COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 13 juillet 2017

Areas et Gulli lancent le jeu l'Arche Mission Zoo, et la route des vacances devient ludique et pédagogique

Areas, leader en France sur le réseau autoroutier avec la gestion de 110 aires de service, annonce le lancement du jeu l'Arche Mission Zoo. Conçu en partenariat* avec Gulli, ce jeu plonge les enfants dans un voyage en réalité augmentée au cœur de la savane africaine. Il répond à l'ambition d'Areas de proposer des expériences innovantes aux voyageurs et de faire de la pause sur les aires de service un moment choisi et non plus subi.

L'Arche Mission Zoo est un jeu virtuel agrémenté d'une version premium en réalité augmentée, destiné aux enfants de 4 à 10 ans, à télécharger gratuitement sur l'App Store et Google Play. Élaboré par la startup Metidia, le jeu permet aux enfants de créer leur propre zoo virtuel tout en découvrant les animaux d'Afrique. Les familles pourront y jouer aussi bien sur la route que dans les 42 cafétérias l'Arche du réseau autoroutier français à partir du 13 juillet, 16h00.

Au début du jeu, l'enfant voyage en Afrique et croise un ouistiti abandonné qu'il décide de sauver en l'emmenant dans une réserve voisine gérée par Jean. Ce dernier, impressionné par le courage et la détermination de l'enfant, lui confie un zoo : c'est là que l'aventure commence… Le *daktari* en herbe aura alors à cœur de retrouver des animaux en danger, les sauver, les nourrir et jouer avec eux, avant de les libérer une fois soignés. Pour chaque animal, l'enfant dispose d'une fiche pédagogique (également disponible en audio pour les plus petits) qui indique le nom de l'animal, son origine géographique, son alimentation, son habitat, sa durée de vie, son temps de gestation… Pour entretenir et améliorer leur zoo, les joueurs utiliseront les dons des visiteurs, et pourront ainsi répondre au mieux aux besoins des animaux.

Avec cette application, Areas, la marque mondiale d'Elior Group dédiée à la restauration du monde du voyage, veut encourager les conducteurs à faire des pauses, tout en permettant aux enfants de s'amuser et d'apprendre. En effet, la gestion du zoo est possible à tout moment, seuls les animaux premium sont cachés dans les cafétérias l'Arche, sur des aires où les parents pourront profiter également d'une halte bien méritée et d'une pause savoureuse, grâce à des enseignes françaises et internationales de renom.

Ce jeu a été conçu par Metidia, spécialiste des jeux digitaux et de la création d'expérience client unique, accompagnant des marques de l'univers du retail.

areas.com

@Areas_FR #SavorYourWay

* Ce partenariat exclusif entre Areas et Gulli existe depuis 2009 : il est visible sur les aires d'autoroute Areas où les espaces enfants sont tous des espaces Gulli.

Pour découvrir le jeu l'Arche Mission Zoo : https://youtu.be/4ABRJjQzgQI

Liens vers le site internet Areas permettant de localiser les différentes aires Areas ainsi que l'implantation des Arches Cafétérias :
http://www.restaurant-autoroute-areas.fr/
http://www.restaurant-autoroute-areas.fr/enseigne.php?enseigne=1

À propos d'Areas

Areas est un des leaders mondiaux de la restauration de concession dans l'univers du voyage avec un chiffre d'affaires de 1,668 milliard d'euros en 2016. Marque mondiale d'Elior Group, Areas accueille chaque année 330 millions de convives dans les 2 000 restaurants et points de vente répartis dans 13 pays, en Europe, aux États-Unis, au Mexique et au Chili.
Restaurateur de référence dans les marchés du voyage et des loisirs, faisant de la qualité une priorité depuis 45 ans, Areas est présent dans les lieux de flux stratégiques et locaux à travers le monde (aéroports, gares, aires d'autoroutes) ainsi que dans les parcs expositions et de loisirs.
Fort de sa culture d'excellence opérationnelle, Areas s'appuie sur une connaissance fine des besoins des voyageurs et sur le portefeuille de concepts de restauration le plus large du marché pour proposer l'ingrédient idéal qui ajoute de la saveur aux voyages de ses 900 000 clients quotidiens.

A propos de Gulli
Télé, Terrain, Web, Applis, Tablette, Mobile… : Gulli ose tout !
Première chaîne gratuite pour la jeunesse et la famille (canal 18 de la TNT), Gulli touche 5 millions de téléspectateurs par jour. C'est la chaîne la plus connue des Français sur sa thématique avec 98 % de taux de notoriété*.
Aujourd'hui, Gulli est aussi une véritable marque qui propose aux enfants et à leur famille diverses expériences ludiques à partager pour retrouver ses valeurs et son énergie communicative : numériques (gulli.fr leader en France sur la jeunesse plus de 1.5 million de visites par mois, Gulli Replay : jusqu'à 26 millions de vidéos vues par mois, l'appli ludo-éducative GulliMax by Chocolapps, Gullissime l'offre 100% jeunesse en SVOD…), La Tablette Tactile by Gulli, le Prix Gulli du roman, les Gulli Parcs, parcs de loisirs et de détente pour la famille…

Sources : Médiamétrie/Mediamat national annuel 2016 (seuil de vision 10 secondes consécutives) / Baromètre Notoriété chaînes jeunesse CSA mai 2016 / AT Internet-Données opérateurs
*Auprès des foyers avec enfants