

## Comment le Club Med a révolutionné les vacances

Sophie Stadler Samedi 18 juin 2021

Note : Les documents encadrés ne sont pas présents dans l'article de Sophie Stadler



© Arnaud Dumontier Les activités sportives, comprises dans le prix du séjour, sont au cœur du projet Club Med, comme ici une randonnée en paddle. LP/Arnaud Dumontier

Le thermomètre affiche plus de 25 °C, début juin, en Sicile. La falaise descend à pic dans la mer turquoise et les transats de la « piscine zen » du Club Med 5 Tridents – l'échelon le plus élevé en matière de luxe – offrent une vue spectaculaire sur le petit village pittoresque de Cefalù. C'est sans doute le plus beau club- vacances d'Europe. Un mois plus tard que prévu, il vient de rouvrir ses portes, donnant le coup d'envoi de la saison estivale. Et déjà les premiers touristes profitent de cette bulle de bonheur.



**Cefalù** est une commune de 14.265 habitants (30-11-2019) située dans le territoire de la ville métropolitaine de Palerme en Sicile. Située sur la côte nord de l'île, Cefalù est l'une des principales stations balnéaires de l'île. Cefalù est incluse dans le périmètre du parc naturel régional de la chaîne des Madonie. Depuis 2015, la Palerme arabo-normande et les cathédrales de Cefalù et Monreale constituent une série de neuf structures civiles et religieuses datant de l'époque du royaume normand de Sicile (1130-1194) inscrites sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco.

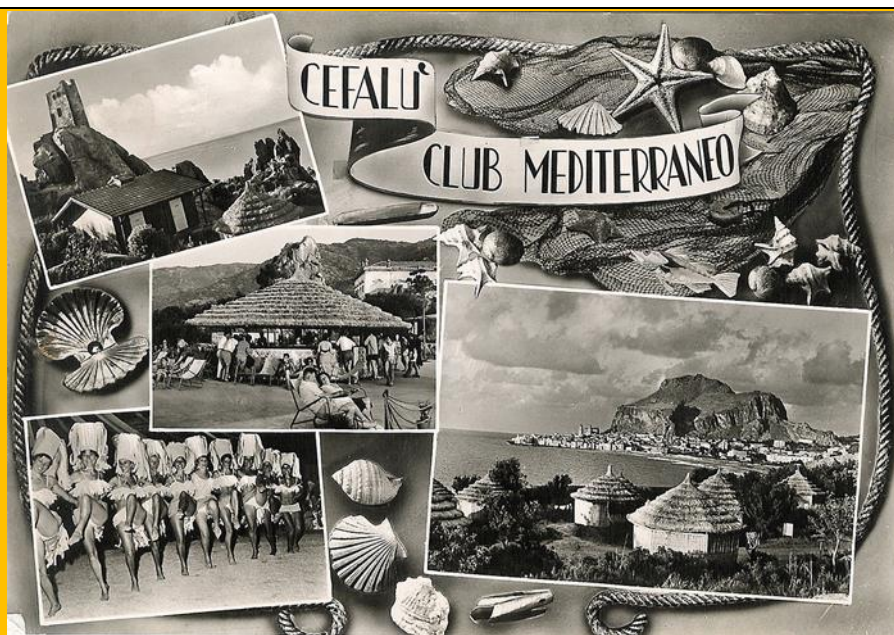
La vingtaine pimpante, Laetitia est venue avec sa mère qui lui a offert le séjour. Les deux femmes paressent en maillot au bord de l'eau, aspirant au repos. « J'ai terminé la soutenance de mon diplôme d'infirmière jeudi et dès le lendemain, nous étions dans l'avion, raconte la jeune femme. Après une année très difficile, entre les cours à distance et les gardes à l'hôpital, une semaine au Club Med, c'est la récompense ultime. La solution pour se faire chouchouter et tout oublier ! »



Di tamás szabó from Kolozsvár, Románia - View of Cefalu from above, CC BY-SA 2.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=74157131>

La ville est située au pied de la Rocca promontoire rocheux de 268 mètres de haut. La cathédrale, édifice emblématique de Cefalù, est un pur joyau roman dont la pierre dorée se fond avec celle de la falaise de la Rocca. Le roi Roger II lança sa construction en 1131. L'édifice présente un style normand plus évident que dans la cathédrale de Palerme : il s'affirme pleinement sur la façade, terminée en 1204 et encadrée de tours carrées, ainsi que dans la haute abside bordée d'absidioles. Dans le chœur, remarquables mosaïques aux couleurs extrêmement vives.

D'après le Guide Vert Michelin



Par Arroser — Travail personnel, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=20867966>

Carte postale du Club Med de Cefalù (1961)

## « Avec cette crise mondiale, la liberté a repris de la valeur »

À 2000 km de là, l'atmosphère est beaucoup plus studieuse. Dans son bureau contemporain de la Villette, à Paris, [Henri Giscard d'Estaing](#), le fils de l'ancien chef d'État, qui ressemble tant à son père, travaille d'arrache-pied.

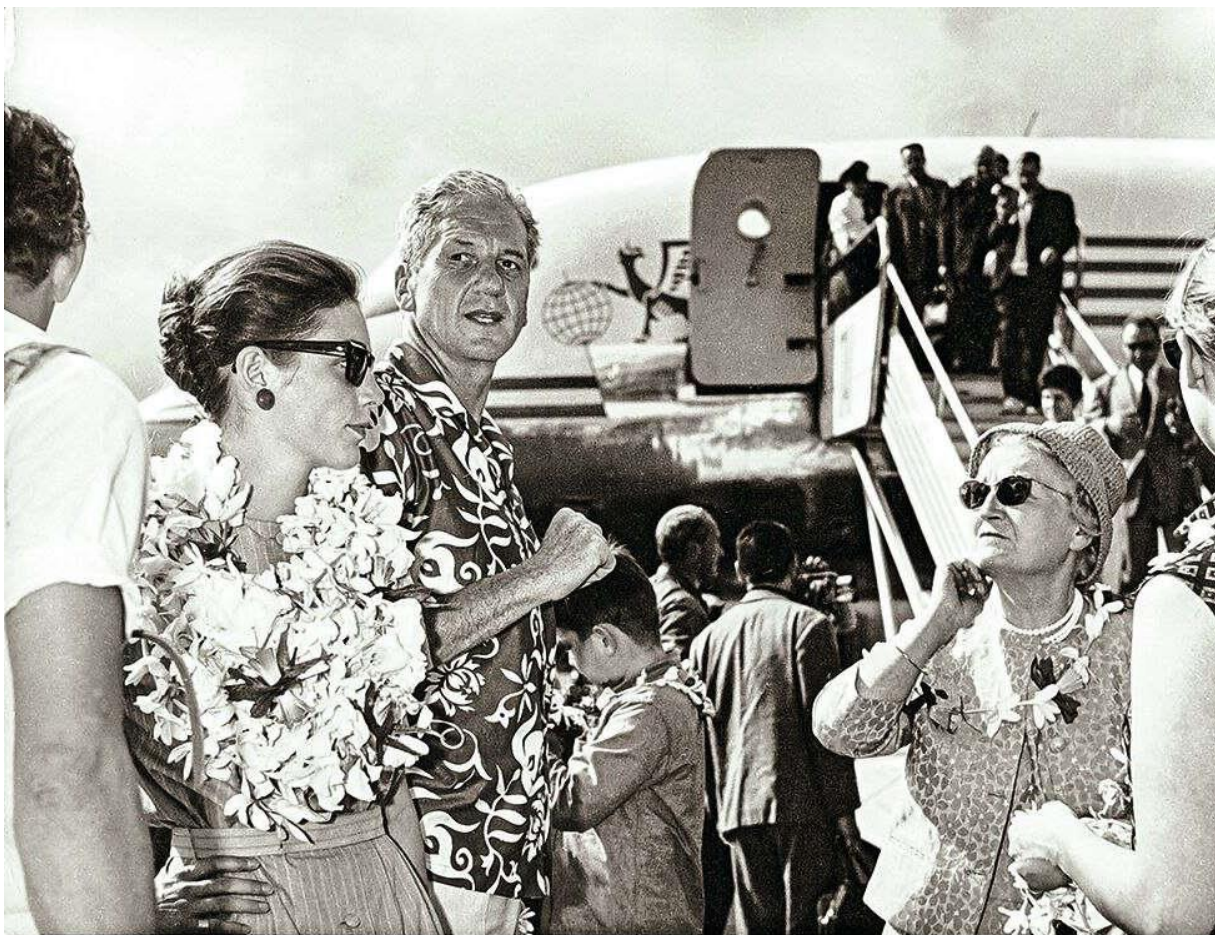
Depuis des mois, il imagine des solutions « maison » pour assurer à son 1,5 million de clients membres un été garanti 100 % sans souci. Voilà dix-neuf ans que ce grand patron aux allures de gentleman-farmer dirige la plus connue des marques mondiales du tourisme, le Club Med.

