Warszawa, 16 października 2025 r.

**Ostatnie dni nostalgicznej oferty w McDonald’s**

**We wrześniu McDonald’s wystartował z ogólnopolską kampanią, która przeniosła gości do początku XXI wieku. „Ikony lat 2000. znów w Maku!” to akcja odwołująca się do nostalgii i klimatu tych czasów, a także odpowiedź na liczne prośby fanów dotyczące powrotu ulubionych pozycji z menu.** **To ostatnie dni, aby ich spróbować!**

W ramach limitowanej oferty do restauracji McDonald’s powróciły kultowe produkty. Wśród nich znalazł się Filet-O-Fish®, czyli pyszny filet rybny w otoczeniu sera, sosu tatarskiego i wypieczonej pszennej bułki. Fani mocniejszych smaków mogli skusić się na burgera Big Tasty® Bacon, w którego skład wchodzi soczysta wołowina, ser White Cheddar, sos Big Tasty, bekon, a także porcja świeżych warzyw: sałaty, pomidora oraz cebuli. Wszystko to zamknięte w bułce posypanej sezamem. Miłośnicy kurczaka również mogli znaleźć coś dla siebie – 20 sztuk soczystych kawałków piersi w złocistej panierce, czyli Chicken McBites®. Wróciły także dwa ikoniczne sosy: musztardowy oraz blue cheese. A na deser – coś, za czym wszyscy tęsknili – Lodowe Marzenie. To porcja lodów z bitą śmietaną oblana polewą w jednym z trzech smaków do wyboru: czekoladowym, karmelowym lub truskawkowym. Produkty dostępne są w restauracjach w całym kraju już tylko do 21 października!

Cała kampania została zbudowana wokół estetyki wczesnych lat 2000. W Makch zmieniono nie tylko wygląd menu, ale także przywołano nostalgiczne wspomnienia dzięki retro opakowaniom, nostalgicznym grom dostępnym w aplikacji i dedykowanemu merchowi. Klimatyczna Lava Lamp, wszywki i elementy garderoby charakterystyczne dla początku wieku i królującego wówczas w modzie dżinsu, można zdobyć w aplikacji, wymieniając zgromadzone w niej punkty.

Na szczególną uwagę zasługuje wydarzenie minionego weekendu, będące kulminacyjnym momentem kampanii. Restauracja McDonald’s przy ul. Świętej Trójcy 32 w Bydgoszczy na trzy dni całkowicie zmieniła swoje oblicze – stała się prawdziwym wehikułem czasu. Powróciła stylistyka i elementy wystroju, które przeniosły gości do Maka rodem z początków tysiąclecia. Na wszystkich czekały nie tylko kultowe pyszności, ale także niespodzianki – fotobudka, która dzięki wykorzystaniu AI przenosiła w czasie do lat 2000. oraz specjalnie wydanie magazynu BRAVO! zawierające archiwalne materiały, quizy i plakaty. Można też było zbić piątkę z samym Ronaldem McDonaldem czy odwiedzić nostalgiczną strefę urodzinową.

Kampania uwzględniała także emisję spotów w telewizji, kinie i na platformach VOD. Uzupełnieniem były szerokie działania marketingowe obejmujące digital, reklamę OOH. Za strategię, kreację oraz realizację kampanii odpowiadała agencja DDB, planowaniem i zakupem mediów zajął się dom mediowy OMD, a social media oraz działania technologiczne obsługiwało Dentsu Creative. Działania PR oraz influencer marketing koordynowane były przez agencję 24/7Communication. Za obsługę eventu odpowiadała agencja Ministry Of Creativity.

\*\*\*

McDonald’s Polska rozpoczął działalność w 1992 roku, otwierając pierwszą restaurację w Warszawie. Obecnie w Polsce działa ponad 580 restauracji sieci, które zatrudniają ponad 38 000 osób. Ponad 91% z nich to obiekty prowadzone przez 105 niezależnych przedsiębiorców w oparciu o umowę franczyzy z McDonald’s.

**Dodatkowe informacje:**

Biuro prasowe McDonald’s Polska: tel. (022) 211 58 65. Agencja 24/7Communication: (022) 279 11 10

<https://mcdonalds.pl/o-mcdonalds/biuroprasowe>

<https://www.facebook.com/McDonaldsPolska>

Instagram: @mamsmakanamaka

@witamywmcdonalds

LinkedIn: [McDonald’s Polska](https://www.linkedin.com/company/mcdonald's-polska/)