



McDonald's entra nel mondo NFT con tre opere uniche di giovani artisti italiani e la partecipazione di Ghali

300 NFT in palio per il grande pubblico

Milano, 14 marzo 2022 – Con un valore complessivo che nel 2021 ha raggiunto i 26,9 miliardi di dollari di scambi e la previsione di arrivare a 80 miliardi entro il 2025, il mercato dei Non Fungible Token (NFT) è fra i settori più in crescita a livello globale.

Rilevanza economica a parte, il mondo delle opere digitali certificate introduce una modalità completamente nuova di concepire la sfera dell'arte, abbattendone barriere fisiche e concettuali e rendendola fruibile da un pubblico più ampio e dinamico.

Alla base di questo fenomeno ci sono inclusione e democratizzazione, principi cardine di McDonald's che da oggi entra nel mondo degli NFT anche in Italia, dopo averlo recentemente sperimentato oltreoceano. Una scelta che accresce l'offerta esperienziale dedicata ai consumatori, apre nuove strade in linea con le principali tendenze sociali e tecnologiche e parla efficacemente con i più giovani, pubblico elettivo del brand.

Il lancio del Triplo Cheeseburger diviene così l'occasione per la nascita di un progetto creativo unico nel suo genere che vede la partecipazione di **tre artisti emergenti nell'universo NFT e di Ghali** testimonial del progetto, volto della campagna McDonald's e promotore dei valori dello stare insieme, dell'inclusione e della multiculturalità.

Sotto la sua guida, gli artisti [Daniele Tozzi](#) specializzato in calligrammi, [Serena Gianoli](#) illustratrice e [Nicola Laurora aka Nico189](#) illustratore, hanno infatti reinterpretato il tema del "level up" – concetto alla base del nuovo panino McDonald's che vuole portare il consumatore verso un ulteriore livello di gusto – al fine di creare **tre opere d'arte digitali da convertire poi in NFT**. Opere che rimandano al valore della stratificazione, della diversificazione e dell'arricchimento di gusti, idee e stile di vita.

Di ogni opera sono state prodotte **100 copie per un totale di 300 NFT certificati e autentici** che McDonald's ha messo in palio tramite un [concorso dedicato](#) valido fino al 5 aprile. Chiunque potrà partecipare all'estrazione, basterà registrarsi sulla app McDonald's, acquistare un Triplo Cheeseburger e inserire nell'apposita sezione il codice presente sullo scontrino.

"Guardiamo al mondo NFT con l'obiettivo di diversificare e innovare l'offerta esperienziale dedicata ai nostri clienti più giovani, sempre un passo avanti nell'individuare i nuovi trend. Siamo orgogliosi di essere stati i primi nel settore ad aver colto il potenziale degli NFT, investendo nel talento di giovani artisti e rendendolo accessibile a tutti" commenta **Raffaele Daloiso, Chief Marketing Officer McDonald's Italia**. *"Un'esperienza vicina ai principi di accessibilità e inclusione che da sempre caratterizzano il nostro brand e coerente con i valori di accoglienza e ascolto dei consumatori"*.

McDonald's Italia

In Italia da 35 anni, McDonald's conta oggi 640 ristoranti in tutto il Paese per un totale di 27.000 dipendenti 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 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 38.000 ristoranti.

Per ulteriori informazioni:

Omnicom Public Relations Group – Ufficio stampa McDonald's Italia

Erika Demartis: erika.demartis@omnicomprgroup.com – 329 68 71 926

Elisabetta Franzetti: elisabetta.franzetti@omnicomprgroup.com

Donatella De Sabato: donatella.desabato@omnicomprgroup.com - 320 7620230

Anna Del Piccolo: anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com

Flavia Perricone: flavia.perricone@omnicomprgroup.com – 3206386774