

Le Club Med a lancé sa nouvelle campagne Soleil pour vivre de « vraies » vacances!

Le Club Med reprend la parole avec sa nouvelle campagne publicitaire pour l'été 2015. Une campagne « print » signée Saatchi&Saatchi qui répond de façon pertinente et avec un ton décalé aux attentes des amoureux du voyage.



La marque au Trident installe sa promesse de marque : « Avec le Club Med, redécouvrez l'essence même des vraies vacances ».

Le 15 mars 2015, la marque au Trident a lancé sa campagne Soleil qui sera au cœur de sa stratégie publicitaire. 4 annonces « print » faisant écho à l'expérience client unique au Club Med. Une expérience sans contrainte, sur mesure et résolument haut de gamme.

Le Club Med a toujours centré sa réflexion sur les attentes de ses clients. Véritable créateur de bonheur, le Club Med a inventé une nouvelle façon de vivre ensemble et un style de vacances inédit : des vacances Tout Compris haut de gamme, des Villages dans les plus beaux sites du monde, où chacun peut se ressourcer avec les siens.

Les 4 annonces proposées en « print » reflètent parfaitement l'état d'esprit du Club Med. La notion de performance est omniprésente dans notre société, il est parfois bon de lâcher prise et de s'écouter. C'est guidé par cette aspiration et par la capacité de l'offre à faire l'unanimité dans les familles, les couples ou les groupes d'amis que cette campagne a été réalisée.

« Dans la continuité de notre précédente campagne sur les Sports d'hiver, nous souhaitons partager notre vision de ce qui fait le cœur de la promesse Club Med : des vacances sans aucune contrainte, où chacun profite à son rythme selon ses envies. Un pan digital complémentaire, prévoyant un programme vidéo exclusif, permettra prochainement à chacun de découvrir nos expériences de vacances uniques. En cette fin d'hiver, notre nouvelle campagne est un clin d'œil à tous ceux qui rêvent d'un peu « d'amour et d'eau salée » ! précise Jonathan Dulman, Directeur Marketing France BeNelux Suisse.

Une campagne publicitaire aux « taglines » audacieuses

« Vous ne pouvez pas comprendre vous êtes trop vieux » ; « Art 22. Chacun fait ce qu'il veut » ; « Je bonheur, tu bonheurs » ; « Vivre d'amour et d'eau salée ». Avec des « Taglines » tantôt insolentes, tantôt relaxantes, la marque au trident a misé sur des annonces rappelant la volonté de faire des vacances un moment où chacun peut totalement lâcher prise et oublier le stress de la vie quotidienne.

Un plan média pertinent et un dispositif digital novateur

Cette campagne offre un fort dispositif avec près de 40 insertions médias. Le Club Med sera présent dans les magazines d'actualités, de sport, lifestyle, mais aussi dans la presse féminine et dans les médias voyages – tourisme.

Le 27 mars, le Club Med lancera un dispositif événementiel et innovant sur la 1ere de couverture du quotidien Le Figaro et sur le magazine Le Figaro Magazine.

Le digital est un territoire d'expression capital au Club Med. Complémentaire de la campagne print, un dispositif digital sera lancé prochainement prévoyant un programme exclusif de capsules vidéo permettant à chacun de se projeter dans « ses vraies vacances ».

FICHE TECHNIQUE

Annonceur : CLUB MED
Titre : Club Med Campagne Soleil
Agence : SAATCHI & SAATCHI + DUKE
Directeur de création: Frédéric Témin
Concepteur rédacteur: Carl Harborg
Directeur artistique: Philippe Rachel
1ère date print : 15 Mars 2015
Responsables annonceur : Jonathan Dulman, Pascale Hardy-Amargil, Julie Moulin
Responsables Saatchi : Roxane Roullier, Hélène Henin
Responsables Carat : Yvan Bouffay, Florian Charnier

A propos du Club Méditerranée : Inventeur du concept de club de vacances, le Club Méditerranée est le leader mondial des vacances Tout Compris, haut de gamme, conviviales et multiculturelles. Depuis 2004, le Club Med s'est engagé dans une stratégie de montée en gamme et d'internationalisation. Le Club Med exploite aujourd'hui un parc de 71 Villages constitué aux 2/3 de Villages premium 4T et luxe 5T. L'offre est également constituée des croisières sur le voilier 5 Mats Club Med 2 et des Circuits Découverte by Club Med. L'ensemble de ces prestations se décline pour les professionnels avec une offre adaptée grâce au Club Med Business. Toujours plus innovante l'entreprise propose par ailleurs à ses clients d'acquérir en pleine propriété des Villas ou des Chalets Luxe à proximité des Villages.

Présent dans 26 pays répartis sur quatre continents, le groupe emploie 13 000 GO de 100 nationalités différentes. Son offre Tout compris Premium inclut un niveau de confort répondant aux standards des plus grands hôtels internationaux, un design original, une table de qualité, un encadrement enfant professionnel, une offre sport unique, et des partenariats prestigieux pour une proposition SPA inédite. Distribué par plus de 1 500 agences de voyages dans le monde à travers ses réseaux de distribution directs (agences en propre, franchises) et indirects. Ciment de l'Esprit Club Med, alliance de professionnalisme et de convivialité, les équipes G.O et G.E sont au cœur de la politique RH du groupe.

Contacts presse

Julie-Marléne Pélissier – Responsable des Relations presse –

Julie-Marlene.Pelissier@clubmed.com - 01 53 35 35 08

Emile-Pierre Badiane – Attaché de presse

emile-pierre.badiane@clubmed.com - 01 53 35 37 70

Sophie Reinach – Attachée de presse

Sophie.Reinach@clubmed.com - 01 53 35 35 87