

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

**ET SI ON PENSAIT AUX PROCHAINES VACANCES D'HIVER  
AVEC CLUB MED ?**



***Paris, le 10 septembre 2017 - Suite au lancement en janvier dernier de la nouvelle plateforme de marque internationale « Amazing You / Vous étonner », Club Med reprend la parole en restant fidèle à ses valeurs et son ADN et en plaçant toujours l'humain au centre. Pour ce second opus, l'émerveillement, promesse centrale du Club Med, est cette fois-ci décliné à la montagne.***

**Le 2<sup>ème</sup> volet mondial de la plate-forme « Amazing You / Vous étonner » toujours vu à travers le regard des femmes**

Une fois de plus, Club Med souhaite émerveiller en faisant découvrir les plaisirs des vacances à la neige : sans stress, sans contrainte, avec une multitude d'expériences à la fois ski... et hors ski.

Club Med place à nouveau les femmes au cœur de sa communication avec un nouveau film de marque émotionnel et authentique d'une minute (qui sera également décliné en 30 et en 19 secondes.)

Une véritable 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 en famille au Club Med.

Le claim global de la campagne, « Et si cet hiver, vous vous laissiez glisser ? », résume quant à lui les bénéfices des sports d'hiver sans contrainte, permettant à chacun de profiter pleinement de ses vacances, sans le stress organisationnel.

Des formats de 15 secondes plus ciblés viennent parfaire le dispositif pour mettre en scène la pluralité de l'offre qui convient aux couples comme aux familles, aux fans de ski comme à ceux qui débutent ou qui préfèrent simplement d'autres activités.

## **Un Playground toujours digital et mobile first**

Club Med et son agence FRED & FARID ont fait à nouveau confiance au réalisateur Nan pour donner vie de manière étonnante et émotionnelle à l'expérience Club Med.

Grâce au multi-caméra (caméra embarquée, vidéo mobile, GoPro...), Nan plonge le spectateur de manière immersive et authentique au cœur de la vie de cette famille et du Village et contribue ainsi à inscrire Club Med dans son époque avec des images modernes et dynamiques.

Chaque film a ainsi été produit en horizontal (le format TV traditionnel) mais aussi en vertical afin de s'adapter aux nouveaux usages mobiles sur les réseaux sociaux.

### Un plan de lancement puissant en France :

Le lancement de ce nouveau film de marque s'appuie sur un dispositif média puissant, fidèle à la stratégie « tous écrans » du Club Med et s'articule autour de trois axes :

- diffusion à la **TV et en replay** (TF1 et chaînes de la TNT) du 10 septembre au 1<sup>er</sup> octobre.
- diffusion au **cinéma** (445 cinémas en France) du 13 septembre au 10 octobre.
- **Vidéos en ligne** (sur les sites mytf1, Youtube, Figaro, Le Monde, Lonely, Geo, Facebook, Gala, Femmes actuelles etc) du 04 septembre au 02 octobre.

## **Un dispositif cohérent avec les ambitions du Club Med à la montagne**

A travers cette campagne mondiale, Club Med, pionnier des vacances tout compris, met l'accent sur l'unité de l'expérience proposée en Resort aux sports d'hiver. L'ambition du Club Med à la montagne est forte : devenir le leader mondial en déployant l'offre premium all-inclusive aux quatre coins du monde. Deux nouveaux Resorts allongeront d'ailleurs la liste des possibilités de séjourner au cœur des meilleurs domaines skiables, avec l'ouverture en décembre prochain de Grand Massif Samoëns Morillon dans les Alpes françaises et de Tomamu Hokkaido au Japon.

Cette ambition s'appuie notamment sur les Signatures, ces services premium qui contribuent au caractère unique de l'offre Club Med et sont incarnées par les G.O au quotidien.

Quelques exemples de signatures :

*La signature n°35 « Skis, forfaits... A peine arrivés tout est prêt »* illustre par exemple parfaitement l'expérience Club Med en permettant de réserver à l'avance son matériel et éviter ainsi le stress et la cohue des files d'attente.

*La signature n°63 « Les préparer de la tête aux skis »* assoit la position de leader du Club Med en matière d'encadrement enfants grâce aux G.O passionnés et passionnants qui prennent soin des enfants du petit matin jusqu'au soir.

Enfin, *la signature n°55 « De votre chambre aux pistes, il n'y a qu'un pas »* permet d'appuyer le discours « zéro contrainte » où les Resorts sont implantés aux pieds des pistes, au cœur de sites exceptionnels.

## **Et si vous passiez vos prochaines vacances d'hiver à la montagne avec Club Med ?**

Découvrez [ICI](#) le film Club Med "Vous Etonner" - sports d'hiver

Retrouvez [ICI](#) l'intégralité des contenus (communiqué de presse, film, visuel)

## CONTACTS PRESSE

Sophie Reinach – Senior Press Officer

[sophie.reinach@clubmed.com](mailto:sophie.reinach@clubmed.com) - 01 53 35 35 87

Pierre-Antoine Chassagne – Press Officer

[pierre-antoine.chassagne@clubmed.com](mailto:pierre-antoine.chassagne@clubmed.com) – 01 53 35 38 01

### A propos de CLUB MED

Fondé en 1950 par Gérard Blitz, 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, Club Med est un véritable découvreur de destinations et de sites exceptionnels.

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 actifs.

Le groupe exploite un parc de près de 70 Resorts constitué aux 4/5 de Resorts 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.

### 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](http://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, Marie Bascou, Chargée Marque & Communication, Brand & Product, Clémence Benteux, Brand Manager France Benelux Suisse

Chief Creative Officers: Fred & Farid

Executive Creative Director: Olivier Lefebvre

Managing Director: Lionel Benbassat

Copywriter: Julien Perrard

Artistic Director: Nicolas Hurez

Social Media Manager: Fabio Iazzetta

Business & Brand Strategist: Caroline Courtois

Account Directors: Claudia Anegon, Audrey Tato

Account Manager: Milia Yalioua

Account Executive: Chloé Chausson

TV Producer: Robin Demoucron

Production Company: Soixante Quinze

Director of Photography: Andreas Johannessen

Director: Nan

Producer: Fabien Roques

Music: Youth Lagoon