



**Dopo 14 milioni di panini venduti,
McDonald's e GialloZafferano presentano
la terza edizione delle McChicken Variation**

Arriva *Il Ricercato* e ritorna *Il Goloso*

Protagonista di quest'anno il Parmigiano Reggiano: ingrediente del nuovo panino Il Ricercato, entrerà nei menù McDonald's anche in modo continuativo ad arricchire insalate e Wrap

Milano, 7 settembre 2021 - Il successo del progetto **McChicken Variation** in partnership con **GialloZafferano**, il food media brand più amato dagli italiani, è giunto alla sua terza edizione: alla ricetta del McChicken Originale si aggiungono quest'anno ***Il Ricercato*** e ***Il Goloso***, ideati con ingredienti di qualità provenienti dalla nostra Penisola. Un progetto con cui McDonald's Italia annuncia anche il rafforzamento della presenza di un'eccellenza come il Parmigiano Reggiano DOP nei suoi menu.

Le nuove ricette, create a quattro mani da McDonald's e GialloZafferano, sono disponibili in tutti i 615 ristoranti d'Italia fino al 19 ottobre.

Tra le McChicken Variation proposte, "grande ritorno" per ***Il Goloso***, il panino con petto di pollo 100% italiano, bacon da pancetta 100% italiana, insalata e salsa ai pomodori gialli campani presentato lo scorso anno sempre insieme agli chef del brand del Gruppo Mondadori. La novità di quest'anno è ***Il Ricercato***, l'esclusiva ricetta con petto di pollo 100% italiano, rucola, pomodoro, maionese al basilico italiano e Parmigiano Reggiano.

Per questa ricetta verranno acquistate ben **32 tonnellate di scaglie di Parmigiano Reggiano**, vero e proprio ingrediente "principe" di questa edizione delle McChicken Variation.

Quello tra McDonald's e il Parmigiano Reggiano è un legame di lunga data. Primo prodotto DOP nell'offerta McDonald's con un panino in edizione limitata nel 2008 e primo tassello nel percorso di McDonald's con le eccellenze del nostro Paese, nel 2011 è stato il primo e unico prodotto DOP a entrare stabilmente in assortimento, con lo snack al Parmigiano Reggiano. A partire da quest'anno il **Parmigiano Reggiano rafforza la propria presenza nei menu McDonald's come ingrediente continuativo di insalate e Wrap.**

Con le McChicken Variation McDonald's conferma e rafforza il suo percorso di italianità. Infatti, per la realizzazione di queste ricette l'azienda acquisterà, oltre a **32 tonnellate di Parmigiano Reggiano da Parmareggio**, **15,5 tonnellate di rucola da Bonduelle Italia**, **30 tonnellate di pomodoro** e **20 tonnellate di insalata batavia da Bonduelle Italia e Sab**, **300 kg di basilico 100% italiano** per la maionese al basilico, **18 tonnellate di pomodori gialli campani** e **48 tonnellate di bacon da Fratelli Beretta e Italia Alimentari.**

Tutti questi ingredienti vanno ad aggiungersi al **petto di pollo 100% italiano fornito da Amadori** e al **pane prodotto da Bimbo negli stabilimenti di Modena e Roma.**

Per ulteriori informazioni:

Omnicom Public Relations Group – ufficio stampa McDonald's
Sara Festini: sara.festini@omnicomprgroup.com – 335 1040414
Elisabetta Franzetti: elisabetta.franzetti@omnicomprgroup.com - 324 0009315
Anna Del Piccolo: anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com

Media Relations Gruppo Mondadori

pressoffice@mondadori.it

+39 02 7542.3159



Una strada, quella dell'italianità, che conferma l'impegno di McDonald's nei confronti del comparto agroalimentare del nostro Paese, dal quale acquista ogni anno **94.000 tonnellate di materie prime per un valore di oltre 200 milioni di euro.**

*"Siamo orgogliosi che la collaborazione con GialloZafferano sia arrivata alla sua terza edizione" afferma **Dario Baroni, Amministratore Delegato McDonald's Italia.** "Un progetto davvero prezioso quello delle McChicken Variation, che ci permette di raccontare ai nostri consumatori l'attenzione al gusto e alla qualità degli ingredienti con cui creiamo le nostre ricette, ma soprattutto la selezione e la ricerca dei migliori fornitori italiani. Una splendida occasione per poter annunciare, attraverso queste nuove proposte, la presenza continuativa del Parmigiano Reggiano nei nostri menu, con cui vogliamo continuare la nostra missione, ossia portare al grande pubblico le eccellenze del Made in Italy, tradizionalmente considerate di nicchia, educando i clienti sulla qualità dei prodotti italiani e rendendoli accessibili a tutti".*