Et des solutions, parfois un peu trop zélées, il en a beaucoup. Dès la mi-mai, devançant les législateurs, il annonce que le Club Med imposera l'équivalent d'un [pass sanitaire](#) dans tous ses hôtels resorts, y compris ceux situés en France. Il est rapidement repris par le gouvernement : aucun pass sanitaire ne sera exigé dans les hôtels et campings français. Qu'importe, avec ce coup de projecteur en tout début de saison, le Club Med s'affiche comme le premier grand acteur du tourisme à s'engager si clairement sur le terrain de la sécurité. Et marque des points. Il positionne ses « villages » comme des havres ultra-sûrs, où le Covid-19 ne passera pas. « Avec [cette crise mondiale](#) qui, pour la première fois en plus de soixante-dix ans, [nous a obligés à fermer tous nos sites](#), partout dans le monde, simultanément, la liberté a repris de la valeur », souligne Henri Giscard d'Estaing. Et le Club compte bien en profiter.

Des crises violentes, l'entreprise fondée au sortir de la Seconde Guerre mondiale en a traversé plus d'une. « Depuis la création du Club Méditerranée, en 1950, le monde a souvent été hostile envers nos activités, ajoute le dirigeant.

Entre la folie des hommes qui peut à tout instant faire basculer une région dans la guerre ou le terrorisme et la puissance de la nature, nous avons plus d'une fois été malmenés. » L'entreprise iconique, qui emploie 25 000 personnes dans plus de 40 pays et réalise un chiffre d'affaires de près de 1,8 milliard d'euros, a résisté au 11-Septembre, aux Printemps arabes, aux attentats à Bali, à Paris ou en Tunisie, à l'éruption du volcan islandais Eyjafjöll, au virus Zika, au tsunami de décembre 2004 dans l'océan Indien...

À chaque fois, le Club a su rassurer ses clients et tirer son épingle du jeu.



© Fournis par Le Parisien

Peu à peu, le Club Med s'implante dans des lieux paradisiaques préservés du tourisme comme en 1960, où Gérard Blitz (1912-1990), le fondateur, inaugure avec sa femme le village de Tahiti.

Hors de question, donc, de laisser le Covid-19 casser l'ambiance. « Notre priorité, cette année encore, est de tout faire pour que nos clients vivent une expérience unique d'évasion et de liberté, et passent des vacances de rêve sans penser à la pandémie », insiste Gino Andretta, directeur général des villages Europe-Afrique. En coulisses, tout a été mis en place pour assurer la sécurité des « gentils membres » (GM). Plus de 3,5 millions d'euros ont ainsi été investis sur la seule zone Europe-Afrique. Gel hydroalcoolique, masques, désinfection des chambres, formation des « gentils organisateurs » (GO) et même réalisation de tests PCR sur place. Les mythiques buffets ont aussi évolué : si les cascades de fruits ou de légumes, et les plats en tout genre sont toujours aussi alléchants, ils ne sont plus manipulés que par les cuisiniers, et servis à l'assiette.

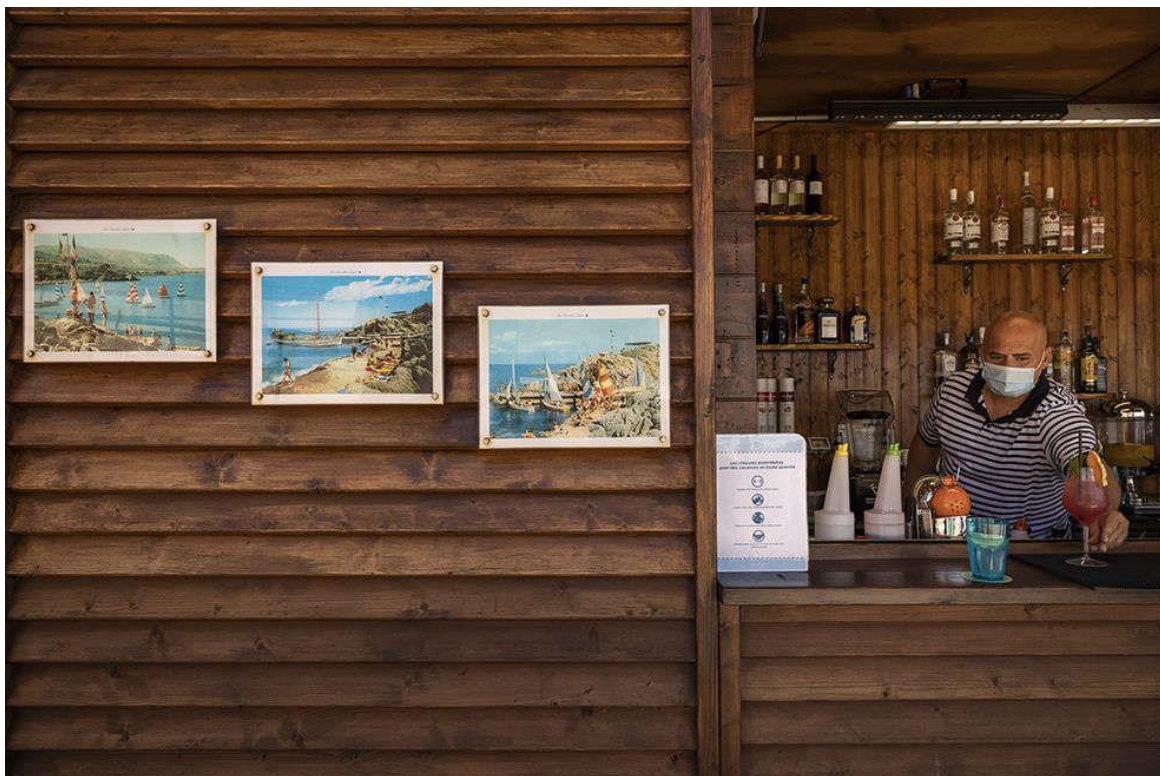
C'est ça, l'esprit Club Med. Une marque de fabrique tellement singulière qu'elle rassemble des millions de fidèles depuis plus de soixante-dix ans. Mais cet « entre-soi » génère au moins autant de réfractaires. Qu'on l'adore ou qu'on le déteste, le Club Med a conçu une certaine idée des vacances insouciantes, conviviales et à la française. Jean-Baptiste Bacheron, célibataire de 45 ans, est un adepte chevronné. À son compte, déjà plus de 200 séjours ! « Pour moi, le Club, c'est le paradis, affirme-t-il. J'y vais au moins deux fois par an avec mon fils, pour un budget total d'environ 20 000 euros. » Une somme importante pour ce responsable de formation.

Mais s'il faut en effet compter en moyenne 3 500 euros par personne et par semaine pour des vacances au Club, l'entreprise a des arguments massues pour convaincre ses membres et les fidéliser. Ils en deviennent même très souvent les premiers ambassadeurs.

Il y a vingt ans, Jean-Baptiste a ainsi lancé [son blog, Spirit 45](#), qui rassemble aujourd'hui plus de 47 000 fans. Il y consacre tout son temps libre, week-end compris. « Je voulais prouver que l'âme du Club, ce n'est pas *Les Bronzés*, raconte-t-il. Oui, c'est cher, mais les villages sont situés dans certains des plus beaux endroits du monde, on peut y faire du sport à volonté, et tout est déjà payé. Depuis 2004 et la montée en gamme, plus personne n'est obligé de dormir dans des cases sans eau ni électricité, ni de reproduire les *crazy signs* (NDLR : les chorégraphies rituelles) autour de la piscine, mais la convivialité est restée. »

### **Au début, 300 tentes à l'été 1950**

La belle histoire débute à l'été 1950. Gérard Blitz, ex-champion de water-polo belge installe à Alcudia, aux Baléares, un village de 300 tentes pour de jeunes Français avides de nature, de liberté, de sport et de fêtes à volonté. Leur credo : oublier les années de privation et de rationnement imposées par la guerre. Vingt animateurs, tous bénévoles, sont chargés de faire monter l'ambiance. Et déjà le Club Méditerranée est réservé à une certaine élite insouciante : quinze jours dans des conditions spartiates coûtent l'équivalent de deux mois de salaire d'un cadre supérieur ! Mais qu'importe, le site est fabuleux, et activités, hébergement, transport, animations... tout est inclus.



© Fournis par Le Parisien Cocktails à volonté tout au long de la journée, au bar de la plage de Cefalù où au mur, des photos retracent l'histoire de ce club, l'un des premiers, qui a bien changé depuis sa création, en 1957.

« En fondant cette entreprise, qui était au départ une association à but non lucratif, Gérard Blitz a inventé les vacances sans contraintes et le concept, depuis largement copié mais jamais égalé, du *all inclusive*, explique Henri Giscard d'Estaing. C'était un avant-gardiste. Sa vision des vacances, c'était le bonheur ici et maintenant. »

Très vite, Gilbert Trigano, son fournisseur de tentes, rejoint l'aventure. Dès 1952, à Corfou, en Grèce, les toiles rustiques sont remplacées par des cases en bois inspirées des farés traditionnels polynésiens. Un brevet est déposé dans la foulée pour protéger les colliers de perles qui permettent de payer les boissons au bar, seules consommations non comprises dans la formule. Mine de rien, ces colliers deviennent mythiques et, quand le Club les abandonnera définitivement quelques décennies plus tard, certains clients regretteront de ne plus pouvoir lancer leur « tournée générale » !

