**Sundae mais português do mundo regressa à McDonald’s**

**A McDonald’s Portugal lança uma nova campanha com o mote ‘o Sundae mais português do mundo’, que pretende homenagear as receitas tradicionais portuguesas e a cultura nacional, transmitidas de geração em geração. A iniciativa reforça a atuação local da marca, com uma receita criada e pensada para o mercado português. A campanha inicia a 8 de abril e assinala o regresso do Sundae Doce da Casa, um produto marcado por sabores portugueses e muito apreciado pelos consumidores.**

A campanha da McDonald’s Portugal foi especialmente desenvolvida para o mercado nacional, com criatividade da TBWA\BBDO e uma estratégia centrada na cultura portuguesa. Esta campanha marca presença em meios digitais (redes sociais e display), exterior (mupis) e restaurantes McDonald’s, a partir de 8 de abril.

Com o mote “O Sundae mais português do mundo”, o conceito criativo da campanha pretende celebrar as raízes culturais e os sabores que passam de geração em geração, destacando os laços familiares e expressões populares que fazem parte do dia a dia dos portugueses. Com forte presença no digital, a iniciativa pretende retratar comportamentos e situações tipicamente portuguesas, dando palco a expressões enraizadas na cultura nacional.

A campanha destaca a ligação local da marca, reforçando a capacidade da McDonald’s em se adaptar aos gostos, hábitos e referências culturais de cada país, mantendo-se próxima dos seus consumidores. O Doce da Casa surge como um exemplo simbólico desta ligação cultural, por ser uma sobremesa tradicional presente em muitos restaurantes portugueses e associada à memória afetiva de várias gerações.

Inspirado neste hábito e tradição, Sundae Doce da Casa é uma edição limitada, disponível de 8 de abril a 26 de maio em todos os restaurantes McDonald’s do país, incluindo McDelivery. A sobremesa combina o gelado Sundae original com dois toppings tradicionais: bolacha Maria moída, fornecida pelo parceiro nacional, Vieira, e doce de ovo, reinterpretando o sabor familiar do típico Doce da Casa.

Esta oferta pretende dar resposta à preferência dos consumidores através de sabores que lhes são familiares, e dá continuidade à estratégia da marca de integrar receitas nacionais, através de produtos e/ou ingredientes locais, reforçando a proximidade com os hábitos e tradições da comunidade local.

**Declarações de Ana Freitas, Gestora do Departamento de Marketing da McDonald’s Portugal:**

*“O regresso do Sundae Doce da Casa traduz o nosso compromisso contínuo em responder às preferências de sabor dos consumidores. Este produto é uma homenagem a Portugal, aos sabores com que crescemos e às tradições que nos ligam. Enquanto marca global com presença local, a McDonald’s adapta-se a cada mercado e, em Portugal, valorizamos a oferta de receitas nacionais aos nossos consumidores. Com esta campanha, reforçamos essa ligação emocional através de uma abordagem próxima, autêntica e culturalmente relevante.”*

**Sobre a McDonald’s® Portugal:**

Com mais de 11.000 colaboradores, a McDonald’s Portugal conta atualmente com 210 restaurantes, no Continente e Ilhas, mais de 90% dos quais são geridos por empresários locais, os franquiados. Líder mundial na área de restauração de serviço rápido, a marca está presente em mais de 120 países, com mais de 40.000 restaurantes. Para mais informações visite o site da McDonald’s Portugal: [www.mcdonalds.pt](http://www.mcdonalds.pt)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Saiba mais em:**  |  |  |

   

**Hashtags:** #McDonaldsPortugal #HaSempreUmM