McDonald’s entra nel mercato della prima colazione

mcdonalds-bbaae97a

A partire da oggi, McDonald’s entra nel mercato della colazione fuori casa, dedicando un’attenzione particolare al primo pasto della giornata degli Italiani: in 300 degli oltre 460 ristoranti presenti sul territorio nazionale arriva la “colazione che non c’era”, un’offerta ampia e completa di prodotti pensati per godersi un inizio di giornata che soddisfi ogni palato e sia finalmente comodo e rilassato.

Oltre ai tradizionali caffè e cappuccino, da gustare con croissant o muffin, nei ristoranti McDonald’s e al McDrive, tutti i giorni dalle ore 7.00 alle ore 10.30, i consumatori potranno ordinare nuovi prodotti dolci e salati, per comporre la propria colazione ideale. Yogurt e frutta per un inizio di giornata fresco e leggero; pane, burro e marmellata per sentirsi come a casa; pancake con vari sciroppi, bagel salati, uova e pancetta e l’EggMcMuffin, il più celebre prodotto di McDonald’s per la colazione, già presente in molti Paesi.

“Vogliamo andare a presidiare maggiormente il segmento della colazione con una proposta unica sul mercato italiano - commenta Marco Ferrero, Direttore Marketing e Comunicazione di McDonald’s Italia - non vogliamo stravolgere le abitudini degli Italiani, ma portare anche al momento del breakfast tutta la varietà e la vitalità che contraddistingue il brand McDonald’s, per far vivere come sempre un’esperienza davvero unica, la colazione che non c’era!”.

La varietà dell’offerta è solo una parte della nuova colazione proposta. Se McDonald’s è conosciuto come fast food, la colazione da McDonald’s è invece slow breakfast: un invito a prendersi il tempo necessario per una prima colazione completa in un ambiente accogliente, dove si ordina senza sgomitare, ci si siede comodamente, si utilizza il wi-fi gratuito e si leggono i giornali disponibili sui tavoli.

LO SCENARIO DELLA COLAZIONE IN ITALIA

Quello della prima colazione fuori casa è un rito che resiste alla crisi economica, con oltre 140.000 bar in Italia e un volume d’affari di 11 Miliardi di Euro all’anno, che rappresenta il 18% del mercato della ristorazione informale fuori casa.