**McDonald’s® et TBWA font de la pub pour… euh… des poubelles ???**

**10/05/2022**

**Il ne faut s'étonner de rien. Et surtout pas de ces belles images de poubelles, assorties de noms évoquant un nouveau type de hamburger. Ce ne sera pas un Big Mac®, cette fois, mais un Big Bac, un Bac Royal ou un Bac Deluxe. Non, on ne s'étonnera pas, car il s'agit d'une campagne de McDonald's® et TBWA contre les déchets sauvages. "Nous voulons rendre les poubelles aussi populaires que les burgers", affirme Jeremie Goldwasser, Creative Director chez TBWA.**

Les déchets sauvages font du tort à la planète et à la marque. La marque est convaincue qu'ils doivent œuvrer, avec leurs clients, contre cette problématique. "Nous avons conscience de notre responsabilité, et de l'impact qu'une marque comme la nôtre peut avoir en matière de déchets sauvages", précise Philipp Wachholz, CMO de McDonald’s® Belgique. Leur ambition ? Faire partie de la solution, pas du problème. "Mais pour cela, nous avons besoin de l'aide de nos clients. C'est en se serrant les coudes que nous y arriverons. Notre campagne vise à conscientiser nos clients, et à rendre évident l'usage des poubelles. Avec le clin d'œil typique de McDonald's®, bien sûr."

À ce propos, d'ailleurs… Cette campagne surprend parce qu'elle met l'accent sur les poubelles, comme si elles étaient des hamburgers. "Partant de cette idée, nous avons confié toute la photographie au Studio Wauters, photographe food attitré de McDonald's®", ajoute Jeremie Goldwasser. "Leur défi était de rendre les poubelles aussi attirantes qu'un nouveau burger. Le texte et le design contiennent les ingrédients habituels de McDonald's®, avec des noms évocateurs et le design appétissant du Big Bac, du Bac Deluxe et du Bac Royal."

La campagne ne serait pas complète sans un volet en ligne, avec une vidéo making-off qui dévoile tous les trucs utilisés pour que ces poubelles paraissent vraiment alléchantes. Éclairage, stylisme, retouches… Même la baseline de la marque a été adaptée pour la circonstance : "Les rues propres, we're lovin' it".

La campagne se déroule du 10 au 24 mai, en ligne, dans les restaurants et sur plus de 1 500 affiches dans tout le pays. Il ne reste plus qu'à espérer qu'on la voie autant que les poubelles !