

Critica Manuela Baldracchi, presidente di Italia Nostra

La novità

Dura Manuela Baldracchi, presidente di Italia Nostra: «Gli amministratori non tutelano l'identità alpina»

Kfc al Super G: il fast food a quota 1.700 è servito

Lo sbarco a Campiglio, nella piana di Nambino



Rendering Così appare nel progetto il Kfc che troverà posto al Super G nella pianza di Nambino

di **Stefano Marini**

GIUDICARIE Il pollo fritto del Kentucky sbarca a Madonna di Campiglio e a Cortina d'Ampezzo. Kfc – Kentucky Fried Chicken – parte alla scalata di alcune delle più prestigiose località montane d'Italia. Il prossimo 5 dicembre la catena di fast food diventata celebre grazie all'immagine del suo fondatore, il colonnello Harland David Sanders, aprirà infatti due ristoranti a Cortina e a Campiglio grazie alla collaborazione con «Super G», l'après-ski gestito dalla società «5Club». Entusiasmo però non condiviso da tutti. Ad esempio Manuela Baldracchi, presidente trentina di Italia Nostra, che richiama le responsabilità degli amministratori pubblici nel dare l'assenso a iniziative che definisce «invasive a avulse dal territorio».

Queste le specifiche dell'iniziativa: «L'inverno 2026/27 segna una svolta per l'hospitality in alta quota – riporta una nota dell'impresa – Kfc debutta sulle piste da sci italiane con due nuove aperture a gestione diretta a Madonna di Campiglio e Cortina d'Ampezzo scegliendo come partner Super G e segnando un primato nazionale. Si tratta, infatti, dei primi due "Quick Service Restaurant" in Italia direttamente sulle piste da sci, un modello di ristorazione inedito, che unisce la rapidità del servizio alla preparazione al momento dell'inconfondibile pollo fritto Kfc». Due fast food realizzati sulle piste da sci, insomma. Un modello di ristorazione inedito in Italia, almeno per quanto riguarda le località turistiche montane.

Secondo i promotori, le motivazioni dell'iniziativa, invece sarebbero dettate dalla volontà di adeguare l'offerta ai tempi e rientrerebbero nella strategia Kfc per l'Italia: «Le due nuove aperture di Kfc – precisa il comunicato – si inseriscono nel piano di sviluppo che il brand sta realizzando nel 2026 con l'obiettivo di portare il network a 185 ristoranti entro fine anno, un incremento del 22% di ricavi rispetto al 2025, oltre 800 nuovi posti di lavoro e una crescita dei clienti attesa a +20%. I due nuovi Kfc debutteranno il 5 dicembre 2026 fino a fine stagione» Quanto alla localizzazione: «A Madonna di Campiglio, a 1.700 metri, Kfc sarà presente nell'area di Piana di Nambino – prosegue la nota – a Cortina d'Ampezzo, a 2.123 metri, il nuovo outlet troverà spazio nell'area di Monte Faloria-Cristallo, nel contesto del Faloria Mountain Club».

Come ovvio l'operazione riscontra il plauso dei responsabili di Kfc Italia: «Abbiamo voluto fortemente questo progetto perché rappresenta perfettamente il modo in cui immaginiamo l'evoluzione di Kfc, continuare a sorprendere, raggiungere luoghi dove nessuno si aspetterebbe di trovarci e farlo senza rinunciare a ciò che ci rende unici» commenta Marzia Farè, Chief Marketing Officer di Kfc Italia. Entusiasta anche Andrea Baccuini, fondatore di Super G: «Crediamo che l'ospitalità debba saper interpretare la pluralità dei suoi pubblici, ampliando le possibilità di scelta e creando nuove occasioni di incontro – dice Baccuini – con Super G abbiamo sempre lavorato per rendere la giornata in quota un'esperienza capace di avvicinare persone e interessi diversi. La collaborazione con Kfc si inserisce in questo percorso. Un marchio internazionale, familiare a generazioni differenti, entra nell'offerta dei nostri Mountain Club e ne amplia le occasioni di fruizione».

Un'impostazione che non convince per niente Manuela Baldracchi, la presidente della sezione trentina di Italia Nostra: «Peccato che qui si proponga solo di valorizzare l'identità di un brand e non quella, ben più preziosa per noi, del territorio e della sua gente – afferma Baldracchi – ma il problema non è tanto imputabile alle aziende che operano nel mondo del turismo superfashion che inoltrano richieste sempre più invasive e avulse dal territorio. Il problema più grave è dato dall'incapacità delle amministrazioni di definire un disegno chiaro del Trentino che vogliamo, del Trentino che merita tutela, dei valori da preservare e da proporre a chi intende accostarsi alle specificità che una provincia alpina può offrire. La politica dovrebbe saper pianificare gli interventi con un'ottica di lungo periodo e non con l'accoglimento completamente acritico di ogni proposta che viene presentata "a spot", senza un indirizzo condiviso con la popolazione. Lo sviluppo della nostra economia non ha bisogno di interventi che annullano la nostra identità e la appiattiscono su modelli standardizzati, nati e sviluppatisi in contesti urbani».