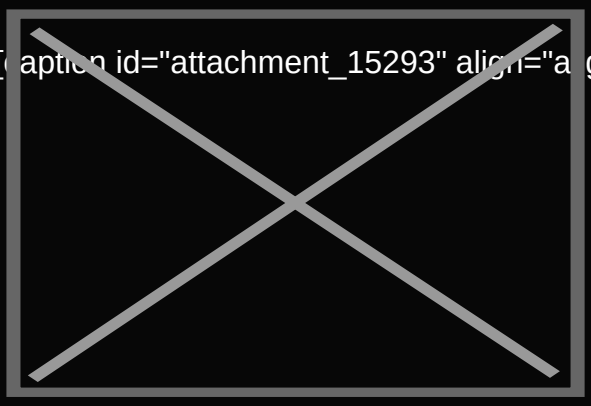
Concorrenza fuoricasa: i nuovi format di Autogrill

purogusto01-1305b15c

Tra i primi ad avere sperimentato la strategia di sviluppo nell'horeca figura **Autogrill**, che ha voluto così anticipare le tendenze di mercato e l’evoluzione dei gusti dei consumatori. Già da qualche anno, il gruppo - un colosso presente in 28 Paesi del mondo con un portafoglio di oltre 250 marchi - ha infatti sviluppato **Puro Gusto**, una formula frutto di un sapiente mix tra il modello del bar all’italiana e quello della tradizione anglo-americana.

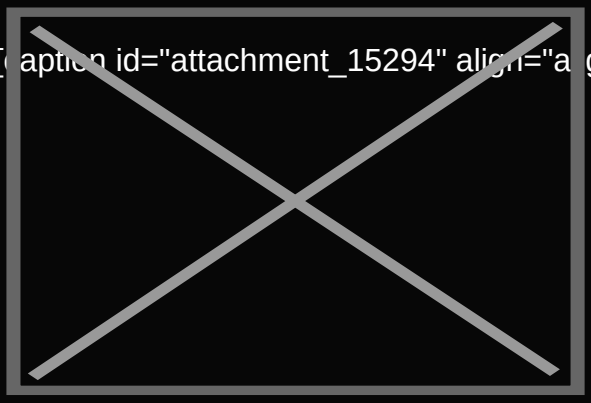
[caption id="attachment_15293" align="alignright" width="300"]



Puro Gusto, Coffee, bakery & fine food[/caption]

Il concept, utilizzato nell’allestimento di 19 punti di vendita, si presenta come un moderno Coffe, Bakery & Fine food Shop, pensato per una clientela cosmopolita e multiculturale tipica delle grandi città e dei centri commerciali come pure dei luoghi di transito internazionale quali aeroporti e stazioni. Ma accanto a questa formula, Autogrill ha messo a punto anche modelli che reinterpretano in chiave innovativa la tradizione del caffè e le sue icone, come Motta Caffé Bar e Bistrot Milano Centrale.

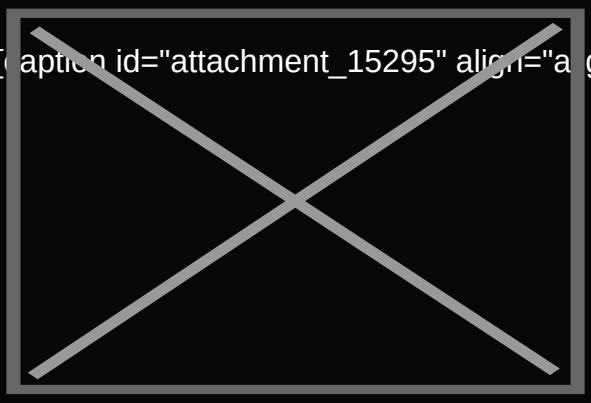
[caption id="attachment_15294" align="alignleft" width="300"]



Il Motta Bar di Milano[/caption]

Motta Caffè Bar in particolare, ripropone in chiave moderna l'atmosfera dello storico caffè milanese, di cui mantiene gli elementi qualificanti: il fattore d'aggregazione, l'eleganza dell'ambiente, la selezione dei prodotti e la cura dei dettagli. In Italia l'insegna conta al momento già sei negozi, attivi per lo più nell'area milanese, tra i quali è compreso anche quello inserito all'interno del punto di vendita Duomo Store, che ha riportato il brand nella Galleria Vittorio Emanuele, dove nacque nel 1928.

[caption id="attachment_15295" align="alignright" width="300"]



La zona caffetteria del Bistrot[/caption]

Bistrot Milano Centrale, invece, rappresenta il nuovo concept con cui Autogrill ha completato la propria presenza all'interno della Stazione Centrale di Milano, dando vita a un modello che potrebbe essere replicato in altre città. Il locale, caratterizzato da un layout che rievoca l'atmosfera tipica dei mercati coperti, si propone come punto di ristoro, ma ospita anche La Caffetteria, un angolo dedicato alle bevande calde, dove è possibile degustare un autentico caffè napoletano preparato nella tradizionale "cuccuma".

Fuoricasa: la sfida dei "grandi" ai bar tradizionali

I nuovi format: Autogrill McDonald's Feltrinelli