



# LA FABRIQUE À IDÉES DE IDEEËNFABRIEK

SERVICE DES OPÉRATIONS SPÉCIALES DE ROULARTA MEDIA

---

## CASE / Club Med

---

### CONTEXTE

**Club Med** désire renforcer son image et sa notoriété dans le nord du pays, où la marque est moins top of mind. Le moment était venu de changer l'image de marque du groupe via une action créative et influente.

### NOTRE RECOMMANDATION

- Nous avons posé les fondations sur la marque forte des éditions Black de Knack Weekend.
- Nous nous sommes laissé inspirer par les « cityguides », et nous avons proposé à Club Med de réaliser un carnet de voyage. Différentes valeurs se posent en toile de fond de ce projet : une marque forte, un contenu fort, un bel objet.



# 1

## CONCEPT



# A

Un **Mini Black** « content marketing » réalisé par notre service Roularta Custom Media, entièrement inspiré du **lay-out de Knack Weekend Black**, avec les mêmes papier et couverture, 52 pages, format A5, dos carré cousu.



# B

**138.000 exemplaires** ont été distribués sous le blister du Knack Weekend Black Mode de fin août 2012.

- **Action en librairie :** le magazine était placé à l'arrière du paquet + mentionné sur le carton promotionnel.
- **Action auprès des abonnés :** collé sur la couverture de Knack.



# C

**Plan de communication :** annonce dans Knack Weekend la semaine précédant le numéro Mode, ads online avec lien vers les témoignages et vidéos.



**Knack**

**Club Med**

Ongeacht of u Club Med kent, in welke mate gaat u akkoord met elk van de volgende stellingen?\*

In welke mate DENKT u dat deze van toepassing zijn op Club Med?

	Helemaal akkoord	Eerder akkoord	Eerder niet akkoord	Niet akkoord
Een Club Med vakantie is enkel interessant voor mensen die willen sporten op vakantie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med eet je altijd hetzelfde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med is het mogelijk om rust te vinden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mensen die op vakantie gaan met Club Med zijn niet geïnteresseerd in de lokale cultuur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med kan je lekker met 2 tafelen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med voel je je verplicht om mee te doen aan groepactiviteiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med spreekt men Nederlands	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Volgende

Une **enquête préliminaire** a été adressée par e-mail à une sélection de 5000 contacts online. Le but était de déterminer **le comportement et les habitudes des lecteurs** en matière de voyage, et leur appréciation de la marque Club Med.

# 2

## RÉSULTATS / UNE RÉUSSITE

Vous trouverez ici les résultats de l'enquête réalisée une semaine après la parution du Mini Black.

**Knack weekend** Vakantie-enquête deel 2

**Het minimagazine**

Vorige week woensdag werd bovenstaand minimagazine geleverd samen met Knack.

Heeft u dit minimagazine gezien? \*

(Het betreft foto's en speciale foto's rond het thema 'vissen')

Ja  Nee

Volgende

POST SURVEY :

A vu le Mini Black	89%
L'a lu complètement, en partie ou parcouru	84%
Le conserve	40%
Trouve (très) intéressant	57%
Trouve une bonne idée	76%
Confirme ou donne une image positive de Club Med	66%
A refaire	54%

Enquête online menée par Roularta research auprès de 1640 lecteurs de Knack en septembre 2012.

## CONTACT

**FABIENNE DEWILDE** - PROJECT MANAGER CROSSMEDIA  
[fabienne.dewilde@roularta.be](mailto:fabienne.dewilde@roularta.be) | T +32 2 467 57 73

EN COLLABORATION AVEC DOMINIQUE DECLERCQ DE CLUB MED  
 ET AEGIS MEDIA.

LA FABRIQUE  
 À IDÉES  
 DE IDEEËNFABRIEK