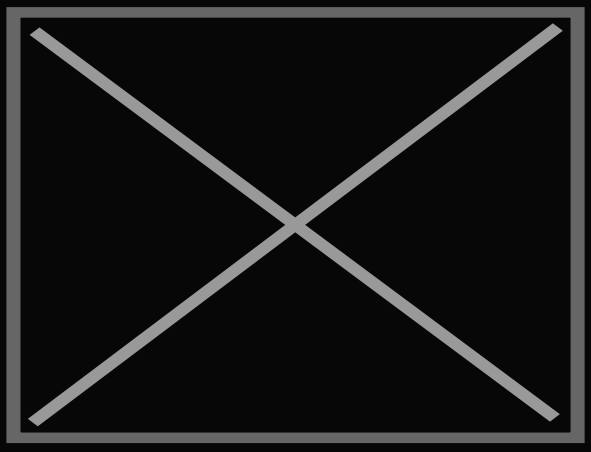
Milano, Burger King apre il suo 200mo ristorante in Italia

tibaldi-8-dfe9f869

Burger King compie **20 anni di presenza in Italia** e apre il suo **200esimo ristorante** in centro a Milano. Il gruppo, attivo dal 1954 e approdato in Italia nel 1999, per celebrare l'importante traguardo, ha scelto una location esclusiva e strategica aprendo in viale Tibaldi, nel cuore dei Navigli, il sesto ristorante del capoluogo lombardo. Milano segna quindi il punto di partenza e un'importantissima pietra miliare nella storia del brand, tra i più grandi gruppi di ristorazione veloce per grandezza e fatturato, in Italia e nel mondo.

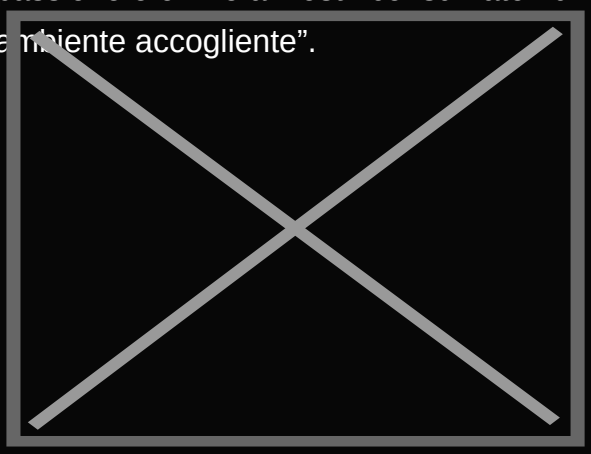
Dall'apertura del primo ristorante, inaugurato proprio in piazza Duomo nel giugno del 1999, tanti sono stati **i traguardi, i progressi, i cambiamenti e le innovazioni** che hanno visto Burger King protagonista in tutti questi anni e che hanno saputo conquistare, interpretare e comprendere i gusti degli italiani guadagnandosi l'affetto di consumatori di tutte le età.

I panini di Burger King si distinguono per il gusto inconfondibile della carne cotta alla griglia, le porzioni abbondanti e la particolarità delle salse. Oltre a questo, il brand, che vanta una delle offerte più ricche del mercato, offre verdure provenienti da produttori italiani che vengono tagliate fresche più volte al giorno all'interno del ristorante. La maggior parte delle preparazioni viene **cucinata al momento** seguendo rigidissimi standard di igiene e sicurezza per garantirne la qualità.



Dal 2015 a oggi in Italia è stato avviato un importante **piano di espansione** che prevede l’apertura di circa 25 ristoranti l’anno, divisi equamente tra gestione diretta e affiliazione in franchising. In ogni ristorante Burger King lavorano circa 30 persone la cui età media è di appena 26 anni. Il programma di assunzione del personale prevede sia una formazione on the job che, per certe posizioni, master gratuiti presso la **Burger King Academy**, la scuola dove l’azienda organizza corsi di specializzazione per apprendere nozioni di marketing management e promuovere l’avanzamento di carriera all’interno dei ristoranti. I corsi, che hanno la durata di due mesi e che prevedono un’indennità di tirocinio, sono rivolti sia al personale Burger King che a membri esterni che desiderino intraprendere un percorso lavorativo nel settore della ristorazione.

“Questa nuova apertura rappresenta per noi un di giro di boa – ha dichiarato **Andrea Valota**, Amministratore Delegato di Burger King Italia -. Con l’apertura in viale Tibaldi a Milano tagliamo il traguardo dei 200 ristoranti in Italia: un risultato sorprendente se si pensa che appena 4 anni fa i punti vendita erano poco più di un centinaio. L’obiettivo per il futuro è di proseguire su questa strada, facendo quello che sappiamo fare meglio, ossia continuare a preparare i nostri hamburger con passione e offrire ai nostri consumatori un servizio di qualità all’insegna dell’innovazione in un ambiente accogliente”.



Nel nuovo ristorante di viale Tibaldi, che si sviluppa su una superficie di 400 mq e dispone di 109 posti a sedere, lavorano 30 persone divisi tra crew, manager e

direttore. Grazie alla posizione strategica e centrale, il punto vendita si qualifica per diventare il fulcro delle **consegne a domicilio** di Burger King su Milano. Oltre all'home delivery, il ristorante offre diversi servizi dedicati al consumatore, come i **kiosk digitali** per effettuare le ordinazioni in autonomia e godere delle vantaggiose promozioni personalizzate che Burger King mette a disposizione dei propri clienti.

"I kiosk sono solo alcune delle novità che stiamo via via introducendo nei nostri punti vendita – continua Valota -. Lo scorso anno siamo stati la prima azienda in Italia a introdurre la tecnologia della **realtà aumentata** nel settore del food retail attraverso la nostra app. In questo modo la 'BK experience' può continuare anche fuori dal ristorante: grazie alla registrazione via app, i clienti potranno accedere alla propria area personale con sconti e iniziative dedicate, grazie alle quali sarà possibile accumulare punti, che, attraverso un **loyalty program**, potranno essere convertiti in premi o buoni da spendere nei ristoranti".