

## Advertising McDonald's punta sui giovani con I Moderni, testimonial per i McItaly. La campagna di TBWA Italia da 4 milioni di euro dal 2 novembre

di Vittorio Parazzoli

**M**cDonald's annuncia la partnership con I Moderni, che saranno il nuovo volto, nonché testimonial, del marchio. I protagonisti sono un gruppo giovane, dinamico e di talento, che ha lavorato molto per emergere e che continua ad impegnarsi per difendere la fama raggiunta grazie a XFactor, programma di cui lo scorso anno sono stati finalisti. «Giovani, divertenti, spensierati e allo stesso tempo professionali e impegnati in un lavoro che ogni giorno viene fatto con passione: questi i valori e le caratteristiche che accomunano I Moderni e McDonald's - ha spiegato ieri a DailyMedia Marco Ferrero, direttore marketing e comunicazione di McDonald's Italia, in occasione dell'incontro di chiusura del punto vendita in Galleria Vittorio Emanuele a Milano e di presentazione dei nuovi panini McItaly -. La collaborazione con I Moderni ci dà la possibilità di sottolineare ancora una volta l'attenzione

L'azienda si lega all'emergente gruppo musicale che sarà protagonista degli spot "The Italian Show" e che animerà anche la pagina FB. L'azienda offrirà anche il loro concerto del 16 a Reggio Calabria. Il planning di OMD prevede anche la radio

di McDonald's verso il mondo dei giovani: I Moderni e la loro musica trasmettono una positività contagiosa, quella che cerchiamo di mettere anche noi quotidianamente nel nostro lavoro». La collaborazione prende il via con I Moderni protagonisti dei nuovi spot di TBWA Italia, on air dal 2 novembre, dedicati appunto al lancio dei McItaly 2012, caratterizzati da sapori e ingredienti tutti italiani: Salame di Calabria, Asiago DOP, Provolone Valpadana DOP e Speck Alto Adige IGP. Nella serie "The Italian Show" I Moderni si trasformano nei quattro giudici di un talent show che eleggerà il panino top tra le quattro proposte McItaly: nei commercial, caratterizzati da un linguaggio "easy", un ragazzo, originario della Regione da cui proviene l'ingrediente principale del panino, si presenta a una giuria composta da "I Moderni": il concorrente canta un pezzo ispirato alla ricetta

del panino. I giudici lo assaggiano ed entusiasti lo giudicano il "top". Ma il pubblico "da casa" avrà l'ultima parola e potrà esprimere il proprio voto tramite Facebook (<https://www.facebook.com/mcdonaldsitalia>), vincendo un anno di pranzi gratis. La pagina FB di McDonald's Italia sarà moderata e animata proprio dal gruppo, che oltre a parlare con i propri fan raccontandosi in diretta, commenterà le puntate di X-Factor. Inoltre, la pagina FB ospiterà una app divertente, dove I Moderni guideranno gli utenti nella realizzazione di una foto ispirata agli ingredienti dei McItaly. L'utente potrà scegliere tra la "faccia da provolone" e quelle "da salame", "da speck" e "da asiago". Dal digitale al reale: il 16 novembre, sempre I Moderni saranno a Reggio Calabria, per un concerto offerto da McDonald's. I 4 spot nei tagli da 30 e 10", integrati da radiocomunicati, verranno pianificati da OMD fino alle

feste natalizie con flight di due settimane intervallati da altrettante di pausa per un budget stimabile in oltre 4 milioni di euro.

Anche se il calo dei consumi incide sul giro di affari dell'azienda (le vendite comparabili sono in calo del 2-3%), le vendite totali sono in aumento del 3/4%, quindi con la possibilità che venga superato il miliardo di euro di fatturato, e sono in programma altre aperture oltre ai 28 in più di quest'anno (per il 2013 ne sono previsti altri 32 in più). Anche a Milano, il p.v. prestigioso in Galleria verrà sostituito da un altro ristorante di pari rango. Per l'agenzia hanno lavorato i direttori creativi esecutivi Nicola Lampugnani e Francesco Guerrera; i direttori creativi Rossana Tocchi e Anna Palamà, l'art supervisor (btl) Mattia Montanari; il copy Stefano Cucinotta; gli art Francesco Caruso e Giuliana Smeraldi (btl). Casa di produzione: The Family, regia: Luca Lucini.

TARGET AUTOMOTIVE? NOI LO CONOSCIAMO BENE.



AUTO  
SCOUT 24

QUI TUTTO È AUTO.

Oltre 188 milioni di pagine viste, 5 milioni di utenti unici che navigano per 9 minuti.\*

www.autoscout24.it

