

lançou a primeira ementa infantil na qual as crianças escolhem integralmente as suas opções e encontram concursos didáticos com a colaboração dos nossos parceiros Kidzania, Jardim Zoológico e Sea Life.

Para fazer frente ao difícil enquadramento económico, a Pizza Hut lançou nos seus restaurantes, em Setembro e Outubro, o programa “Hut Júnior”, em que foi oferecida a refeição às crianças que acompanhavam os pais. Em Dezembro, introduziu ainda a Pizza de Natal, com 50% de desconto na escolha dos três tipos de especialidade e no serviço de entrega ao domicílio, durante o Verão, o Menu Família.

Sempre presente junto do *target* mais jovem, a Pizza Hut marcou presença com a sua unidade móvel na Queima das Fitas do Porto e nos

festivais de verão Optimus Alive, Marés Vivas e Paredes de Coura, e ainda no evento Sapo Codebits.

Ainda em 2011, foi reforçado o segmento de entrega ao domicílio na sua plataforma online, que alcançou 16% das encomendas, e procedeu também ao lançamento das especialidades Cheesy Lava e P’Zone.

No segmento de *counter*, concretizou o reposicionamento da proposta de valor, com o lançamento, em Abril, da nova imagem do ponto de venda, e com as aberturas, em simultâneo, das unidades do Fórum Sintra e do Aqua Portimão.

Na área dos processos internos, é de registar a certificação na norma ISO 22000, das unidades