



Comunicato Stampa

## **BURGER KING® PER PRIMA IN ITALIA LANCIA LA REALTÀ AUMENTATA NEL FOOD RETAIL**

**Con i Mondali di Calcio 2018 l'azienda introduce nei suoi ristoranti l'innovazione tecnologica per interagire sempre di più con il suo pubblico**

Milano 8 giugno 2018 – Dopo l'introduzione dei Kiosk e di sistemi all'avanguardia per la gestione dei flussi di clientela e la preparazione programmata del cibo, **Burger King®** è la **prima azienda in Italia a lanciare la tecnologia della realtà aumentata nel settore del Food Retail**. Con una squadra di ricerca e sviluppo che lavora costantemente sull'innovazione tecnologica, Burger King® Italia, che si distingue per l'impegno nel garantire proposte gustose e di qualità, punta sempre di più a fornire ai propri clienti anche una user experience innovativa, intuitiva e divertente. Saranno i Mondiali di Calcio 2018 l'occasione per il rilascio dei primi contenuti. Obiettivo? Coinvolgere gli italiani – esclusi dai mondiali – con dei giochi e un concorso che permetterà a tutti di vincere dei premi, tra cui smartphone e telecamere Samsung.

“Scottati dalla sconfitta sul campo di calcio, abbiamo pensato a un modo divertente per superare il trauma dell'eliminazione dai Mondiali e far partecipare gli italiani alla competizione – spiega **Ilaria Abrate, Head of Marketing and Communication Burger King Italia** -. Burger King® è un'azienda fatta di persone giovani. Lavoriamo affinché l'innovazione tecnologica diventi il nostro canale privilegiato per raggiungere i nostri clienti, fidelizzati e da conquistare, individuando i trend del momento e offrendo sempre nuove proposte attraverso la nostra app o le tecnologie in-store. Con questo obiettivo, **scaricando l'app di Burger King® Italia, dal 10 giugno al 15 luglio** sarà possibile “partecipare ai Mondiali” attraverso la tecnologia della realtà aumentata”.

**Due le formule:** con la **Scan & Win**, acquistando un menù LARGE o XL della famiglia Bacon King, previa registrazione sull'app Burger King® Italia, i clienti potranno partecipare all'**instant win** inquadrando il logo **BK Zone** che troveranno **sullo scontrino** o sul **gratta e vinci** e aggiudicarsi uno dei super premi messi in palio, **un Samsung Galaxy S9 al giorno**, e comunque per tutti **un coupon** (ogni giorno diverso) della durata di una settimana. **I gamer più accaniti** invece, potranno sfidarsi al **Play & Win**, con i tre videogiochi Burger King®: sempre tramite l'app, inquadrando il logo della tovaglietta Burger King®, si aprirà automaticamente un videogioco di abilità. Ciascuno dei tre giochi sarà online per 12 giorni e al vincitore assoluto andrà una delle **videocamere Samsung Gear 360** in palio.

“Con questa iniziativa Burger King® Italia, **estende per la prima volta nel nostro Paese il proprio Know How tecnologico anche alla clientela** – spiega **Carmine Torella, IT Manager di BKSEE**. La tecnologia è, infatti, il canale attraverso cui vogliamo dialogare con la nostra clientela. L'app è lo strumento che ci consente di attivare servizi fortemente mirati e di far vivere una esperienza unica e personalizzata nei nostri ristoranti. Quanto realizzato in occasione dei Mondiali 2018, non è che l'inizio di un percorso che implementeremo sempre di più sfruttando la realtà aumentata e l'innovazione tecnologica su cui stiamo investendo in modo massiccio per offrire una nuova esperienza di consumo e di intrattenimento all'interno dei nostri ristoranti”.

Regolamenti completi su [www.burgerking.it](http://www.burgerking.it)



## Comunicato Stampa

### A proposito di Burger King®

Fondata nel 1954, BURGER KING® è una delle catene di ristorazione più importanti al mondo. HOME OF THE WHOPPER® e BURGER KING® operano in circa 14.000 sedi e servono più di 11 milioni di persone ogni giorno in oltre 100 paesi. Quasi il 100 per cento dei ristoranti BURGER KING® è di proprietà ed è gestito da affiliati indipendenti, molti dei quali ormai da decenni. BURGER KING® è di proprietà di Restaurant Brands International Inc. (TSX, NYSE:QSR), una delle più grandi aziende del mondo della ristorazione con circa 23 miliardi di dollari nel sistema di vendita e oltre 18.000 ristoranti in 100 paesi. In Italia, dove il brand viene controllato dalla società BKSEE (Burger King® South Europe East), BURGER KING® è presente sin dal 1999, anno in cui ha aperto il primo punto vendita a Milano. Oggi sul territorio sono presenti oltre 170 ristoranti.

### **Ufficio Stampa BURGER KING® Restaurants Italia:**

#### **MGV Communication**

Marta Canali Tel. +39 338 2868662 | [marta.canali@mgvcommunication.it](mailto:marta.canali@mgvcommunication.it)

Maria Grazia Vernuccio Tel. +39 3351282864 | [mariagrazia.vernuccio@mgvcommunication.it](mailto:mariagrazia.vernuccio@mgvcommunication.it)

Piazza Piemonte 2 | 20145 Milano