### **Tahiti, Djerba, Maldives...**

Année après année, le Club enchaîne les premières fois. Les villages s'implantent dans des endroits paradisiaques, où nul touriste n'est encore jamais venu. Tahiti, mais également Djerba, petite île tunisienne alors inconnue. Puis Punta Cana, en République dominicaine, Cancun, au Mexique, Bali, les Maldives...

Le Club Med se mondialise, et duplique en série ses villages vacances. Des sites standardisés, où les Français, puis les Occidentaux, et aujourd'hui les Chinois, les Russes ou les Brésiliens retrouvent systématiquement des codes rassurants. Des GO qui parlent leur langue, une nourriture à leur goût, des piscines parfaitement entretenues, des équipements sportifs de qualité là où rien n'existait auparavant.



© Fournis par Le Parisien Le village du Club Med de Cefalù, en Sicile, a rouvert le 31 mai 2021, un mois plus tard que d'habitude.

C'est encore le Club qui invente les mini-clubs. Ces structures intégrées aux villages accueillent aujourd'hui les enfants dès 4 mois et jusqu'à 16 ans pour leur faire vivre des vacances incomparables, les initier à la scène, au ski, au cirque, au poney... en libérant leurs parents. C'est aussi le Club qui ouvre le premier village vacances à la neige, à Leysin, en Suisse, dès 1956. « Le Club Med, c'est d'abord la plus grande école de sport du monde, souligne Henri Giscard d'Estaing. Nos villages ont popularisé le tennis, le golf, l'équitation et même le tir à l'arc. » Grâce aux GO, souvent champions et toujours classés dans leurs disciplines, les GM goûtent à tous les sports durant leur séjour, même aux plus improbables, tels le récent paddle yoga, les nouveaux surfs électriques ou les premiers bateaux gonflables à voile, les Tiwal. Et puis, bien sûr, le Club Med c'est aussi – et surtout ? – la fête, les spectacles et l'ambiance « sea, sex and sun » véhiculée et gentiment moquée par Patrice Leconte et l'équipe du Splendid. Devenue emblématique d'une jeunesse à la fois chic et délurée, la marque ne pouvait échapper à la caricature : « Les Bronzés » sort en 1978, et frappe les esprits de plusieurs générations avec ses innombrables scènes et répliques cultes. Après cela, plus aucun vacancier français ne draguera lourdement sans se faire traiter de Popeye s'il est sexy, ou de Jean-Claude Dusse s'il est systématiquement éconduit.

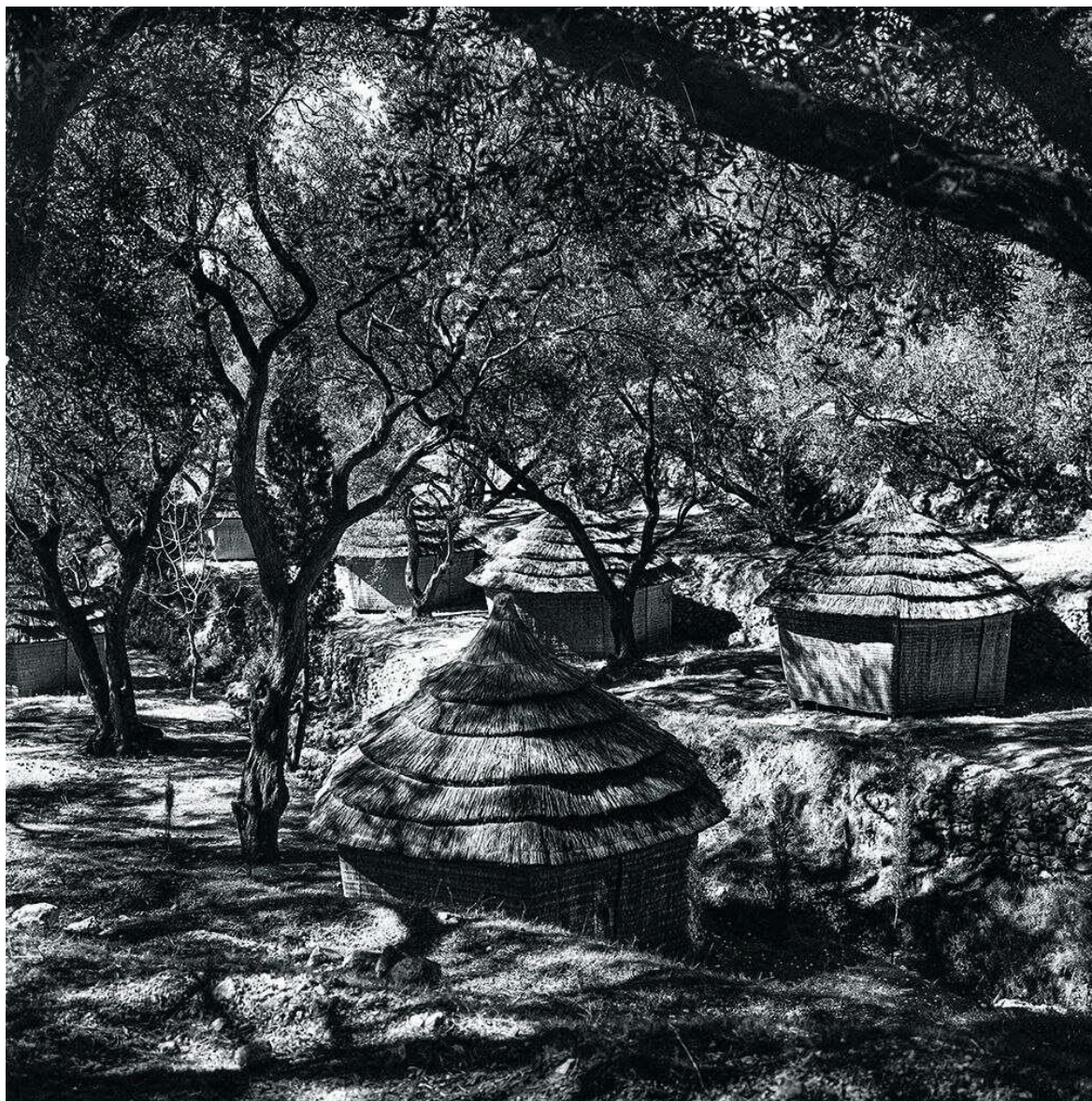
### « Les Bronzés », comme « un sparadrap qu'on a du mal à retirer »

Le film ringardise les fameuses danses du Club, ses soirées à thèmes ou ses jeux olé-olé auxquels les GM sont incités à participer du matin au soir. Hilarant pour les spectateurs, catastrophique pour l'image du Club. « Ce film a donné envie à énormément de gens de venir chez nous, mais c'est aussi devenu un sparadrap qu'on a du mal à retirer », poursuit Henri Giscard d'Estaing. Il faut dire que la blague dure, et que les opus des « Bronzés » sont rediffusés en boucle et en prime time à la télé depuis plus de quarante ans. Après des décennies de succès, dès la fin des années 1980, le vent tourne. « La marque est stigmatisée, ridiculisée et surtout dupliquée à l'infini par tous les autres tour-opérateurs, écrit le journaliste Jean-Jacques Manceau, dans *Le Club Med, réinventer la machine à rêves* (Perrin, 2010). Des concurrents qui plagient le concept, mais améliorent aussi le produit, corrigent ses excès et offrent de nouveaux horizons. Le Club perd son originalité et sa spécificité. Reste la caricature des *Bronzés*, aussi drôle que redoutable. »

### Des GO devenus célèbres

Heureusement, reste aussi le fameux « esprit Club Med », qui perdure envers et contre tout. Notamment grâce à ses dizaines de GO devenus célèbres comme Anne Roumanoff, Kad Merad, Patrick Bruel, Denis Brogniart, Lagaf'ou Jean-Luc Reichmann, qui scellent la réputation de la marque et en deviennent la meilleure vitrine. « C'est un monde idéal, le rêve américain version *parc à ploucs*, comme le surnommait Desproges », s'amuse Philippe Caverivière, aujourd'hui comédien, humoriste et scénariste qui a rencontré Nicolas Canteloup, avec qui il travaille depuis toujours, au Club Med de Montélimar en 1993. « Mais j'assume totalement d'y être passé, d'y avoir joué mes premiers spectacles, très bons ou carrément nuls, devant des salles pleines à craquer. La déconne des *Bronzés*, c'est ce qui m'a donné envie d'y aller mais, derrière cette image superficielle, j'ai découvert tellement plus. »





© Fournis par Le Parisien Dès 1952, des cases en bois inspirées des farés traditionnels polynésiens (ici à Corfou, en Grèce, en 1960) remplacent les tentes des premiers villages du Club Méditerranée.

