



“On se fait un resto?”

A l'occasion du lancement de son Festival, TheFork lance sa nouvelle campagne publicitaire TV et digitale avec Drop & Vase

Cette nouvelle campagne publicitaire, imaginée par l'agence Drop & Vase, apporte un véritable vent de fraîcheur et invite les utilisateurs à sortir de chez eux pour “se faire un resto” et à vivre des expériences gastronomiques qui ne se vivent nulle part ailleurs.

Paris, le 26 avril 2022 - Après une période difficile marquée par la pandémie, les confinements et fermetures des restaurants, TheFork apporte un nouveau souffle et invite les utilisateurs à renouer avec le plaisir de sortir au restaurant, de découvrir de nouvelles adresses et surtout de partager un moment inoubliable avec ses proches au restaurant.

La campagne, créée par Drop&Vase, agence créative basée à Barcelone, marque la première collaboration avec TheFork, plateforme leader de la réservation de restaurants en Europe. Cette campagne est aussi la première campagne internationale lancée sur l'ensemble des 12 pays dans lesquels TheFork opère. Elle renouvelle les codes de la marque à travers un ton plus moderne et constitue une nouvelle étape dans le développement de TheFork, qui confirme son ambition de consolider sa position de plateforme leader dans la découverte et la réservation de restaurants à travers notamment un nouveau slogan **“TheFork, on se fait un resto ?”**.

Cette campagne est lancée à l'occasion de la nouvelle édition du Festival TheFork, plus grand évènement de la saison pour le secteur, qui permet aux utilisateurs de profiter de -50% dans des milliers de restaurants. L'objectif de cette opération est de soutenir le secteur face à l'inflation en attirant toujours plus de clients et en augmentant les réservations dans les 1 500 restaurants participants.

“On se fait un resto ?”

C'est avec un nouveau slogan, pensé comme une invitation simple, directe et amicale, reprenant l'expression certainement la plus utilisée lors de sorties au restaurant avec ses proches, que TheFork invite les consommateurs à sortir plus souvent et à profiter des meilleures expériences gastronomiques autour de chez soi et partout ailleurs. Fun et énergique, le spot transmet au spectateur la magie de la sortie au restaurant, rendue possible grâce à l'application TheFork, qui propose un large choix de restaurants afin de répondre à toutes les envies et toutes les occasions. Bonus, avec l'application, les utilisateurs peuvent profiter de réductions allant jusqu'à -50%. TheFork met également en avant la simplicité de la réservation via son application : plus besoin de téléphoner, la réservation se fait en 3 clics seulement, 24 heures sur 24.

Le début de la publicité montre une jeune femme dépassée par un univers métavers et ses nombreuses sollicitations. Elle est appelée à revenir à la réalité : sortir au restaurant pour vivre de nouvelles expériences inédites et authentiques. Le spot met ensuite en avant plusieurs personnages, qui découvrent chacun grâce à l'application TheFork les expériences à vivre dans les différents restaurants, tous plus incroyables !

L'esthétique du spot rompt avec les campagnes précédentes en proposant un style plus frais, moderne et coloré, un langage percutant, une réalisation audacieuse et dynamique au look moderne et décontracté. L'utilisation de grands angles, les mouvements de caméra constants, des scènes dynamiques et des transitions ludiques, apportent rythme et fluidité à l'ensemble du film pour un résultat court mais énergique qui nous emmène dans des restaurants aux atmosphères d'autant plus surprenantes.

Les versions 30, 20, 15 et 10 et 8 secondes seront diffusées pendant toute la période du Festival grâce à un plan média ambitieux qui permettra de toucher plus de 40 millions de contacts. Le film publicitaire sera accompagné d'activations numériques multicanales dans toute la France afin de soutenir cet évènement d'envergure et d'accompagner le secteur.

Découvrez ici la nouvelle publicité de TheFork



Caractéristiques techniques

Annonceur : TheFork, chef de projet : Pauline Bodin
Agence : Drop&Vase - Agence de création basée à Barcelone qui travaille à l'international pour des marques telles que Wallapop, Glovo, Revlon, BackMarket, Infojobs... etc.
Direction créative : Ana Vida & David Freixanet -
Contact Client : Patricia Monge de Diego & Natalia Carrero
Post-production : Marc Pons
Producteur : Maison de production Blua
Producteur exécutif : Juan Blanco
Producteur : Ana Blanch
Réalisateur : Lonan García
Directeur de la photographie : Miquel Prohens
Studio son : Lastcrit
Voix-off : Ana Vida
Studio de post-production : Exit, Israël Almendro
Médias : TV, Digital
Support : vidéo

A propos de TheFork

TheFork, une société de Tripadvisor®, est le leader de la réservation de restaurants en ligne en Europe & Australie. La mission de TheFork est de connecter les restaurants à leurs convives grâce à un réseau de près de 60 000 restaurants à travers 12 pays. Avec 20 millions d'avis, 20 millions de visites mensuelles et 30 millions de téléchargements de son application, TheFork est devenu le geste indispensable et malin pour réserver une table.

Grâce à TheFork (site et application), ainsi que Tripadvisor, les utilisateurs peuvent facilement sélectionner un restaurant en fonction de critères de préférence (tels que la localisation, le type de cuisine, le type de restaurant et le prix moyen), consulter les avis des utilisateurs, vérifier la disponibilité en temps réel et réserver directement en ligne 24/7.

Du côté des restaurants, TheFork leur fournit une solution logicielle, TheFork Manager, qui permet aux restaurateurs d'optimiser la gestion de leurs réservations, de rationaliser les opérations et, finalement, d'améliorer le service et les revenus.

A propos de Tripadvisor

Tripadvisor est la plus grande plateforme de voyage au monde*, qui aide des centaines de millions de voyageurs chaque mois** à faire de chaque voyage leur meilleur voyage, de la planification à la réservation jusqu'à chaque étape de leur voyage. Les voyageurs du monde entier utilisent le site et l'application Tripadvisor pour découvrir où séjourner, quoi faire et où manger en se basant sur les conseils de ceux qui y sont déjà allés. Avec plus de 934 millions d'avis et d'opinions sur presque 8 millions d'entreprises, les voyageurs se tournent vers Tripadvisor pour trouver des offres d'hébergement, réserver des expériences, activités, pour réserver de délicieux restaurants et découvrir les meilleurs endroits à proximité.

En tant que véritable guide de voyage, disponible dans 43 marchés et en 22 langues, Tripadvisor facilite et simplifie l'organisation, quel que soit le type de voyage souhaité.

Les filiales et sociétés affiliées de TripAdvisor, Inc. (NASDAQ: TRIP), gèrent et exploitent un portefeuille de marques et d'entreprises de voyages en ligne, opérant sous divers sites web et applications, comprenant : www.bokun.io, www.cruisecritic.com, www.flipkey.com, www.thefork.com, www.helloreco.com, www.holidaylettings.co.uk, www.housetrip.com, www.jetsetter.com, www.niumba.com, www.seatguru.com, www.singleplatform.com, www.vacationhomerentals.com, and www.viator.com.