**McDonald’s en TBWA lanceren de meest gepersonaliseerde zwerfvuilcampagne : “Garbage, we take it personally”**

**McDonald’s België lanceerde in samenwerking met TBWA een gloednieuw platform om de problematiek van zwerfafval een gezicht te geven:** [**'Garbage, we take it personally'**](http://www.wetakeitpersonally.be/)**. Een initiatief gesteund door Ministers Marie Christine Marghem, Céline Fremault, Joke Schauvliege, Carlo Di Antonio en Staatssecretaris Fadila Laanan.**

**Sensibiliseren door te personaliseren**

20% minder zwerfvuil. De ambities die McDonald’s op 21 maart 2018 bekendmaakte naar aanleiding van z’n 40ste verjaardag logen er niet om. Daarom lanceerde het net deze campagne.

“Zo kan iedereen zich voor de problematiek van zwerfafval persoonlijk engageren door het overbekende, maar anonieme vuilbakicoon te pimpen met hun eigen gezicht, waarna ze deze boodschap kunnen delen op social media. Enkele klanten lieten zich ook al verrassen: bij hun bestelling aan de McDrive kregen ze nietsvermoedend een gepersonaliseerde bestelzak. De portretten werden exclusief getekend door topillustrator Musketon. We hebben ook posters voorzien in de restaurants om onze klanten te sensibiliseren”, zegt Stephan De Brouwer, Managing Director van McDonald’s België.

Naar aanleiding van de lancering pronkten ook Ministers Marie Christine Marghem, Céline Fremault en Staatssecretaris Fadila Laanan met hun gepersonaliseerde bestelzak als steun aan de zwerfvuilcampagne.

Marie Christine Marghem, Federaal Minister van Energie, Leefmilieu en Duurzame Ontwikkeling: “Ik juich de initiatieven toe die McDonald’s heeft genomen om zijn ecologische voetafdruk drastisch te verminderen, en dat zowel bij de productie, bewaring als distributie van zijn producten. Maar ook op het vlak van ontwerp en recyclage van zijn verpakkingen. Die globale strategie van toelevering tot verwerking zou andere grote internationale groepen moeten inspireren.”

“De strijd tegen zwerfvuil kunnen we alleen winnen als iedereen er zijn schouders onder zet. Daarom ben ik blij dat ook McDonald’s mee zijn verantwoordelijkheid opneemt in dit probleem”, zegt Joke Schauvliege, Vlaams minister van Omgeving, Natuur en Landbouw.

**McDonald’s en duurzaamheid**

McDonald’s België heeft duurzaamheid altijd hoog in het vaandel gedragen en lanceerde de voorbije 40 jaar een hele reeks initiatieven op dat vlak. “McDonald’s heeft in België van meet af aan een beleid gevoerd dat gericht is op duurzame ontwikkeling. Dat gaat gepaard met tal van initiatieven, zoals de recyclage van onze verpakkingen en die van frituurolie tot biodiesel, het gebruik van 100% groene energie in al onze restaurants en de ontwikkeling van ons eigen afvalbeheersysteem: de Green Truck. We blijven elke dag innoveren en verbeteren voortdurend onze bevoorradings-, verpakkings- en transportprocessen om onze ecologische voetafdruk te verminderen”, besluit Stephan De Brouwer.

Meer informatie vindt u op:

NL: [www.wetakeitpersonally.be](http://www.wetakeitpersonally.be)

FR: [www.onenfaitnotreaffaire.be](http://www.onenfaitnotreaffaire.be)

[www.mcdonalds.be](http://www.mcdonalds.be)

\*\*\*

CREDITS:

Campaign Title: Garbage, we take it personally

Creative Director: Jeroen Bostoen

Creative Team: Philip De Cock, Arnaud Bouclier

Account team: Geert Potargent, Virginie Hayet, Benoit Carlens

Illustrations: Musketon

Design: Sebastien Bontemps

Online production: Sam Sanders, Wannes Vermeulen, Jeroen Govaert

Online copywriting: Ann Vanminsel, Sarah Pierrequin

Client: Kristel Muls, Stijn Heytens

PR: Isabelle Verdeyen, Aurelie Coeckelbergh