



## **BURGER KING® RINNOVA L'IDENTITÀ VISIVA DEL MARCHIO CON IL PRIMO REBRAND COMPLETO IN OLTRE 20 ANNI**

*La nuova identità visual e il logo, più moderni, indicano l'evoluzione del marchio nella qualità degli alimenti, nella sostenibilità e nel digitale*

**Milano – 8 gennaio 2021** – Dal 1954 *Burger King*® incoraggia i suoi clienti a *Have it Your Way*®, inno a un modo sicuro di esprimere se stessi. Oggi il marchio fa un salto di qualità introducendo un design visivo completamente nuovo che sarà presente in tutti i *touchpoint* che segnano l'esperienza del cliente. Ispirato ad alimenti reali e deliziosi, la modernizzazione del marchio rappresenta il primo rebranding completo in oltre 20 anni e rappresenterà in modo ancora più autentico i valori di *Burger King*®.

Oggi più che mai, *Burger King*® si impegna a garantire che gli ospiti si sentano a proprio agio con il cibo che produce, e questo si riflette nel design visivo, in quello del ristorante e in tutta l'esperienza digitale. Il marchio si rinnoverà completamente: nuovo logo, packaging, merchandising, carta dei menu, divise del personale, segnaletica e design del ristorante, nuovi visual social, digital e negli asset di marketing. Il risultato è un nuovo look che rivela fiducia nel futuro, pur rimanendo fedele alla tradizione e a ciò che i clienti amano di *Burger King*®.

Combinando gusto e qualità grazie al design, ogni elemento è stato intenzionalmente ripensato per rispecchiare al meglio la nuova esperienza gastronomica di *Burger King*®. I principi del design acquisiscono le caratteristiche uniche del marchio *Burger King*®: *Delizioso, Grande&Grosso, Giocosamente Irriverente e Orgogliosamente Autentico*.

**Logo.** Il reale mondo di *BK* – fatto da alimenti veri, semplici e deliziosi. Dal lancio dell'attuale logo nel 1999, si è passati a un design più moderno e digitale. Il nuovo logo minimalista mostra in modo fluido l'evoluzione del marchio negli anni e rende omaggio alla tradizione del brand, con un design raffinato, sicuro di sé, semplice e divertente.

**Colori:** I colori selezionati sono ricchi e audaci, ispirati all'iconico processo di cottura alla fiamma e agli ingredienti freschi che caratterizzano *Burger King*®. La nuova fotografia è iper-testurizzata e comunica l'aspetto sensoriale degli alimenti.

**Font.** Il nuovo font di proprietà di *Burger King*® è (appropriatamente) chiamato "Flame". Il font si ispira alle forme del cibo *BK* - arrotondate, audaci, gustose - e alla personalità irriverente del marchio.



**Divise.** Le nuove divise del personale richiamano l'iconografia dei maestri della griglia a fiamma, unendo uno stile contemporaneo e accogliente a colori e grafica distintivi. Nelle nuove pubblicità di *BK* appaiono veri membri dello staff.

**Packaging.** Il nuovo packaging mostra orgogliosamente il nuovo logo, i colori vivaci e le piacevoli illustrazioni degli ingredienti.

"Il design è uno degli strumenti essenziali che abbiamo per comunicare chi siamo e a cosa diamo valore, e ha un ruolo vitale nel creare desiderio verso i nostri prodotti e massimizzare l'esperienza dei clienti dei nostri ristoranti", afferma **Laura Vimercati, Marketing & Communication Director di Burger King® SEE**. "Volevamo usare il design per far sì che le persone desiderassero i nostri prodotti, con la loro perfetta cottura alla fiamma e soprattutto il loro gusto".

Presto verranno annunciate ulteriori importanti novità legate alla modernizzazione e rinnovo del brand.

I clienti vedranno la nuova identità visiva a partire dall'inizio del 2021. Nei prossimi anni, *Burger King®* mirerà a implementare il nuovo "look" nei ristoranti di tutto il mondo. Per ulteriori informazioni, visitate il sito [www.BK.com](http://www.BK.com) o seguiteci su [Facebook](#), [Twitter](#) e [Instagram](#).

#### **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 oltre 17.700 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 oltre 30 miliardi di dollari nel sistema di vendita e oltre 25.000 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 200 ristoranti.

#### **Ufficio Stampa Burger King® Restaurants Italia:**

##### **H+K Strategies Italy**

Giulia Reale - [Giulia.Reale@hkstrategies.com](mailto:Giulia.Reale@hkstrategies.com) - 366 6432601

Gabriele Billè - [Gabriele.Bille@hkstrategies.com](mailto:Gabriele.Bille@hkstrategies.com) - 342 7570695