



**Boletín periódico para
los afiliados de Ticket Restaurant®**

Segundo cuatrimestre 2010

Accor Services® es ahora Edenred

Ticket Restaurant® mantendrá su marca y denominación actual, por lo que para los profesionales de los restaurantes afiliados será una transición sencilla y sin sobresaltos.

En el marco del proyecto de separación del Grupo Accor entre las actividades de Hostelería y Servicios prepago, Accor Services® pasa a denominarse Edenred. Presente en 40 países, Edenred es el líder mundial de los vales de servicio prepago, entre ellos, Ticket Restaurant®, que ya cuenta en España con más de 30.000 establecimientos afiliados.

“Apoyándose en 50 años de experiencia en los servicios prepago, esta nueva identidad nos permite consolidarnos como empresa líder, comprometida, pionera e internacional. Edenred ha situado la innovación en el centro de su desarrollo y propone en los cinco continentes soluciones que crean vínculos sociales”, ha explicado Jacques Stern, Director General de Edenred.

Los restaurantes afiliados a la red de Ticket Restaurant® apenas percibirán cambio alguno. La marca y denominación de los productos seguirá siendo la misma, y aún habrá que esperar unos meses al rediseño de los tickets, aunque los cambios serán muy leves y serán comunicados con la antelación necesaria para que los profesionales de la hostelería puedan seguir verificando su autenticidad de forma cómoda y fácil.



La nueva marca

La bola roja es sin duda la protagonista de la nueva marca Edenred, símbolo de los productos desarrollados por el grupo desde hace casi 50 años. Es el corazón del nuevo logotipo y signo de reunión de los productos y servicios.

Edenred es más que una palabra, es la suma de los términos “Eden” y “red”. Edén significa paraíso en 8 idiomas, haciendo alusión al bienestar individual y colectivo que procuran las soluciones de la compañía, y red es sinónimo de la conexión entre empresas privadas, organismos públicos, empleados, ciudadanos, afiliados y poderes públicos.

“Por una vida más fácil”. Ése es el nuevo lema de la compañía, que sitúa lo cotidiano, el bienestar y la sencillez como la esencia de su filosofía. Generosa, optimista e innovadora. Así es la nueva Edenred.

50 años de éxitos

Accor Services afronta su transformación en Edenred como un hito más en una larga trayectoria. Todo comenzó en 1954, cuando se crea en el Reino Unido el concepto de vale de comida. Seis años después, Jacques Borel crea en Francia la sociedad Crédit Repas, que pasará a denominarse Ticket Restaurant® en 1968. La fórmula se exporta a España en 1976. Desde entonces, crecería el número de países en los que está presente y el portfolio de productos de la compañía, hasta que en 1998 Ticket Restaurant® se convierte en Accor Corporate Services. Este “apellido” reivindica la pertenencia de la sociedad al grupo Accor y representa el nexo de unión entre el conjunto de los productos de la marca. Gustino o los nuevos medios de pago han sido algunas de las últimas novedades en llegar a una compañía que, en 2010, ha cambiado su nombre pero no su experiencia en el mercado.

¿Quiere que su establecimiento aparezca aquí? Escribanos a marketing-es@edenred.com

Dónde estamos

Tel.: 902 116 365

www.ticketrestaurant.es
www.ticketrestaurantcard.es



Más calidad para combatir la crisis

La Federación Española de Hostelería (FEHR) ha elaborado un decálogo de buenas prácticas que, como complemento a las directrices obligatorias que afectan al sector, pueden ser la clave para mejorar la calidad y, por lo tanto, la competitividad de los establecimientos.

Los profesionales del sector de la hostelería han de atender una amplia batería de normativas: sobre instalaciones y climatización, higiene y seguridad alimentaria, etiquetado y registro de productos, límites para la contaminación acústica, prevención de riesgos laborales, horarios comerciales, igualdad en el trabajo, y un largo etcétera. Cumplir con las diferentes leyes que afectan al sector es imprescindible, pero no suficiente.

El cliente es cada vez más experto y el mercado, más competitivo. El descenso del consumo, los impuestos, las multas y reclamaciones... Éstos son algunos de los problemas que afectan a los hosteleros. Ante esa situación, desde la Federación Española de Hostelería (FEHR) recomiendan a los responsables de los establecimientos "autoexigencia", "comprometerse con la calidad y la excelencia", "garantizar los derechos del consumidor" y "exigir el cumplimiento de sus deberes legales a proveedores, trabajadores, y las diferentes administraciones".

Pero, además, les aconseja que apuesten por mejorar aún más la calidad. "Las empresas responsables, comprometidas con su entorno, mejoran su relación con el cliente, fidelizándolo y reforzando su posición en el mercado", aseguran desde la Federación.

