**TBWA et McDonald’s lancent une enquête pour la Coupe du Monde: quels pays les Belges supporteront-ils ?**

**Il va de soi que les Belges s’uniront pour supporter nos Diables Rouges mais qu’en sera t-il des autres matchs de la Coupe du Monde ? Un fan de football prend toujours le parti d’une des deux équipes. McDonald’s lance une grande enquête nationale de supporters : le McDo FanVote afin d’établir le baromètre des préférences.**

En tant que sponsor officiel de la FIFA World Cup, McDonald’s Belgique lance le McDo FanVote : une enquête nationale de supporters qui sonde tous les jours la préférence des Belges. Le championnat mondial de football attire, avec son ambiance particulière et la participation belge, un public très large. Et que ce soit Chili-Australie ou Italie-Costa Rica, en tant que fan de football, nous avons toujours un favori. C’est pourquoi McDonald’s a décidé de sonder, chaque jour l’équipe pour laquelle bat le cœur des Belges. A condition, bien sûr, que notre équipe nationale ne joue pas ce soir-là, car dans ce cas, cela ira de soi.

Olivier van den Bossche, directeur marketing de McDonald’s Belgique : « Avec McDo FanVote nous mettons en place un parrainage mondial pertinent pour le fan de football belge. Bien sûr, il y a également des nouveautés (temporaires) à découvrir dans nos restaurants tels que le Grand Big Mac ou la Fan Box (20 Chicken McNuggets à partager) mais cette Coupe du Monde était l’occasion idéale pour mesurer la passion et les émotions qui se dégagent chez les Belges. »

**McDofanvote.be**

Durant un mois, McDonald’s demandera aux Belges quelle(s) équipe(s) ils supportent, et ce via différents canaux. Un supporter de la Coupe du Monde apparaît dans les spots télévisés, les bannières online et les journaux, et vous invite à voter pour votre équipe favorite. Les résultats de l’enquête seront publiés dans l’édition « Rio » de Het Laatste Nieuws, dans la Dernière Heure et sur le site McDofanvote.be.

**“Random acts of kindness”**

Durant la Coupe du Monde, McDonald’s attribuera également des “random acts of kindness”. Une équipe est-elle particulièrement malchanceuse ? Obtient-elle injustement un pénalty durant la dernière minute de match ou perd-elle 5-0 ? McDonald’s console les supporters qui ont voté pour cette équipe.

**CREDITS ‘McDonald’s WK-enquête’**

**Brand:** McDonald’s

**Campaign Title:** McDo FanVote

**Media:** TV + Print + Social + Banners + POS-material + Website

**McDonald’s:**

**Marketing Supervisor:** Malik Azzouzi

**Marketing Director:** Olivier Vandenbossche

**Agency: TBWA**

**Creative Director:** Frank Marinus & Gert Pauwels

**Art Director:** Geert Feytons

**Copy Writer:** Frederick Morel & Vincent Nivarlet

**Design Director:** Hendrik Everaerts

**Designer:** Sarah Wouters

**Client Service Director :** Geert Potargent

**Account Director:** Charlotte Katté & Valerie Vleminckx

**Account Manager:** Mieke Michels

**Account Executive:** Charlotte Smedts & Josine Sanfilippo

**Strategic Planner:** Kacper Wozniak

**Head of AV Production:** Mieke Vandewalle

**TV Producer :** Sarah Bornauw

**Film Production :** Beast Animation

**Director :** Steven De Beul en Ben Tesseur

**TV Post Production:** Xavier Pouleur

**Sound Engineer:** Jan Pollet

**Print Production Director:** Michel Prairial

**Art buyer:** Elly Laureys

**Head of Final Art:** Danny Jacquemin

**Print Studio Manager:** Marianne Gualtieri & Pauline Lhost

**Online Production:** **DDB° Brussels**