



Comunicato Stampa

## BURGER KING® DICE BASTA AL BULLISMO

*Durante il mese della sensibilizzazione sul bullismo BURGER KING® lancia una campagna di carattere sociale per affrontare un fenomeno tristemente sempre più diffuso.*

Milano, 19 ottobre 2017 – Magro. Piccolo. Brutto. Grasso. Strano. Ogni anno il 30% degli studenti di tutto il mondo è vittima di episodi di bullismo, la prima causa di violenza sui giovani in America (fonte: nobully.org).

Con la campagna di sensibilizzazione “**Bullying Junior**” BURGER KING® ribadisce ancora una volta **la propria filosofia del “a modo tuo”**, perché ognuno di noi è libero di indossare una corona e sentirsi un re, se lo desidera.

Il bullismo che umilia e annichilisce, è l’esatto opposto di tutto questo. Ecco perché **il Re dei Panini non ci sta, e si schiera fermamente dalla parte delle vittime di bullismo durante il mese della sensibilizzazione.**

La campagna “Bullying Junior” consiste sostanzialmente in **un esperimento** fatto in un ristorante della catena, dove prima si assiste alla scena di un giovane liceale vessato e molestato da dei coetanei (tutti attori) e subito dopo al confronto simbolico con un panino chiamato **WHOPPER JR®** che viene anch’esso “bullizzato” – preso a pugni, frantumato, distrutto, e poi servito ai clienti del ristorante da un membro della crew (anche lui attore).

Il dato che più lascia senza parole è che **ben il 95% dei clienti reali** presenti all’interno del ristorante abbia protestato animatamente per il panino distrutto, mentre **solo il 12%** dei presenti sia intervenuto in difesa del ragazzo.

Un risultato impressionante, ma che allo stesso tempo non stupisce poi così tanto se si pensa al numero delle vittime che ogni anno sono colpite da questo fenomeno.

“Sappiamo che il bullismo è una delle violenze più subdole e in grado di assumere diverse forme, fisiche, verbali, relazionali e di colpire anche online. Il primo passo per mettere la parola fine a questo fenomeno è quello di prendere una posizione decisa e ben definita,” ha dichiarato **Nicholas Carlisle, CEO e fondatore di NO BULLY®**. “La nostra partnership con BURGER KING® è un esempio di come i brand possano essere portatori di un messaggio positivo su argomenti così importanti. Fermare questi episodi è difficile, ma da qualche parte bisogna iniziare. BURGER KING® ha deciso di iniziare dall’interno, dal luogo in cui ognuno si può sentire a proprio agio restando se stesso, i loro ristoranti.”

A questo link il video della campagna: <https://youtu.be/1BdvFfvMfJU>

Per far sentire la propria voce contro il bullismo visitare il sito [www.NoBully.org](http://www.NoBully.org).

### 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® sono di proprietà e gestiti 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



## Comunicato Stampa

e oltre 18.000 ristoranti in 100 paesi. In Italia, dove il brand viene controllato dalla società BKSEE (Burger King South Europe East) che inoltre si occupa della Polonia, della Romania e della Grecia, BURGER KING® è presente sin dal 1999, anno in cui ha aperto il primo punto vendita a Milano. Oggi sul territorio sono presenti oltre 160 ristoranti.

### Ufficio Stampa Burger King Restaurants Italia:

**Equipe International**

tel: +39 0234538354

[pressooffice@equipemilano.com](mailto:pressooffice@equipemilano.com)

Corso Sempione, 30 – Milano