



LA FABRIQUE à IDÉES DE IDEEËNFABRIEK

DE AFDELING VOOR SPECIALE PROJECTEN VAN DE REGIE ROULARTA MEDIA

CASE / Club Med

CONTEXT

Club Med opende in het najaar van 2012 een nieuw winter-Clubdorp (Pragelato) in Italië. Om deze lancering op een vernieuwende en opvallende manier te communiceren, ging Club Med op zoek naar een mediapartner die mooi aansluit bij zijn imago en die op een creatieve, onafhankelijke manier de communicatiedoelstellingen zou kunnen realiseren.

ONZE AANBEVELING

Een creatief idee vinden waarin **Club Med** zijn nieuwe winterbestemming met een originele invalshoek kan bekend maken bij de Weekend-lezers, dat was de uitdaging. In de Black issues van Weekend staat telkens één thema centraal: het culinaire nummer van oktober stond in het teken van de pure keuken. Een creatieve brainstorm tussen La Fabrique à Idées en de redacties resulteerde in het idee om de storytelling van Club Med in dit nummer te verwerken. Dit idee werd vervolgens voorgesteld aan het mediabureau Carat, het reclamebureau TBWA en uiteraard aan Club Med. Roularta Media kwam met het plan om uit te pakken met een **'White'** waarin Club Med creatief alle registers kon opentrekken om het sneeuwthema te bespelen. Het was een boeiende uitdaging om de culinaire specials van de Weekends naar dit thema te vertalen.



1

CONCEPT

De culinaire specials van Knack Weekend van 31 oktober en Le Vif Weekend van 2 november stonden volledig in het teken van het thema 'wit en puur'. Het werd een 'pop-up'-nummer dat voor één keer in het wit gehuld werd. Deze luxe-Blackedities verrasten niet alleen met een witte cover, doorheen het hele blad werd het thema 'white' verder uitgewerkt. Adverteerders die aansloten bij het witte idee, kregen bovendien de kans om te genieten van top topical-voorwaarden.

Club Med heeft op die manier kunnen instappen in een concept en een context die ideaal waren om een 'winter'-product aan te kondigen.



2

VISIBILITEIT

A

Een aankondiging vooraf in Knack Weekend en Le Vif Weekend van 24 oktober en 26 oktober.

White
is the new
Black

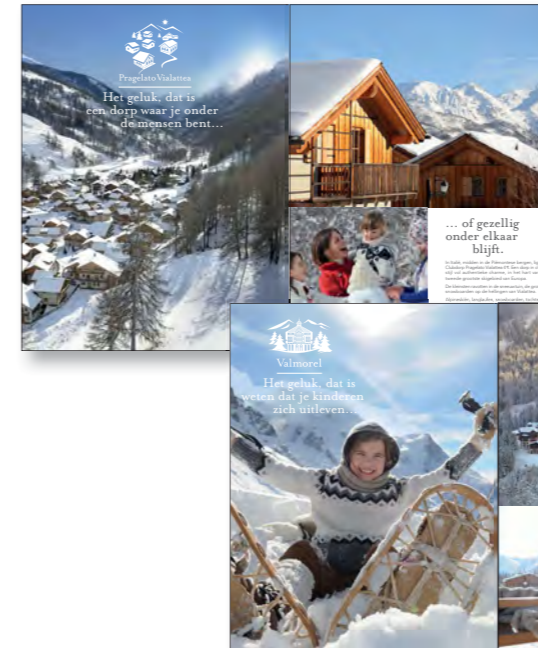
Om het nieuwe sneeuwclubdorp van Club Med te vieren, steekt Knack Weekend Black zich volgende week in feestelijk wit.

Club Med
alle geluk van de wereld

B

In de Black 'white' zelf:

- minimagazine 'White is the new black' formaat 16/16 van 8 pagina's. In de magazines bestemd voor losse verkoop werd dit in het magazine geplaatst, in de magazines voor de abonnees werd dit op de cover gekleefd.



- 3 dubbele pagina's advertentie
- inlegkaart, speciaal voor de gelegenheid in een dikker, wit en glossy papier
- actie 'lezersvoordeel' in het magazine en op een karton in de losse verkoop



D

Aanwezigheid in de globale communicatie (print, online, radiospot)

C

Aanvullend een overlayer en advertenties online op weekend.be

3

RESULTATEN LEZERSACTIE

- 27% nieuwe klanten voor Club Med
- € 364.000 omzet



Online

Weekend.be N

- large leaderboard + large overlayer: 63.697 impressions, 5.427 clicks

Weekend.be F

- large leaderboard + large overlayer: 15.855 impressions, 804 clicks

E-Newsletter Weekend N

- medium rectangle: 35.682 impressions

E-Newsletter Weekend F

- medium rectangle: 4.728 impressions

CONTACT

FABIENNE DEWILDE - PROJECT MANAGER CROSSMEDIA
fabienne.dewilde@roularta.be | T +32 2 467 57 73

IN SAMENWERKING MET DOMINIQUE DECLERCQ VAN CLUB MED,
SARAH AZNI VAN CARAT EN CYNTHIA GOMEZ VAN TBWA.

LA FABRIQUE
à  IDÉES
DE IDEEËNFABRIEK