

## Ticket Restaurant®-kaart komt uit de kast!

**Op het menu: verse radiospots op een bedje van bushokjes, op smaak gebracht met een snufje pers**

**2012. Een jaartal dat in het vet genoteerd zal staan in de annalen van Ticket Restaurant® in België. Voor zijn officiële lancering pakt de Ticket Restaurant®-kaart uit met een grootschalige campagne voor een adverteerder van deze omvang ...**

Meer dan 50 jaar na de geboorte van de maaltijdcheques, onderstreept de groep Edenred met veel tromgeroffel eens te meer zijn leidersrol naar aanleiding van de lancering van zijn Ticket Restaurant®-kaart. Met een signatuur die het water in de mond doet komen: *“Van de Ticket Restaurant®-kaart krijgt u gegarandeerd de smaak te pakken!”*, neemt de campagne een toon aan die met een knipoog verwijst naar de collector van 24 kaartenvisuals, en waarbij groenten en fruit de hoofdrol spelen, een van de bijzondere kenmerken van de Ticket Restaurant®-kaart.

Doel van deze campagne is enerzijds nog eens het leiderschap van de uitgever in de verf zetten, en anderzijds zijn engagement onderstrepen omtrent een gezonde en evenwichtige voeding. Naar aanleiding van de reclamecampagne die vandaag 16 januari van start gaat, voegt Philippe Romain, baas van het bureau Shake, er aan toe: *“Dit is een leader-campagne met een toon die ook is aangepast aan deze leader. Bedoeling is om een sterk gebaar te creëren. Ticket Restaurant®, pionier op de Belgische markt, gaat hiermee als eerste in dit segment de innoverende toer op. Er was dus een reclamecampagne nodig die hier perfect op weet aan te sluiten. We hebben immers te maken met een B to B-markt waar een ietwat uit de toon vallende reclameboodschap niet zo gebruikelijk is. Daarom waagt Edenred de stap, met een communicatie met een goed gedoseerd streepje humor. De adverteerder rondt daarmee een nieuwe kaap en bereikt miljoenen begunstigen.”*

### LEADERSHIP

Voor Edenred, dat tot juni 2010 nog Accor Services heette, is het zaak om zijn naam in de bekendheid te brengen en die te koppelen aan zijn beroemde oplossingen, waarvan Ticket Restaurant® naar alle waarschijnlijkheid de bekendste is.

Edenred is de nummer 1 in België en in de wereld wat volumes en marktaandeel betreft, en wil dat graag ook blijven, onder andere door voort te bouwen op innovatie, een vast kenmerk van de onderneming. Als bedenker van het concept van de maaltijdcheques in de jaren 1950, onderscheidt de uitgever zich vandaag van zijn concurrenten door technologieën van de toekomst in te zetten, een nieuwe dimensie te geven aan de gebruikerservaring en zinvolle strategische keuzes te maken.

### MEEWERKEN AAN EEN GEZONDE VOEDING VAN DE CONSUMENTEN

Edenred is tot op heden de enige uitgever die zich in die mate heeft ingezet om het gebruikers mogelijk te maken de Ticket Restaurant®-kaart in zoveel mogelijk buurtwinkels te gebruiken: restaurants, groenteboeren, slaggers, poeliers, groentekwekers, bakkers, kruideniers ... Vandaag wordt de Ticket Restaurant®-kaart op zich

aanvaard in meer dan 2.000 van dit soort zaken, zonder daarbij de 400 verkooppunten te vergeten in de restaurantketens en de 1.800 super- en hypermarkten.

Deze strategische keuze maakt deel uit van een coherent beleid dat een smakelijke en gezonde voeding wil promoten. Dat blijkt alvast uit de betrokkenheid van Edenred bij de coördinatie van het FOOD<sup>1</sup>-programma dat zowel restaurateurs als consumenten warm wil maken voor betere voedingsgewoonten.

*“Een buitenkans voor ons: de lanceringscampagne loopt mooi samen met Brusselicious 2012, het fiinproeversjaar”, aldus Anne-Claude Léonard, Marketing Manager bij Edenred. “We zijn dus op de kar gesprongen en hebben het hele jaar lang onze naam verbonden met tal van events die in het teken staan van de smaak.”*

## MEDIAPLAN

- **Radio**
  - Van 16 tot 27 januari, in totaal 388 spots verdeeld over de grote nationale openbare en commerciële zenders
- **Affichage**
  - Nationaal netwerk 2 m<sup>2</sup> JC Decaux (2.850 faces) van 23 tot 29 januari
  - Eventzeil Urban Media in Brussel in februari
  - Eventzeil Urban Media in Antwerpen in maart
- **Pers**
  - 1 dubbele pagina in Knack op 18 januari
  - 6 halve pagina's in La Libre Belgique in februari
- **Activering**
  - Verdeling van 600.000 Boomerang-tafelsets in meer dan 600 restaurants in februari

**Edenred**, bedenker van de Ticket Restaurant®-maaltijdcheques en wereldleider in voorafbetaalde diensten, ontwikkelt en levert oplossingen die het leven van werknemers een stuk makkelijker maken en de doeltreffendheid van ondernemingen bevorderen.

De oplossingen van Edenred zorgen er voor dat financiële middelen die door bedrijven worden toegekend ook op een juiste manier worden aangewend. Deze oplossingen helpen bij het beheer van:

- **Voordelen voor de werknemers** (Ticket Restaurant®, Ticket Alimentación, Ticket CESU, Childcare Vouchers enz.).
- **Beroepskosten** (Ticket Car, Ticket Cleanway, etc.).
- **Motivatie- en beloningsprogramma's** (Ticket Compliments, Ticket Kadéos enz.).

De Groep ondersteunt eveneens openbare instanties bij het beheer van hun sociale programma's.

Edenred staat genoteerd op de Parijse NYSE Euronex-beurs en is actief in 40 landen, met 6.000 werknemers, bijna 530.000 ondernemingen en klanten uit de openbare sector, 1,2 miljoen aangesloten handelaars en 34,5 miljoen begunstigden. In 2010 bedroeg het totale uitgiftevolume €13,9 miljard, waarvan 55% werd gegenereerd op de groeimarkten.

Ticket Restaurant® en alle andere handelsmerken van Edenred- programma's en -diensten zijn gedeponeerde handelsmerken van Edenred NV.

<sup>1</sup> Fighting Obesity through Offer and Demand, Europees openbaar/privéconsortium. [www.foodprogram.be](http://www.foodprogram.be)

## Press contact

Marie Cordiez, Communication Manager - Tel. : +32 2 678 28 46 – [marie.cordiez@edenred.com](mailto:marie.cordiez@edenred.com)