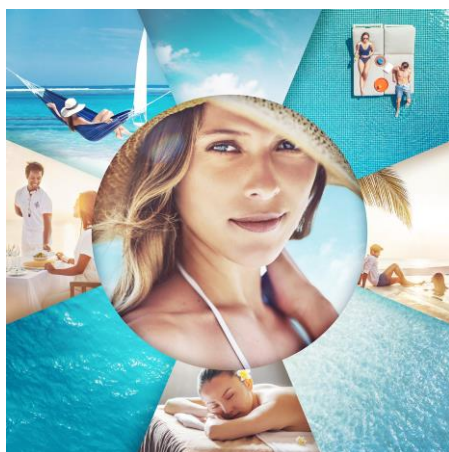




COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LA NOUVELLE AMBITION MONDIALE DU CLUB MED :

« VOUS ÉTONNER » / « AMAZING YOU »



Paris, 9 janvier 2017 - La nouvelle ambition du Club Med « Vous étonner » / « Amazing you » : une mission d'entreprise cohérente avec ses valeurs, qui place l'humain au cœur de son expérience et s'incarne à travers une plateforme d'expression internationale et digitale autour de l'émerveillement pour les clients et par les clients.

Une étape décisive dans la saga publicitaire Club Med

Pour la première fois de son histoire, Club Med prend la parole à travers une plateforme mondiale et digitale : « le Playground ». Imaginé et développé par les équipes Club Med avec l'agence FRED & FARID, ce playground place l'humain au cœur de son expérience et permet de construire un système de marque cohérent s'adaptant aux besoins des différents marchés internationaux.

Pour ces derniers, notamment les marchés sur lesquels la marque doit accroître sa notoriété, le playground a également pour objectif de montrer ce que le Club Med est aujourd'hui : « Worldwide Resorts. All inclusive Experiences ».

La plateforme Club Med « Vous étonner » / « Amazing you » incarne et illustre fidèlement le double engagement de la marque depuis sa création en 1950 :

- être au service du client grâce à une anticipation permanente de ses attentes, à travers le professionnalisme et la bienveillance de ses GOs et l'expérience unique proposée en Resort ;

- permettre au client de se redécouvrir soi-même et avec ses proches : se reconnecter avec les siens, vivre des expériences insolites, se surprendre à faire des choses qui paraissaient impossibles, tout faire ou son contraire, ne rien faire.... Autrement dit, s'étonner et s'émerveiller grâce à l'expérience vécue.

Club Med répond ainsi aux besoins d'épanouissement de chacun, des familles aux couples sans enfant en passant par la tribu multigénérationnelle « (3 G) ».

Un lancement mondial dévoilé à partir du 8 Janvier

La plateforme de marque « Vous étonner » / « Amazing you » est incarnée par un nouveau film de marque fondateur signé FRED & FARID : une ode à la liberté de se redécouvrir, racontée au travers du regard d'une femme qui partage l'expérience qu'elle est en train de vivre au Club Med.

Ce film, dans sa version longue de 30 secondes, a été dévoilé en France dès hier soir en TV (sur TF1 et BFM Business) et, sera dévoilé à partir du 11 janvier, au cinéma. Une version courte sera diffusée sur les réseaux sociaux et en digital.

A l'international, ce film sera notamment lancé en Australie et aux Etats-Unis mi-janvier, en Chine au moment du nouvel an chinois, et en l'Amérique latine à partir de mi-mars.

A travers ses « Signatures », Club Med affirme son caractère unique

Dans un monde de plus en plus digital qui demande des preuves visibles et concrètes, Club Med fait la différence en créant ses Signatures.

Elles représentent le meilleur de l'expérience Club Med que chaque client retrouve à travers le monde dans les Resorts. Elles sont la preuve et l'illustration du « savoir-faire humain » du Club.

Leur tonalité s'ancre dans l'ADN de la marque : gentillesse, bienveillance, premiumness...

Quelques exemples de « Signatures Club Med » :

Signature numéro 4 « Avoir plusieurs sports à son arc » : 10 à 15 sports différents par Resort – inclus - encadrés par des GOs professionnels - pour varier les plaisirs et nourrir les passions

Signature numéro 35 « Skis, forfaits...A peine arrivés tout est prêt » : grâce au service Easy Arrival, renseignez en ligne, avant votre arrivée, toutes les informations pratiques nécessaires pour retrouver dans votre casier votre matériel de ski chauffé. Parce qu'il vaut mieux faire les pistes que les files d'attente !

Signature numéro 15 « Les meilleurs Spas au monde, même au bout du monde » : les plus grands noms du bien-être et les activités de relaxation incluses pour une détente optimale

Pour accompagner le film fondateur, 3 vidéos de 25 secondes illustrent les services du Club Med : la bienveillance des GOs, l'encadrement des enfants, la diversité des sports dans les Resorts, le repos dans les espaces dédiés à la détente...Ces films seront

diffusés principalement online, en format pre-roll et vidéos sponsorisées sur les réseaux sociaux.

Des vidéos capsules de 15 secondes viendront compléter le dispositif de lancement et couvriront l'ensemble des Signatures Club Med.

Une plateforme de communication pensée et illustrée à travers le regard des femmes

Aujourd'hui, Club Med se démarque dans l'univers du tourisme en plaçant les femmes au centre de son nouveau playground.

En très large majorité, les femmes sont à l'origine de la préparation et de l'évaluation des projets de vacances. Au sein de la tribu, elles vont porter les choix et doivent souvent réussir l'impossible en réconciliant des besoins parfois opposés.

C'est naturellement à travers leur regard que le Club Med a pensé son nouveau mode de communication.

