Les villages vacances

COMPARAISON ENTRE CLUB MED ET VVF

Un village vacances ou centre de vacances est un **hébergement touristique** qui est organisé en plusieurs bâtiments : appartements, chalets ou des bungalows et qui propose des **services liés à l'hôtellerie** ainsi que **des équipements** et des **activités de loisirs**.

Ces villages de vacances peuvent se situer dans différents endroits comme des **stations de sports d'hiver**, **balnéaires** ou **thermales**

Le premier village de a été créée en France en **1948** par le **Touring Club de France**

Vous pouvez choisir un séjour pour **un week-end** ou un **long séjour** en famille, seul, en couple ou entre amis à **la mer,** à **la montagne** et **à la campagne**

Plan de l'exposé

I. Présentation du Club Med et VVF

II. Les points communs

III. Les différences entre les deux

Conclusion

VVF(*Village Vacances Familles*) est une association française de tourisme qui a développé en France le principe de l'hôtellerie familiale.

Dans les années **1980**, VVF est le premier opérateur de tourisme familial en France et gère plus d'une centaine de villages

En 2001 : Scission VVF Village/VVF Vacances

Le pôle associatif cela deviendra en 2007 ***Belambra* Clubs** qui compte aujourd'hui 58 clubs.

Aujourd'hui **VVF Village** qui est restée une association avec pour associés les maires de communes propriétaires de ses villages qui compte 1000 employés à plein temps.

Au contraire, **Belambra Clubs** qui a été privatisé compte 2500 employés, on attribuait son chiffre d'affaire de **159 millions d'euros** en 2011.

Le Club Méditerranée est à la base un projet désintéressé et idéaliste créé le **27 avril 1950**

Elle est crée en **1950** par **Gérard Blitz**, qui commercialise principalement des séjours dans des villages de vacances, dans le monde entier.

Club Med compte environs **1,2 million** de clients et le groupe exploite environ 80 villages et un bateau de croisière : le Club Med 2

Son chiffre d'affaire en 2013 est **de 1408 millions d'euros.**

Depuis **1993** après d'importantes pertes financières, le **Club Med** fait un repositionnement de marketing pour continuer ses offres, il fait également une restructuration du public visé qui devient majoritairement les seniors ou les VIP car il y a eu un grand flop auprès de la jeune clientèle.

Le Club Med a été créé en Avril 1950 et **VVF** en 1956.

Le Club Med a décidé de mettre en place une stratégie **de montée en gamme** qui consistait en un positionnement de luxe de la marque.

Ils ont fermés certains **Villages de Vacances** pour pouvoir concentrer les rénovations sur certains endroits précis et en faire devenir de **vrais villages haute gamme.**

En novembre **2001**, on assiste à une séparation dans l'entreprise **VVF** entre **VVF Villages**

VVF Vacances qui devient **Belambra Club** en 2007

En 2006, le groupe **VVF Village** est privatisé

Leurs **campagnes publicitaires** tournent toujours autour du même sujet qui est le **bonheur**, pour refléter la **joie** et le **bien-être** présent dans leurs clubs

Ils ont aussi différents **slogan**s toujours plus **joyeux** les uns que les autres

La nouvelle campagne de **VVF Villages** est intitulée « *Vivez vos Folies* » et est représentée par trois petites publicités de 6 secondes montrant des **moments heureux en vacances**, comme un spectacle d'enfants ou une sortie rafting en famille

Dans chacune de ces explications on retrouve bien **l'idée de bonheur** total en vacances dans un village de VVF.

