

Uber Eats renouvelle son partenariat avec Top Chef (M6) pour que tout le monde se régale à domicile



Paris, le 15 février 2022 - C'est le retour de Top Chef sur M6 ! En 13 ans, cette émission est devenue une véritable institution culinaire. Pour cette nouvelle saison, Uber Eats et Top Chef renouvellent leur partenariat afin de proposer à nouveau des expériences uniques aux téléspectateurs du show et clients de l'application.

Le célèbre concours culinaire emmené par Stéphane Rotenberg et son jury prestigieux - Hélène Darroze, Philippe Etchebest, Paul Pairet et Glenn Viel - débutera le mercredi 16 février prochain, et comme l'an dernier, ce sont quinze candidats qui tenteront de remporter le titre et de succéder à Mohamed Cheikh, le gagnant de la saison précédente. Uber Eats, accompagnée par les agences Fuse et Buzzman, sera présente en tant que partenaire officiel durant les 18 semaines du concours sur M6 et sur 6play.

[Tout le monde se régale devant Top Chef avec Uber Eats](#)

Pour la troisième année Uber Eats noue un partenariat avec Top Chef, non seulement pour régaler les amateurs de l'émission - mais aussi pour s'ancrer dans le quotidien des Français via l'une de leur émission favorite qui réunit plus de 4 millions de téléspectateurs. En 2019, le chef Baptiste Renouard, ancien candidat de la saison 10 et à la tête du restaurant Ochre, avait proposé à un plat présenté dans l'émission en livraison exclusivement via Uber Eats. En 2021, ce sont les initiatives autour des épisodes de *La Boîte Noire* et de *La Guerre des Restos* qui ont permis de vivre l'expérience jusqu'à la dernière bouchée. 2022 réserve son lot de surprises et promet d'être encore plus délicieux et magique, avec toujours la même promesse : prolonger l'expérience Top Chef en livraison chez soi, au-delà de l'écran de télévision, dans son assiette pour se régaler à chaque instant.

Par ailleurs, pour cette 13ème saison, Uber Eats et l'agence Buzzman ont créé [8 billboards inédits](#) avec des personnalités phares issues de tous horizons. Un casting pop culture et immanquable : l'auteur-compositeur-interprète Bilal Hassani, le chef étoilé Thierry Marx, le personnage (plus vrai que nature) Titeuf, le footballeur Djibril Cissé, l'acteur et rappeur Gringe, la cheffe et ancienne candidate Top Chef Kelly Rangama, le présentateur Mac Lesggy et l'actrice Shirine Boutella. Diffusés au début et à la fin de chaque émission ainsi qu'aux retours publicitaires, on y découvre un condensé de petites situations du quotidien qui, à coup sûr, vont parler à tous les téléspectateurs : de celui à qui

le programme est source d'inspiration à celui qui fait croire qu'il a tout préparé maison, en passant par ceux qui font une soirée sushis en attendant leur émission préférée, il y a dans chacun des billboards un clin d'oeil irrésistible à chaque célébrité. Le mot d'ordre : "[Tout le monde se régale devant Top Chef avec Uber Eats](#)". Alors, on commande ?

Depuis 2017, Uber Eats démocratise l'accès à la gastronomie et s'associe régulièrement avec des chefs étoilés en proposant leurs plats sur l'application, afin d'en faire profiter le plus grand nombre et de continuer à promouvoir la qualité de la sélection disponible sur l'application. La reconduction de ce partenariat s'inscrit ainsi dans la continuité de cette démarche et permet à Uber Eats de mettre en valeur l'excellence des chefs et talents de l'émission pour proposer une sélection de qualité à des prix accessibles.

La saison 13 de Top Chef débutera le mercredi 16 février à 21h10 sur M6.

À propos d'Uber Eats en France

L'application Uber Eats est disponible dans près de 300 agglomérations françaises et permet de se faire livrer les plats et les produits du quotidien de plus de 40 000 restaurants et commerçants partenaires, en moyenne en moins de 30 minutes, 7 jours sur 7 sans minimum de commande. La technologie et le savoir-faire d'Uber sont mis au service des restaurants pour simplifier la livraison de repas et faire bénéficier de la meilleure expérience aux utilisateurs.

À propos de M6 Publicité

M6 Publicité accompagne ses clients dans leurs enjeux de communication en mettant à leur disposition une large palette de solutions sur mesure pour toucher les plus de 32 millions de Français qui consomment chaque jour les médias du groupe M6. 2e régie plurimédia de France, M6 Publicité met à disposition de ses clients annonceurs une multitude de solutions s'appuyant sur les actifs du groupe M6 en TV (M6, W9, 6ter, Gulli, Paris Première, téva, Tiji, Canal J, serieclub, M6 Music), radio (RTL, Fun Radio, RTL2), digital (6play, CuisineAZ, Passeport Santé, Turbo, Deco...) et influence (Ctzar). Ces dispositifs vont de la vente d'écrans publicitaires à la conception d'opérations de brand content plurimédia en passant par le parrainage d'émissions ou l'influence marketing.

À propos de Fuse

FUSE est l'agence de partnerships media, de brand content et d'influence marketing du groupe Omnicom Media. Son rôle est de conseiller, concevoir et déployer, des partenariats média, de la création de contenus ou des opérations d'activation hors média. L'agence s'est aussi dotée de ressources et d'outils afin d'accompagner les clients du groupe dans du conseil stratégique sur l'influence marketing. Notre devise: if you do what you always did...you will get what you always got."