

The logo for FUSE, consisting of the word "FUSE" in a bold, red, sans-serif font.

## **La nuova colazione McDonald's debutta come opera d'arte**

*Milano, 9 settembre 2013 - 7 writers, 128 ore di lavoro e 540 bombolette spray di tutti i colori per realizzare tre opere monumentali, visionarie e dissacranti, dedicate al tema della colazione. Promotore e mecenate dell'operazione McDonald's Italia, che punta sui giovani e il meglio della street art italiana per celebrare e presentare al pubblico la nuova proposta di breakfast come opera d'arte.*

Partner d'eccellenza dell'operazione è Fuse, divisione di OMD - sigla di Omnicom Media Group - dedicata ai progetti speciali e a tutte le attività di comunicazione innovative, che ha sviluppato e coordinato una formula assolutamente originale, un progetto di comunicazione unconventional con la spettacolare performance di street art che ha visto protagonisti 7 graffiti-writers e ha coinvolto il centro storico di tre città italiane. Grazie alla collaborazione delle istituzioni, dopo due intensi giorni di lavoro si è conclusa all'alba di mercoledì 4 settembre l'eccezionale performance: Via Torino a Milano, piazza Duomo a Firenze e piazza dei Martiri a Napoli sono diventate teatro di un'esibizione artistica unica nel suo genere, con il coinvolgimento di artisti del calibro di Pao, Macs e Speck.

La realizzazione delle diverse opere ha dato vita ad una mostra itinerante che ha sorpreso il pubblico e ha risvegliato le città piene di colore, arricchendo il territorio con opere d'arte fruibili da tutti.

L'attività, che FUSE ha realizzato in collaborazione con il partner tecnico PubliRecords42 e Monkeys Evolution – l'associazione nata dall'unione di writers con l'obiettivo di diffondere i graffiti come mezzo espressivo artistico e contemporaneo -, ha riscosso un enorme successo: la prima iniziativa nel suo genere ad essere condotta su scala nazionale, in location prestigiose e su superfici di così grandi dimensioni. Il grande spazio riservato alle affissioni pubblicitarie diventa così un'enorme tela, dove gli artisti hanno realizzato opere di street art "live", sotto gli occhi dei passanti, con performance che li ha visti cimentarsi anche in acrobatiche evoluzioni a oltre 10 metri da terra.

Afferma Marco Ferrero, Direttore Marketing&Comunicazione di McDonald's Italia: *"McDonald's crede nei giovani, nelle loro potenzialità espressive e nel loro modo non convenzionale di comunicare. La street art, i graffiti, esprimono un'arte giovane fatta da giovani, ma sempre più matura nei suoi codici espressivi e nelle sue valenze artistiche. Nata come 'arte clandestina' fatica ad affermarsi semplicemente come 'arte', anche per la mancanza di luoghi istituzionali in cui esprimersi. Ecco perché abbiamo deciso di chiedere ai migliori street artist italiani di interpretare a modo loro il nostro marchio e la nostra nuova colazione, dando loro la possibilità di esprimersi su enormi 'tele' solitamente riservate alle affissioni pubblicitarie, nelle vie più centrali di tre città italiane. Il risultato ci*

*sorprende e ci soddisfa, confermando che investire sui giovani sia la scelta giusta per McDonald's".*

Aggiunge Stefano Corona, responsabile del progetto per Fuse: *"Siamo molto orgogliosi di questo progetto, una spettacolare attività che ha amplificato la presenza del brand in alcune prestigiose piazze italiane, un'esibizione artistica a cielo aperto che ha riscosso un grande successo a riconoscimento e conferma del ruolo dinamico ed efficace che Fuse ricopre oggi nel panorama della comunicazione, mixando una forte componente strategica a quella creativa, sempre orientati alla misurazione e all'innovazione".*

Da venerdì 6 settembre in presentazione ufficiale la "colazione che non c'era" di McDonald's: una nuova offerta dolce e salata, classica e innovativa, italiana e continentale, ricca e salutare, disponibile in oltre 300 ristoranti, per fare colazione concedendosi il piacere della scelta e il tempo di godersi in totale rilassatezza un momento tutto per sé.

**Fuse** è la divisione di Omnicom Media Group dedicata alle attività di branded content e ai progetti speciali. Si occupa della gestione di tutte le attività straordinarie, dell'ideazione, progettazione e realizzazione di piani e attività di marketing e di comunicazione innovativi e unconventional, per portare i brand vicino alle passioni del target. Eventi, tour, road show, opening, mostre, experiential e street marketing, azioni strategiche e tattiche con l'obiettivo di dare visibilità al prodotto e alla marca in modo dinamico e impattante.

**OMD Worldwide**, [www.omb.com](http://www.omb.com), è una delle più grandi e innovative agenzie specializzate nel media marketing al mondo e conta tra i suoi clienti molte tra le aziende più famose e di successo a livello mondiale, con più di 140 uffici in 80 paesi e con due sedi in Italia a Milano e Roma. OMD è conosciuta per la sua portata globale, per una forte integrazione con il mondo digitale e per la sua creatività ed è stata premiata come l'agenzia media più creativa da The Gunn Report per sei anni consecutivi, un record senza precedenti. OMD è stata anche nominata agenzia dell'anno per il 2008, 2009 e 2011 da Adweek, agenzia dell'anno per il 2009 e il 2011 da Advertising Age ed è stata l'agenzia media più premiata a Cannes nel 2011. E' una sigla del gruppo Omnicom Media Group Inc, il gruppo leader mondiale nella comunicazione pubblicitaria, corporate e consulenza di marketing.