



KFC CRESCE E ACCELERA IN ITALIA: PREVISTI 200 RISTORANTI ENTRO 5 ANNI

KENTUCKY FRIED CHICKEN HA CHIUSO IL 2022 CON UN GIRO D'AFFARI IN CRESCITA DEL 70%.

L'OBIETTIVO È TRIPPLICARE IN UN QUINQUENNIO. TRA LE NUOVE STRATEGIE DI SVILUPPO E GOVERNANCE L'INGRESSO NEL SISTEMA DI UN CORPORATE FRANCHISEE ITALIANO CHE AVRÀ RISTORANTI A GESTIONE DIRETTA

Milano, 9 maggio 2023 – A quasi 10 anni dal suo arrivo in Italia nel 2014, KFC Italia consolida i risultati di un percorso di sviluppo importante e apre a una nuova fase di crescita investendo sul mercato nazionale. Il brand ha chiuso il 2022 con un **giro d'affari di 114 milioni di euro, in crescita del 70% rispetto a quello del 2021**. I dati proiettano per il 2023 un'ulteriore crescita: la **previsione è di 143 milioni di euro** di giro d'affari (+25% rispetto al 2022) e di **20,7 milioni di clienti serviti**, pari a un **+25%** rispetto allo scorso anno e a **+107%** sul 2021.

La curva di crescita è sostenuta dall'**apertura di 38 nuovi ristoranti entro i prossimi 20 mesi**, di cui il 30% con servizio Drive Thru, il 30% inseriti in food court di centri commerciali e il 40% nei centri cittadini.

Oggi KFC è presente in **15 regioni italiane con 67 ristoranti**, di cui il 40% al Nord, il 20% al Centro e il 40% al Sud, tutti gestiti in franchising. L'obiettivo è raggiungere il traguardo dei **200 ristoranti sul territorio nazionale nei prossimi 5 anni**, triplicando i numeri attuali e rafforzando la presenza del marchio in **tutte le regioni**, con un'attenzione particolare a **Lombardia, Lazio, Triveneto, Emilia Romagna, Campania, Puglia, Sardegna**.

*"I numeri del successo ottenuto in 10 anni di presenza sul mercato italiano rappresentano per noi una grandissima soddisfazione - commenta **Corrado Cagnola, responsabile di KFC in Italia** -. I traguardi raggiunti sono la leva che ci ha spinti a puntare ancora più in alto nelle previsioni di sviluppo dei prossimi cinque anni, a partire da un'importante novità: l'introduzione di un **nuovo modello di franchising** con l'ingresso nel sistema, a partire **da aprile 2023**, di un **Corporate Franchisee** con un ruolo di leadership a beneficio degli altri franchisee, che si occuperà anche della gestione diretta di numerosi ristoranti del brand".*

L'ingresso di **GGC3 S.r.l.**, joint venture interamente italiana tra **Iverna Holdings SA e Essebi SpA**, con importante esperienza nel settore dei servizi food, contribuirà in maniera significativa a guidare lo sviluppo e la crescita del marchio KFC in Italia. Nella definizione degli accordi, il nuovo Corporate Franchisee è stato assistito dai team TMT, Corporate e Tax di Simmons & Simmons in Italia ed in UK. KFC è stata assistita da Linklaters per la parte legale, da Deloitte per la parte fiscale e da Banca Akros tramite la controllata Oaklins Italy S.r.l. - Gruppo BancoBPM - che ha ricoperto il ruolo di advisor finanziario esclusivo con un team guidato dall'Head of Consumer & Retail Elio Battaglia, dal Vice President Luca Morello e dall'Associate Narmin Vakilova.

Gli obiettivi di sviluppo avranno importanti ricadute positive anche sull'**occupazione**: nel 2023 il Sistema KFC Italia creerà circa **500 nuovi posti di lavoro** sul territorio nazionale italiano, per arrivare a raggiungere la soglia dei **5000 occupati entro 5 anni**. Secondo le analisi dell'Osservatorio della Community Retail 5.0 di The European House - Ambrosetti, ogni posto di lavoro del settore genera più di un posto di lavoro aggiuntivo legato all'indotto. E ogni euro di valore aggiunto generato nella filiera ne attiva ulteriori 1,10 nel resto dell'economia italiana, con un **effetto moltiplicatore** pari a 2,10 Euro.

NUOVO DESIGN E ORDINI TECNOLOGICI OMNICHANNEL TRAINANO L'ASCESA DEI RISTORANTI

Tutti i nuovi ristoranti KFC in Italia avranno un **nuovo design**, con colori più chiari e uno stile ancora più moderno e cool, capace al tempo stesso di offrire un'atmosfera familiare, rilassante e accogliente per gustare al meglio il pollo fritto KFC.

Anche 10 dei ristoranti più storici di KFC in Italia saranno oggetto di remodeling finalizzato al nuovo design, che avrà sempre come segno di riconoscimento il bianco e rosso delle strisce del logo e l'iconico volto del Colonnello Sanders.

I **dati di vendite** premiano la **tecnologia** e l'**innovazione** che KFC ha messo a disposizione dei clienti: nel 2023 l'80% degli ordini avviene in modalità omnichannel, sia tramite App (9%), che Kiosk interattivi (61%) e delivery (11%). La comodità e la rapidità degli ordini digitali contribuiscono a trainare la **crescita dell'esperienza al**



ristorante rispetto al consumo a domicilio: a oggi, il **70% del consumo** avviene sul posto, il 10% a domicilio con la delivery e il 20% con take away.

Anche gli ordini da App confermano la preferenza per il ristorante: il 75% dei clienti sceglie di restare sul posto per gustare il pollo fritto appena fatto, con tutto il gusto della sua inimitabile croccantezza, e solo il 25% in take away.

KFC, società del gruppo Yum! Brands Inc, è l'azienda leader mondiale nel settore dei ristoranti che servono pollo fritto ed è un'impresa che vanta una storia ricca di successi ed innovazione. Tutto ha avuto inizio grazie al Colonnello Harland Sanders, fondatore del brand. È stato lui ad inventare l'Original Recipe, la ricetta che contiene un inimitabile mix segreto di erbe e spezie, preparata ancora oggi e tipica del brand. Ogni giorno negli oltre 26.000 ristoranti in più di 145 paesi i cuochi KFC preparano il pollo al momento, lavorandolo a mano e seguendo con cura tutti i passaggi, dalla panatura fino alla cottura, per ottenere un prodotto fragrante e irresistibile.

Yum! Brands Inc. comprende anche i marchi Pizza Hut, Taco Bell e The Habit Burger Grill. Con più di 53.000 ristoranti in oltre 155 Paesi, Yum! Brands è una delle più grandi aziende della ristorazione al mondo.

In Italia KFC arriva nel 2014 e oggi conta 67 ristoranti in 15 regioni.

www.kfc.it