



Pour la quinzième année, la raclette est de retour chez Subway !

Subway nous fait découvrir deux nouvelles recettes : Le Sub Frenchie Raclette Jambon et Raclette l'Xtreme



Steakhouse, en restaurant jusqu'au 25 février 2025.



Pour mettre en lumière sa nouvelle collection de recettes à la raclette Subway et Glory Paris ont concocté un tout nouveau film appétissant en 20 et 10 secondes à destination de la VOL avec une campagne 100% digitale.

Le film introduit deux nouvelles recettes autour de la raclette et nous plonge dans un délicieux Steakhouse. Les visuels captent les saveurs réconfortantes de l'hiver avec un sandwich chaud garni d'un fromage fondant pour l'hiver. Pour les amateurs de douceurs, le film dévoile de façon inédite une innovation gourmande et sucrée au format XXL à partager : le Footlong Cookie.





Subway met en avant avec ce spot 100% focus food et avec une légère ambiance hivernale, le retour des saveurs de la raclette, parfaites pour traverser l'hiver.

Le Frenchie Raclette Jambon, une combinaison de jambon, bacon et gauf'fries de pommes de terre croustillantes recouvert de fromage à raclette fondant avec des cornichons, des oignons frits, qui revisite les classiques de la raclette.

L'Xtreme Raclette Steakhouse avec du bœuf Steakhouse, des oignons caramélisés, et une généreuse double dose de fromage.

Une campagne hivernale qui s'adresse également aux amateurs de douceurs sucrées, avec deux nouveautés qui réinventent le plaisir du cookie. D'un côté, le **Footlong Cookie** : une version XXL du cookie iconique de Subway aux pépites de chocolat, allongé au format SUB 30 cm pour une expérience aussi généreuse qu'inédite. De l'autre, une recette inédite, un **cookie noisette caramel**, alliant douceur et gourmandise. Deux créations irrésistibles qui promettent de réchauffer les cœurs cet hiver.



Ce nouveau projet porté par un film de beauty shot est produit par Matière Première et le chef opérateur Adrien Gontier. La campagne mise en avant dès le 27 novembre en restaurant et sur les écrans VOL et paid social est issue d'une stratégie média d'Essence Mediacom. Cette nouvelle campagne assurera une visibilité maximale auprès de la Gen Z, cible phare de la marque.

Le film :

<https://www.youtube.com/watch?v=bTyM9kRqsYQ>

A propos de Subway France

Subway® est une enseigne présente en France depuis plus de 20 ans avec près de 400 restaurants répartis sur le territoire. En mars 2024, Subway a annoncé la signature d'un accord de Master franchise avec le fonds d'investissement privé spécialisé dans l'industrie de la restauration McWin Restaurant Fund SCSp. L'enseigne propose 2 expériences de commande : la gamme classique avec la personnalisation des recettes, qui est au cœur de l'ADN de Subway® et les « SUBWAY® SERIES » des recettes signatures composées par les chefs Subway® pour créer les meilleures combinaisons de saveurs. SUB 15cm, Footlong (SUB 30cm), wrap, salade ou cookies, Subway® propose une offre adaptée à tous les goûts et à toutes les envies.

A propos de Glory Paris

GloryParis est une Creative Agency à fort pouvoir de propagation. Elle est fondée par Hugues Pinguet et Arnaud le Bacquer. Éluée agence iconoclaste de l'année 2022, GloryParis s'est régulièrement distinguée, depuis sa création grâce à sa capacité à révéler le super pouvoir des marques (Subway, Futuroscope, La Boulangère, la

Gloryparis - Siège social : 20 rue Godot de Mauroy 75009 Paris - www.gloryparis.com

SAS au capital de 10 000 € - RCS PARIS 807 769 484

CODE APE 7311 Z - TVA Intracommunautaire FR 47 807 769 484



CFBCT, ONU Femmes, Cadremploi...). Ainsi, nous transformons les potentiels des marques en une puissance irrésistible, captivant les consommateurs et les incitant à agir.

Notre approche créative et stratégique donne vie aux supers pouvoirs des marques, les propulsant vers le succès et la domination de leur marché. Accompagné de Gloryparis, votre marque devient un véritable héros au service des gens."

www.gloryparis.com

Campagne

Équipe Subway : Neyla Sanchez, Célestin Clauzet, Eliza Da Silva

Équipe Glory Paris : Arnaud le Bacquer (Directeur de création), Sandra Navarre (Directrice opérationnelle), Matteo Dos Santos (Chef de projet), Tom Loustalot (Directeur artistique), Julien fort (Concepteur Rédacteur)

Production : Matières premières

Chef Opérateur : Adrien Gontier