Wendy’s torna in Italia: 170 ristoranti entro il 2035 con il franchising Your Food

20250804121801wendy-2-b8f6d857

Wendy’s, una delle principali catene statunitensi di fast food e terzo player globale nel settore dopo McDonald’s e Burger King, **ritorna sul mercato italiano con un piano di apertura di 170 ristoranti entro il 2035.** I primi due locali sono previsti a Milano nel 2026 e l’operazione sarà gestita in esclusiva dalla società **Your Food**, fondata nel 2025 dall’unione di quattro realtà imprenditoriali italiane: Gruppo Resca, guidato da Mario Resca (ex ceo di McDonald’s Italia), Gruppo BGenera, Gruppo Venus e First Capital.

La partnership tra Wendy’s e Your Food si inserisce in **un più ampio piano di espansione internazionale del brand americano.** Fondato nel 1969 e quotato al Nasdaq, Wendy's attualmente conta oltre **7mila ristoranti in tutto il mondo e un fatturato globale di circa 14,5 miliardi di dollari.** Secondo quanto riportato da Il Sole 24 Ore, il gruppo ha fissato come obiettivo l’apertura di **2.000 nuovi ristoranti internazionali entro il 2028**, con circa il 70% della crescita prevista al di fuori del mercato statunitense.

IL MODELLO DI FRANCHISING

Diverse dalle esperienze degli anni Ottanta, quando Wendy’s aveva un solo punto vendita a Milano poi ceduto a Burghy, le nuove aperture si basano su un franchising gestito da Your Food, che riunisce competenze trasversali nei settori **della ristorazione, real estate e servizi finanziari.**

Il piano prevede u**n’espansione graduale e distribuita nel tempo - in dieci anni - con Milano come città pilota.** Secondo le stime, il progetto genererà circa **5.000 nuovi posti di lavoro,** puntando a consolidare la presenza del brand nel segmento **QSR (Quick Service Restaurant)**, che continua a mostrare segnali di crescita in Italia grazie alla domanda di qualità, rapidità nel servizio e prezzi accessibili.

IL FORMAT E LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Il format Wendy's si distingue per gli **hamburger di manzo quadrati, i prodotti a base di pollo e il dessert Frosty.** La proposta, pensata per essere replicata **su larga scala, mantiene la flessibilità di adattarsi ai gusti locali, seguendo il principio "globally great, locally even better".** Questo equilibrio tra standard internazionali e attenzione alle preferenze italiane rappresenta un punto chiave della strategia di Your Food.

Negli anni Wendy's si è distinta anche per campagne di comunicazione innovative, come **"Keeping Fortnite Fresh"**, che ha utilizzato il popolare videogioco Fortnite per comunicare il concetto di freschezza del cibo offerto, coinvolgendo un pubblico giovane attraverso social e ambienti digitali. Questo tipo di approccio potrebbe rivelarsi strategico anche nel competitivo mercato italiano, differenziando il brand e creando connessioni autentiche con i consumatori.

L'apertura dei primi due ristoranti a Milano, **prevista per il primo semestre del 2026**, fungerà da banco di prova per affinare il modello operativo e adattare l'offerta alle dinamiche italiane. Successivamente, Wendy's e Your Food prevedono **una crescita graduale su tutto il territorio nazionale, con l'obiettivo di consolidare il marchio nel mercato della ristorazione veloce.**