



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

**Tra poche settimane, milioni di italiani sulla strada delle vacanze. Polizia Stradale e Autogrill rinnovano una collaborazione che ha dato buoni risultati anche nei sabati e nelle domeniche dell'ultimo Campionato di Calcio**

## **Aumentate le scorte di alimenti e bevande, rafforzati i presidi nei punti di vendita, nuove misure per la sicurezza e la risposta alle emergenze: così Autogrill si prepara all'esodo estivo**

Milano, 2 luglio 2003 - Le prime avvisaglie sembrano non lasciare spazio ai dubbi: sarà un'estate calda anche per l'entità dei flussi turistici verso le principali mete delle vacanze nel Bel Paese. Lo confermano i dati raccolti nella rete dei 451 punti di vendita della rete Autogrill in Italia (341, in particolare, lungo le autostrade), dove nel mese di giugno l'affluenza è risultata superiore del 9% rispetto al giugno 2002. Si è dunque confermata la tendenza evidenziata nel periodo Pasquale (+12% di affluenza rispetto alla Pasqua 2002).

Con la riscoperta dell'Italia come meta privilegiata del turismo italiano ed europeo, l'attenzione si focalizza sul livello dei servizi offerti a milioni di persone in viaggio.

In Autogrill il piano Estate 2003 è articolato secondo **tre principali linee di intervento**, a fronte di un flusso di clienti stimato in oltre **40 milioni di persone al mese nel periodo di luglio e agosto**.

1. **La sicurezza** e la risposta alle emergenze. La collaborazione con la Polizia Stradale ha permesso di pianificare un rafforzamento dei presidi di Polizia nelle aree di servizio più critiche per la dislocazione e l'entità dei flussi previsti. Alla forza pubblica si affiancheranno qualificate società di vigilanza privata selezionate da Autogrill. Le televisioni a circuito chiuso collegate con le Centrali di Polizia permetteranno di sorvegliare anche i piazzali a ulteriore tutela dei clienti, delle autovetture e dello stesso personale Autogrill. E' allo studio, infine, una collaborazione con la Protezione Civile per la gestione delle emergenze, con l'impiego di ambulanze a disposizione nei piazzali delle aree di servizio e piani di approvvigionamento rapido sia nei punti di vendita che nei depositi Autogrill per gli interventi della Protezione Civile in caso di soste forzate lungo la rete autostradale.
2. **I livelli di servizio** nel punto di vendita. Due gli obiettivi: ridurre al minimo le code alle casse e ai banchi aumentando il personale presente; azzerare il rischio di rotture di stock con una gestione ottimale delle scorte. I dati presi a riferimento sono quelli dell'anno scorso, con ritocchi verso l'alto nell'ordine del 15% medio. Qualche numero: 600 operatori aggiuntivi nei punti di vendita; 2 milioni di litri di acqua minerale e 2 milioni di litri di soft drink al mese, 1,5 milioni di gelati, 5,5 milioni di panini, 2,5 milioni di pizze. Altri aspetti critici presi in considerazione sono la viabilità nei piazzali e la disponibilità di parcheggi. Importanti interventi di ampliamento dei locali e delle aree di sosta sono stati avviati nella prima metà dell'anno, e quasi tutti i cantieri saranno chiusi entro la fine di luglio.



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

3. **Il piacere della sosta.** Infine, come risultato degli investimenti della prima metà dell'anno e dell'impegno degli oltre 10.000 addetti mobilitati sulla rete, Autogrill punta a tradurre in realtà uno slogan che sintetizza la sua missione per l'estate 2003: **"La vacanza comincia alla partenza: comincia in Autogrill"**. Queste le leve attivate:

- Un legame più forte con il territorio, con una migliore valorizzazione dei prodotti regionali e tipici sia nei ristoranti che nel market, oltre a iniziative di raccordo con i produttori locali del settore agroalimentare. A quest'ultimo proposito l'esperienza pilota, durante il terzo weekend di giugno, ha avuto come protagonisti alcuni produttori dell'Emilia Romagna che hanno proposto le loro specialità in quattro Autogrill lungo la A1, con banchi di degustazione e vendita all'interno dei locali.
- Nuovi prodotti: dopo i muffins, i cookies e le altre specialità lanciate nell'ultimo anno, il prodotto dell'estate sarà il panino Ischia, che verrà presentato nell'isola campana cui è dedicato il prossimo 4 luglio e sarà a disposizione dei consumatori a partire dal 19 luglio. Cambia gusto anche il prodotto più venduto, il caffè espresso, grazie a una nuova miscela esclusiva progettata da Autogrill.
- Nuovi locali: il bar Autogrill diventa Acafé, una formula completamente rinnovata negli arredi e nell'offerta, caratterizzata dall'eccellenza del caffè (a partire dalla nuova miscela Acafé) e da una gamma di snack e specialità di pasticceria italiana con alcuni "prestiti" dalle migliori tradizioni internazionali. Gli Acafé oggi sono 6, altri 4 apriranno nelle prossime settimane: Assago, Brianza, Tirreno e Torre Cerrano
- Nuovi servizi: come sempre massima attenzione a tutti i clienti, con un particolare riguardo per quelli più piccoli (dai menu per i bambini agli spazi attrezzati per le mamme all'interno delle toilette). La novità dell'anno è però l'accoglienza per gli animali domestici (si stima che siano circa 3,5 milioni quelli che accompagnano in vacanza i loro padroni). A loro Autogrill dedicherà uno spazio attrezzato in un'area pilota, secondo un modello che verrà poi replicato in altre locations della rete.