



FERRERO

McDonald's e Ferrero insieme per il nuovo **McCrunchy Bread con Nutella®**

Dal 12 febbraio pane e Nutella® si gusta anche fuori casa

*In anteprima in occasione del World Nutella Day®
2.500 panini distribuiti in un'ora a Milano, Roma, Bari e Napoli*

Milano, 5 febbraio 2020 – McDonald's Italia e Ferrero Italia presentano **McCrunchy Bread con Nutella®**, un nuovo prodotto che sigla la partnership tra le due grandi aziende e porta **in tutti i McDonald's italiani pane e Nutella®**, da sempre un classico per la colazione e la merenda ancora non presente nella ristorazione e che oggi per la prima volta si può gustare anche fuori casa.

I due marchi, accomunati dalla forte iconicità e riconoscibilità e caratterizzati da una relazione molto stretta con i loro consumatori, vissuti come due "love brand", riuniscono in un solo prodotto i **valori fondanti della condivisione, dello stare insieme e della semplicità**.

E proprio all'insegna della semplicità è infatti il nuovo **McCrunchy Bread con Nutella®**: **solo pane e Nutella®**, **preparato al momento** e servito caldo e fragrante. Il pane utilizzato è un pane speciale, la cui scelta nasce proprio dall'esigenza di sposare nel modo migliore la cremosità di Nutella®; da qui l'utilizzo di un pane particolarmente adatto per la tostatura, che ne esalta al meglio la croccantezza. Un pane, quindi, che, scaldato al momento, esalta al meglio la bontà del prodotto.

Oggi, 5 febbraio, in occasione del World Nutella Day®, la giornata mondiale dedicata ai fan di Nutella® di tutto il mondo e al loro amore per la famosa crema di nocciole, in soli quattro ristoranti a Milano (Piazza Duomo), Roma (Piazza di Spagna), Napoli (Via Merliani) e Bari (Corso Vittorio Emanuele) è stato possibile riceverlo in omaggio per assaggiarlo in anteprima mondiale.

"Il McCrunchy Bread con Nutella® dimostra quanto siamo vicini ai nostri consumatori - ai quali proponiamo con questo progetto un prodotto molto amato - ma anche quanto siamo innovativi: da un lato un prodotto così semplice che è impossibile non conoscerlo, dall'altro lato la rivoluzione di trovarlo fuori casa!" ha dichiarato **Mario Federico, Amministratore Delegato di McDonald's Italia**. *"Lavorare con un'azienda come Ferrero è stato per noi entusiasmante: rappresenta infatti la possibilità di offrire ai nostri consumatori, che da sempre ascoltiamo con attenzione, un nuovo prodotto iconico, perfetto per fare colazione e merenda nei nostri 600 ristoranti."*

Il consumo fuori casa è in grande sviluppo in Italia e nel mondo, specie tra i giovani e nelle grandi metropoli dove è diventato un momento di condivisione, un momento positivo della giornata.

Tale evidenza conferma un desiderio crescente di aggregazione sociale e di volontà di vivere sempre di più esperienze di consumo con le persone care e i propri amici. In questo contesto, l'obiettivo di chi crea la crema da spalmare più amata e famosa al mondo e di uno dei più importanti brand di ristorazione è sicuramente quello di offrire un gusto antico, autentico, semplice ed "evergreen" come pane e Nutella® a tutti i "cittadini globali" di oggi senza alcuna distinzione di genere, di età o di lingua.



FERRERO

“Pane e Nutella® è uno degli abbinamenti più tipici delle colazioni e delle merende degli italiani. Qualcosa di semplice e per tutti. Qualcosa con cui siamo cresciuti e che ci ha accompagnato nella nostra vita. Qualcosa a cui sono legati momenti di gioia, famiglia e condivisione. Con McDonald’s abbiamo pensato a come rendere possibile a tutti coloro che amano questo semplice alimento di non dovervi rinunciare solo perché sono fuori casa. Un modo per rendere disponibile al maggior numero di persone la colazione e la merenda che preferiscono.” ha dichiarato **Alessandro d’Este, Amministratore Delegato di Ferrero Commerciale Italia.**

L’Italia, che i turisti definiscono il Bel Paese per l’arte, il clima, i paesaggi e chiaramente il cibo, è la culla storica del pane e Nutella®. Per questo il nostro Paese è lo scenario naturale, il primo “teatro” di questa partnership, che permette a tutti i Nutella® lovers di trovare in ogni angolo la loro colazione o merenda preferita. McDonald’s, in Italia da oltre 30 anni, vanta ormai un forte legame con il territorio grazie a 600 ristoranti e a oltre l’84% delle materie prime agroalimentari acquistate da aziende che si trovano nel nostro Paese. Anche per questo è una destinazione sempre più radicata nelle abitudini degli Italiani.

McCrunchy Bread con Nutella® sarà disponibile in tutti i McDonald’s d’Italia a partire dal 12 febbraio. Dopo l’anteprima di oggi in quattro città italiane – Milano, Roma, Napoli e Bari – l’appuntamento è per una grande festa di San Valentino anche il 14 febbraio prossimo che vedrà il nuovo prodotto protagonista: per tutto il giorno a un prezzo speciale e dalle 15:00 alle 17:00 in omaggio a chi si presenta in coppia in tutti i McDonald’s italiani*.

McDonald’s Italia

In Italia da oltre 30 anni, McDonald’s conta oggi 600 ristoranti in tutto il Paese per un totale di 24.000 persone impiegate che servono ogni giorno 1 milione di clienti. I ristoranti McDonald’s italiani sono gestiti per il 90% secondo la formula del franchising grazie a 140 imprenditori locali che testimoniano il radicamento del marchio al territorio. Anche nella scelta dei fornitori McDonald’s conferma la tendenza a essere un marchio “locale”, con l’84% di fornitori che è rappresentato da aziende con stabilimenti in Italia. Nel mondo McDonald’s è presente in oltre 100 Paesi con più di 36.000 ristoranti.

Ferrero

Ferrero, con un fatturato consolidato di 10,7 miliardi di euro, di cui 1,5 in Italia, è il terzo Gruppo a livello mondiale nel mercato del chocolate confectionery. Anche nel 2019 si è confermata essere l’azienda con la più alta Reputazione al mondo nel comparto alimentare e la prima azienda italiana nel ranking mondiale stilato dal Reputation Institute. Il Gruppo è guidato da Giovanni Ferrero, terza generazione della famiglia fondatrice. È presente con oltre 40.000 persone in più di 50 Paesi e dispone di 25 stabilimenti di produzione in tutto il mondo, di cui 3 parte del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero in Africa e in Asia. Inoltre 6 imprese agricole e 7 stabilimenti di lavorazione distribuiti nel mondo costituiscono la Ferrero Hazelnut Company, divisione interna al Gruppo, che racchiude in sé tutta la filiera legata alla nocciola. I prodotti e i brand Ferrero, presenti e venduti in più di 170 paesi, sono diventati parte della memoria collettiva e dei costumi di molti di questi, dove sono amati e consumati di generazione in generazione e spesso considerati vere icone culturali. Freschezza del prodotto e altissima qualità, accurata selezione delle migliori materie prime, pratiche agricole sostenibili e continua ricerca ed innovazione sono alcuni degli elementi chiave del successo di Ferrero. L’Azienda investe nel tessuto sociale delle comunità locali nelle quali opera, in particolare con la Fondazione Ferrero. Ferrero ha da sempre la Responsabilità Sociale nel proprio DNA, su cui poggiano le scelte e le azioni quotidiane del Gruppo.