



LE AUTOSTRADE DEL GUSTO

Come stanno cambiando il viaggio e il mondo della ristorazione in movimento? Carlo Bordone ne parla con **Alessandro Giudici**, F&B manager di Autogrill per l'Europa

Nell'immaginario di viaggio degli italiani Autogrill è una parola magica. Chiunque abbia mai percorso un'autostrada sa bene quanto sono preziose quelle soste per un panino, un caffè e un pieno di benzina. Un immaginario che tuttavia comincia a diventare datato, legato com'è a un'idea di ristorazione on the move che non riflette più la molteplicità di abitudini, gusti e opportunità a disposizione di chi viaggia.

Le vere autostrade di oggi sono gli aeroporti, e anche chi è in transito da un posto all'altro non vuole rinunciare ai sapori genuini, rifiutando di piegarsi alla tirannia del fast food e dei non-luoghi senza calore e personalità. In questo cambiamento di panorama, Autogrill è ancora una volta all'avanguardia.

IL BISTROT ON THE MOVE: UN'IDEA RIVOLUZIONARIA

Partiamo proprio da qui, dagli store di Autogrill. Soprattutto dall'idea innovativa che ne sta modificando radicalmente il carattere e la fisionomia: quella del Bistrot, un concept presente anche nel Mercato del

Duomo, una vera e propria cattedrale del gusto nel cuore di Milano.

“Bistrot è la risposta di Autogrill alla sfida del cambiamento”, spiega Alessandro Giudici, F&B manager per l'Europa di Autogrill. “Un'idea che racchiude innovazione e tradizione, coerente con la nostra filosofia di ristorazione”. Una filosofia che ha le sue radici nella cultura tutta italiana del “buon vivere”, nella quale l'autenticità e la qualità del cibo giocano un ruolo fondamentale.

“Ciò che vogliamo offrire ai clienti”, prosegue Giudici, “è un'esperienza di benessere a 360 gradi. Conta molto la bontà dei prodotti, ma anche l'ambiente in cui vengono consumati. Grazie alla collaborazione con l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, ci siamo ispirati a una visione olistica della ristorazione, nella quale ogni particolare è importante”.

Al centro non possono che esserci quei temi a cui i consumatori sono sempre più sensibili: genuinità, artigianalità, sostenibilità. “La filiera è cortissima: dal produttore al piatto del cliente”, spiega Giudici. “Siamo partiti dalla riscoperta dei



EsmachLab permette di sfornare pane fragrante, pizze e torte durante tutto l'arco della giornata

sapori antichi e delle ricette tradizionali, unendola alla valorizzazione delle eccellenze locali. All'interno dei Bistrot e nel flagship store Il Mercato del Duomo si trovano dei corner dove l'esperienza enogastronomica è all'insegna della riscoperta dei mestieri di una volta e del rispetto delle stagioni e della territorialità.

Dalla pasticceria alla caffetteria, dal prosciuttificio al forno della panetteria per arrivare alla particolarità dell'Ovobar, dove si servono specialità a base di uova fresche selezionate dai nostri produttori di fiducia. Tutto ciò può anche essere complesso da gestire, ma l'idea di base è quella di scandire un viaggio nei territori del gusto che coinvolga totalmente il viaggiatore".

L'AUTOGRILL DEL FUTURO

Come è cambiato il viaggiatore? "È diventato più imprevedibile e saper gestire i flussi diventa complicato. Bistrot ci è utile anche in questo senso, perché in futuro tutte le innovazioni saranno applicate anche al classico posto di ristoro autostradale. Nel frattempo però diventa sempre più strategico presidiare aeroporti e stazioni. C'è una dimensione europea del viaggio di cui tenere conto. Non a caso i primi luoghi nei quali abbiamo esportato il format del Bistrot sono stati gli aeroporti di Düsseldorf e Helsinki e la stazione ferroviaria di Utrecht". Per quanto riguarda l'Italia, il primo punto vendita è stato quello alla Stazione Centrale di Milano, seguito da Il Mercato del Duomo e dall'hub di Fiumicino.

Questa fase di sperimentazione è durata quasi due anni e ha fornito riscontri molto positivi. Ma come si pone una multinazionale come Autogrill nei confronti della responsabilità sociale, un aspetto sempre più caro alle nuove generazioni? "Cerchiamo di essere fedeli alla nostra tradizione, fatta di innovazioni capaci di modificare le abitudini alimentari di chi viaggia, ma sempre nel rispetto della qualità", continua Giudici.

