



KOMUNIKAT PRASOWY
Wrocław, 30 grudnia 2009 r.



BURGER KING PODWOIŁ LICZBĘ RESTAURACJI W POLSCE

Burger King w Polsce kończy rok 2009 z 17 restauracjami w 11 miastach. To prawie dwa razy więcej lokali, niż na koniec 2008 roku. Osiem nowych restauracji zlokalizowanych jest w Poznaniu, Krakowie, Legnicy, Lubinie, Warszawie i Częstochowie.

Wszystkie nowe restauracje zostały otwarte w modnych i prestiżowych centrach handlowych, takich jak Cuprum Arena w Lubinie, Galeria Jurajska w Częstochowie czy warszawskiej Promenadzie. Aż trzy spośród ośmiu restauracji zostały otwarte w Krakowie: w CH Zakopianka, Bonarka City Center oraz Galerii Krakowskiej.

Tymczasem korporacja Burger King podała, że sieć obejmuje już 12.000 restauracji w ponad 73 krajach na całym świecie. Dwunastotysięczna restauracja została otwarta na początku grudnia 2009 w pekińskim centrum handlowym Joy City.

„Rok 2009 jest dla sieci Burger King w Polsce bardzo owocny. Podwojenie liczby restauracji w ciągu roku, w czasie spowolnienia gospodarczego, traktujemy jako duży sukces. Nasza strategia przewiduje dalszy dynamiczny rozwój sieci, nie tylko w Polsce, ale również w Czechach i Bułgarii” – mówi Daniel Kasper, Brand President marki Burger King.

Nowo uruchamiane restauracje urządzone są zgodnie z nowym designem o nazwie 20/20, obowiązującym w sieci Burger King na całym świecie. Nowa stylistyka charakteryzuje się industrialnym wystrojem restauracji, w którym dominują nasycona czerwień, brąz oraz kremowe odcienie, a elementy wyposażenia wnętrza wykonane z metalu, cegieł, ciemnego drewna oraz betonu.

Marka Burger King w Polsce w 2009 roku prowadziła również intensywne działania wizerunkowe. W ich efekcie, w listopadzie tego roku Burger King otrzymał statuetkę „Złotego Spinacza” w kategorii PR Produktu za akcję „Burger King nagradza Kamila Durczoka za rzucanie mięsem”. Ponadto, Burger King był głównym sponsorem zespołu rajdowego Maciej Lubiak/Przemek Zawada podczas grudniowego 47. Rajdu Barbórki Warszawskiej 2009.



KOMUNIKAT PRASOWY
Wrocław, 30 grudnia 2009 r.

Burger King to światowa sieć restauracji szybkiej obsługi, serwująca burgery grillowane na ogniu. Flagowy produkt Burger Kinga – burger Whopper – powstał 52 lata temu i każdy klient może go zamówić według swoich upodobań, zgodnie z filozofią „Have it your way”. Pierwsza restauracja Burger King została otwarta w 1953 r. w Miami, na Florydzie. Sieć obejmuje 12.000 restauracji w ponad 73 krajach na całym świecie. W Polsce marka Burger King należy do koncernu AmRest, a restauracje są zlokalizowane w Warszawie, Wrocławiu, Bydgoszczy, Opolu, Słupsku, Koszalinie, Poznaniu, Legnicy, Lubinie, Krakowie i Częstochowie.

Więcej informacji można znaleźć na stronie: <http://www.burgerking.com.pl/>

AmRest Holdings SE (AmRest) jest największym niezależnym operatorem restauracyjnym w Europie Środkowo-Wschodniej. Zarządza 333 restauracjami - Pizza Hut i Rodeo Drive (w segmencie Casual Dinning) oraz KFC, Burger King, Starbucks i freshpoint (w segmencie Quick Service Restaurants) w Polsce, Czechach, Bułgarii, Serbii, Rosji i na Węgrzech. W Stanach Zjednoczonych AmRest zarządza 104 restauracjami Applebee's (Casual Dining).

Dodatkowych informacji udzielają:

Anna Robotycka

PR&CSR Manager

AmRest

e-mail: anna.robotycka@amrest.eu

tel. +48 (71) 386 11 20

Anna Marciniak

Solski Burson-Marsteller

e-mail: amarciniak@solskibm.pl

tel. +48 (22) 242 86 16

mob. +48 662 103 997