

CREATIVITÀ E MARKETING

OFFERTI 5 MILA PASTI IN TRE ORE, OLTRE 2 MILA I MESSAGGI D'AFFETTO POSTATI SU FACEBOOK

McDonald's saluta la Galleria di Milano e lancia 4 nuove referenze con spot di Tbwa\Italia

LA NUOVA COMUNICAZIONE SARÀ ON AIR DAL 2 NOVEMBRE. BUDGET MARKETING CONFERMATO ANCHE NEL 2013

Dal 3 ottobre oltre 2 mila messaggi hanno raggiunto la pagina Facebook di **Mc Donald's**, ma ieri si sono presentati in 5 mila a dare l'addio al punto di ristoro della Galleria Vittorio Emanuele a Milano, dalle 12,20 alle 15,20. Lo storico ristorante ha abbassato definitivamente le serrande, offrendo l'ultimo pasto 'democratico' e gratuito ai milanesi. L'operazione è nata sul web, con un'applicazione curata da **Hagakure** (http://www.facebook.com/McDonaldsItalia/app_139412052859147), una specie di 'diario dei ricordi' dedicato al punto vendita in Galleria. "L'affetto virtuale che i fan ci hanno tributato sul web si è

trasformato in qualcosa di reale - ha commentato **Marco Ferrero**, direttore marketing di **Mc Donald's Italia** -. Sebbene sul web non tutte le voci siano state positive, la nostra operazione ha raggiunto l'obiettivo: quello di attivare una community, a cui abbiamo fatto sentire la nostra vicinanza". Al posto di Mc Donald's, a seguito di un contestato bando del Comune di Milano su cui l'azienda ha aperto una vertenza legale, ci sarà una firma della moda italiana: Prada. "La Galleria sarà appannaggio solo del turismo e dell'alta moda, un luogo in più per il lusso e uno in meno per la socialità a portata di tutti -

ha dichiarato l'ad dell'azienda **Roberto Masi** -. Essere dalla parte dei consumatori per noi significa essere dalla parte giusta. Spero di poter dare a breve la notizia che abbiamo trovato una nuova sede, mentre tutti i circa 100 dipendenti saranno riassorbiti". Per quanto riguarda la comunicazione atl del brand, il 2 novembre partirà l'ultima grande pianificazione (a cura di **Omd**) del 2012 con il lancio in comunicazione di 4 nuove referenze. La creatività, sempre firmata da **Tbwa\Italia**, prevede spot tv di prodotto che punteranno su un tema fatto proprio dall'azienda negli ultimi tempi, quello dei sapori d'Ita-



lia. Le previsioni sulla chiusura 2012 sono positive e con il fatturato in crescita. Di conseguenza il budget per la comunicazione (circa 40 milioni di euro per il marketing, con 25 milioni per l'adv classico) sarà come minimo confermato, se non addirittura aumentato, anche nel 2013. (V.Z.)

SEMPRE REALI, SEMPRE ATTUALI.

Rights Managed o Royalty-Free. Scopri immagini eccezionali per raccontare i tuoi progetti. Visualizza le tue idee creative con Corbis.

corbis[®] IMAGES