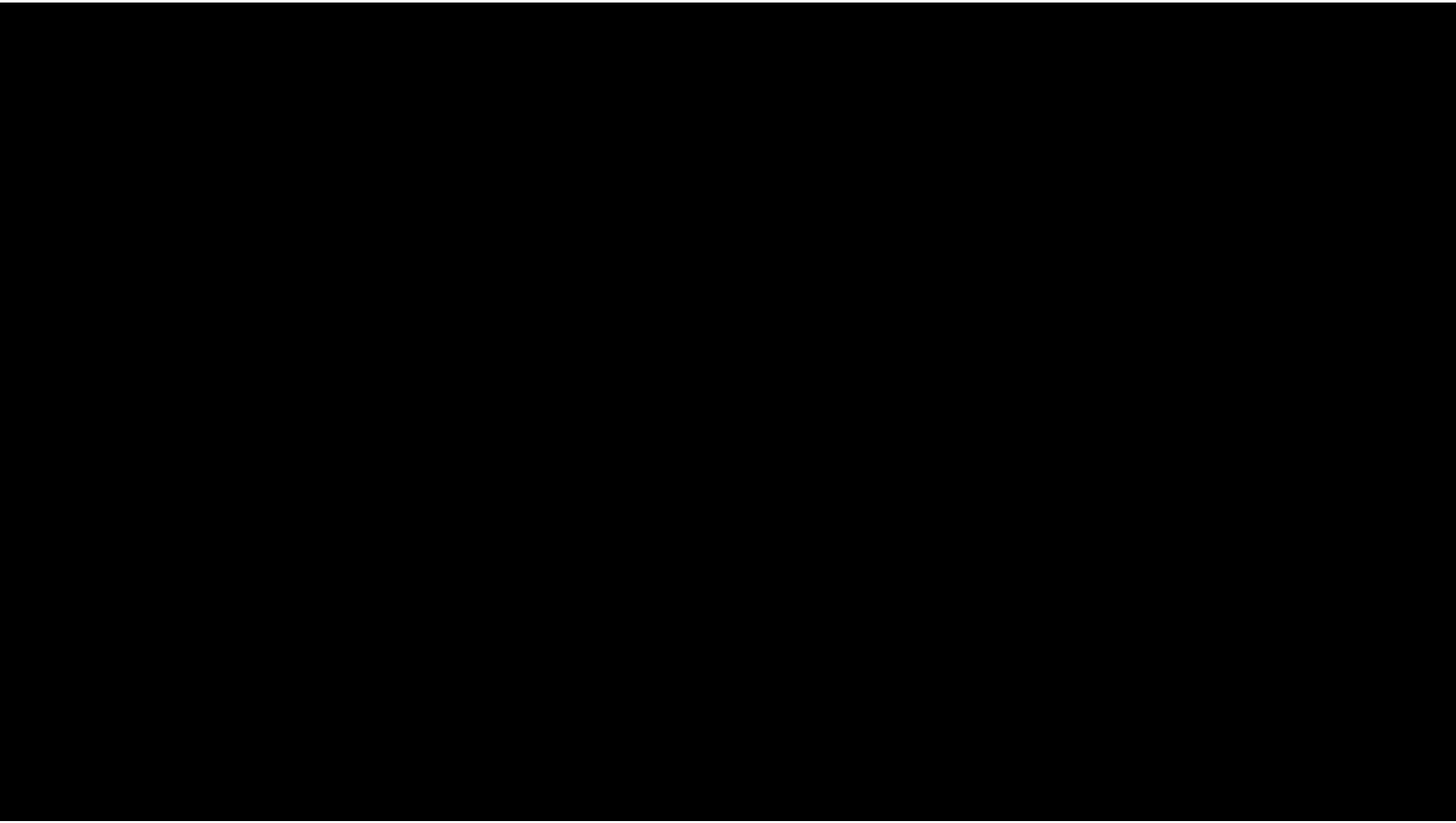
Ces deux villages vacances ont tout d'abord des cibles différentes :

Le **Club Med** a repositionné son offre depuis quelques années afin de toucher les personnes « vieillissantes » de l'âge **de 50 ans à plus de 75 ans**

Club Med grâce à cette stratégie marketing compte bien retrouver les fidèles d'il y a 30 ans qui sont devenus sénior maintenant

Ils montrent leur nouvelle stratégie à travers un ballet avec de la musique classique, qui renvoie à la **culture des séniors aisés**

« Ce n'est pas du tout le souvenir que j'en avais » cela montre qu'il n'était pas la cible auparavant et qu'il en donc **une nouvelle image**.



VVF en comparaison fait référence en matière de tourisme sociale, il s'adresse plus aux **familles** désirant découvrir des lieux touristiques avec une haute gamme de prestation

Sur internet, ils ont d'ailleurs essayé de **redynamiser leur stratégie** afin de mettre en avant la réservation en ligne mais aussi de faciliter l'accès à l'offre et compléter les services web.

C'est essentiel pour **VFF** qui s'adresse à un public dit « jeune « et « familial » d'avoir un **bon réseau social.**

Tout cela ainsi que la voix off « les premières fois, on en a prévu beaucoup pour vos vacances » montre que si on passe notre séjour à **Belambras VVF** on découvrira des choses inattendu.

Ils utilisent toujours les mêmes sujets, des images simples qui **expriment le bonheur**, reflètent la joie et le bien-être, les vacances hautes gammes, du **temps agréable pour nos vacances**

Les deux groupes utilisent également la publicité sur **YouTube**, les réseaux sociaux : **Facebook**, **Twitter** et **Instagram** où ils postent de belles photos de leurs villages et des informations commerciales diverses.

En bref, ils veulent exprimer leur **esprit de vacances familiales** en utilisant les images simples et faire passer du bon temps dans les villages vacances

Grâce à des **lieux tropicaux**, nous pouvons nous reposer, se relaxer. Même si les prix de **voyage reste cher**

La plupart du temps les villages sont **éloignés des centres villes** donc nous ne pouvons pas forcément découvrir la vie quotidienne, **découvrir une nouvelle culture** et les gens qui habitent dans le pays