

Da Cremonini a Autogrill

Chi sono i signori
del pasto distribuito

Un italiano consuma in media due pasti su dieci fuori casa, rispetto ai tre pasti dei francesi, ai quasi quattro dei britannici e ai cinque degli americani. Il mercato di riferimento, il «fuori casa» appunto, presenta un *gap* che fa intravedere prospettive di crescita.

«Il divario da colmare è un'opportunità», dice Valentino Fabbian, amministratore delegato di

Chef Express, la società di ristorazione del gruppo **Cremonini**, e che interverrà alla tavola rotonda *Opportunità e vincoli allo sviluppo della ristorazione commerciale* all'interno del convegno *L'innovazione delle*

aree di sosta nel trasporto collettivo, organizzato da Confimprese il 12 maggio a Cibus.

Le possibilità di sviluppo per Chef Express sono in una fascia di scontrino tra i 10 e i 25 euro. «Con la crisi, abbiamo visto che la spesa media si è abbassata e per cogliere le opportunità di crescita ci siamo adattati alle nuove esigenze».

Secondo dati Fipe, il

settore conta 2,6 milioni di punti di approvvigionamento e di questi 291 mila sono rappresentati da imprese di pubblico esercizio. Il fatturato aggregato, che si aggirava attorno ai 47 miliardi di euro, ha perso 360 milioni per effetto della stagnazione dei consumi. «Fino al 2008 sembrava che per una serie di motivi legati soprattutto alla propensione alla mobilità e al cambiamento delle abitudini di vita la

crescita del fuori casa non avesse fine — spiega Giuseppe Cerroni, direttore generale comunicazione e affari istituzionali di **Autogrill** —. Dopo la crisi siamo al punto

di dover recuperare i livelli del 2008».

Il principale interrogativo per il colosso italiano che fattura 5,728 miliardi di euro, di cui il 66% nel Food & Beverage, è capire se il settore riuscirà a mantenere il rapporto qualità/prezzo: «ma faremo di tutto per mantenere lo standard», conclude Cerroni.

F. CH.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Autogrill
Gianmario
Tondato