Issu d'une famille modeste, Philippe Caverivière n'était parti qu'une fois en vacances, sur l'île d'Oléron avec ses parents, avant de devenir GO sport. « Je dois tout au Club Med et aux chefs de villages, qui m'ont poussé sur scène et fait grimper dans ce formidable ascenseur social, se souvient-il. Aux enfants des mini-clubs, car ils m'ont offert des émotions qui ont marqué le reste de ma vie. Je me souviens de cette maman qui avait insisté pour que j'intègre son fils dans la chasse au trésor. Atteinte d'un cancer, elle vivait ses dernières vacances en famille et les voulait parfaites. Je reste très nostalgique de mes cinq années au Club, et j'y retourne encore en vacances. »

Même nostalgie chez Nicolas Canteloup, qui passera sept saisons au Club : « J'ai été recruté pour mes talents de vendeur de glaces sur les plages. Le sélectionneur du Club estimait que je devais être courageux et culotté pour crier *Demandez les glaces qui facilitent le bronzage* toute la journée. »

Nicolas Canteloup, également cavalier aguerri, intègre la maison comme moniteur d'équitation. Mais très vite, les chefs de villages lui tendent le micro, et il se retrouve à s'improviser chaque soir animateur, puis à jouer un one man show devant plus de 1 000 GM. « On était payés pour rendre les gens heureux et nous essayer à des tas de métiers tout en parcourant le monde ! Tous les GO ont des étoiles dans les yeux quand ils parlent de leurs années au Club. » Son plus beau souvenir ? « Avoir permis à un GM de 58 ans de vivre son premier galop à cheval. C'était son rêve, il l'a réalisé avec moi au Club et il a continué l'équitation. Pendant vingt ans, il m'a écrit à la même date pour me remercier du bonheur que je lui avais offert ce jour-là ! »

### **L'échec du low cost**

En 1993, le fils Trigano, Serge, est coopté à la présidence de l'entreprise. Pour la développer, il veut en faire la « plus grande agence matrimoniale du monde » et opte pour une stratégie low cost. Afin de rentabiliser les villages, il réduit le nombre d'animateurs et de services, rogne sur la qualité, et tente de séduire toujours plus de jeunes avec des tarifs attractifs. Il leur fait la promesse de vacances totalement débridées. Des nuées de célibataires occidentaux aisés, parés pour la fête, arrivent sur les plages du monde entier à grand renfort de charters bondés. Un an plus tard, la recette semble fonctionner, le Club fête son vingt millionième membre. Mais l'euphorie est brève. L'image du Club Med est abîmée, les clients historiques fuient.

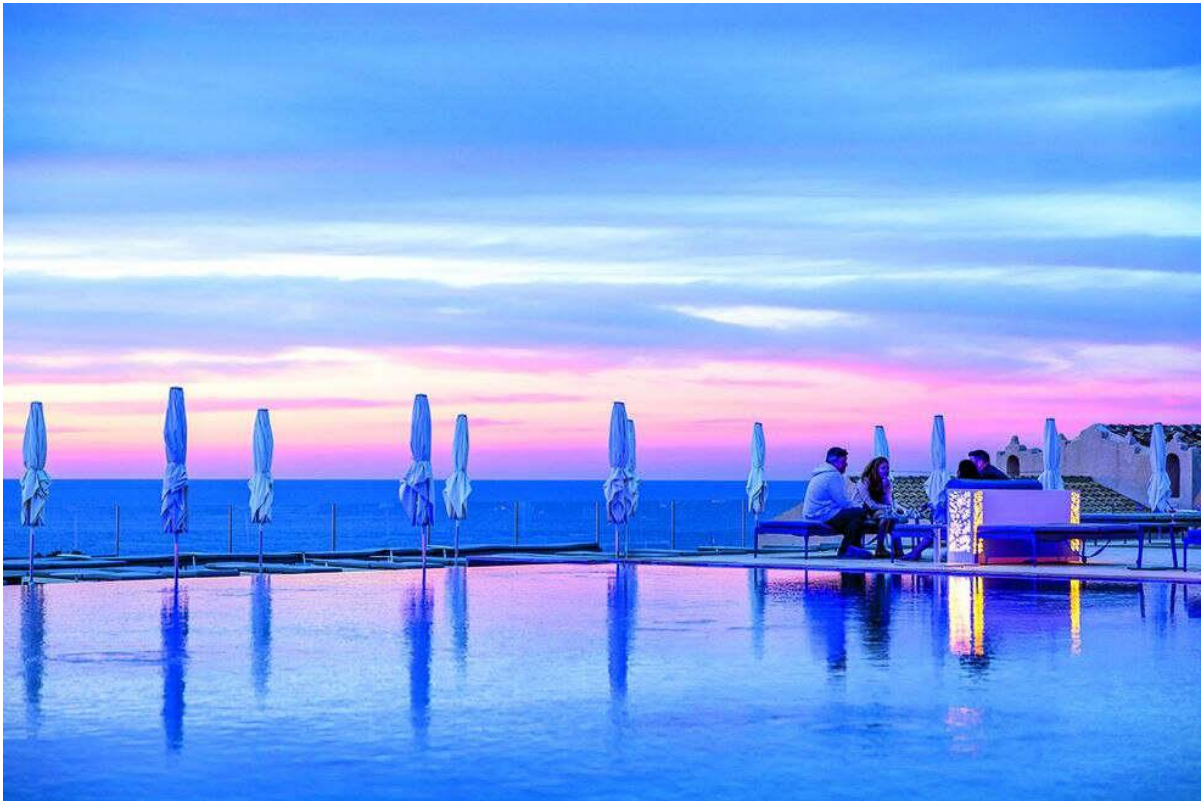
En 1997, Serge Trigano est limogé, les comptes affichent plus de 740 millions de francs (soit plus de 152 millions d'euros) de pertes. Philippe Bourguignon, emblématique patron « sauveur » d'Euro Disney, reprend les rênes de la « machine à rêves ». Son idée : conserver les prix bas et diversifier les activités tous azimuts. Il crée ainsi des salles de spectacles, de loisirs et de restauration baptisées les Club Med World. Il inaugure les premiers Club Med Gym, des salles de sport implantées dans toutes les grandes villes et animées par des GO. Il lance les villages vacances réservés aux jeunes, les clubs festifs Oyyo. C'est l'âge d'or du « Si tu dors, t'es mort ! », des fontaines à bière, des vacances à 1 000 francs la semaine.

Et puis surviennent les attentats du 11-Septembre et, avec eux, l'effondrement du tourisme mondial. Des milliers de voyageurs annulent leurs vacances. Entre 2001 et 2003, le Club perd plus de 35 000 membres. Il faut d'urgence refonder l'offre. Le Club Med est alors devenu une marque trop populaire pour les plus riches, et toujours trop chère et trop snob pour le commun des mortels.

### **Inventer le « luxe convivial »**

Henri Giscard d'Estaing, alors directeur marketing, a la conviction que, pour sauver le Club, il est impératif de tourner le dos aux stratégies de volumes, aux prix bas et à la diversification. Il propose de fermer le robinet des dépenses et de se recentrer sur l'essentiel : la qualité. « Avoir été imité par Fram, Jet Tours, ou Nouvelles Frontières, c'était le plus beau des compliments, explique-t-il. On ne copie pas les trucs qui ratent !

Mais, pour survivre, nous devons nous réinventer, être soit les meilleurs, soit les moins chers. Or nous n'étions plus ni l'un ni l'autre. Nos clubs coûtent trois fois plus cher à exploiter que les autres car ils sont trois ou quatre fois plus grands, et nous n'employons pas 20 animateurs, mais jusqu'à 160 par village ! La seule issue était donc de monter en gamme. »



© Fournis par Le Parisien Avec sa piscine à débordement et ses équipements haut de gamme, Cefalù est aujourd'hui un club 5 Tridents, l'échelon le plus élevé en matière de luxe.

Ouvert en 1957, le village de Cefalù fait partie des adresses mythiques du Club Med. Fermé en 2005, il rouvre le 4 juin 2018 après une transformation complète. Des bungalows luxe ont remplacé les anciennes cases. Le village devient le premier resort 5 Tridents « Exclusive collection » d'Europe. Le groupe souhaite monter en puissance sur ce segment, pour atteindre 10% de la capacité totale. Le village compte 308 chambres réparties en 3 catégories : les Villetta, bungalows disséminés dans les jardins, les suites et les chambres supérieures situées en rez-de-jardin ou en étage. Des espaces 5 tridents sont également nichés au cœur de certains des resorts 4 tridents.