"Ciò che vogliamo offrire ai clienti è un'esperienza di benessere a 360 gradi. Ci siamo ispirati a una visione olistica della ristorazione, nella quale ogni particolare è importante"

"Alcuni prodotti di Autogrill hanno fatto la storia dell'italiano in vacanza. Oggi vogliamo essere nuovamente motore di cambiamento privilegiando la sostenibilità del cibo, l'artigianato culinario, il territorio, le eccellenze locali e regionali. Tutto ciò senza fanatismi e radicalismi ideologici. È importante saper bilanciare questi elementi con i trend del momento, per poter offrire un'esperienza completa, moderna e il più possibile democratica anche nei prezzi". ■

AUTOGRILL
 UN MARCHIO MULTINAZIONALE
 DAL DNA ITALIANISSIMO
 PRIMO OPERATORE AL MONDO NEL
 SETTORE DELLA RISTORAZIONE IN
 MOVIMENTO
 FATTURATO: **4** MILIARDI DI EURO
 PRESENTE IN **30** PAESI
 OLTRE **250** MARCHI DI SUCCESSO
900 MILIONI DI CLIENTI ALL'ANNO
4300 PUNTI VENDITA



Bistrot offre un viaggio nel mondo del gusto e dei sapori più autentici

ESMACHLAB PROIETTA IL PANE NEL FUTURO

Flessibilità, produttività, pochissimo spazio, poco personale, riduzione degli sprechi. E un'idea di panetteria talmente innovativa da sembrare quasi rivoluzionaria. Sono questi i plus di EsmachLab, il format messo a punto da Esmach e scelto da Autogrill per il suo progetto Bistrot.

Forte di un'esperienza di quasi mezzo secolo nella produzione di macchine per il pane, Esmach ha testato per la prima volta EsmachLab nel Bistrot della Stazione Centrale di Milano, per poi portarlo anche nel Mercato del Duomo. In un'area di 5.000 metri quadri che si sviluppa su quattro piani, EsmachLab con sole 5 macchine, in tre formati (S, M e L), tutti in meno di 35 mq, garantisce una produzione comodamente modulabile in base ai diversi momenti della giornata. Luciano Del Pozzo, CEO di Esmach, ci illustra il concept di questo laboratorio del pane proiettato nel futuro.

Come è nata la collaborazione con Autogrill?

C'è un'affinità evidente tra i nostri rispettivi modi di intendere la ristorazione, basati entrambi su una visione più ampia di servizio al cliente. Inoltre abbiamo dimostrato di saper gestire grandi numeri, giocando d'anticipo. Il format di EsmachLab lo permette perché non è rigido, ma adattabile al contesto in cui è calato.

Qual è l'idea di fondo su cui poggia il format EsmachLab?

Unire la tecnologia ai sapori antichi, rivoluzionando il modello di produzione della pizza e del pane per come è stato pensato fino ad oggi. Aggiungendo in più un elemento irrinunciabile: il design. Tutto per garantire ai consumatori un'esperienza sensoriale di cibo on-the-go in linea con i principi di Slowfood.

Cosa differenzia EsmachLab dagli altri sistemi di produzione del pane?

Innanzitutto il fatto di lavorare solo con lievito madre. Rispetto a una panetteria tradizionale non si utilizzano prodotti chimici e si possono sfornare quantità

notevoli operando solo di giorno, senza le notti di lavoro tipiche dei fornai. Un altro plus importante è rappresentato dalle dimensioni contenute delle macchine: EsmachLab permette una grande produttività in piccoli spazi. Questo è un aspetto fondamentale, soprattutto per chi opera in luoghi con un costo al metro quadro particolarmente alto.

Quali sono i vantaggi principali, per chi utilizza EsmachLab?

Facilità d'uso, flessibilità del sistema e standardizzazione del processo. Queste caratteristiche permettono anche ai profani di utilizzarlo e la nostra offerta prevede anche la formazione del personale. Inoltre c'è un risparmio considerevole grazie all'impatto ambientale ridotto. Il sistema consente di cuocere direttamente sul sell-out, mantenendo così un ciclo continuo e producendo solo la quantità necessaria al momento. Tutto ciò con un notevole margine di guadagno, in un contesto di crescita mondiale del casual dining, dove pane e pizza gourmet sono protagonisti.

INCREDIBILE ESMACHLAB I NUMERI

FORMAT DISPONIBILI:
15 MQ/25 MQ/
35 MQ

QUANTITÀ GIORNALIERE DI PRODUZIONE:
FINO A 400 KG

INVESTIMENTO INIZIALE:
€70.000-120.000

REDDITIVITÀ:
35-55%