



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

Tel +39.02.4826.3250
Fax +39.02.4826.3614
ufficiostampa@autogrill.com
www.autogrill.com

Burger King e Spizzico: aprono a Roma in via del Tritone due nuovi ristoranti

Roma, 14 dicembre 2000 - L'espansione dell'attività della Divisione QSR (Quick Service Restaurant) di Autogrill continua in Italia con l'apertura nel centro di Roma di due nuovi ristoranti. Aprirà al pubblico il 22 dicembre in via del Tritone il nuovo locale Spizzico e Burger King.

Approdano così anche nella capitale due formule di ristorazione veloce e di grande successo. Un target giovane, dinamico, attento alla qualità dei consumi e al prezzo più competitivo può quindi trovare nei due ristoranti fast-food la pizza molto "fast" e "very good" così come l'hamburger di grande formato cotto alla griglia.

I due ristoranti copriranno una superficie di 600 metri quadrati distribuiti su due piani, impiegheranno 65 operatori e potranno ospitare complessivamente 200 persone sedute. Spizzico e Burger King sforneranno rispettivamente più di 900 porzioni di pizza al giorno e oltre 1000 hamburger.

La struttura di Roma sarà inoltre arricchita da due video al plasma che trasmetteranno via satellite programmi sportivi e musicali e da alcune postazioni internet dove è possibile navigare gratuitamente grazie ad una partnership con Kataweb, che faranno di Burger King un punto di ritrovo. Queste sono alcune delle caratteristiche che rendono i format Spizzico e Burger King ambienti piacevoli.

Il franchising è una leva importante per l'espansione in Italia dei nuovi format. Molti dei locali Spizzico e Burger King sono di proprietà di giovani imprenditori. La validità della formula e il supporto di un'organizzazione collaudata sono importanti garanzie per gli operatori indipendenti che vogliono esprimere il loro spirito imprenditoriale con il vantaggio di far parte di una grande catena. Chi investe nei ristoranti Spizzico e Burger King entra in un mercato in espansione e può aprire più di un ristorante moltiplicando le opportunità di business. L'imprenditore può inoltre contare sul supporto e sulla consulenza di Autogrill in tutti gli ambiti gestionali, dalla formazione del personale all'allestimento del punto vendita, fino alle attività di comunicazione.

Le previsioni di crescita sono allettanti: in base alle stime comunicate ai tempi dell'accordo con Burger King le nuove aperture dovrebbero susseguirsi a ritmo di alcune decine di ristoranti all'anno, ritmo che crescerà anno dopo anno.

Lo stesso trend è previsto, con ulteriori sviluppi sulla rete autostradale, anche per la formula Spizzico. Inoltre, grazie soprattutto alla forte internazionalizzazione del Gruppo e a un mercato sempre più disposto ad accogliere nuove proposte di ristorazione, è imminente il lancio europeo e mondiale della pizza italiana fast food.



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

Tel +39.02.4826.3250
Fax +39.02.4826.3614
ufficiostampa@autogrill.com
www.autogrill.com

Caratteristiche e numeri chiave

Spizzico

Spizzico è già presente in Italia con **150** punti vendita dislocati in città, stazioni, centri commerciali e aeroporti.

Oltre alle **20** differenti varietà di pizza sfornate in continuazione sotto gli occhi del cliente, la formula Spizzico offre patatine, panzerotti, insalate, torte di frutta e gelato combinate in svariati menù che rispondono alle diverse esigenze del pubblico. Gli ingredienti sono freschi e garantiti, le pizze vengono preparate al momento, per mantenerne intatta la loro fragranza. Per l'offerta e l'ambiente, Spizzico è particolarmente adatto a famiglie con bambini che, oltre a una alimentazione sana possono fruire di un ambiente confortevole, colorato e divertente: in tutti gli Spizzico, infatti si trova un'area giochi per bambini, ed è possibile organizzare feste di compleanno (i famosi Spizza Party realizzati con l'assistenza Spizzico per il divertimento dei bambini). Inoltre pensato proprio per soddisfare le esigenze dei più piccoli, Spizzico offre il Junior menu che abbina la genuinità della pizza a una serie di giochi che variano periodicamente.

Burger King

Burger King, introdotto in Italia da Autogrill nel 1999 grazie a un accordo di master franchising con la casa madre con sede a Miami, si basa sullo straordinario successo di **12.000** ristoranti nel mondo.

Il positivo riscontro ottenuto da Burger King si deve a tre fattori:

- **Il gusto:** gli hamburger sono i migliori perché ottenuti da carni sicure, selezionate e cotte alla griglia. Questo procedimento di cottura, esclusivo di Burger King, fa sì che il gusto del primo e dell'ultimo hamburger cotti nell'arco della giornata sia identico; la griglia inoltre, contrariamente alla piastra, consente lo smaltimento dei grassi e rende quindi l'hamburger più leggero. Le prime ricerche effettuate sul ristorante Burger King di Milano Duomo dimostrano che il 72 % degli intervistati votano Burger King come il miglior hamburger.
- **'Have It Your Way':** grazie a questa formula, solo da Burger King è possibile personalizzare l'hamburger aggiungendo o togliendo secondo i propri gusti gli ingredienti che lo compongono.
- **I prodotti:** l'offerta di Burger King è esclusiva e adatta ai gusti più diversi. Tra i prodotti più apprezzati dai consumatori Burger King di tutto il mondo: il Whopper, l'hamburger ricchissimo e saporito, nato nel 1957 e apprezzato ogni giorno da quasi **5 milioni** di persone nel mondo, le King patatine, impanate e fritte secondo un procedimento esclusivo che le rende gustose e croccanti e infine gli esclusivi Onion Rings, anelli di cipolla fritti in pastella.