[Resort Club Med Cefalù | Séjours luxe tout compris En Sicile, le Club Med se met en 5 - Le Point](#)

L'homme a alors une idée de génie : inventer le « luxe convivial ». Sacré défi. Le marché des vacances de luxe concentre 60 millions de clients potentiels. Pour les séduire, « HGE », promu PDG en 2005, commence par investir près d'un milliard d'euros en rénovations et constructions de nouveaux villages. Il faut aussi professionnaliser GO et salariés locaux. Des partenariats avec le Cirque du soleil, par exemple, sont noués. Une école de formation interne est créée. Exit le tutoiement, les « bip, bip, yeah ! » et les bassines d'eau déversées sur les GM à leur arrivée dans les villages. « Les soirées mousse, les clubs réservés aux célibataires, les cases sans clim et qui ne ferment pas à clé ou les tables de huit personnes avec obligation de déjeuner avec les GO, ça ne correspondait plus aux attentes des clients du XXI<sup>e</sup> siècle, assure Michel Proriot, ancien chef de village et auteur de « Si le portail n'avait pas été ouvert... My Club Med saga », publié ce printemps aux Éditions Sydney Laurent. Le club a dû se réinventer et c'est très bien ! »

Place aux familles et à une ambiance plus sage. De 120 villages en 2001, le Club Med est aujourd'hui passé à 65 et entend en ouvrir 16 nouveaux d'ici à 2023. La plupart sont classés en 4 et 5 Tridents. Surtout, le Club Med affine ses cibles. S'il continue de choyer ses aficionados de la première heure en leur proposant plus de confort et de luxe, il touche aussi les « nouveaux riches » et la jeunesse dorée occidentale, asiatique ou russe. Il se voit comme le « Netflix du tourisme », avec des activités et des services à la carte dans tous ses villages (Wi-Fi, sports exclusifs, excursions sur mesure). Mais la remontada est lente. Entre 2006 et 2015, le Club Med continue de perdre de 40 à 70 millions d'euros par an. Le rachat par le géant chinois Fosun, en 2015, lui apporte un nouveau souffle, en lui permettant de se développer en Asie et de poursuivre sa montée en gamme.

# FOSUN 复星

By Unknown author - Vektordaten: <https://www.fosun.com/wp-content/themes/fuxing/document/report-2017-jt-mr-zh.pdf>Farbinfo: <https://www.fosun.com/wp-content/themes/fuxing/image/LOGO.png>, Public Domain, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=83605946>

**Fosun International** (复星国际有限公司) est un grand conglomérat privé de la République populaire de Chine (RPC) dont le siège social est à Shanghai.

Il est fondé par Guo Guangchang (né en 1967), proche des réseaux de Jiang Zemin, président de la RPC de 1993 à 2003. Ce qui lui a valu quelques ennuis en 2015 sous le présidence de Xi Jinping

Le groupe est divisé en trois grands domaines d'activités subdivisées en de nombreux secteurs : **santé** (nutrition, environnement, recherche et développement en pharmacie, distribution pharmaceutique, services médicaux y compris hôpitaux, soin aux personnes âgées, outils de diagnostic), **finance** (assurances, finances en ligne) et **divertissement** (sport et jeux, mode, tourisme). Le secteur tourisme relève de Fosun Tourism Group. Le groupe emploie 71.000 salariés et est 459<sup>ème</sup> dans le classement 2021 de Forbes Global 2000.

[The Global 2000 2021 \(forbes.com\)](https://www.forbes.com/global2000/2021/)

[Fosun International \(forbes.com\)](https://www.forbes.com/companies/fosun-international/)

Fosun Tourism Group is one of the world's leading leisure-focused integrated tourism groups, and the **largest leisure tourism resorts group worldwide** in terms of revenue in 2019 according to Frost & Sullivan Report.

In 2009, the Group established the commercial business department, the predecessor of FTG, with a focus on the tourism and commerce sectors. **In 2015, the Group acquired the controlling stake of Club Med and subsequently transferred it to FTG upon reorganization.** FTG was officially established in 2016, and was spun off from the Group and successfully listed on the Main Board of the Hong Kong Stock Exchange in December 2018. As at the end of the Reporting Period, the Group held approximately 80.97% equity interest in FTG. [...]

FTG provides a wide range of tourism and leisure services which comprise its three main business sectors: (i) resorts, including brands like Club Med, Club Med Joyview, as well as Casa Cook and Cook's Club acquired in 2019; (ii) tourism destinations, which FTG develops, operates and manages, including Atlantis Sanya, and Lijiang FOLIDAY Town, Taicang FOLIDAY Town, which are developed and operated under self-owned brand "FOLIDAY Town"; and (iii) services and solutions in various tourism and leisure settings. [...]

FTG offers premium resort services in an all-inclusive package that includes accommodations, sports and leisure activities, entertainment, childcare, meals and open bars in a wide range of resorts around the world under the Club Med brand, and offer, in China, both Club Med and Club Med Joyview resorts.

**As of 31 December 2019, FTG has conducted sales and marketing businesses in more than 40 countries and regions across six continents, and has operated 66 resorts.**

Its resort business volume under Club Med brand has increased by 5.2% in 2019 as compared with that in 2018 as a result of popularity on the winter ski products and the increased capacities of 4&5 Trident resorts. [...]

Atlantis Sanya, is located on the Haitang Bay National Coast of Sanya in Hainan province, China.

As the first tourism destination project of FTG located in Sanya, it has approved to be an icon of tourism upgrading v3.0 of Sanya, Hainan Province.

Atlantis Sanya was commenced construction in 2014, had its soft opening in February 2018 and officially opened in April 2018. In 2019, the business volume of Atlantis Sanya reached RMB1,312.1 million, increased by more than 74.2% compared with last year, in particular, in comparable period from May to December, it increased by 22.6%.

In 2019, customers visiting Atlantis Sanya increased from 3.2 million to approximately 5.2 million as compared with the same period of 2018, and the number of visitors to the Waterpark and the Aquarium reached approximately 1.1 million and 1.2 million respectively.

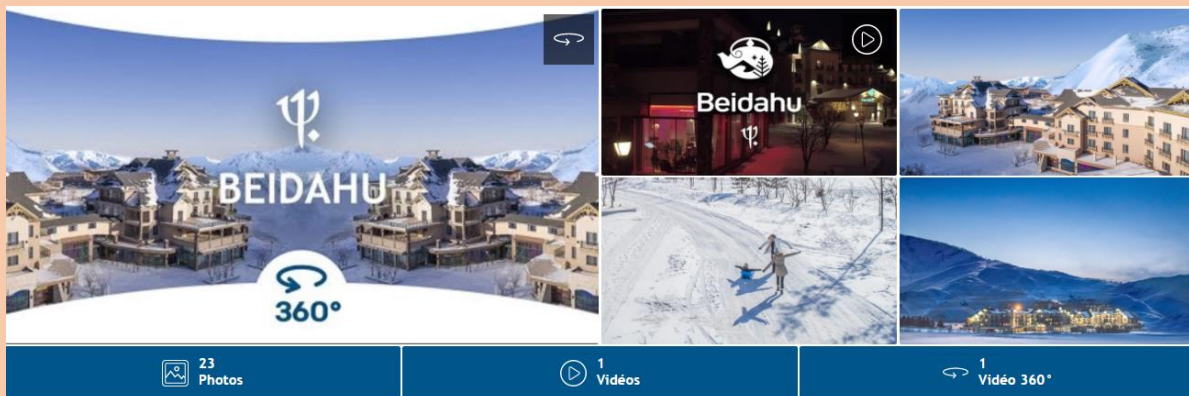
In addition, Tang Residence (saleable residential vacation units of Atlantis Sanya) including 190 villas and 794 apartments presold, has delivered 764 apartments to clients in 2018 and 176 villas and 28 apartments in 2019

Extrait du rapport annuel du groupe

[93b4a5da-8531-4ee3-ae2a-32a6cbe48fe1 \(fosun.com\)](#)

[The Traveller's Guide to Shanghai Neighbourhoods - Discovery \(cathaypacific.com\)](#)

La « Grande Chine » - Hong Kong et Taiwan compris - est le deuxième marché de l'opérateur, après la France, avec quelque 240.000 clients en 2019. On compte plusieurs complexes en Chine continentale dont Sanya (Hainan), Guilin (Guangxi) dans le sud et les destinations enneigées de Yabuli et Beidahu dans le Nord-Est ainsi que 3 sites sous le concept « Joyview ». Créée spécialement pour le marché chinois, cette marque vise les établissements situés non loin des grandes métropoles permettant des courts séjours, un axe majeur du plan d'expansion de l'opérateur dans le pays. Joyview cible une clientèle urbaine en quête de lieux de détente et de loisirs. Les deux premiers ont été ouverts en 2018 (l'un à Anji dans le Zhejiang, à une heure de Hangzhou et à trois heures de Shanghai ou de Nanjing, l'autre dans la station balnéaire de Beidaihe dans le Hebei, proche de Pékin, de Tianjin et de Tangshan), le troisième, Yanqing ouvert en 2019, est encore plus proche de Pékin.



Quelles activités vont vous étonner à Beidahu ?

Expériences *à vivre*

- Admirez le paysage givré de Jilin\*
- Laissez-vous séduire par l'esprit de Noël
- À la croisée entre les Alpes et Dong Bei
- La sérénité des montagnes

[Séjours tout compris Beidahu | Club Med](#)



Le site de Yanqing ouvert en juillet 2019, est le septième inauguré par le Club Med en Chine et le troisième sous le concept « Joyview ».

