**McDonald’s® en TBWA maken reclame voor… euh… vuilbakken?!**

**10/05/2022**

**Een opvallend zicht in het straatbeeld: prachtige beelden van vuilbakken met daarbij een opvallende naam als ware het een nieuw type hamburger… Geen Big Mac® deze keer, maar een Big Bak, een Bak Royal en een Bak Deluxe. Het is een campagne van McDonald’s® en TBWA tegen zwerfvuil. “We willen vuilbakken net zo populair maken als de burgers,” zegt Jeremie Goldwasser, Creative Director bij TBWA.**

Zwerfvuil is slecht voor de planeet, en slecht voor het merk. Maar McDonald’s® is er wel van overtuigd dat ze samen met hun klanten stap voor stap aan de zwerfvuilproblematiek kunnen werken om samen beter te worden. “Als groot merk zijn we ons zeker bewust van onze verantwoordelijkheid en de impact die we hebben wat betreft de uitdaging van zwerfvuil op straat,” zegt Philipp Wachholz, CMO van McDonald’s® België. Hun ambitie? Deel zijn van de oplossing, niet van het probleem. “Maar daarvoor hebben we de hulp van onze klanten nodig. Pas als we samenwerken, zullen we slagen. Onze campagne is bedoeld om het bewustzijn voor en ook de aantrekkelijkheid van het gebruik van vuilnisbakken te vergroten. Met een typische McDonald's®-knipoog, natuurlijk.”

Van een knipoog gesproken… Deze verrassende campagne zet, jawel, vuilnisbakken in de spotlights, net alsof het hamburgers waren geweest. “Met dit idee als vertrekpunt, hebben we uiteraard Studio Wauters - de vaste foodfotograaf van McDonald’s**®** - ingeschakeld voor de fotografie”, voegt Jeremie Goldwasser toe. “Hun uitdaging? De vuilbakken er net zo aantrekkelijk en verleidelijk laten uitzien als de burgers. Ook voor copy en design hebben we de typische McDonald’s**®**-ingrediënten gebruikt, zoals spitsvondige namen en een aantrekkelijk design voor de Big Bak, de Bak Deluxe en de Bak Royal.”

Om het helemaal af te maken, krijgt de campagne ook een online luik, met een making-of-video die laat zien hoe alle truken uit de kast gehaald werden om de vuilbakken er zo goed te laten uitzien. Belichting, styling, retouching… Zelfs de baseline van het merk werd voor de gelegenheid aangepast naar “Propere straten, we’re lovin’ it.’

De campagne loopt van 10 tem 24 mei, online, in de restaurants en op meer dan 1500 affiches in het hele land. Nu maar hopen dat ze net zo onmisbaar wordt als vuilnisbakken!