*"Anche quest'anno rinnoviamo con grande entusiasmo questa importante collaborazione con McDonald's", ha dichiarato **Andrea Santagata, direttore generale Mondadori Media.** "Valorizzare il gusto e la qualità delle eccellenze del nostro territorio è un impegno che ogni giorno portiamo nelle case di milioni di italiani che seguono il nostro brand. Valori che raccontiamo attraverso contenuti esclusivi e linguaggi innovativi, creati grazie al nostro team e alla squadra di oltre 50 top creator che collaborano con GialloZafferano. Una formula vincente che decliniamo su tutti i social media per coinvolgere in modo attivo un pubblico sempre più ampio e diventare un punto di riferimento anche per i più giovani, grazie in particolare a TikTok, dove il brand in poco più di un anno ha raggiunto numeri straordinari".*

Le **McChicken Variation** realizzate in partnership con **GialloZafferano** saranno protagoniste di un **ricco palinsesto di contenuti**, studiato insieme a **Brand On Solutions**, area progettuale di **Mediamond**, che coinvolgerà tutti i canali digitali del brand - **sito, app e social**. Il piano di visibilità, sviluppato insieme alla concessionaria, sarà live per tutto il periodo dell'iniziativa con nuove ricette disponibili su GialloZafferano.it all'interno di un hub dedicato, accessibile dal menu di navigazione del sito. A supporto, una campagna di lanci editoriali e advertising che coinvolgerà anche i magazine GialloZafferano, Focus e Donna Moderna.

Il racconto proseguirà su tutte le piattaforme social del brand con la pubblicazione di contenuti esclusivi, realizzati ad hoc per i diversi canali, e la collaborazione di 6 creators, che condivideranno su TikTok l'esecuzione delle ricette.

Le McChicken Variation saranno raccontate anche nel corso di una **live cooking session** che si terrà il 23 settembre sui canali Facebook, Instagram e Youtube di GialloZafferano. Un appuntamento dedicato a tutta la community del brand, in cui il volto del sito Manuel guiderà gli utenti alla scoperta delle ricette dei panini.

McDonald's Italia

In Italia da 35 anni, McDonald's conta oggi 610 ristoranti in tutto il Paese per un totale di 25.000 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 volontà di essere un marchio "locale", con l'85% di

Per ulteriori informazioni:

Omnicom Public Relations Group – ufficio stampa McDonald's
Sara Festini: sara.festini@omnicomprgroup.com – 335 1040414
Elisabetta Franzetti: elisabetta.franzetti@omnicomprgroup.com - 324 0009315
Anna Del Piccolo: anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com

Media Relations Gruppo Mondadori

pressooffice@mondadori.it

+39 02 7542.3159



fornitori che è rappresentato da aziende italiane o aziende che producono in Italia. Nel mondo McDonald's è presente in oltre 100 Paesi con più di 36.000 ristoranti.

GialloZafferano

GialloZafferano è il food media brand numero uno in Italia. Punto di riferimento in cucina per 15,4 milioni di utenti unici ogni mese (*fonte: Audiweb, media gennaio-giugno 2021*) e 20 milioni di fan sui social network (*fonte: Shareablee e Insight agosto 2021*), GialloZafferano accompagna gli utenti 7 giorni su 7 con un patrimonio di più di 6.000 ricette e oltre 2.000 video. Un'offerta di successo che dal sito si estende a tutti i canali social, tra cui TikTok, dove ha già conquistato più di 1,7 milioni di follower (*fonte: Insight agosto 2021*) e agli smartspeaker. Al sistema di GialloZafferano si aggiunge anche la piattaforma multi-touchpoint in lingua inglese grazie alla quale il brand diffonde il meglio della cucina italiana nel mondo. Il brand del Gruppo Mondadori, che può contare sulla community di foodblogging più grande del Paese, è anche il magazine di cucina più letto con 1 milione di lettori (*fonte: Audipress, 2021/I*), una serie di libri, un format televisivo e il primo sito vocale di cucina in Italia.

Per ulteriori informazioni:

Omnicom Public Relations Group – ufficio stampa McDonald's
Sara Festini: sara.festini@omnicomprgroup.com – 335 1040414
Elisabetta Franzetti: elisabetta.franzetti@omnicomprgroup.com - 324 0009315
Anna Del Piccolo: anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com

Media Relations Gruppo Mondadori

pressooffice@mondadori.it

+39 02 7542.3159