(DR Club Med)

[Le Club Med conforte ses ambitions en Chine avec son concept Joyview | Les Echos](#)



Anji (Zhejiang)

[Club Med Joyview - Club Med地中海俱乐部官网](#)

Set in the heart of Lingfeng Mountain Bamboo Park, Anji is renowned as one of the world's most incredible bamboo gardens. Club Med Joyview – Anji is the perfect urban backyard escape, combining nature, culture, and discovery.

[China \(clubmed.com.cn\)](#)

[Anji - Family Resort and all inclusive vacations with Club Med](#)



Club Med INFO COVID DÉCOUVRIR CLUB MED DESTINATIONS INSPIRATIONS IDÉES DE VACANCES BONS PLANS 0810 810 810 🔍 👤

Photos 33 📺 Vidéos 1 🔄 Vidéo 360° 1 📷 Instagram 31

**4\*** & **EXCLUSIVE COLLECTION** **Cancún Yucatán**  
MEXIQUE 🔄 All inclusive by Club Med à partir de **910 € 774 €** par adulte\*

Arrivée - Départ 📅 2 adultes ✕ 🚗 sans transport 👉 ➔ Continuer

📄 Ce qui est inclus dans votre séjour 📅 Flexible ? Consultez le calendrier

Club Med > Amérique du Nord > Mexique > Cancún Yucatán

**CANCÚN**  
360°

33 Photos 📺 1 Vidéos 🔄 1 Vidéo 360° 📷 31 Instagram

Quelles activités vont vous étonner à Cancún Yucatán ?

Expériences *à vivre*

La cité Maya de Chichen Itza En savoir plus

La barrière de corail à la nage En savoir plus

Les saveurs mexicaines typiques En savoir plus

Le ski nautique sur la lagune En savoir plus

[Séjours tout compris Cancún Yucatán | Club Med](#)

## **Difficile de trouver des GO aigris ou des clients vraiment déçus**

À Cefalù, l'heure de l'apéritif a sonné et les quelque 300 vacanciers de cette première semaine d'ouverture se pressent autour de la piscine et de son incontournable bar, qui sert spritz et autres cocktails colorés à volonté à toute heure de la journée. Carole et Denis, joyeux cinquantenaires nantais, écument les Clubs Med à travers le monde depuis plus de vingt ans. Ils n'auraient raté pour rien au monde la réouverture post-Covid-19 des villages. « Nos vacances au Club, ce sont nos plus beaux souvenirs, témoignent-ils. Mais ces nouveaux villages 5 Tridents, aussi beaux soient-ils, ne correspondent plus vraiment à l'ADN festif des débuts. La montée en gamme, ajoutée à la configuration Covid-19, fait un peu perdre l'esprit déjanté que nous aimions tant. Seulement, il n'existe pas d'alternative. Nous n'avons jamais trouvé mieux ailleurs, alors nous retournons au Club tous les ans. »

Quant à l'effet « cage dorée » de touristes aisés qui ne sortent pas de leur village et ne partent ni à la rencontre des populations locales, ni à l'aventure dans les environs, les fans s'en moquent. Ce n'est pas ce qu'ils viennent chercher. Difficile de trouver des GO aigris ou des clients vraiment déçus. « Ma plus grande inquiétude, quand le Club va mal ou avec cette nouvelle crise du Covid-19, c'est de savoir où je pourrais partir si les villages fermaient, ajoute le blogueur Jean-Baptiste Bacheron. Mes vacances au Club sont irremplaçables, c'est mon mode de vie. Vous savez qu'il existe une forme de dépression qui dure de deux à trois semaines quand on rentre du Club et qu'on retourne à la vie réelle où les gens ne se parlent plus, où les soucis reviennent, où rien n'est plus aussi facile ? »

Client fidèle ou pas, chacun sait effectivement que le retour au bureau, c'est jamais « le Club Med ». Expression bien française consacrée et éprouvée depuis plus de soixante-dix ans !

[Comment le Club Med a révolutionné les vacances \(msn.com\)](https://www.msn.com/fr-fr/actualites/Comment-le-Club-Med-a-revolutionne-les-vacances)

## L'histoire du Club Med en images

Diaporama 19 photographies (2013)

Reproduction issue du livre "Club Méditerranée" réalisée par Philippe Sébirot

[1950 : Dès sa création, le Club Med invente les vacances tout compris \(capital.fr\)](http://capital.fr)

## Club Med : la saga d'un sexagénaire

Diaporama 16 photographies (2013)

Par Challenges.fr le 27.05.2013 à 19h35

Le célèbre club de vacances a 60 ans.

[Club Med : la saga d'un sexagénaire - Challenges](http://challenges.fr)

## Le Club Med dans la culture populaire

Essentiellement abordée par le biais de productions cinématographiques, l'image du Club Med est souvent caricaturale

Le graffiti « Club Med, des vacances bon marché dans la misère des autres » est un des slogans de l'Internationale situationniste apparus lors de mai 1968 à Paris. L'expression a été décrite comme un commentaire sur l'aliénation, la domination et « les fausses promesses de la vie moderne ». Le slogan sans la mention Club Med figure dans les paroles de la chanson des Sex Pistols « *Holidays in the Sun* » sortie en 1977.



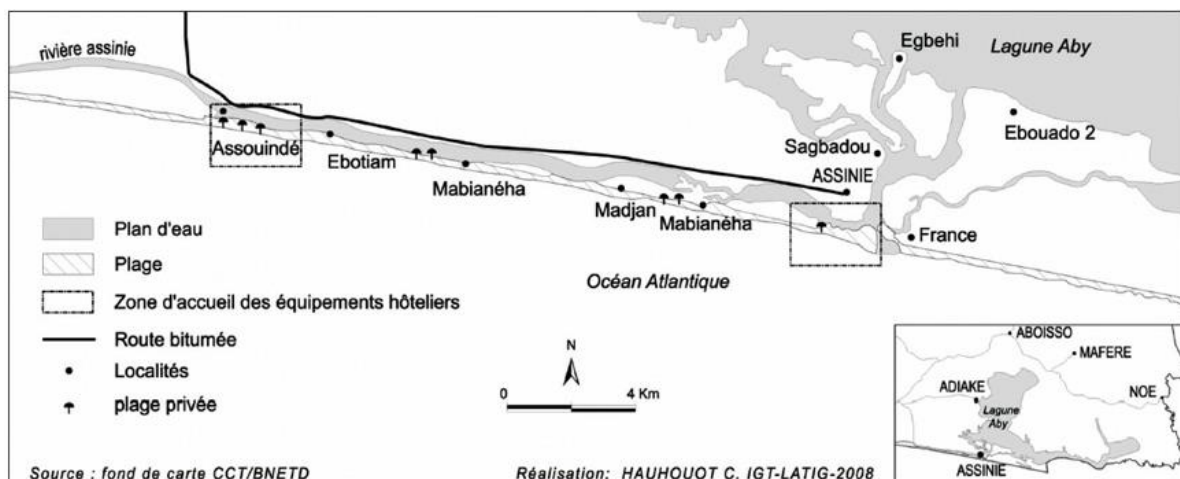
[Totally Vinyl Records](http://TotallyVinylRecords.com) || Sex Pistols - Holidays in the sun / Satellite 7 inch Picture Cover

Le style de vacances du Club Med a été satirisé dans le film de 1978, **Les Bronzés** (sorti en anglais sous le titre *French Fried Vacation*) réalisé par Patrice Leconte. Les suites Les Bronzés font du ski et Les Bronzés – Amis pour la Vie sont sorties respectivement en 1979 et 2006.

Le film Les Bronzés fut tourné dans le Club Med de Assouindé (appelé Galaswinda dans le film), une petite station balnéaire du sud-est de la Côte d'Ivoire. Mais entre montée du niveau de la mer (la plage a reculé de plus de 300 mètres) et crises politiques de 1999 et 2002, les lieux ont été fermés en 2005 et abandonnés.

Le littoral d'Assinie a fait l'objet d'un programme ambitieux d'aménagement touristique initié dans les années 1972. Ce plan prévoyait la construction de bases nautiques dans la lagune et celle de réceptifs touristiques et de résidences secondaires sur le bord de mer.

Sous la cocoteraie, entre la mer et la rivière, deux secteurs ont été réservés à la construction de réceptifs hôteliers, à Assouindé et à Assinie. Seul celui d'Assouindé a effectivement accueilli (presque tous) les établissements projetés. En effet, l'État a construit un hôtel classique (*Sitour*) et deux villages de vacances exploités par des opérateurs privés (*Valtur* et *Club Méditerranée*). Un kilomètre plus loin, à l'est du complexe *Valtur*, le *Club Méditerranée* animait jusqu'en 1999 un autre village de vacances encore plus luxueux. Entre les cocotiers, avaient été construits deux cents bungalows individuels, soit une capacité de 640 lits. Leur architecture était largement inspirée des cases rectangulaires traditionnelles akan. Tous les bungalows étaient dotés d'un salon, d'une salle de bain et de toilettes indépendantes. Ils étaient climatisés et décorés. Les bâtiments collectifs étaient aérés et ventilés grâce à une large ouverture sur l'extérieur (Dienot, 1980).



