

“¿Salimos?”, la nueva campaña de televisión de TheFork para impulsar el consumo en restaurantes

- La app de reservas ha confiado en la agencia Drop&Vase para diseñar su nueva campaña de televisión a nivel internacional, que invita a los consumidores a salir de restaurantes y vivir experiencias gastronómicas sorprendentes con TheFork.
- Bajo el lema “¿Salimos?” TheFork apuesta por un tono moderno y actual, capaz de conectar con el usuario y sus inquietudes.
- La campaña se lanza con motivo de “TheFork Festival”, la iniciativa que hasta el 5 de junio reúne a más de 1.000 restaurantes en España, y 6.000 en el mundo, con descuentos del 50%.

Madrid, 21 de abril de 2022 – Salir más y disfrutar de la mejor gastronomía es el eje principal de la nueva campaña publicitaria de [TheFork](#). La app de reservas de restaurantes ha confiado en esta ocasión en la agencia Drop&Vase, la agencia creativa con sede en Barcelona que trabaja para grandes marcas como Wallapop, Glovo o Revlon, para trabajar juntos en una campaña internacional para 12 mercados. Con esta iniciativa, **TheFork aporta un soplo de aire fresco en un contexto económico complicado, e invita a los consumidores a salir de sus casas y vivir experiencias gastronómicas sorprendentes con TheFork y su iniciativa “TheFork Festival”,** que permitirá a los comensales disfrutar de **descuentos del 50% en más de 1.000 restaurantes en España, 6.000 en el mundo, hasta el 5 de junio**. La campaña contará con dos versiones de los [spots](#) de 20" y 30", dentro de un ambicioso plan de medios, que se acompañará de activaciones digitales.

¿Salimos? La nueva campaña publicitaria de TheFork y Drop&Vase

Bajo el lema “¿Salimos?” TheFork lanza una **invitación simple y directa a los consumidores a salir más y a disfrutar de las mejores experiencias gastronómicas que ofrece cada ciudad**, en un momento donde la pandemia y la post-pandemia nos ha llevado a incrementar el consumo de *delivery* y nos ha hecho olvidar todo lo que solo se puede vivir fuera de casa. Una invitación que usa el *wording* tal y como suena en la calle de manera fresca y capaz de conectar con el usuario, **transmitiendo la magia de comer fuera gracias a TheFork**, que ofrece una amplia variedad de restaurantes para satisfacer todos los gustos, poniéndolo fácil gracias a los descuentos, promociones y su tecnología diseñada para ayudar a encontrar la experiencia ideal para cada comensal. **Una apuesta por dar valor a la experiencia de forma holística con TheFork**, es decir, la vivencia en el restaurante, la usabilidad de la app y los beneficios que ofrece la misma.

Para la campaña han optado por un tono más moderno, marcando el paso hacia el desarrollo de TheFork, que confirma su ambición de consolidarse como la plataforma líder para descubrir y reservar restaurantes a nivel mundial. Además, la estética del spot **rompe con campañas anteriores, con códigos mucho más actuales**, al ofrecer un estilo más fresco y colorido, un lenguaje llamativo y **una producción atrevida y dinámica**, con un look actual y cool. Además, el uso de ángulos amplios y movimientos constantes aportan ritmo y fluidez al anuncio, para un resultado corto pero enérgico, que nos transporta a restaurantes con atmósferas aún más sorprendentes.

TheFork Festival, el gran protagonista

Esta campaña va de la mano del lanzamiento de “TheFork Festival”, **la mayor iniciativa gastronómica del año que busca movilizar a millones de comensales de todo el mundo**. Hasta el 5 de junio, los comensales podrán disfrutar de **descuentos del 50% en más de 1.000 restaurantes en España y 6.000 en todo el mundo**. Una



iniciativa que tiene como objetivo impulsar el consumo dentro del sector gastronómico, en el contexto económico actual donde los comensales quieren seguir saliendo, pero les preocupa más el bolsillo, y los hosteleros necesitan optimizar sus negocios llenando sus mesas vacías.