Afin d'illustrer l'étonnement et les possibilités infinies offertes par Club Med, l'agence FRED & FARID a ainsi créé une narration très émotionnelle et authentique, une succession de moments et d'expériences qui traduisent l'intensité de l'expérience vécue dans les Resorts.

Faisant le choix de la multi-caméra, de la caméra embarquée à la vidéo mobile en passant par le filtre Instagram, la communication Club Med s'inscrit dans la modernité des nouveaux usages et de partage des images sur les réseaux sociaux. Ce film a été réalisé par Nan et le chef opérateur Matias Boucard qui s'est notamment distingué avec le film l'Odyssée.

Enfin, le choix de la musique vient renforcer la dimension émotionnelle tout en diffusant des ondes positives : le spectateur se sent entouré, choyé et aussi inspiré.

Un playground très digital et audio-visuel first

Dès son origine, en inventant un nouveau concept de vacances reposant sur un esprit convivial, Club Med s'est affirmé comme une marque communautaire et digitale avant l'heure.

En faisant le choix du « tous écrans » et de « l'audio-visuel first » pour ce playground, Club Med adopte les nouveaux comportements et les nouveaux usages sociaux.

A l'occasion du lancement de ce nouveau playground, Henri Giscard d'Estaing, Président du Club Med, a déclaré : *« Le Club Med est aujourd'hui doté d'une plateforme représentative d'une marque cohérente répondant aux attentes des clients d'aujourd'hui et illustrant ce qu'il est : « Vous étonner » / « Amazing you ».*

Cette étape décisive dans la saga publicitaire déjà riche du Club Med a vocation à être pérenne et à s'enrichir à travers le partage des réseaux sociaux.

Fidèle à son ADN d'origine, le Club Med s'inscrit pleinement dans la nouvelle tendance du monde digital. Aujourd'hui, la communication vient autant des clients que des marques. Nous avons donc voulu une plateforme de communication qui traduise ce que vivent nos clients et qui les amène à l'enrichir en permanence grâce aux réseaux sociaux. »

Frédéric Raillard et Farid Mokart, Co-fondateurs de FRED & FARID New York, Shanghai, Paris ont déclaré : « *Club Med est une marque de luxe moderne aux valeurs féminines. Nous avons travaillé ensemble avec les équipes Club Med et de l'agence pour comprendre le sens de la marque : le sentiment de joie, de bonheur, quand on passe les portes du Club Med, on rentre dans une bulle où on peut se retrouver.* »

Découvrez cette nouvelle plateforme Club Med sur Babblér :

<http://web.babblér.fr/brand/show/club-med-france> et retrouvez l'intégralité des contenus : le film de marque fondateur, des interviews des portes parole Club Med et Fred & Farid etc...

Contacts Presse CLUB MED

Thierry ORSONI

Directeur de la communication et des relations institutionnelles

thierry.orsoni@clubmed.com

Tel : +33 1 53 35 31 29

Sophie REINACH

Senior press officer

sophie.reinach@clubmed.com

Tel : +33 1 53 35 35 87

Contact Presse FRED & FARID

Jalila LEVESQUE

Head of group communication

jalila.levesque@fredfarid.com

Tel : +33 1 81 51 50 00

A propos de CLUB MED

Fondé en 1950 par Gérard Blitz, le Club Med est l'inventeur du concept de club de vacances tout compris et de l'encadrement des enfants, avec la création du Mini Club en 1967.

Toujours guidé par un esprit pionnier, le Club Med est un véritable découvreur de destinations et de sites exceptionnels. Le Club Med est aujourd'hui le leader mondial des vacances tout compris haut de gamme, au savoir-faire français, à destination des familles et des couples & amis. Le groupe exploite un parc de près de 70 Villages constitué aux ¾ de Villages 4 et 5 Tridents. Présent dans 26 pays répartis sur cinq continents, le groupe emploie

Plus de 23 000 GOs (Gentils Organisateurs) et GEs (Gentils Employés) de 110 nationalités différentes.

www.clubmed.fr

A propos de FRED & FARID (New York, Shanghai, Paris)

FRED & FARID est un Creative International Boutique Network indépendante basée à New York, Shanghai et Paris fondé par Fred Raillard et Farid Mokart (Creative CEO).

Depuis 2011, FRED & FARID (New York, Shanghai, Paris) a remporté plus de 800 awards et près de 30 agency honors dans les festivals créatifs internationaux.

www.fredfarid.com

Fiche technique

Agency : FRED & FARID (New York, Shanghai, Paris)

Client : Club Med

Title of ad: Club Med. *Vous Étonner, Amazing you*

Brand Supervisors: Anne Browaeys-Level, Directrice Générale Marketing Digital et Technology, Sylvain Rabuel, Directeur Général France Europe-Afrique, Armelle Vimont-Laurent, Directrice Marketing Marque et Produit, Quentin Briard, Directeur Marketing France Benelux Suisse, Julien Lebreton, Responsable Marque et Communication, Brand & Product, Mathilde Cossin, Chargée Marque & Communication, Brand & Product, Clémence Benteux, Responsable Média et Contenu France Benelux Suisse

Chief Creative Officers : Fred & Farid

Executive Creative Director: Olivier Lefebvre,

Creative Director : Stéphane Gaubert

Copywriter: Julien Perrard

Creative Team (print & digital) : Nicolas Berthier, Wentao Zhang

Creative Video Content : Nicolas Hurez

Social Media Strategist: David Chiche

Producer : Aurélien Mérigaud

Production Company: Soixante Quinze

Director of Photography : Matias Boucard

Director: Nan

Producer : Fabien Roques

Music : Youth Lagoon