Para ello, FEHR elaboró un manual de buenas prácticas en hostelería, cuya utilidad sigue vigente. En este documento se recogen, de forma sintética, las principales normativas a las que se ve sometido el sector y, lo que es más importante, propone una serie de actitudes voluntarias que los profesionales pueden adoptar para encaminarse a esa mejora de la calidad, tanto en el ámbito del establecimiento como en los productos o en las personas.

Decálogo de buenas prácticas en hostelería

En el establecimiento:

- Con la seguridad alimentaria y la higiene.
- Con el mantenimiento de instalaciones y climatización.
- Con el cumplimiento de los horarios, ley del tabaco y límites de ruido.
- Con el respeto al medio ambiente, eficiencia energética y tratamiento de residuos.

En los productos:

- Con el etiquetado y la información al consumidor.
- Con garantías sobre los productos procedentes de países comunitarios y no comunitarios.
- Con la utilización de materias primas de calidad, cumpliendo la normativa sanitaria.

Con las personas:

- Con sensibilidad hacia las personas con discapacidad y la igualdad en el trabajo.
- Con la salud y la prevención de riesgos laborales.
- Con responsabilidad social, respetando los derechos de consumidores y vecinos.



Sabor de verano

¿Qué puede hacer Gustino por su restaurante?

Con la llegada del calor aumenta en los consumidores la fiebre por cuidarse más para librarse de los excesos cometidos durante el invierno. El afán por comer mejor y aumentar la actividad física puede beneficiar a los restauradores de la red Gustino, convertidos en aliados de la alimentación equilibrada.

Ya es habitual que muchos restaurantes cuenten en su carta con productos saludables, ante la creciente demanda de los comensales por seguir una dieta adecuada, cercana a los postulados mediterráneos.

El objetivo del programa Gustino es identificar y aglutinar, mediante la certificación por parte de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y la Fundación Dieta Mediterránea, a aquellos que cumplen una serie de criterios en lo referente a la comida sana. Esta acreditación ayuda a estos estableci-

mientos a atraer y fidelizar clientela, así como a diferenciarse de sus competidores mediante un plan de difusión y comunicación destacada entre empresas y usuarios.

Para ingresar en el programa, gratuito y sencillo, basta con seguir unos sencillos criterios y solicitar la certificación. Los establecimientos de la red Gustino consiguen difundir su compromiso con la alimentación no sólo a los más de 200.000 usuarios diarios de Ticket Restaurant®, también al conjunto de la sociedad.



Más información en www.gustino.es

Ventajas de ser un restaurante Gustino

- Diferenciación
- Fidelización
- Imagen
- Notoriedad
- Credibilidad
- Gratuidad
- Rentabilidad

Corazón de melón

Ya lo dice el calendario elaborado por el Programme FOOD, iniciativa europea para el fomento de una nutrición equilibrada a través de canales originales auspiciada por Accor Services, ahora Edenred, desde sus orígenes. Son numerosas las frutas y verduras que tiene su mejor época en el verano.

Entre ellas, el melón. Este fruto de planta trepadora pertenece a la familia de las Cucurbitáceas por lo que en realidad es una verdura. Más del 80% de su composición es agua, por lo que se convierte en un hidratante ideal, con un pequeño aporte calórico. Destaca su riqueza en beta-caroteno, sobre todo en las variedades de pulpa anaranjada, que contribuye a reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares, degenerativas y del cáncer. Además, posee un alto contenido en potasio y en vitamina C.

Otros productos de la estación:

Verduras: Alcachofa, berenjena, brócoli, calabacín, chalota, cebolla, coliflor, guisantes, hinojo, judía verde, lechuga, pepino, pimientos, rábano, remolacha, repollo, tomate, zanahoria.

Frutas: Albaricoque, arándano, avellana, ciruela, frambuesa, fresa, grosella, grosella negra, limón, manzana, melocotón, melón, mora, pera, plátano, sandía.



Menú diario, alimentación equilibrada

Tenemos el placer en ofrecerles el DVD del proyecto FOOD. En este DVD encontrará un video personalizado para cada país que ofrece diferentes recomendaciones y consejos para los profesionales del mundo de la hostelería, con demostraciones que explican, paso a paso, cómo realizar recetas equilibradas. ¡Anímese a participar en el proyecto FOOD!

El DVD es totalmente gratis y para obtener su copia envíe un email a marketing-es@edenred.com solamente facilitándonos sus detalles incluyendo su código de afiliado.

www.food-programme.eu

¿CONOCE UNA EMPRESA QUE QUIERA CONTRATAR TICKET RESTAURANT®?

Si alrededor de su restaurante conoce empresas que no entregan ayudas para comida, y que quieran contratar Ticket Restaurant®, ahora puede obtener un doble beneficio. Por un lado, conseguirá clientes más fieles, que usarán los Tickets en su restaurante habitualmente; y por otro, usted puede conseguir hasta

**200€
en premios**



Infórmese y participe en
www.recomiendaticket.es

 **Ticket
Restaurant®**