### Le littoral d'Assinie en Côte-d'Ivoire : dynamique côtière et aménagement touristique

Célestin Hauhouot

p. 305-320 | Cahiers d'Outre-Mer | Juillet-Septembre 2010 |

[Le littoral d'Assinie en Côte-d'Ivoire : dynamique côtière et aménagement touristique \(openedition.org\)](http://www.openedition.org)

Le film **Copper Mountain : A Club Med Experience**, film canadien de David Mitchell sorti en 1983, avec Jim Carrey et Alan Thicke, est une quasi-publicité pour le village club med maintenant fermé dans la station de ski de Copper Mountain, Colorado. Deux amis habitant Grimsby dans l'Ontario partent en vacances d'hiver aux États-Unis. L'un d'entre eux, Bobby Todd interprété par Jim Carrey passe son temps à draguer sans même bien savoir skier.

Le **téléfilm d'ABC** de 1986 Club Med met en scène Jack Scalia et Linda Hamilton, respectivement en tant que manager du Club Med et hôte qui tombent amoureux au Club Med d'Ixtapa (Mexique).



En 2004, une série télévisée coréenne diffusée par MBC intitulée First Love of a Royal Prince a été filmée au Club Med Bali, Sahoro et Bora Bora. L'actrice principale, Sung Yu-ri, a joué Kim Yu-bin, une GO.

Aux États-Unis et au Canada, les prisons à sécurité minimale sont souvent appelées Club Fed, un jeu de mots fondé sur le nom Club Med.

En 2004, l'équipe de comédie américaine Broken Lizard, a sorti un slasher comique nommé « Club Dread », où dans une station paradisiaque, des jeunes avides de sexe, drogues et rock and roll deviennent les cibles d'un tueur dérangé. Le titre est un autre jeu de mots sur le nom Club Med.

### Club Med décroche 260 millions d'euros de prêts

Par Florian De Paola - Le 18 Juin 2020

**La marque au trident a négocié un Prêt garanti par l'Etat (PGE) de 180 millions d'euros, tandis que son actionnaire chinois, Fosun Tourism Group, a abondé de 80 millions d'euros.**

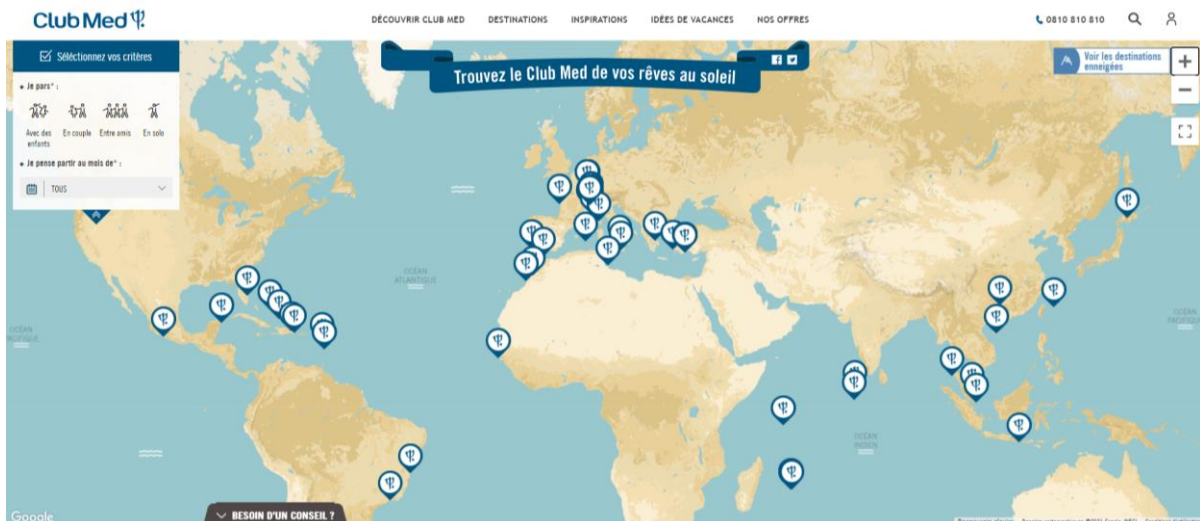
Club Med annonce la signature d'un PGE de 180 millions d'euros, garanti à 90 % par l'État français via BPI France, et ce pour une durée de 6 ans. 80 millions d'euros ont également été apportés par Fosun Tourism Group, actionnaire principal de Club Med depuis 2015, sous la forme d'un prêt d'actionnaire additionnel. Ces deux opérations permettent à la marque au trident de « sécuriser de manière significative sa trésorerie » et préparer « la reprise de son activité ».

Club Med, comme l'ensemble de l'industrie touristique à l'échelle mondiale depuis trois mois, était à l'arrêt en raison de la pandémie de Covid-19. « En avril dernier, pour la première fois depuis ses 70 ans d'histoire, tous les Resorts Club Med ont dû temporairement fermer leurs portes », explique la marque fondée en 1950 par Gérard Blitz. Mais l'heure est désormais à la réouverture. « Après nos 5 Resorts chinois en avril, nous avons rouvert, pour le marché américain, notre Club Med de Sandpiper Bay en Floride et, début juillet, une quinzaine de Resorts réouvriront en Europe », chiffre Henri Giscard d'Estaing, le président du groupe.

#### Un bon début d'année 2020... jusqu'à la pandémie

Le Club Med ambitionne désormais de reprendre sa conquête des marchés internationaux. « Le financement que nous avons signé nous permet d'affronter les conséquences de cette crise, de nous préparer à reprendre progressivement nos activités et à gagner de nouvelles parts de marché », indique Michel Wolfovski, directeur général et directeur financier du Club Med. D'autant plus que le groupe peut s'appuyer sur un exercice 2019 de bonne facture. Lors de l'exercice précédent, à taux de change comparable, le volume d'activité des resorts du Club Med a augmenté de 5%, s'élevant à 1711 millions d'euros. L'EBITDA courant s'élève à 306,2 millions d'euros. Le début de l'année 2020 aussi a été performant, avec un volume d'activité en hausse de 8% en janvier/février par rapport à l'année précédente, et un EBITDA récurrent en hausse de plus de 20%. Les financements, accordés par les partenaires bancaires français du Club Med (Arkea, BNP Paribas, le Groupe BPCE, le Groupe Crédit Agricole, le Groupe Société Générale et HSBC) et par le groupe Fosun « soulignent leur confiance dans le modèle économique du Club Med et son potentiel de croissance rentable », conclut le groupe.

[Club Med décroche 260 millions d'euros de prêts \(lechotouristique.com\)](https://www.lechotouristique.com)



[Club Med - Carte Interactive](#)

## La pandémie aura signé la fin de certains Club Med

### L'exemple du Maroc

Le Club Med a anticipé la fermeture du resort d'Agadir (initialement annoncée pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2022) au 1<sup>er</sup> juillet 2021 qui coïncide avec la fin de son contrat de bail. Une décision qui a été prise, selon le groupe, en accord avec Madaëf, branche tourisme de la Caisse de dépôt et de gestion (CDG). Alors que la plupart des hôtels situés en première ligne du parc hôtelier de la destination étaient fermés depuis mars 2020, pour des raisons administratives liées au contexte de la pandémie, le site web du village-hôtel du Club Med annonçait sa fermeture fin avril.

En service depuis le 30 janvier 1966, le Resort d'Agadir était le tout premier établissement en dur permanent du Club Med sur le continent africain, après la reconstruction d'Agadir dévastée par le séisme meurtrier du 29 février 1960. La première implantation du groupe datait de 1963 à Al Hoceima. C'est à l'occasion de son inauguration qu'Hassan II demande à Gilbert Trigano d'implanter le second village à Agadir. La ville est en cours de reconstruction, le prince héritier souhaite dynamiser son offre touristique.

Le nouveau village accueille les premiers GMs le 30 janvier 1966. Judith Blitz (la sœur de Gérard Blitz) en est la première chef de village.

Madaëf est également propriétaire des deux autres resorts marocains du Club Med, Marrakech La Palmeraie et Yasmina Cabo Negro à Martil. Selon le groupe, « depuis quelques années déjà, le produit Club Med Agadir ne correspondait plus aux attentes des clients, ni aux standards de confort d'hôtellerie attendue, plus du tout en ligne avec la stratégie de montée en gamme et le positionnement premium du Club Med ».

Rénové intégralement en 1999, puis en 2005, le Village d'Agadir, classé 3 tridents, offrait une capacité de 374 chambres, soit 782 lits. Cette fermeture constitue un coup dur pour la destination Agadir en termes de capacité d'hébergements. La station possédait le deuxième parc hôtelier du pays en 2019 avec 38.505 chambres, la fermeture du club représente la perte de plus de 2% du parc.

Le management du Club Med concentrera ses efforts sur les deux resorts qui représentent le futur du groupe au Maroc. Pour la marque au trident, « le Club Med pourrait revenir à Agadir ou de s'installer sur Taghazout dans le futur.

