McDonald’s celebra i 20 anni del Crispy McBacon

mcdonalds-crispy-mcbacon-anniversary-0dc6a984

Il panino 100% italiano di McDonald’s, Crispy McBacon è protagonista su Spotify per celebrare i suoi primi 20 anni; la più grande piattaforma globale di contenuti audio in streaming, infatti, a partire da venerdì 4 settembre ospita una playlist dedicata all’iconico panino, dove è possibile ascoltare anche l’originale “Crispy McBacon Song” dalla quale è stato tratto un innovativo audio 8D. Il formato 8D permette all’utente di vivere un’esperienza immersiva e sperimentare nuove sensazioni: musica, voci ed effetti con l’8D sembrano, infatti, ruotare attorno all’ascoltatore proprio come se fosse in uno spazio reale, per strada, in palestra o ad un concerto. Questo utilizzo innovativo del formato 8D rappresenta l'ultimo di una lunga serie di adozioni creative scelte dall'azienda per presidiare la piattaforma.

“Siamo lieti che McDonald’s abbia scelto ancora una volta come partner Spotify per celebrare una delle icone più rappresentative del suo brand, cogliendo le crescenti potenzialità delle campagne audio. Il mondo dell’audio è in continua evoluzione e attraverso Spotify dà un contributo importante alle aziende per diventare culturalmente rilevanti. Grazie alla streaming intelligence, infatti, Spotify offre la possibilità di realizzare quello che da sempre è un grande sogno per le aziende: una comunicazione personalizzata e al tempo stesso in grado di raggiungere una reach significativa – ha dichiarato **Alberto Mazzieri**, Head of Sales di Spotify Italy – il tutto mettendo insieme l’approccio tech, alla base di un’azienda come la nostra, e quello creativo dell’adv”.

“Siamo molto felici di poter celebrare i 20 anni dell’iconico Crispy McBacon insieme a Spotify con la nostra Crispy McBacon Song, vera e propria colonna sonora di un anniversario per noi molto speciale” – ha detto **Giorgia Favaro**, Chief Marketing Officer di McDonald’s Italia. *“Realizzata insieme ai nostri fan, la Crispy McBacon Song è l’esempio della relazione strettissima che abbiamo con i nostri consumatori, soprattutto con la fascia più giovane di loro. Si tratta di una relazione fatta di ingaggio continuo e reciproco, e di costante ascolto. Per questo motivo coinvolgerli in prima persona ci è sembrato il modo più coerente per celebrare un prodotto che proprio in quella generazione ha la*

maggioranza dei suoi lover”.

McDonald's veicolerà attraverso il proprio branded profile su Spotify la colonna sonora della celebrazione del Crispy McBacon. L’esperimento creativo è stato reso possibile grazie alla collaborazione tra Leo Burnett, Omd, McDonald’s e Spotify.