

Le menu de l'épreuve de Top Chef "La Guerre des Restos" revient sur Uber Eats



Philo Saucisse s'invite chez vous.

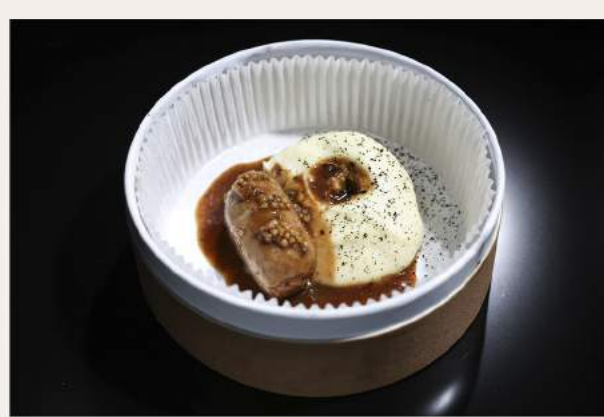
Vous avez bien entendu Stéphane Rotenberg hier soir, le menu gagnant de l'incontournable épreuve "La Guerre des Restos" de l'émission Top Chef (M6) est disponible sur Uber Eats en exclusivité. Uber Eats régale à nouveau les fans de l'émission en leur proposant de pouvoir vivre l'expérience gastronomique de Top Chef à domicile.

Du 31 mars et jusqu'au 9 avril prochain, le menu du restaurant gagnant d'Arnaud, Mickaël et Wilfried, Philo Saucisse, sera disponible en exclusivité via l'application Uber Eats dans 9 villes de France au prix de 35€.

Partenaire de l'émission pour la troisième année consécutive, Uber Eats, accompagnée des agences FUSE (Omnicom Media Group), Buzzman et M6 Unlimited, (re)met à l'honneur sur son application le concept imaginé par les gagnants de l'épreuve "La Guerre des Restos".

Ce challenge a une nouvelle fois mis l'accent sur la créativité des candidats et consistait à imaginer un restaurant éphémère ainsi que son menu complet. Les candidats ont été jugés sur les plats en salle mais également encore une fois cette année sur la livraison.

Le menu gagnant du restaurant Philo Saucisse, annoncé par Stéphane Rotenberg et imaginé par Arnaud, Mickaël et Wilfried, a été entièrement pensé autour de la saucisse et vise à sublimer ce produit très populaire en le remettant au centre de l'assiette grâce à une déclinaison de trois plats : entrée, plat et dessert.



Ce menu sera disponible pendant 10 jours et dans 9 villes de France en exclusivité via l'application Uber Eats : Bordeaux, Grenoble, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nantes, Paris et Toulouse.

Avec ce partenariat exclusif avec Top Chef, Uber Eats continue de démocratiser l'accès à la gastronomie et est la seule marque à pouvoir proposer une expérience magique en régaland tous les fans à domicile en leur proposant de déguster le menu gagnant vu à la TV et ce depuis chez soi.

Le menu **Philo Saucisse***

ENTRÉE

Saucisse d'agneau (et cochon), poulpe, citron, cerfeuil tubéreux et herbes fraîches

PLAT

Saucisse inversée (mix de légumes avec de la poitrine), chou et aligot

DESSERT

Boudin blanc, pomme, tonka et amour

Pour la première fois, The Original Food Court (OFC) se joint à l'expérience. Il produira la totalité des menus **dans ses cuisines dans les 9 villes où l'opération sera disponible : Bordeaux, Grenoble, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nantes, Paris et Toulouse.**

Les menus seront disponibles en quantité limitée du 31 mars et jusqu'au 9 avril 2022 au prix unique de 35€. Pour continuer à prolonger l'expérience à domicile encore un peu plus, le restaurant physique de Philo Saucisse ouvrira ses portes quelques jours après et continuera d'être disponible exclusivement sur Uber Eats pendant plusieurs semaines.

*Le menu ne comporte pas d'option végétarienne ou halal et ne sera disponible qu'en format menu en prenant l'entrée, le plat et le dessert.

**Les équipes d'Original Food Court (OFC) auront au préalable été formées par les vainqueurs de l'émission afin de (re)produire le menu gagnant.

À propos d'Uber Eats en France

L'application Uber Eats est disponible dans plus de 300 agglomérations françaises et permet de se faire livrer les plats et les produits du marché de la livraison comme un acteur unique en son genre. La marque rassemble en effet les cartes de restaurants déjà existants et reconnus 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 produit 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.

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 produits en 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."

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 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 produit 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.

Contacts presse :

Agence Matriochka Influences : ubereats@mtrchk.com
Uber Eats : Manon Guignard - manon@uber.com