KFC, a Roma apre il primo flagship store europeo

20250929192906kfctritone1-0194dc14

Nel mondo ce ne sono solo 3. In Italia (e in Europa) il primo è stato inaugurato in un edificio d'epoca in via del Tritone, a pochi passi dalla Fontana di Trevi. E' qui che Kentucky Fried Chicken, ha aperto il suo primo flagship store italiano. Un locale unico nel suo genere, con caratteristiche senza precedenti per design, sostenibilità, servizio e tecnologia. Nel mondo ci sono solo altri 3 flagship store del brand, che ha scelto l'Italia per il ristorante d'eccellenza più grande e più iconico in Europa a cominciare dalla posizione, nel cuore della Città Eterna.

Un locale da 870 metri quadri, distribuito su due piani, in un palazzo dall'alto valore artistico, progettato seguendo un layout unico ispirato alla tradizione della città, secondo i più moderni standard di sostenibilità e le ultime innovazioni a livello tecnologico, per offrire una customer experience superiore in ogni ambito, a cominciare dall'esclusività del servizio al tavolo.

IL NUOVO RISTORANTE GESTITO DAL MASTER FRANCHISEE

La scelta di Roma come sede del primo flagship store europeo conferma la centralità del mercato italiano, in forte espansione con un fatturato di 179 milioni di euro nel 2024 e una previsione di crescita del 30% per il 2025. Lo sviluppo del brand in Italia è trainato dalla riorganizzazione strategica realizzata nel 2023, che ha introdotto la gestione diretta di alcuni locali grazie all'ingresso di un Master Franchising. Anche il flagship store di Roma, come già altri 20 ristoranti in Italia, sarà gestito direttamente dal Master Franchisee, e fungerà da vero apripista sia a livello nazionale che internazionale con un investimento di oltre 3 milioni di euro.

«*L'apertura del primo flagship store in Italia è l'occasione giusta per celebrare il successo del brand nel nostro Paese, che rappresenta oggi uno dei mercati più importanti in Europa per il marchio* – commenta **Corrado Cagnola**, ad di KFC in Italia – *In Italia oggi KFC è una garanzia riconosciuta di*

gusto e qualità sia del food che dell'esperienza, come sanno i 25 milioni di clienti serviti nel 2024. La scelta di Roma è stata in un certo senso naturale: non solo è la Capitale e una delle città più belle del mondo, ma è anche il cuore di uno sviluppo tra i più veloci per noi negli ultimi anni. Basti pensare che in città ci sono, incluso il flagship aperto oggi, già 14 insegne KFC, e 20 in tutto il Lazio. La bellezza del palazzo e la sua posizione hanno fatto il resto: abbiamo lavorato in collaborazione con la Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio per valorizzare le peculiarità della struttura e inserirci al meglio nell'estetica della città, coniugando con questa attenzione anche gli aspetti di sostenibilità e tecnologia, per offrire un'esperienza davvero esclusiva»

L'apertura del flagship store di Roma consolida anche il trend di investimento legato ai centri storici urbani, che continueranno a costituire uno degli asset più importanti per lo sviluppo di KFC in Italia nei prossimi 3-5 anni. Entro il 2027, il brand punta a superare i 200 punti vendita sul territorio nazionale. Con il flagship di Roma sono 133 le insegne presenti sul territorio, ma si prevede di arrivare a 150 entro la fine dell'anno. Grazie a questi numeri, KFC oggi impiega una forza lavoro di circa 3000 persone, di cui 50 assunte nel flagship store romano.

TUTTE LE NOVITA' DEL FLAGSHIP STORE DI ROMA

Come portabandiera dell'essenza di KFC in Italia e in Europa, il flagship store di via del Tritone è frutto di un progetto che punta a stupire e coinvolgere fin dall'ingresso, grazie al doppio volume che accoglie i clienti in un ambiente ampio e inaspettato, per poi guidarli verso un'esperienza immersiva che ruota intorno ai numerosi corner creativi presenti nel ristorante: una zona per ordinare all'interno di un grande "Bucket" tridimensionale; una statua a dimensioni reali del Colonnello Sanders, fondatore di KFC, a bordo di una iconica motocicletta; una parete con un'incisione in latino che rimanda alle pareti storiche dei palazzi romani; una zona con degli archi che prende ispirazione dal Colosseo e un'area bimbi molto vasta ed accogliente.Seguendo un customer journey ordinato e chiaro, il cliente può entrare, ordinare ai chioschi interattivi e scegliere di accomodarsi in uno dei 200 posti a sedere rimanendo in attesa del suo ordine.

Nel flagship store di Roma, unico caso in Italia fra i ristoranti KFC, il cliente può anche essere servito al tavolo, attraverso il servizio Table Service & Lobby Host attivo in entrambi gli ambienti dello store: sia al piano terra, pensato per il consumo veloce, sia al primo piano, dominato dai tavoli per una dimensione conviviale più tranquilla e dalla grande area bambini per prolungare il divertimento. Al piano superiore il servizio al tavolo parte da un Transporter che trasferisce l'ordine dal piano terra al primo piano.

La progettazione del nuovo store di KFC coniuga l’attenzione all’esperienza dei clienti con quella all’ambiente grazie all’utilizzo di materiali innovativi e in linea con gli standard di sostenibilità e a un moderno ed efficiente sistema di controllo e risparmio dell’energia elettrica. In esclusiva europea per i clienti, inoltre, nel ristorante iconico di KFC a Roma è possibile provare Kwench, la nuova piattaforma di bevande disponibile in soli 38 store nel mondo, con i gusti Kwench Bubble Refreshers e Kwench Sodas, oppure nelle versioni Kwench Krunch Coffee e Kwench Krunch Shakes.