

La Boîte Noire Uber Eats revient, en collaboration avec Thierry Marx



Paris, le 27 avril 2022 – Cette saison de Top Chef marque les 10 ans de l'épreuve mythique de la Boîte Noire. Pour l'occasion, Uber Eats, accompagnée des agences Buzzman, FUSE et M6 Unlimited, vous a préparé une petite surprise qui risque bel et bien de vous prolonger dans la peau d'un candidat - tout en restant confortablement installé dans votre canapé.

Du 27 avril au 3 mai, vous aurez la possibilité de commander, exclusivement via l'application Uber Eats, une Boîte Noire concoctée par un Chef multi-étoilé qui a marqué les débuts de Top Chef : Thierry Marx. Avec un menu de qualité, qui refète tout son savoir-faire culinaire au croisement de la cuisine japonaise et française, la Boîte Noire Uber Eats est composée d'un plat unique (Bowl Saumon Yuzu) mais surtout d'un dessert aux ingrédients mystérieux.

Une expérience culinaire, ludique et engageante

À la réception de la Boîte Noire, il faudra déguster ce dessert et tenter de deviner les 5 saveurs qui le composent représentées par 5 emojis* ! Attention, pour plus de plaisir, il y aura 3 desserts différents tout au long de la semaine.

Et il faudra un palais doué, car le chef est joueur et va vous surprendre ! Pour ceux qui les auront reconnues, ils auront la possibilité de remporter 20€ de crédits Uber Eats ou 1 an de commandes gratuites, en tweetant les 5 emojis avec le #LaBoiteNoireUberEats et en identifiant @ubereats_fr. Le règlement et conditions du concours est disponible sur t.uber.com/JeuLaBoiteNoireUberEats.

Une collaboration vertueuse

En continuité à la campagne télé de ce partenariat, où l'on retrouve Thierry Marx [dans le billboard TV Uber Eats](#), diffusé sur M6 - le chef étoilé vient cette fois-ci signer la Boîte Noire Uber Eats afin de prolonger l'expérience Top Chef à domicile, pour régaler les fans de l'émission et démocratiser l'accès à la gastronomie.

Une opération inédite disponible en quantité limitée du 27 avril au 3 mai, au prix de 25€, dans les neuf villes de France : Bordeaux, Grenoble, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nantes, Paris et Toulouse.

L'ensemble des Boîtes Noires seront préparées par The Original Food Court (OFC), également partenaire de l'émission, formé par Thierry Marx lui-même.

À propos d'Uber Eats en France

L'application Uber Eats est disponible dans plus de 310 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 Buzzman

Désignée "Best International Small Agency of The Year 2011" par Ad Age, "Agence de l'année au Cristal Festival" en 2013 et 2016, "Agence de l'année" aux Efe France 2016 et 2021, "Agence la plus Créative" en 2016, "Nouveau Modèle d'Agence Créative" (élue par les annonceurs) en 2017, "Agence de Publicité de la Décennie" en 2020 au Grand Prix des Agences de l'Année et "Agence Française la plus Créative" en 2019 selon l'étude BVA Limelight, Buzzman est une agence de publicité spécialisée dans la création de concepts innovants qui repoussent les frontières de la publicité traditionnelle. En 2016, Buzzman crée Productman, un studio de création de produits et de services innovants, communicants, et générateurs de business. L'agence, multi-primée par les plus grands festivals internationaux (D&AD, Cannes Lions, Eurobest, EFFIE, Clio Awards...) et nationaux est reconnue comme l'une des plus créatives d'Europe. Elle accompagne à l'année des clients tels que BURGER KING en France, en Belgique, en Russie et en Suisse, IKEA, Boursorama Banque, Direct Assurance, Hippopotamus, PMU, Mondelez (Oreo, Milka), easyJet, L'Oréal (Puma Fragrances), Little Big Change (ONTEX), Huawei, NRJ Mobile, Jennyfer, Starwax, BMW...

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."

À propos de The Original Food Court

A contre-courant des "dark kitchen" et de la création de "marques food virtuelles" exclusivement dédiées à la livraison, OFC s'impose sur le marché de la livraison comme un acteur unique en son genre. La marque rassemble en effet les cartes de restaurants déjà existants et reconnus au sein d'un même espace, devenant ainsi le premier food court digital en France. Loin des clichés des cuisines-labo cachées qui ne sont pas destinées à accueillir du public, les food courts d'OFC invitent au click & collect et à la vente à emporter spontanée. Le design extérieur et intérieur de chaque OFC a été créé par le célèbre studio international d'architecture Crosby Studios. Les façades colorées et les espaces d'accueil sont conçus comme des lieux de vie urbains et s'inscrivent au cœur des villes. Avec son nouveau service de Mix & Match, OFC propose désormais de se faire livrer son propre assortiment de produits en choisissant parmi les plats iconiques des restaurants du catalogue, et ce en une seule et même commande. Une offre inédite sur le marché.

*Emoji® is a registered trademark of the emoji company GmbH. © 2015-2022 emoji company GmbH. All rights reserved.