

Attractivité employeur 2014 : le Club Med s'illustre à deux reprises ! Les clés du succès d'une stratégie de marque employeur

Le Club Med s'est vu à nouveau reconnu « Employeur le plus attractif du secteur Commerce-Hôtellerie-Restauration » ce 20 mars 2014, lors de la 5^e édition des Randstad Awards (n°2 mondial des Ressources Humaines). Une distinction qui s'ajoute à l'entrée du Club Med dans le classement des meilleurs recruteurs sur le web, selon une étude réalisée par Potentialpark en février 2014.

Trois trophées qui viennent récompenser une entreprise dynamique en matière de communication RH



« Un employeur de référence dans l'Hôtellerie-Restauration »

Le Club Med se voit remettre pour la 2^{ème} année consécutive le prix « Image Employeur la plus attractive du secteur Commerce-Hôtellerie-Restauration », suite à une étude réalisée auprès de 12 000 internautes français âgés de 18 à 65 ans, mettant en perspective plus de 250 entreprises supérieures à 3000 salariés.

www.lesrencontresrandstad.fr



« Un employeur de choix pour une cible jeune »

La stratégie de recrutement du Club Med a été saluée par les 3900 étudiants et jeunes diplômés interrogés par l'étude. L'entreprise gagne 37 places au classement général en 2014 ; elle se voit distinguée pour la qualité de son site web par une 25^{ème} place et une 12^{ème} place pour la qualité de sa présence sur les médias sociaux.

www.potentialpark.com

« L'expérience candidat », une stratégie employeur efficace auprès des jeunes

Déployée depuis 2011, la stratégie de marque employeur du Club Med a pour objectif d'attirer et de recruter des talents dotés de solides **compétences professionnelles** (diplôme, expérience, langues étrangères, etc), renforcées de qualités personnelles en adéquation avec les valeurs de l'entreprise. Ainsi, si le **sens du service et du détail** sont des talents incontournables, **l'enthousiasme, l'humour et la passion** sont des qualités différenciantes pour un recrutement.

Après la mise en ligne d'un site internet de recrutement, accessible désormais dans 19 pays de l'Europe-Afrique (avec deux déclinaisons récentes vers l'Ukraine et la Roumanie) en complément d'actions médias traditionnelles (jobboards et salons de recrutement généralistes et spécialisés notamment), **le Club Med est entré en 2013 dans l'ère de l'interactivité**. Cette nouvelle relation avec le candidat, permettant de présenter l'entreprise et les 100 métiers qu'elle propose, s'illustre notamment à travers **une présence active sur les réseaux sociaux**. Ainsi, son compte Twitter est devenu en moins de trois mois l'une des références des employeurs français ! Et sa page Facebook, animée en français et en anglais pour être visible à l'international, compte déjà près de 15 000 fans pour son premier anniversaire.

Fort de ce succès qui assure **des échanges entre l'entreprise, ses candidats et ses G.O/G.E**, la page Facebook a été déployée en langue Italienne et Turque cette année et est en cours de déclinaison sur ses autres bassins stratégiques de recrutement pour accélérer la notoriété du Club Med Employeur. Ainsi, comme ses clients, **l'entreprise invite ses candidats à rejoindre les équipes du Club Med pour redécouvrir le bonheur et révéler leurs talents**.

Rendez-vous sur Clubmedjobs.com pour postuler et sur Facebook.com/ClubMedJobs et Twitter.com/ClubMedJobs pour retrouver toutes les actualités RH du Club Med.

À PROPOS DE

Inventeur du concept de « club de vacances », le Club Méditerranée est le leader mondial des vacances Tout Compris, haut de gamme, conviviales et multiculturelles. Arrivé en 2012 au terme de la première phase de son projet de montée en gamme engagé en 2004, le Club Med est aujourd'hui présent dans 25 pays. Il compte 65 villages répartis sur cinq continents dont 48 en Europe-Afrique et le bateau de croisières Club Med 2. La Business Unit Europe-Afrique (la plus importante du Groupe, sachant qu'il y a aussi l'Amérique du Nord, Amérique Latine, Asie-Pacifique et Grande Chine) réunit près de 13 500 G.O® et G.E® et gère près de 23 000 affectations de saisonniers par an.

CONTACTS PRESSE UNIQUEMENT

Karin Struys
UPR Corporate
0499 03 57 22
karin@upr-corporate.be

