KFC e Burger King: le ultime novità firmate Nutella® nel settore OOH

20230719010305wagamama-romatermini2-3dd70beb

A partire da luglio, **KFC e Burger King** inseriranno nel loro menù alcuni nuovi gelati con topping **Nutella®**, grazie alla partnership con **Ferrero**. Anche grazie a questa novità, il Gruppo continua ad espandere la sua presenza nel settore dei quick service restaurant: questa è infatti l'ennesima collaborazione nel settore dopo gli accordi con **McDonald's** e **La Piadineria** nel 2017.

La tenenza va incontro alla crescita generale del mercato OOH, che registra nell'ultimo anno un +14,3% (con 23 MIO di Servings), soprattutto se si considera che il numero raddoppia nel sottosegmento del quick service restaurant, nelle principali catene internazionali e nazionali. In particolare, si registrano punte del +18,4% per il mondo dei dessert.

Nonostante la crescita, però, i consumatori OOH sono più selettivi e prediligono esperienze di valore con una riduzione delle visite: in questo contesto, i dati mostrano un trend verso la snackizzazione dei pasti, il delivery e il take away, **trasformando il ruolo del dessert in un driver di traffico in diversi momenti di consumo**, come la colazione e la pausa pomeridiana.

Ferrero, con Nutella®, si conferma così il brand ideale per venire incontro a queste tendenze. Infatti il Gruppo presidia diversi momenti di consumo nel canale, offrendo **Croissant e Muffin con Nutella®** nei punti vendita McDonald's e la **piadina alla Nutella** presso i 350 punti vendita di La Piadineria.

Ora, con la partnership con KFC e Burger King, il Gruppo arricchisce ulteriormente l'offerta dessert, introducendo rispettivamente il **Kream Ball con Nutella®**, un mix di gelato, wafer e topping Nutella®, e il **King Fusion con Nutella®**, gelato con una pioggia di crumble e un topping Nutella®.

Gabriele Primavera, Direttore Vendite Canale OOH Ferrero, commenta: *"Il cambiamento della percezione e delle modalità di consumo del dessert ci ha spinti ad essere presenti su questo mercato accanto ai partner più strategici e penetranti che riescono a coprire le diverse modalità di consumo*

richieste oggi: on promise, on the go, take away e home delivery. Nutella®, inoltre, si conferma essere il prodotto più idoneo per entrare a far parte dell'offerta del canale grazie alla sua versatilità nei vari momenti di consumo."