

Nouvelle campagne digitale

Votre premier jour au Club Med en 8 vidéos...

Genève, le 18 mai 2015 – Club Med, qui fête cette année ses 65 ans, revient avec une nouvelle campagne web déclinée en huit films de 30 secondes à découvrir dès aujourd'hui.

Le premier jour de vacances est le point de départ de cette collection de capsules web. Elle met en scène des personnes fraîchement arrivées dans leur Village Club Med mais qui souffrent d'une certaine difficulté à décrocher... Comme ce père de famille à tendance *workaholic* bâtissant sur la plage un « bureau de sable » devant les yeux médusés de son fils. Ou cette femme enchaînée à son portable entre spa et massage. La campagne permettra aussi de découvrir qu'un pied de parasol peut suffire à adopter les réflexes propres à l'usager des transports publics.

Des mises en scène tout en dérision pour se moquer avec gentillesse de ceux qui partent en vacances avec leur travail. Fort heureusement, Club Med fera tout pour les amener à se défaire de leurs schémas habituels et les aider à lâcher prise.

La campagne *Premier jour* démarre en Suisse le 18 mai 2015 et sera visible sur les réseaux sociaux, YouTube (chaîne Club Med « Premier jour ») et une sélection de sites.

A voir en intégralité [en cliquant ici](#). Et à partager, sans modération....

Club Med se distingue lors des *World Branding Awards*

Cette nouvelle campagne est lancée alors que Club Med a reçu récemment le prix de *Marque de l'Année* (catégorie « Tourisme ») lors des *World Branding Awards* qui ont eu lieu le 24 mars 2015 à Paris. Cette édition a récompensé 50 entreprises de 22 pays du monde entier.

Club Med est particulièrement fier de cette distinction qui souligne le travail de ses équipes autour de la valorisation de la marque et plus particulièrement du marketing et des actions sur les réseaux sociaux. Ce prix est à la fois une reconnaissance des professionnels et le reflet de la notoriété de la marque puisque « la moitié des votes provient des consommateurs », selon Richard Rowles, président du World Branding Forum.

Club Med fête ses 65 ans

Fondé en 1950, Club Med s'est forgé en 65 ans une place de leader, grâce notamment à sa célèbre formule tout compris, son esprit de convivialité, son ambiance multiculturelle et ses infrastructures familles et enfants au cœur des plus beaux sites du monde. Club Med a su évoluer avec les attentes de sa clientèle et se réinventer en 2004 avec un repositionnement haut de gamme tout en préservant le caractère « Club » unique de la marque.

La Suisse fait date dans l'histoire de Club Med puisque c'est à Leysin qu'a été installé son premier Village Neige en 1956. Aujourd'hui, avec les Villages de Saint-Moritz, Wengen et Villars-sur-Ollon (ouvert toute l'année), Club Med affirme son attachement à la Suisse en tant que destination. L'année prochaine, Club Med aura donc l'occasion de souffler les 60 bougies de sa présence en Suisse.

Présent dans 26 pays avec 13 500 GOs et GEs de plus de 100 nationalités différentes, Club Med compte près de 70 Villages répartis sur cinq continents (classés sur une échelle allant de 3 à 5 Tridents / Ψ) ainsi que des Villas et Chalets-Appartements situés au sein de Villages 4 ou 5 Ψ alliant l'intimité d'une maison d'exception aux avantages du Club. Club Med propose également des croisières à bord du voilier Club Med 2, des circuits découverte « Les Circuits Découverte By Club Med » ainsi qu'une activité incentive et séminaires « Club Med Business ».

Pour tout renseignement :

Cabinet Privé de Conseils

Tél. : 022 321 45 40 / E-mail : clubmed@cpc-pr.ch

www.clubmed.ch

Lien YouTube :

<https://www.youtube.com/watch?v=K67N4lqu-v0&list=PL0i3nKXRS-DDmdfDbaWqYF6eZyjOKQMIr>