

"A table !" TheFork lance sa nouvelle campagne en partenariat avec Droga5

Cette nouvelle campagne de TheFork joue habilement avec l'humour et l'ironie pour présenter sa nouvelle identité de marque et révéler aux amoureux des bonnes tables, le secret pour dénicher LE restaurant parfait afin de vivre une expérience inoubliable.

Paris, le 05 juillet 2023

Depuis toujours, TheFork est convaincue que les meilleurs moments de la vie se partagent autour de la table. L'application leader la réservation de restaurants en Europe s'est donnée pour mission depuis plus de 15 ans, de fournir à des millions de convives et de restaurateurs les outils nécessaires pour que chaque expérience au restaurant soit réussie et inoubliable. Alors que TheFork s'efforce de faire de cette conviction une réalité, certains continuent de sortir au restaurant sans utiliser TheFork et connaissent donc encore le casse-tête de l'organisation d'une sortie au restaurant : une adresse qui peut plaire à tout le monde (envies, régimes alimentaires, ambiance, budget, lieu...) tout en devant s'assurer qu'une table est disponible...

"Notre nouvelle campagne publicitaire vise à faire de TheFork le réflexe à adopter pour sortir au restaurant. Nous souhaitons ainsi connecter toujours plus les restaurants et les convives. En Europe aujourd'hui, seulement 3 personnes sur 10 sont conscientes qu'elles peuvent réserver un restaurant en ligne*. Nous souhaitons donc montrer que choisir son restaurant au hasard entraîne forcément des déceptions alors que ces situations peuvent être facilement évitées grâce à l'application TheFork et ses nombreuses fonctionnalités et avantages exclusifs. Notre message est clair et simple : si vous utilisez TheFork, vous avez la garantie d'une sortie au restaurant réussie et d'un bon moment autour de la table." explique Jose Noguer, CMO de TheFork.

Ludique, audacieuse et originale, cette nouvelle campagne dévoile la nouvelle identité de marque de l'appli

0

"A table !" est la première œuvre créative lancée par TheFork depuis le lancement global de sa nouvelle identité de marque, dévoilée le 22 juin dernier et développée en partenariat avec Droga 5, une division d'Accenture Interactive. Le film principal de la campagne, qui sera diffusé dès le 5 juillet sur les écrans en France, exprime la nouvelle identité de la marque, plus pep's, plus fraîche et ludique, avec une tonalité plus humoristique, tout en lançant son nouveau slogan : "A table !".

"Nous voulions créer une campagne publicitaire puissante qui résonne auprès de notre public de manière distinctive. L'histoire derrière la campagne "A table !", c'est celle que nous avons tous déjà vécue et à laquelle nous pouvons tous nous identifier : comment un manque d'organisation peut conduire à une situation grotesque voire un désastre dans la vie. A l'inverse, montrer qu'utiliser TheFork pour sortir au restaurant, c'est la simplicité mais surtout la garantie d'un moment réussi autour de la table. Cela fait ainsi écho à notre nouvelle identité de marque plus moderne et rafraîchissante et cette campagne nous permet d'explorer l'humour de notre nouvelle tonalité de marque", explique Maud Cariddi, Directrice Monde de la Marque TheFork





A travers une série d'analogies humoristiques, le nouveau spot télévisé compare le fait de ne pas utiliser TheFork au manque d'organisation dans d'autres moments de la vie amenant à des situations absurdes. Grâce à un scénario plein d'esprit et des images soignées, le narrateur souligne avec ironie, l'évidence de se préparer à certaines situations et événements de la vie et nous amène à se questionner : pourquoi ne pas le faire également pour réserver ses sorties au restaurant ?

"Nous avons pris beaucoup de plaisir à imaginer les inconvénients de certaines situations du quotidien si elles devaient être non préparées (pour certains, à partir d'expériences réellement vécues).

