

Con My Chef PepsiCo “conquista” anche il turismo aeroportuale

PepsiCo fa il tris: dopo Tirrenia Navigazione e Cremonini (treni), da aprile anche i clienti dei punti ristoro My Chef si dissetano bevendo Pepsi. Questo è il risultato dell'accordo fra PepsiCo Beverages Italia e My Chef, società di riferimento e leader nella ristorazione commerciale di siti in concessione. Appena siglato e valido per tutto il 2007 e il 2008, l'accordo lega i concept e i marchi del gruppo My Chef ai prodotti Pepsi: Pepsi Regular, la cola al limone Pepsi Twist, la cola senza caffeina Pepsi Boom, l'aranciata con il 16% di succo Slam e la lemon lime Seven Up. In tutto, PepsiCo prevede di vendere più di un milione di litri di bevande.

Un cliente strategico

L'operazione prevede la copertura dei 143 punti ristoro My Chef suddivisi nelle tre aree di business del Gruppo: aeroportuale (14 aeroporti), autostradale (10 aree di servizio) e commerciale (21 centri commerciali). “Dopo gli accordi con Tirrenia Navigazione e Cremonini – ha dichiarato Roberto Ferrini, responsabile Clienti Nazionali e Internazionali di PepsiCo Beverages Italia – con questa nuova operazione entriamo a pieno titolo all'interno dei maggiori aeroporti italiani. Con i suoi 8 milioni di contatti annui, My Chef sarà per noi un cliente strategico sia dal punto di vista della visibilità, sia da quello dei volumi. I suoi punti di ristoro all'interno di importanti centri commerciali,



dove peraltro siamo già presenti in qualità di fornitori, ci garantisce nuovi possibili sinergie con la parte retail”. Anche per My Chef si tratta, naturalmente, di una partnership importante: “associare il nostro marchio – ha affermato Sergio Castelli, amministratore delegato My Chef – a quello di un'azienda storica e in crescita come Pepsi Cola gioverà, oltre che alla nostra immagine, anche alle nostre vendite”.

Pepsi, presente sul mercato dal 1965 grazie ad accordi di franchising, ha aperto nel 1995 una vera e propria filiale italiana. La PepsiCo Beverages Italia opera nel solo settore del beverage e, in particolare, in due categorie: a quella iniziale delle bevande gassate (carbonated soft drinks), si aggiungono nel 2002 le bevande isotoniche (sport drinks) quando Pepsi mette a segno un importante successo, acquisendo Gatorade, superleader di mercato. La filiale di Pepsi si avvale oggi di circa 300 persone ed è attiva con 4 siti produttivi, compresi i due stabilimenti che operano in copacking. I risultati, anche dal punto di vista del business, non si sono fatti attendere.

L'azienda dal 1995 al 2002 ha più che raddoppiato il fatturato di sistema, nel 2005 attestato su circa 200 milioni di euro. Nel mercato delle cole la nuova filiale, partita dall'8% nel 1995, ha raggiunto il 16,7% nel 2005 (+1,4% sul 2004, fonte Nielsen Retail). Nel 2005, Gatorade ha sfiorato il 43% di quota.



PEPSICO
INTERNATIONAL

Pepsico Beverages Italia srl
Via Tiziano, 32
20145 Milano
Tel. 02.434381
Fax 02.43438200