

BURGER KING.

Communiqué de presse

Paris, le 16 décembre 2024

1,2,3... WHOPPER.

SQUID GAME DE NETFLIX DEBARQUE CHEZ BURGER KING FRANCE®.

BURGER KING® et Netflix dévoilent une collaboration inédite pour célébrer le retour de la série phénomène Squid Game saison 2 le 26 décembre 2024 – série la plus visionnée de l'histoire de Netflix, avec 265.2 millions de vues dans le monde pour sa première saison.

Du 17 décembre 2024 au 6 janvier 2025, Burger King France invite ses clients à enfiler leur combinaison rouge ou verte et à relever un défi gourmand avec une collaboration exclusive signée Squid Game, la série phénomène. Plongée garantie dans une expérience mêlant saveurs coréennes et goodies surprises.

Des menus Corée-ment bons

Burger King se met aux couleurs de *Squid Game* avec un menu spécial en édition limitée, conçu pour ravir aussi bien les fans de Squid Game, que les amateurs des riches saveurs de la cuisine coréenne. Deux options spécialement conçues pour satisfaire les estomacs des survivants les plus intrépides :



- **Le Menu Joueur** : Restez dans la course avec le *le Whopper Bulgogi*, sublimé par une sauce Bulgogi qui marie douceur et intensité, comme un duel.



- **Le Menu Garde Rose** : Dégustez le *Korean Chicken Steakhouse*, réveillé par une sauce BBQ coréenne qui vous fera crier "*Mugunghwa kkoci piotsseumnida*" (si vous n'avez pas la ref on vous invite à regarder la série.)

Des goodies mystères pour attaquer l'hiver

Pas besoin de gagner au tir à la corde pour repartir avec un lot : à chaque menu spécial acheté, des produits dérivés exclusifs BURGER KING® et Squid Game offerts. Six objets inspirés des codes de la série attendent les amateurs de la série (et de Burger King) :

- 2 modèles de chaussettes pour survivre aux longues nuits d'hiver façon Player 456,
- 2 modèles de bonnets pour couvrir votre tête, que vous soyez un Garde discret ou un stratège hors pair,
- 2 sweats confortables pour revendiquer haut et fort votre amour pour l'univers culte de la série.



"Le retour de Squid Game est très attendu, et nous sommes ravis de nous associer à Burger King pour offrir aux fans une expérience culinaire mémorable au cœur de la pop culture, leur offrant un avant-goût de la série et une chance de gagner des articles de collection exclusifs," a déclaré Jordan Peters, Senior Director, Marketing Partnerships, EMEA chez Netflix.

Pour Alexandra Laviolette, directrice marketing de Burger King France: "Nous sommes ravis de pouvoir nous associer à l'univers Squid Game pour le lancement de la saison 2 de la série événement. Cela nous permet de proposer à nos clients et à tous les curieux l'association de notre savoir-faire du grillé à la flamme et des saveurs coréennes tant appréciées en France!"

| À PROPOS DE BURGER KING®

BURGER KING® France poursuit avec succès son implantation dans l'hexagone : un projet ambitieux porté par un produit mythique, le WHOPPER®, également décliné en version veggie, et un concept unique, une viande de bœuf grillée à la flamme, des ingrédients frais et des burgers préparés à la commande. Le Groupe Bertrand, 1er groupe français indépendant de restauration, propriétaire de la master-franchise assure le développement exclusif sur le territoire français de Burger King®. Ses 550 restaurants et 164 franchisés font grandir la marque localement chaque jour.

| À PROPOS DE NETFLIX

Avec 283 millions d'utilisateurs payants dans plus de 190 pays profitant de séries, films et jeux dans une multitude de genres et de langues, Netflix est l'un des leaders mondiaux du divertissement. Les abonnés peuvent regarder leurs programmes, les mettre en pause et en reprendre la lecture autant qu'ils le souhaitent, n'importe quand et où qu'ils se trouvent, et ont également

Restez à l'affût, et suivez-nous :