Par exemple, nous ne réservons pas des vacances au ski sans vérifier la météo, nous ne réservons pas un hôtel sans vérifier son descriptif et sa localisation, ou nous n'achetons pas un robot sans vérifier ses fonctionnalités, alors pourquoi ne nous préparerions-nous pas à passer un meilleur moment au restaurant ? explique Shelley Smoler, directrice de la communication de Droga5.

Le spot se termine sur une expérience au restaurant réussie, sereine, répondant aux attentes de l'acteur principal. Cela démontre ainsi qu'avec TheFork, on ne se contente pas de réserver une simple table, on réserve une expérience où l'on partage un savoureux moment autour de la table.

Des spots de 30", 14" et 10" seront diffusés pendant la période estivale jusqu'en septembre grâce à un plan média ambitieux. Le film publicitaire sera également accompagné d'activations digitales, ainsi que de campagnes sociales et d'affichage sur les quais de métro, bus parisiens ainsi que dans certaines des plus grandes Gares de France.

Crédits clients

Jose Noguera, Directeur Marketing - TheFork Monde Maud

Cariddi, Directrice de la marque - TheFork Monde

Sabine Haddad, Responsable Contenu & Communication - TheFork Monde

Arcediano, Responsable Design et Expérience de Marque - TheFork Monde

Crédits de l'agence

CCO : Shelley Smoler,

Directeur de la création du groupe : Matt Hubbard

Créatif : Florence Russell

Créatif : Alex Robson

Concepteur principal : Oli East

Chef de production : Peter Montgomery

Producteur : Manon Rees

OSC : Damien Le Castrec

Stratège principal : Eloise Sykes

Directrice générale : Heather Cuss

Directeur de compte senior : Tom Elias

Gestionnaire de compte senior : Libby Matthews

Chef de studio : Tim Larke

Rédacteur en chef / Motion Designer : Mike O'Brien

Artworker : Paul Callaby

Artworker : Robert David

Acheteur d'art : Katherine Gharrahy

Crédits de la société de production

Société de production : Arts & Science

Réalisateur : Frank Atlantic

MD / Associé : James Bland

Producteur : Lauren Highman

Post-production

Electric Theatre Collective

Directeur général Jon Purton

Productrice Rosie Corbett

Coloriste Connor Coolbear

String and Tins

Ingénieur du son : Culum Simpson

MD : Rachel Hough

Productrice : Eimear Gorey

À PROPOS DE THEFORK

TheFork, une société de Tripadvisor®, est le leader de la réservation de restaurants en ligne en Europe & Australie. Défenseur de la gastronomie et du secteur de la restauration, TheFork connecte restaurateurs et gourmets grâce à ses outils digitaux de pointe. Avec une communauté de près de 55 000 restaurants partenaires à travers 12 pays, et près de 40 millions de téléchargements de l'application et plus de 20 millions d'avis vérifiés, TheFork est l'application incontournable pour tous les foodies qui souhaitent vivre des expériences inoubliables au restaurant. Avec TheFork, les foodies peuvent facilement trouver un restaurant selon leurs envies, vérifier la disponibilité en temps réel, réserver directement en ligne 24/7 tout en profitant d'offres exclusives et payer leur addition au restaurant directement depuis l'application.

TheFork permet également aux restaurateurs de développer de façon pérenne leur activité, grâce à son logiciel de gestion de restaurant tout-en-un, TheFork Manager. Celui-ci leur permet de centraliser toutes leurs réservations 24/7, de maximiser leur taux d'occupation, de lutter efficacement contre les no-shows, d'engager le dialogue avec leurs clients et d'augmenter leur visibilité en se connectant à la plus large et la plus fidèle communauté de gourmets.

À 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 d'un milliard 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 de Tripadvisor, Inc. (Nasdaq : TRIP), possèdent et exploitent un portefeuille de marques et d'entreprises de médias de voyage, opérant sous divers sites web et applications.

** Source: SimilarWeb, utilisateurs uniques dédoublés mensuellement,, March 2023 ***

Source: Fichiers internes de Tripadvisor