Persone e lavoro sono al centro della nuova campagna pubblicitaria di McDonald's

202306150952291-1-b3e35395

Dopo il lancio della piattaforma “i’m lovin’it italy”, **McDonald's torna in comunicazione con People**, un nuovo soggetto che valorizza l’impegno dell’azienda nei confronti del territorio e delle città in cui opera.

Al centro ci sono le **azioni tangibili di McDonald’s per il Paese**, in particolare l’impatto dimostrato in termini di occupazione e accende i riflettori su un tema chiave per l’azienda da sempre attenta alla formazione e alla crescita professionale del proprio capitale umano.
Un impegno verso le persone che quest’anno diventa ancora più ambizioso: **per il 2023 sono infatti previste 5.000 nuove assunzioni** con contratto stabile, percorsi formativi finalizzati alla crescita professionale, oltre all’erogazione di borse di studio dedicate agli studenti lavoratori più meritevoli.

Anche in questo nuovo soggetto, protagonista è una ragazza che si fa portavoce di un messaggio istituzionale, paragonando i numeri legati alle azioni concrete del brand a tematiche ispirate alla vita di tutti i giorni.

La comunicazione ha un **duplice obiettivo**, fare conoscere a tutti la nuova piattaforma “i’m lovin’it italy”, e attraverso una call to action finale invitare le persone a candidarsi per entrare a far parte della famiglia McDonald’s caricando il proprio curriculum sul sito **www.mcdonalds.it**. Il soggetto sarà on air su tutti i touchpoint - TV, digital social radio e stampa - con pianificazione a cura di OMD e atterrerà anche sulla landing page dedicata al racconto dei piccoli passi e delle azioni concrete che ogni giorno accompagnano l’impegno di McDonald’s per l’Italia.