Durante 6 semanas, los comensales podrán disfrutar de **descuentos del 50% en una amplia variedad de restaurantes, desde restaurantes de moda, bistrós contemporáneos o cocina regional, siempre reservando a través de TheFork.** Restaurantes madrileños como [Con Amor](#), de Barcelona como [Cibulet](#) o [SOLC - Majestic Hotel & Spa](#), en Valencia [Meat Market](#) o grupos como [La Mordida](#) son algunos de los establecimientos que se han unido a este movimiento.

Características técnicas

Dirección creativa: Ana Vida & David Freixanet

D.Cuentas: Patricia Monge de Diego & Natalia Carrero

Postpo management: Marc Pons

Productora: Blua Production House

Productor ejecutivo: Juan Blanco

Producer: Ana Blanch

Director: Lonan García

DOP: Miquel Prohens

Estudio sonido: Lastcrit

Voice over: Ana Vida

Estudio Post producción: Exit, Israel Almendro

Equipo TheFork: Diana Chichurri (Brand Manager); Raquel Bravo (Head of Marketing Iberia e Italia); Pauline Bodin (HQ Brand Associate Director)

Sobre TheFork

TheFork, una compañía de Tripadvisor®, es la app líder de reservas online de restaurantes en Europa y Australia. Gracias a su red de casi 60.000 restaurantes asociados en 12 países, TheFork genera felicidad con fantásticas experiencias en los restaurantes. Con más de 30 millones de descargas de su app, 20 millones de opiniones y más de 20 millones de visitas mensuales, TheFork se ha convertido en la app clave para que los amantes de la gastronomía encuentren y reserven en los mejores restaurantes. A través de TheFork (web y app), así como a través de Tripadvisor, los usuarios pueden seleccionar un restaurante según sus preferencias, consultando las opiniones de otros usuarios, comprobando la disponibilidad en tiempo real y reservando instantáneamente 24/7. Para los restaurantes, ofrece el software TheFork Manager que permite optimizar la gestión de sus reservas, agilizar su funcionamiento y mejorar tanto su servicio como sus ingresos.

Sobre Tripadvisor

TripAdvisor (NASDAQ:TRIP), la plataforma de viajes más grande del mundo, ayuda a millones de viajeros cada mes** a hacer de su viaje el mejor. Los viajeros de todo el mundo utilizan la web y la aplicación de Tripadvisor para consultar más de 887 millones de comentarios y opiniones de 8 millones de alojamientos, restaurantes, experiencias, vuelos y cruceros. Estén planeando o de viaje, los viajeros recurren a Tripadvisor para comparar precios bajos en hoteles, vuelos y cruceros, reservar excursiones y atracciones populares, así como reservar mesa en excelentes restaurantes. Tripadvisor, el mejor compañero de viaje, está disponible en 49 mercados y 28 idiomas. Las empresas subsidiarias y afiliadas de Tripadvisor, Inc. poseen y operan un portfolio de páginas web y empresas, incluyendo las siguientes marcas de viajes: [www.bokun.io](#), [www.cruise critic.com](#), [www.flipkey.com](#), [www.thefork.com](#), [www.helloreco.com](#), [www.holidaylettings.co.uk](#), [www.housetrip.com](#), [www.jetsetter.com](#), [www.niumba.com](#), [www.seatguru.com](#), [www.singleplatform.com](#), [www.vacationhomerentals.com](#), y [www.viator.com](#).*

** Fuente: SimilarWeb, marzo 2021*

*** Fuente: Tripadvisor internal log files*

Para más información sobre TheFork:

Raquel González Rodríguez, Dircom TheFork.

M: 655 712 890 E: raquel.gonzalez@thefork.es

Contacto de prensa:

Cristina Escala M: 679 832 436 E: cristina.escala@ogilvy.com

Paloma Almagro M: 655 712 890 E: paloma.almagro@ogilvy.com