxes & suppléments





## 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)

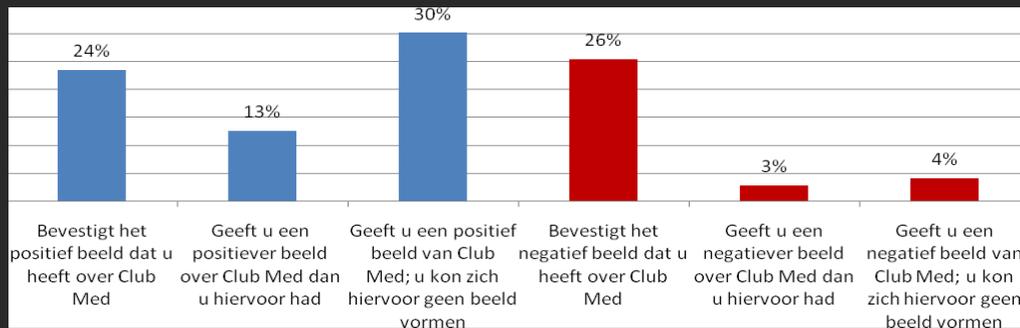
81% trouvent que le magazine est en cohérence avec la marque (vs 77% HL N°2)

⇒ 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

