

## Comunicado de prensa

Ticket Restaurant® lanza una saga de dos anuncios de TV y una campaña Street marketing para su programa «Alimentación y Equilibrio»

A partir del 20 de mayo, la mascota Gustino se anunciará en la tele y en la calle

París, 15 de mayo de 2006\_ El pasado mes de octubre, Ticket Restaurant®, en colaboración con la UMIH, presentó su programa **Alimentación y Equilibrio** a los restauradores. El objetivo de este programa es ayudar a la gente a que coma de una manera más equilibrada en el restaurante y, para ello, propone a los restauradores destacar con una marca los platos equilibrados que aparecen en sus cartas (con las pegatinas Gustino).

Hoy, con una sólida red de restauradores participantes en el programa «Alimentación y Equilibrio», Ticket Restaurant® inicia una campaña de TV y de Street marketing destinada al público en general, con la agencia **W&Cie**.

Para aprovechar las ventajas de este programa aprobado por expertos en nutrición y restauradores, basta con que el consumidor siga la mascota Gustino.

### ▪ Una campaña nacional de TV de 150 anuncios

A partir del **20 de mayo** y hasta el 4 de junio, en clave de humor, una saga Ticket Restaurant® de dos anuncios de TV de 15 segundos firmados por **Guillaume Pixie**, dará a conocer a **Gustino**, personalizado para la ocasión. En total se emitirán 150 anuncios de TV en varias cadenas televisivas, por cable y por satélite, con el objeto de alcanzar un 83% de audiencia en una media de 4,4 veces.

- Dos ambientes: un café-restaurant y un chef en su cocina verán evolucionar a este **Amigo «que nos desea lo mejor»** como un personaje omnipresente, responsable e interesante. Interviene para aconsejar con tono de humor a un restaurador dónde colocar sus pegatinas Gustino en la carta, u orientar a los colegas sobre la elección de un plato Gustino.
- «Colega» total pese a su cabeza de tomate, este perfeccionista del menú equilibrado destila sus consejos con la máxima seriedad y sin imponerse, acorde con las situaciones e inmiscuyéndose sutilmente en el ambiente de la audiencia.

### ▪ Una campaña Street marketing en 23 ciudades de Francia

Además de en los restaurantes, Gustino saldrá a la calle a partir del 29 de mayo hasta el 9 de junio para conocer a los clientes de Ibis y de la Compagnie des Wagons-Lits en 23 ciudades francesas.

- Programa: las mascotas Gustino repartirán flyers, menús equilibrados y ofertas promocionales delante de los restaurantes Ibis y en los bares TGV explotados por la Compagnie des Wagons-Lits (estación de Montparnasse y estación de Lyon los días 1 y 2 de junio)

**Anunciante:** Ticket Restaurant®

**Responsables del anunciante:** Julie Grégoire (Marketing France) y Didier Zoubeïdi (Marketing International)

**Agencia:** W Communication

**Responsable del presupuesto:** François Lamotte (Director adjunto de W Communication) Thierry Benenati / Ivan Pierens (director creativo)

**Street Marketing por W One:** Xavier Ginoux Vicepresidente / Matthieu Debay Jefe de proyecto

**Realizador anuncios TV:** Guillaume Pixie

**Producción:** Cake Films

**Presupuesto:** 1,5 millones de euros



Contactos con la prensa:

**Accor Services**

Alexandra Langlois

Tel. : 01 45 38 47 15

alexandra.langlois@accorservices.com

**Presse Attitude**

Nathalie Hamelin

Tel. : 01 40 86 40 35

nhamelin@presseattitude.com