



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

Si chiama Acafé il nuovo bar snack di Autogrill: ne sono stati aperti 6 negli ultimi due mesi, saranno 20 entro la fine dell'anno

“Un nuovo modo di dire e fare caffè” gusti e opinioni a confronto

Milano, 18 giugno 2003 - Come cambiano i gusti dei consumatori italiani in fatto di caffè? Ne discutono, tra gli altri, Aldo Grasso, Davide Paolini, Giorgia Caruso, Emilio Deleidi e il segretario generale dell'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè e presidente del Centro Studi e Formazione Assaggiatori Luigi Odello, durante un incontro-dibattito organizzato da Autogrill per presentare la nuova formula di bar Acafé che sta per cambiare il sapore della sosta lungo le autostrade della Penisola.

Posto che il cinema sia lo specchio della vita, sul “vissuto” del caffè **Aldo Grasso** distingue due grandi scuole di pensiero: l'americana e l'italiana. “Riflettono – spiega – le modalità con cui la preziosa bevanda viene elaborata. Il caffè italiano corrisponde sempre a una tazzina di caffè fumante che in genere significa protezione: protezione nel senso di ritualità, di aiuto, di conforto. Fare l'elenco dei film in cui compare il caffè sarebbe impossibile, c'è sempre. Ci sono decine e decine di film che iniziano con personaggi che sorseggiano un caffè. Per non calcolare poi le volte in cui un attore entra in un bar per ordinare un caffè. Il caffè con la “C” maiuscola è un ritrovo, sostanzialmente maschile, dove la bevanda, un tempo la più economica, si trasforma in un'occasione di incontro, spesso di osservazione come i Caffè di via Veneto immortalati da Federico Fellini. Quasi tutti i film dedicati a un ritrovo (Café de paris, Café metropole, Café Europa) nascondono storie di spionaggio, conflitti sentimentali che hanno per sfondo lotte, traffici loschi, debiti di gioco. Ma ce n'è uno, tedesco, Caffè Viennese di Geza Von Bolvary, 1940, che racconta una storia tenera e insieme commerciale. Nella mitteleuropa che declina, la padrona di un noto caffè è amata, senza saperlo, dal capo cameriere. In seguito ad alcune incomprensioni e a un violento litigio, il cameriere si licenzia ma apre un locale simile nelle vicinanze e batte in concorrenza il caffè della sua ex padrona. Ma finalmente lei si accorge di amarlo. I due locali si fondono e con essi i cuori e il caffè.”

Il richiamo alla parola “Caffè” nella nuova insegna di Autogrill non è casuale. “**Acafé** è un nuovo modo di proporre la caffetteria e lo snack coniugando tradizione e modernità – spiega Aldo Papa, direttore generale Italia di Autogrill – la storia e i contenuti del caffè italiano e quelli dello storico bar autostradale di Autogrill, finora identificato solo indirettamente con il nome dell'azienda. Nel caffè, e in particolare in una nuova miscela chiamata anch'essa **Acafé**, la nuova formula ha sicuramente uno dei suoi principali fattori di successo”.

Molte ricerche e studi sono stati portati a termine per proporre al consumatore un nuovo caffè: nuovo perché è nuova la miscela, che nasce da una ricerca Autogrill sui clienti, su 150 milioni di tazzine preparate ogni anno, una miscela di cui Autogrill ha definito le caratteristiche, affidandone poi la realizzazione ad un'azienda eccellente ed intrisa di cultura del caffè come Segafredo; nuovo perché sono state scelte nuove apparecchiature per la preparazione dell'espresso e ridefinite le



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

procedure di gestione e manutenzione per assicurare un controllo perfetto di tutti parametri del processo produttivo; nuovo, infine, perché Autogrill ha investito in formazione per le migliaia di suoi collaboratori che danno un contributo determinante alla qualità finale dell'espresso.

Oltre che dell'esperienza Autogrill, l'eccellenza dell'espresso Acafé è frutto del contributo dell'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè. "Venticinque millilitri di liquido bruno estratto in macchina in 25 secondi alla temperatura di circa 90°C e a una pressione di 9 atmosfere da una miscela creata con un'arte tutta italiana – sintetizza Luigi Odello -. Ma chi l'ha detto che l'espresso italiano debba avere un simile profilo? Non il cantore di turno o un gruppo di soloni con la smania del tutto codificare, ma circa 5.000 test sul consumatore condotti con diverse modalità di estrazione e con differenti miscele presenti sul mercato, senza dimenticare se le mono-origini potessero dare risultati superiori alle miscele. Così è nato l'Espresso Italiano certificato. E proprio facendo ricorso a quanto emerso dalla sperimentazione svolta dal 1995 dall'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè e dal Centro Studi e Formazione Assaggiatori, abbiamo condotto il piano di sperimentazione sensoriale per la nuova miscela Autogrill".

Come doveroso tributo ai tempi e alla dimensione internazionale ormai raggiunta da Autogrill (circa il 50% del fatturato proviene dagli Stati Uniti) nel nuovo Acafé, un bar dal sapore tipicamente italiano, non potevano mancare alcune tra le migliori specialità internazionali: caffè shakerato e crema di caffè oltre ad un'ampia selezione di panini e snack, dolci e salati, come Muffin, Cookies, Pain au chocolat e Quiches.

Negli ultimi due mesi sono stati aperti 6 punti di vendita Acafé in Italia. Entro la fine dell'anno la nuova insegna ne identificherà 20, con la prospettiva di coprire in futuro tutta la rete.