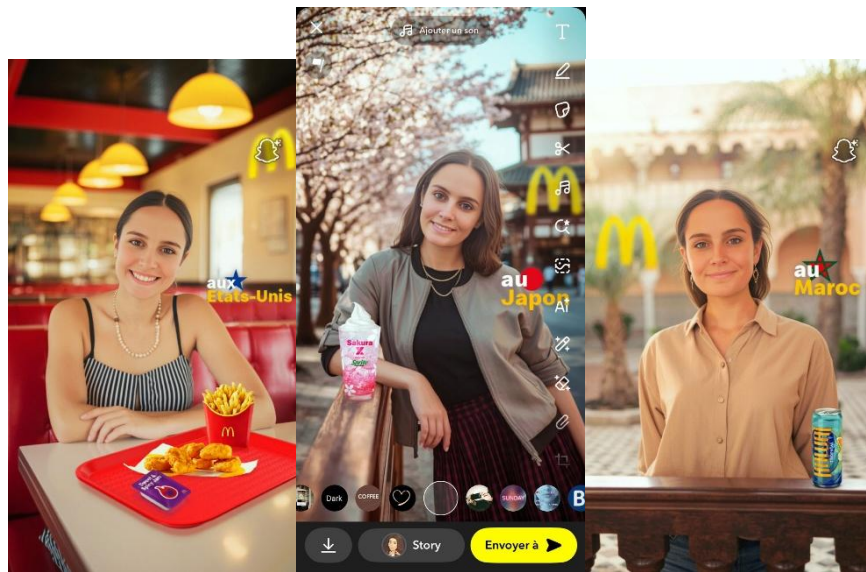


McDonald's s'associe à Snapchat et devient le premier annonceur à inaugurer les *Sponsored AI Lenses en France*



Alimenté par la technologie propriétaire de Generative AI de Snap, le format Sponsored AI Lenses place le Snapchatter au centre d'une expérience interactive et personnalisée

Paris, le 2 juillet 2025 – Pour célébrer le retour tant attendu de son menu « Croquez le Monde », McDonald's France s'associe à Snapchat pour une expérience en réalité augmentée inédite. Du 1 au 13 juillet, les Snapchatters peuvent voyager aux quatre coins du globe directement depuis leur smartphone, grâce à une Lens sponsorisée et propulsée par l'intelligence artificielle générative.

Cette campagne marque la première activation en France à exploiter le tout nouveau format Sponsored AI Lenses de Snapchat. Alimentées par la technologie propriétaire de Generative AI de Snap, ces Lenses transforment la caméra Snapchat en un terrain d'expression visuelle unique : les Snapchatters sont instantanément propulsés dans un restaurant McDonald's à l'autre bout du monde — que ce soit au cœur du Japon, en Corée du Sud ou encore aux États-Unis. À chaque destination, ils découvrent un univers immersif mettant en avant un produit emblématique de la campagne.

Développée par Snapchat en collaboration avec Starcom (Publicis), l'agence DDB Paris et les équipes McDonald's, cette campagne marque un retour audacieux de McDonald's sur la plateforme, avec une activation AR innovante et engageante.

Un nouveau format publicitaire à fort potentiel

Les Sponsored AI Lenses de Snapchat offrent aux marques une toute nouvelle façon innovante de s'exprimer, sans avoir recours à des ressources 3D traditionnelles. Grâce à la génération d'images en temps réel par l'IA, ce format permet une production plus rapide et une narration plus fluide, tout en plaçant le Snapchatter au centre de l'expérience.

Ces Lenses ouvrent une nouvelle ère pour le marketing immersif, avec des performances mesurables : jusqu'à 25 à 45% d'impressions supplémentaires en une seule journée, et un temps d'engagement supérieur à la moyenne des Lenses traditionnelles.

“Cette collaboration illustre parfaitement la façon dont la réalité augmentée, couplée à l'intelligence artificielle, peut enrichir la narration de marque et offrir une expérience à forte valeur ajoutée pour les Snapchatters”, **explique Aissatou Diallo, Head of Retail de Snap, Inc.**

“Grâce aux Sponsored AI Lenses, nous permettons aux marques comme McDonald's de créer des expériences immersives, personnalisées et engageantes, qui captent l'attention et génèrent de véritables connexions émotionnelles avec les Snapchatters. C'est aussi une belle démonstration de la place centrale qu'occupe Snapchat dans les stratégies digitales des marques les plus emblématiques en France.”

La Lens est disponible du 1er au 13 juillet sur le [profil public](#) de McDonald's France.