En revanche, le Club Med a officialisé, en octobre 2020, le développement d'un nouveau resort premium à Essaouira qui devrait être réalisé en partenariat avec le fonds d'investissement panafricain Grit Real Estate Income Group, pour un investissement d'environ 90 millions d'euros.

Doté de 350 chambres, le Club Med d'Essaouira, devrait ouvrir ses portes en 2024. À l'occasion de la signature du protocole d'accord entre le Club Med et Madaëf pour relancer les resorts de Marrakech La Palmeraie et de « Yasmina » à Tétouan, le Club Med avait annoncé qu'il étudie d'autres destinations près de Chbika et aux environs d'Agadir où la future station d'Aghroud et la station de Taghazout (53 ha sous forme de trois parcelles réservées au village de vacances) pourraient reprogrammer, dans les années à venir, la destination Agadir dans le cadre de son offre touristique.

Le projet de rénovation-extension du Club Med Marrakech La Palmeraie, il mobilisera un investissement de l'ordre de 26 millions d'euros avec un prolongement de son bail jusqu'en 2031. Quant au projet de rénovation du Club Med Yasmina, à Cabo Negro, après une première rénovation réalisée en 2011, 3,5 millions d'euros seront investis pour mieux répondre aux attentes de la clientèle, accroître l'attractivité du resort et d'allonger sa durée d'ouverture.

En attendant, le coup est rude pour Agadir. Des hôtels sont mis en vente. C'est le cas de l'hôtel 4 étoiles Le Tivoli d'Agadir. Le CIH cherche à céder cet hôtel, ainsi que sa galerie commerciale, composée de 50 magasins. Le groupe hôtelier Iberostar a décidé de mettre en vente son hôtel d'Agadir, au même titre que celui de Saidia. La famille Sbaï et la Somed cherchent à leur tour à céder respectivement l'hôtel-club Almoggar et l'hôtel Kasbah... Difficile d'établir statistiquement la perte du nombre de lits, certaines sources avancent plusieurs milliers. Le blog de Michel Terrier sur Agadir bien informé et qui reprend de nombreuses sources marocaines cite un article ([fr.le7tv.ma](https://fr.le7tv.ma) – 19/03/2021) qui avance le nombre de 32.000 lits.

D'après [LPJM](https://www.lepetitjournalmarocain.com) – 28/04/2021

[Agadir: après 56 ans, le Club Med s'en va ! | LPJM \(lepetitjournalmarocain.com\)](https://www.lepetitjournalmarocain.com)

D'après Marouane Kabbaj – [maroc-hebdo.press.ma](https://maroc-hebdo.press.ma) – 12/05/2021

[Le Tourisme en Péril : La crise sanitaire a aggravé la situation du secteur – Le Blog d'Agadir \(wordpress.com\)](https://www.wordpress.com)





## L'agence Touché signe la nouvelle campagne de marque de Club Med

[PEGGY BARON](#) LE 16 JUIN 2021

**L'agence Touché accompagne l'équipe Marketing et Communication monde du Club Med depuis le début de la crise sanitaire, qui a obligé l'acteur du voyage à repenser intégralement sa stratégie de marque.**

Dès le début de la crise sanitaire, l'agence a créé une nouvelle charte d'expression sur les sujets Hygiène et Sécurité déployée sur l'ensemble des points de contact digitaux et physiques du Club, y compris ses 70 resorts. Intitulé « *Safe Together* », un protocole pensé avec un comité scientifique international ayant pour objectif de permettre aux clients de réserver en toute confiance et tranquillité d'esprit, à travers une création simple, ludique et premium.

### **Comme un vent de liberté au Club Med**

Après l'urgence de la réassurance, le temps d'une réflexion globale sur une nouvelle plateforme de marque était nécessaire pour faire face aux nouveaux paradigmes des vacances du XXIème siècle. Après la dernière campagne de marque de 2019, *Bring home more than just memories*, Club Med souhaitait repartir sur un terrain de jeu davantage aligné sur leur message fondateur autour de la liberté et la notion du ici et maintenant.

L'agence Touché signe en réponse la nouvelle campagne de marque monde qui apporte un nouveau souffle de liberté et élève « L'esprit libre ». Club Med pense donc un nouveau terrain de jeu pour accompagner cette évolution des attentes en matière de voyage.

« Nos vies quotidiennes sont devenues très compliquées. Gérer sa vie professionnelle et sa vie personnelle sans accroc, être un bon père, une bonne mère, faire attention à son empreinte écologique... Dans ce contexte, même l'organisation des vacances devient parfois un véritable casse-tête organisationnel ! Notre « charge mentale » approche dangereusement de son point de rupture. Un séjour Club Med, c'est un remède contre les contraintes du quotidien : ce que nous proposons à nos clients, c'est une pause, une vraie, la possibilité de retrouver un peu de cette légèreté qui nous manque trop souvent. Club Med, c'est une manière de retrouver un esprit libre. »

*Eric Georges, Directeur Général du Benelux au Club Med*

”

Le film de la campagne met en scène cette offre revisitée du Club Med. La campagne sera jouée en social media avec des formats courts, en TV dans certains marchés clés, et en presse et boutique via une campagne d'affichage.



[L'agence Touché signe la nouvelle campagne du Club Med \(ladn.eu\)](http://ladn.eu)

" Club Med, l'esprit libre " (" Peace of mind is a destination " dans sa déclinaison anglophone) vient étoffer la plateforme de marque " Vous étonner ".

La campagne est le fruit d'une collaboration avec les agences Stroika et Touché, respectivement en charge du planning stratégique et du déploiement.

[Club Med dévoile sa campagne : " Club Med, l'esprit libre " \(e-marketing.fr\)](http://e-marketing.fr)

## Lire le rapport RSE 2019 (72 pages)

[FR\\_RAPPORT\\_RSE\\_201120.pdf \(clubmed.com\)](#)

### PRESENTATION DU CLUB MED

## CHIFFRES 2019

**1,49** millions de clients  
dont **1,29** millions en 4&5  
Tridents (dont les Villas &  
Chalets)

Satisfaction client en  
**progression constante**

**42%** des clients en  
provenance des marchés  
commerciaux à croissance  
rapide

**1,7** milliard d'euros de  
chiffre d'affaires Villages et

**66** resorts exploités à  
travers le monde

**87%** de la capacité et  
**86.7%** des clients en  
4&5 Tridents

Une présence dans une  
**trentaine** de pays

**27 000** GO®-GE de  
**110** nationalités  
différentes

## • 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.

### Exploitation et commercialisation de villages de vacances

Au 31 décembre 2020, **Club Med exploite 66 resorts**. Ceux-ci se répartissent entre 3 modes d'exploitation : propriété, location et contrat de management. Le Groupe poursuit ainsi sa stratégie dite "Asset Right" qui vise à établir un portefeuille de villages équilibré :

- 23% des resorts **en propriété** : Club Med est propriétaire du resort et en assure la gestion.
- 62% des resorts **en location** : Club Med assure l'exploitation du resort et verse un loyer au propriétaire des murs.
- 15% des resorts **en management** : Club Med se voit confier la gestion d'un resort par son propriétaire qui lui verse une commission de gestion. L'investissement ainsi que les coûts d'exploitation et de maintenance du resort sont à la charge du propriétaire.

**Club Med commercialise essentiellement des séjours tout compris** dans ses resorts haut de gamme répartis à travers le monde ainsi que des circuits Découvertes. L'ensemble de ces prestations se décline pour les séminaires d'entreprises grâce à une offre adaptée intitulée « Meeting and Events by Club Med ».

Dans le cadre de son offre tout compris, Club Med a transporté 34% de ses clients

Club Med Property propose par ailleurs à ses clients d'acquiescer en pleine propriété des Villas ou des Appartements-Chalets à proximité de ses villages de la Plantation d'Albion (Ile Maurice), de Valmorel (France) et de Grand Massif Samoëns Morillon (France).

Présent dans une trentaine de pays répartis sur quatre continents, le **Groupe emploie 27.343 GO® (Gentils Organisateurs) et GE (Gentils Employés) de près de 110 nationalités différentes**. Incarnant l'esprit Club Med, alliance de professionnalisme et de convivialité, les équipes GO®-GE sont au cœur de la politique RH du groupe.

### Une stratégie tournée vers le haut de gamme et l'international

Avec le soutien de son actionnaire Fosun, Club Med poursuit son ambition d'être le leader mondial des vacances premium, tout compris, pour les familles et les couples actifs et décline cette ambition en trois piliers stratégiques :

- être Global : ouvrir trois à cinq nouveaux resorts par an, dans une logique de développement plus écoresponsable ;
- être Haut de gamme avec l'esprit Club Med et une promesse client renforcée ;
- être Happy Digital : continuer la transformation numérique pour améliorer l'expérience Client et celle des collaborateurs dans les resorts et bureaux.



## Le rapport RSE 2018 (68 pages)

[FR-Rapport-RSE-2018-20juin19- compressed.pdf \(developpementdurable.clubmed\)](#)