

Les fans de l'enseigne l'auront reconnu... Grimace, la mascotte iconique fait son come-back en France et il n'est pas seul !

Pour célébrer ce grand retour, McDonald's France dévoile le Grimace Shake, un nouveau dessert saveur myrtille et surmonté de chantilly qui promet d'apporter fraîcheur et gourmandise pour le retour des beaux jours. Disponible en restaurants **du 5 mai au 16 juin**, le Grimace Shake sera proposé en 2 formats (225mL ou 400mL) à la carte ou en supplément d'un menu Best Of™ ou Maxi Best Of™.

Un air de nostalgie fruitée souffle chez McDonald's France

Nés dans les années 70, Grimace et ses mascottes acolytes conquièrent petit à petit le cœur des consommateurs pour devenir de réels ambassadeurs de l'enseigne au cours des années 90, période où les personnages apparaissent partout : campagnes de pub, événements et même figurines Happy Meal™ ! Après plusieurs années d'absence, c'est non sans un certain enthousiasme que les Français retrouvent Grimace, la mascotte violette et attachante qui a marqué leur jeunesse. Ce personnage emblématique, connu pour son amour des milkshakes, revient sous les feux de la rampe avec son Grimace Shake, l'alliance parfaite entre la texture onctueuse d'un milkshake et la fraîcheur acidulée de la myrtille. De quoi séduire la nouvelle génération tout en ravivant les souvenirs des fans de la première heure !

Une campagne décalée réalisée par Grimace

Pour fêter son retour et le lancement de son nouveau dessert, Grimace prendra le contrôle d'une campagne de communication massive en TV et VOL, sur le digital, et dans les restaurants. Accompagné de sa maladresse légendaire, il deviendra la star des réseaux sociaux de l'enseigne et en animera les comptes avec bienveillance et bonhomie.

- Disponibilité : du 5 mai au 16 juin dans tous les restaurants McDonald's France, à la carte ou en supplément d'un menu Best Of™ et Maxi Best Of™
- Formats : P'tit Grimace Shake (225 mL) et Grimace Shake (400 mL)