



# MERCREDI

## vous souhaite un mauvais appétit chez McDonald's France

McDonald's France s'associe à Netflix pour la sortie de la saison 2 de la série phénomène *Mercredi*. Une nouvelle façon pour l'enseigne de réaffirmer sa promesse historique d'accueillir chacun tel qu'il est, sans filtre ni compromis, à travers la campagne « On a tous un côté étrange ». Ainsi, du 2 au 29 septembre, McDonald's célèbre la différence et la singularité dans ses restaurants partout en France. « Venez comme vous êtes »... mêmes les plus étranges d'entre vous !

### Quand deux univers iconiques se rencontrent...

Quand l'univers inclusif et authentique de McDonald's rencontre l'univers gothique de la série *Mercredi* du visionnaire Tim Burton, ce n'est pas un simple partenariat : c'est une évidence. Depuis toujours, **McDonald's est un lieu de vie, de partage et d'échange ouvert, accessible et transgénérationnel, où la promesse « Venez comme vous êtes » n'est pas un slogan, mais bien une philosophie** qui porte l'enseigne et ses clients au quotidien. Mercredi Addams, personnage anti normie<sup>1</sup>, évolue quant à elle dans un environnement où la différence est une richesse, et où la singularité est célébrée, comme le démontre le succès de la série auprès du grand public.

**En s'associant à la série anglophone Netflix la plus visionnée au monde avec la campagne « On a tous un côté étrange », McDonald's réaffirme cette philosophie déjà bien ancrée ;** celle de l'inclusivité, du respect des singularités, et du plaisir partagé, aussi décalé soit-il. Cette rencontre prend vie, à la rentrée et dans les restaurants partout en France, à travers **une expérience immersive, où l'étrange devient familier, et où les valeurs communes prennent la forme d'une campagne inédite** mêlant découvertes culinaires, décor sur-mesure et moments à vivre en famille ou entre amis.

Quand l'univers inclusif et authentique de McDonald's rencontre l'univers gothique de la série *Mercredi*.  
Pour Jean-Guillaume Bertola,  
Chief Marketing Officer :

“ Avec *Mercredi*, nous continuons de proposer des expériences qui dépassent le simple repas. C'est une invitation à vivre un moment unique, drôle et décalé, en famille ou entre amis, dans l'univers d'une série qui parle à toutes les générations. *Mercredi* célèbre par ailleurs la différence, l'authenticité et l'acceptation de soi, valeurs que nous partageons pleinement chez McDonald's. À travers ce partenariat, nous réaffirmons notre engagement à accueillir chacun tel qu'il est, dans un lieu ouvert et inclusif.

”



(1) Normie : personne considérée comme "normale"



## Une déclinaison culinaire de l'univers de *Mercredi* dans les restaurants McDonald's... et au-delà !

Avec la volonté de plonger les fans dans l'ambiance de la Nevermore Academy, McDonald's propose dans ses restaurants, du 2 au 22 septembre, un menu **Maxi Best Of™ « M x Mercredi™ »** en édition limitée qui comprend :



- Un sandwich au choix, dont les Chicken McNuggets™ ou les Veggie McPlant Nuggets® qui peuvent être accompagnés d'une sauce noire inédite, la **Black Tears Pepper Sauce<sup>2</sup>**,

- Un accompagnement au choix, frites ou potatoes,

- Une boisson au choix, dont la canette **Fanta® saveur fruits des bois sans sucres**, spécialement développée pour l'occasion, au goût intense et rafraîchissant,

- **Une des quatre figurines<sup>3</sup>** à collectionner représentant les personnages phares de la série - Mercredi, Enid, Pugsley, La Chose.



