



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

In 337 punti vendita Autogrill in Italia lungo le autostrade, le tangenziali e il Grande Raccordo Anulare di Roma

24 settembre 2004: Acafé Day Autogrill offre un caffè dalle 12.00 alle 15.00

Milano, 23 settembre 2004 - Venerdì 24 settembre 2004 Autogrill "offrirà" un caffè a tutti coloro i quali entreranno, tra le 12.00 e le 15.00, nei suoi 337 locali lungo le autostrade, le tangenziali e il Grande Raccordo Anulare di Roma. L'iniziativa battezzata **Acafé Day** è un omaggio della Società agli oltre 300 milioni di clienti che, nel 2003, hanno scelto la propria insegna. Autogrill, che solo in Italia serve in un anno oltre 100 milioni di caffè, si qualifica come **la più grande caffetteria della penisola**.

Dall'introduzione dell'euro, Autogrill ha fatto della **stabilità dei prezzi della tazzina del caffè uno dei fattori della propria strategia commerciale**. Il prezzo dell'espresso, infatti, è fermo dal 2002 a € 0,80 sull'autostrada Milano-Roma e nel nord-ovest, è a € 0,75 nel centro-sud, a € 0,70 sul Grande Raccordo Anulare e, dal 2003, a € 0,85 nel nord-est. Gli scostamenti sono legati al diverso potere d'acquisto dei viaggiatori in queste macroaree.

Più in generale a fronte dell'incremento dei prezzi rilevato nella voce "pubblici esercizi" e specificatamente in quella "bar" del 2,5% (agosto 2004/agosto 2003; fonte: Istat), i prezzi praticati da Autogrill si sono attestati a +1,8%.

L'espresso Acafé: una filiera a gestione tutta italiana, dalla piantagione alla tazzina

La miscela Acafé nasce da una ricerca condotta da Autogrill assieme agli esperti dell'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè. Lo sviluppo è stato affidato a **Segafredo Zanetti** che dispone di un'integrazione verticale del processo produttivo e può attingere direttamente in Brasile dalla propria piantagione a corpo unico (la più grande del mondo) la materia prima.

Il Centro Studi e Formazione Assaggiatori Caffè ha definito l'Acafé un espresso autentico, **"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"**. Secondo un'indagine demoscopica, il gradimento della nuova miscela si attesta a 4,27, in una scala da 1 a 5. Si stima che, se nel 2003 il numero di tazzine di caffè erogate è stato pari a 104 milioni, nel 2004 si raggiungeranno i 108 milioni, un dato record

La campagna pubblicitaria Acafé Day

La campagna per il lancio dell'AcaféDay è stata realizzata da LDB Advertising di Bologna: pianificata su un media mix radio/stampa nelle giornate dal **22 al 24 settembre**, si basa sul meccanismo del "teaser". Sulla **stampa** una pista cifrata, con le sigle dei principali capoluoghi di provincia in cui sono presenti i punti vendita Autogrill, invita il lettore al gioco attraverso il contorno accennato di una tazzina di caffè, svelata poi dall'appuntamento successivo. Gli **spot radiofonici**, nei formati da 15" e 30", giocano sul conto alla rovescia e si sviluppano attorno a una vivace spy-story a puntate dove la voce narrante della spia Mr. Coffee è quella di Alessandro Rossi, doppiatore



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

ufficiale di Arnold Schwarzenegger. La pianificazione della campagna prevede uscite sui principali quotidiani e network radiofonici nazionali, coordinata da materiale di supporto all'interno dei punti vendita.