Chicken restaurant: Popeyes debutta a Milano. Altre 50 aperture nei prossimi tre anni

20241113162837popeyes-628cb0c1

A distanza di oltre mezzo secolo dalla sua nascita, **il marchio Popeyes sbarca in Italia** aprendo il suo **primo ristorante a Milano (Via De Amicis 25**, ex location Pizzikotto). Ne seguiranno altri 50 nei prossimi tre anni, localizzati nelle principali città del Belpaese.

Una nuova catena di fast food fa dunque il suo esordio sul mercato nostrano portando con sé un **'offerta centrata sul pollo**. L'origine è tutta americana ed è da ricercare nei sapori locali dello stato della Louisiana e del suo principale epicentro urbano di New Orleans. Nela città nota per la sua musica jazz e la sua gastronomia, nel 1972 Al Copeland, imprenditore americano e dichiarato food expert, decise di aprire il suo primo ristorante **puntando su una mescolanza di ricette cajun e creole**, mettendo al centro della tavola appunto il pollo. L'idea prese piede e si diffuse a macchia d'olio in tutti gli States, tanto che oggi questa insegna, riconoscibile anche per il fiammeggiante colore arancione che la contraddistingue a livello cromatico, conta **4300 punti vendita tra Usa e resto del mondo.**

IN CINQUE ANNI LA LEADERSHIP IN ITALIA

Nel 2017 il brand è stato **acquisito da Restaurant Brands International**, colosso della ristorazione commerciale con un fatturato mondiale di oltre 40 miliardi di dollari e proprietaria di altre insegne, tra le quali Burger King. Da quel momento **l'espansione di Popeyes ha iniziato ad accelerare il suo corso anche al di fuori dei confini statunitensi**. Cinque anni fa lo sbarco in Europa, con il debutto in Spagna.

Oggi dunque l'Italia, attraverso Restaurant Brands Iberia, costola spagnola del gruppo, con attualmente in portfolio 1300 ristoranti (di cui 950 di proprietà diretta e il resto in franchising) e un ammontare annuale di ricavi superiore al miliardo di euro, che **depone nel nostro Paese alte**

ambizioni.

«Il nostro principale punto di forza, che pensiamo possa permetterci di raggiungere l'obiettivo che ci siamo prefissi da qui ai prossimi cinque anni, ovvero diventare leader di mercato in Italia nel segmento delle catene specializzate sul pollo, si basa su un'offerta di alta qualità – ha dichiarato al nostro sito **Davide Gionfriddo**, general manager di Popeyes Italia, con un passato professionale maturato in diverse realtà foodservice quali Autogrill, Gruppo Percassi e Hamerica's –. *Pollo sempre fresco, proveniente ogni giorno dalla Spagna (ma stiamo cercando fornitori italiani), cucinato secondo una tecnica peculiare che consiste, innanzitutto, di* ***trattare a mano ogni singolo pezzo di carne*** *e sottoporlo a un processo di* ***marinatura con spezie 'segrete'*** *per una durata totale di 12 ore, in maniera da garantire maggiore succosità all'interno e piacevole croccantezza esterna».*

FOCUS SUL PREZZO

Popeyes esordisce nel nostro Paese sapendo che **la leva prezzo**, soprattutto in un momento delicato come quello attuale, **è ritenuta prioritaria** di una buona fetta di consumatori.

«Il nostro target è trasversale e abbiamo deciso di avere un ***posizionamento di prezzo accessibile e ragionevole****, in linea con quello dei nostri principali competitor, applicando uno scontrino medio di circa 10 euro, con il nostro prodotto principe, il Chicken Sandwich, proposto a 5,95 euro».*

Le nuove aperture punteranno in primis sull'area di Milano, *«dove inaugureremo a metà dicembre il secondo punto di consumo in Corso Buenos Aires, ritenendo questa città il vero banco di prova del nostro business perché sappiamo che qui la competizione è molto elevata a questo aspetto non può che essere stimolante»*, riconosce Gionfriddo, che aggiunge quello che sarà il successivo step territoriale: *«andremo poi a focalizzarci su* ***Roma****, a sua volta ritenuta* ***città strategica****, dove debutteremo* ***a partire dal secondo semestre del prossimo anno****».*