Et pour encore plus de gourmandise, du 2 au 29 septembre, les clients pourront également commander à la carte, en plus de la Black Tears Pepper Sauce et du Fanta® saveur fruits des bois sans sucres, de succulents desserts :

- Un **Dark<sup>4</sup> Sundae nappé d'un coulis violet saveur myrtille** pour combler les envies sucrées, également disponible en version **P'tit Sundae** sans cacahuètes,

- Un **Obscure McFlurry™ avec topping KitKat® Ball**, également accompagné d'un coulis saveur myrtille.



Une expérience client complète qui se prolonge jusque dans **l'habillage des restaurants qui se mettent aux couleurs de la série** avec une PLV qui fait froid dans le dos et via le programme de fidélité de l'application McDo+ sur lequel les clients peuvent retrouver **deux écussons auto-adhésifs** inspirés des univers de la Nevermore Academy et de McDonald's.



## Une campagne qui fait vivre « l'étrange » à chaque instant

Ce partenariat, conseillé par Starcom et Publicis Media Content, est accompagné d'une **campagne de communication ambitieuse**, réalisée par TBWA, qui s'articule autour :

- **D'un film publicitaire « Le banquet de l'étrange »**, imaginé par l'agence TBWA\Paris, avec le support de Netflix, et réalisé par Tom Green, reprenant tous les codants de la série, qui met en scène la rencontre entre les univers de *Mercredi* et de McDonald's au travers d'un spot inspiré de la Nevermore Academy, l'école des outcasts, et diffusé via un plan massif en TV,

- **D'un sponsorship de la 2ème partie de la saison 2 de *Mercredi*** disponible à partir du 3 septembre sur Netflix,
- **D'une orchestration digitale tactique** (VOL, Social Media, display) pour s'adresser aux fans, avec notamment une collaboration renforcée sur la plateforme sociale BeReal, reconnue pour son authenticité, avec la création d'un format immersif et innovant,
- **D'un passage des réseaux sociaux en Dark Mode**, laissant le Community Manager de l'enseigne révéler son côté étrange.

### A propos de McDonald's France\*

**Près de 2 millions** de repas servis chaque jour

**1 589 restaurants** répartis dans toute la France

**Plus de 75 000** salariés sous enseigne

**Plus de 75%** des achats de matières premières agricoles sur les 5 principales filières de l'enseigne (bœuf, pommes de terre, poulet, blé pour le pain & salade) réalisés en France

\* Chiffres 2024

**Rendez-vous dès le 2 septembre dans votre restaurant McDonald's** pour vivre une rentrée hors du commun, entre gourmandises aux allures étranges et ambiance sombre !

2 Black Tears Pepper Sauce : Larmes noires Sauce poivrée

3 Une figurine par menu conditionnée à un supplément de prix sur le prix du menu Maxi Best Of™ M x Mercredi jusqu'à épuisement des stocks du 02/09 au 22/09.

4 Dark : Sombre

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.mcdonalds.fr](http://www.mcdonalds.fr)

### Contacts presse

.....

.....



# MERCREDI

## CRÉDITS

### Crédits marque

#### Responsables Marketing :

Jean-Guillaume Bertola, Célia Buissé-Godey,  
Tiphany Gain, Pauline Salducci

### Crédits agence création

#### Responsables Agence :

Christophe Neyret, Lucile Wissocq,  
Thaïs Martin-Fermaud, Solène Naboulsi

**Directeur de Création :** Corentin Salignat

#### Directeur artistique et Concepteur-rédacteur :

Cyrielle Declarey, Pauline Senechault

**Planneur stratégique :** Céline Mazza

### Crédits agence média

**Responsables Agence :** Laura Bizet,  
Anaëlle Dilo, Caroline Letaille, Elise Lichtle

### Crédits production

**Production Film :** \Else

**Réalisateur :** Tom Green

**Creative Production :** Elisabeth Boitte

**Head of music and sound :** Olivier Lefebvre

**Directeur artistique musique :** Ferdinand Huet

**Réalisateur son :** Fabrice Pouvreau

**Responsable post-production :** Elise Gamboa

**Post-production :** Mirada