

CREATIVITÀ E MARKETING

CAMPAGNA ADV ON AIR DAL 2 NOVEMBRE CON CREATIVITÀ DI TBWA\ITALIA E PIANIFICAZIONE DI OMD

McDonald's lancia 4 panini e un'insalata nel nome del made in Italy

NUOVI TESTIMONIAL SONO I MODERNI NEL 'THE ITALIAN SHOW' CHE VUOLE AVVICINARE I GIOVANI ALL'ECCELLENZA GASTRONOMICA ITALIANA. ATTIVITÀ SU FACEBOOK

Come anticipato da *Today Pubblicità Italia* il 17 ottobre, **Mc Donald's** sarà on air dal 2 novembre per lanciare quattro nuovi panini e un'insalata che esaltano le caratteristiche degli ingredienti tipici del made in Italy. Ancora una volta la catena di fast food ha voluto sottolineare il legame con il territorio italiano e con i suoi prodotti e l'ha fatto facendo incontrare i milanesi con i produttori di **Parmigiano Reggiano Dop** e **Speck Alto Adige Igp** (vedi notizia a pag. 6), **Asiago Dop**, **Provolone Valpadana Dop**, **Bresaola della Valtellina Igp**, **Olio Extravergine di Oliva** e **Salame**

di Calabria, nella storica location della Galleria Vittorio Emanuele, il giorno precedente alla definitiva consegna delle chiavi. I prodotti McItaly sono stagionali e si susseguono quindi nell'arco dell'anno per garantire la qualità e la varietà dell'offerta: *Calabrese* e *Veneto* saranno disponibili da domani al 21 novembre, *Tirolese* e *Lombardo* dal 21 novembre all'11 dicembre, l'insalata per tutto il periodo. La campagna pubblicitaria proseguirà fino a Natale, con flight di due settimane ciascuno, alternati a due settimane di silenzio, per un investimento superiore ai 5 milioni di euro. Con la creatività di **Tbwa\Italia**, gli spot



hanno come protagonisti *I Moderni*, il gruppo classificatosi al secondo posto di *XFactor 5*. "Il format si intitola 'The Italian Show' e riprende le dinamiche di un talent - ha spiegato il direttore marketing di McDonald's **Marco Ferrero** -. E' un modo per avvicinare i giovani ai prodotti italiani. I Moderni hanno già interagito in questi giorni con i giovani su Facebook, su cui lavoreremo anche

nei prossimi mesi coinvolgendo i consumatori e invitandoli a votare i panini". Oltre alla tv, la campagna si svilupperà anche in radio con pianificazione di **Omd**. "Le previsioni di chiusura 2012 sono positive, con il fatturato in crescita del 3-4%, nonostante un calo di circa il 2% delle vendite comparabili, 28 sono le nuove aperture nel 2012", ha concluso Ferrero. (V.Z.)

BASTA URLARE!

Fatti sentire da chi è disposto ad ascoltarti, scegli tra le soluzioni di video e display advertising, targetizzazione e ottimizzazione campagne, custom event e search marketing di Yahoo!

Contatta il team sales

- ita-trademarketing@yahoo-inc.com
- advertising.yahoo.it

YAHOO!

