

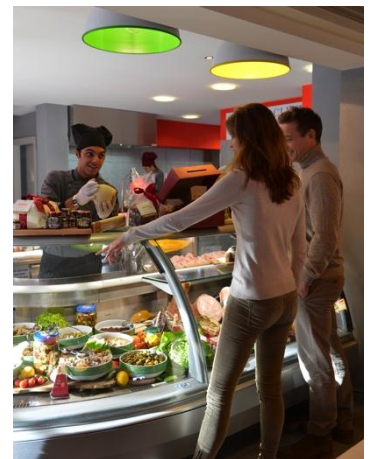
## LE CLUB MED POURSUIT LA MONTÉE EN GAMME DE SON OFFRE TABLE GRÂCE À DES PARTENARIATS DE RENOM

En tant qu'ambassadeur du savoir-faire français partout dans le monde, le Club Med a fait de l'évolution de son offre Table une des priorités de sa politique de montée en gamme depuis deux ans. Dans le contexte d'internationalisation du groupe, l'offre doit répondre à un double enjeu : promouvoir la singularité et le savoir-faire français tout en proposant une cuisine aux influences locales qui répond aux attentes de la clientèle internationale. Pour y parvenir, l'entreprise s'entoure d'organismes experts afin de parfaire ses prestations et la formation de ses collaborateurs.

### QUALITÉ, LIBERTÉ, ÉMOTION : L'ART DU BUFFET « MADE IN CLUB MED »

#### UNE MONTÉE EN GAMME INITIÉE EN 2014

Le buffet fait partie intégrante de l'ADN du Club Med. S'il n'est pas question de rompre avec ce symbole, c'est dans la variété et la qualité des produits, mais aussi dans le cadre de dégustation proposé que s'inscrit la montée en gamme de l'offre Table. « L'image du buffet peut apparaître parfois dépassée, mais il fait et fera toujours partie de notre patrimoine historique car il fait écho à une de nos valeurs fondamentales : la liberté. Chacun est libre de composer son propre menu avec des plats phares de la destination et des produits internationaux pour découvrir de nouvelles saveurs » explique Grégory Côme, directeur des prestations hôtelières Europe-Afrique. « C'est pour cette raison que nous réaffirmons le concept de buffet en le rajeunissant et en le faisant évoluer vers une offre encore plus premium, avec une variété toujours très importante et des produits de grande qualité cuisinés et dressés « en direct » devant le client pour garantir leur fraîcheur et leur goût ».



La Trattoria, Pragelato Vialattea

#### UNE CUISINE À L'IMAGE DE SES G.O® : CRÉATIVE ET MULTICULTURELLE

Les G.O® Chefs de cuisine et leurs équipes sont à l'image de la cuisine que le Club Med souhaite proposer à sa clientèle en quête de nouvelles saveurs et d'exotisme. Les équipes cuisines sont internationales : si 24% des G.E® et G.O® Cuisine et Restaurant du Club Med sont de nationalité française, les autres proviennent d'Amérique latine, d'Amérique du Nord, d'Europe ou encore d'Asie. Comme l'explique Frédéric Coste, Chef de Cuisine à Chamonix, « l'âme de la Table au Club Med réside dans l'équilibre subtil entre la touche locale et le savoir-faire international des Chefs, mais aussi dans la qualité et la variété des produits ».

Pour exemple, au village 4 tridents de Pragelato Vialattea, en Italie, le restaurant La Trattoria, qui fait également épicerie fine, propose des spécialités italiennes et une offre évolutive tout au long de la journée avec des repas « sur le pouce » pour le déjeuner et une atmosphère italienne typique pour le dîner. Le voilier de croisières 5 tridents, le Club Med 2, proposera quant à lui en juillet prochain une semaine gastronomique dans les îles grecques en présence du Chef étoilé Pascal Devalkeneer et du sommelier Eric Boschman, avec au programme : démonstrations et cours de cuisines, dégustation de vins régionaux, rencontres avec des producteurs locaux, etc.



Voilier de croisières Club Med 2

### DES G.O® AU CŒUR DE LA MONTÉE EN GAMME

#### UN PARTENARIAT AVEC EMLYON BUSINESS SCHOOL POUR ACCOMPAGNER LA MONTÉE EN GAMME

Pour assurer cette évolution de sa prestation « Table », le Club Med mise avant tout sur ses G.O et G.E. Dans le but d'avoir un regard extérieur sur son offre et les prestations délivrées, le Club Med travaille depuis 4 ans avec l'École de Management de Lyon (EMLYON). Chaque année, une vingtaine d'étudiants du Mastère Spécialisé « Marketing et management des services » d'EMLYON se rendent dans un village Club Med pour réaliser une enquête ethnographique sur la montée en gamme et la perception client qui en résulte. Immérgés pendant 4 jours en village, c'est en tant que clients anonymes qu'ils vont au contact des G.O et testent l'expérience Club Med. Suite à cette expérience, les étudiants publient un rapport sur la base de leurs perceptions, en dégagant les points forts et les axes d'amélioration à apporter.

## LA FORMATION AU SERVICE DE L'EXCELLENCE DE LA TABLE

Au-delà de ce partenariat et fidèle à sa politique de développement des talents, c'est par la formation en continu de ses 5 000 G.O® et G.E® en Cuisine et Restauration que le Club Med a décidé de construire la montée en gamme de son offre Table. Pour exemple, les Chefs de cuisine des villages du monde entier se sont réunis en novembre 2013 lors du Campus des Talents à Opio, pour être formés par l'Institut Paul Bocuse sur la sublimation des buffets, la posture du Chef et le service. Aujourd'hui, l'ensemble des villages propose une cuisine contemporaine, à la fois locale et raffinée. À l'image de la carte du tout nouveau village 4 Tridents de Val Thorens Sensations, signée par le chef savoyard étoilé Edouard Loubet.



Voilier de croisières Club Med 2

## À PROPOS DE

Inventeur du concept de club de vacances, le Club Méditerranée est la seule marque de vacances mondiale, leader sur son segment : les vacances tout compris, haut de gamme, conviviales et multiculturelles pour les familles et les couples.

Présent dans 26 pays, il compte 66 Villages répartis sur cinq continents et le bateau de croisières Club Med 2 avec 13 000 GO et GE de plus de 100 nationalités différentes. Le Club Med propose aussi des circuits découverte « Les Circuits Découverte By Club Med » et une activité incentive et séminaires « Club Med Business ».

Depuis 2004, le Club Méditerranée s'est engagé dans une stratégie de repositionnement sur le haut de gamme, pour répondre, par une offre repensée, aux attentes d'une clientèle à la recherche de vacances d'exception.

**Rendez-vous sur [Clubmedjobs.com](http://Clubmedjobs.com) pour postuler et sur [la page Facebook Club Med Jobs FR/EN](#) et [le compte Twitter ClubMedJobs\\_fr](#) pour retrouver toutes les actualités RH du Club Med.**

## CONTACTS (POUR DEMANDE PRESSE UNIQUEMENT)

Sophie REINACH  
Club Med  
01 53 35 35 87  
[sophie.reinach@clubmed.com](mailto:sophie.reinach@clubmed.com)

Lucille SIMON  
TBWA\CORPORATE  
04 37 47 36 28  
[lucille.simon@tbwa-corporate.com](mailto:lucille.simon@tbwa-corporate.com)