

“Il Mercato del Duomo” sarà presente anche Spazio Milano della Niko Romito Formazione

Per la realizzazione del nuovo multi-concept store la Società ha investito 13,5 milioni di euro Autogrill presenta “Il Mercato del Duomo”, il tempio del gusto nel cuore di Milano • Il Gruppo porta in Piazza Duomo le eccellenze del territorio con un mercato coperto dei produttori locali selezionati in collaborazione con l’Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (UNISG) • Attraverso il progetto architettonico curato da Michele de Lucchi Il Mercato del Duomo rivitalizza l’offerta culturale e artistica della Galleria Vittorio Emanuele Milano, 24 febbraio 2015 – Nasce a Milano, nella piazza simbolo della città, Il Mercato del Duomo, la nuova cattedrale del gusto firmata Autogrill. Il presidente della Società, Gilberto Benetton, e l’Amministratore Delegato, Gianmario Tondato Da Ruos, hanno presentato il progetto nel corso della conferenza stampa, che si è tenuta presso la Sala Alessi di Palazzo Marino alla presenza del sindaco di Milano, Giuliano Pisapia, del presidente di UNISG, Carlo Petrini, dell’architetto Michele De Lucchi e dello chef Niko Romito. La nuova flagship store del Gruppo, che aprirà al pubblico il 30 aprile, è stata realizzata in collaborazione con l’Università degli Studi di Scienze Gastronomiche (UNISG) di Pollenzo e ha comportato un investimento complessivo di 13,5 milioni di euro. “Milano è sempre di più una città con una grande capacità di attrarre investimenti per progetti di alta qualità. Il Mercato del Duomo ne è la dimostrazione – ha dichiarato Giuliano Pisapia. Innovazione e tradizione si uniscono in un’offerta che valorizzerà il gusto del bello e il gusto del buono e del sano. Nel cuore di Milano sarà possibile conoscere le eccellenze dei prodotti del nostro territorio, in un percorso che rappresenta l’intera filiera alimentare. Questo progetto ha l’ambizioso obiettivo di trasformare uno spazio, mantenendone le caratteristiche storiche, e allinearle con i temi di Expo, con le esigenze di una clientela sempre più attenta a ciò che mangia, alla filiera, alle tecniche di preparazione, alla qualità del prodotto e delle materie prime. Si tratta di un ulteriore tassello che arricchirà Milano, capitale dell’alimentazione”. “Abbiamo scelto di trasformare Milano nel principale laboratorio di innovazione e sperimentazione del Gruppo perché crediamo nelle potenzialità di questa città, del suo territorio e della nostra azienda – ha dichiarato Gilberto Benetton – Con Il Mercato del Duomo torniamo alle radici della nostra storia per guardare al futuro, un futuro che parla d’innovazione ed eccellenza”. “L’Università di Scienze Gastronomiche – ha dichiarato Carlo Petrini – in particolare attraverso il suo ramo Pollenzo Innovazione, fornisce un supporto ed un contributo di saperi, prodotti, storie e realtà di eccellenza, ad un progetto come Autogrill Duomo Store, dove si è voluto lavorare sulla qualità alimentare, sulla sostenibilità ambientale e sul rapporto ravvicinato tra produttore e consumatore”. Il Mercato del Duomo si sviluppa verticalmente su 4 piani, per una superficie complessiva di 5.000 metri quadrati, di cui 3.000 aperti al pubblico, che riflettono i progressivi stadi di lavorazione della materia prima e le diverse esperienze di consumo: dal cibo nella sua forma più semplice e naturale al prodotto lavorato e trasformato in ricette, dalla consumazione veloce a un’esperienza più slow. Questo percorso esperienziale verticale si riflette nei diversi concept sviluppati all’interno de Il Mercato del Duomo: il Bar Motta, che in un’atmosfera suggestiva, connubio perfetto tra tradizione e modernità, offre --- In collaborazione con prodotti di caffetteria e croissanteria di altissima qualità; il Mercato, la novità principale del nuovo punto vendita, gestito da Compagnia Alimentare, che riproduce il tradizionale mercato cittadino composto da banchi alimentari di produttori e fornitori locali, selezionati con il contributo di UNISG, dove i visitatori troveranno le eccellenze del territorio lombardo, e non solo; il Bistrot Milano Duomo, il concept di nuova generazione inaugurato nel 2013 presso la Stazione Centrale di Milano, che attraverso un’ampia offerta sviluppata su due piani valorizza i prodotti tipici e il recupero delle pratiche di lavorazione artigianale, in linea con la nuova filosofia di ristorazione Autogrill; la Terrazza Aperol, luogo di tendenza e simbolo del tradizionale aperitivo milanese; il ristorante-laboratorio Spazio – un progetto della Niko Romito Formazione – dove i giovani cuochi della Scuola di Formazione di Castel di Sangro (L’Aquila) condivideranno con gli ospiti le storie, le idee e le emozioni che nascono dall’ideazione di un piatto fino alla sua realizzazione. Allo stesso piano, inoltre, sarà presente un Wine Bar, che proporrà al visitatore una selezione delle eccellenze enogastronomiche italiane. Due concept di alta cucina, ma accessibili al grande pubblico, che rappresentano l’ultimo stadio della lavorazione della materia prima. L’edificio comprende anche la libreria Feltrinelli collocata al piano seminterrato. Per realizzare questo progetto Autogrill ha avviato un importante programma di formazione del personale che ha consentito di introdurre ne Il Mercato del Duomo nuove professionalità e mestieri, in linea con l’offerta del locale e con il nuovo approccio della Società. Il Mercato del Duomo, oltre ad affermarsi come una meta gastronomica internazionale, vetrina delle eccellenze del Made in Italy, è anche il contributo di Autogrill allo sviluppo e al prestigio di Milano, grazie al progetto architettonico, realizzato in collaborazione con l’architetto Michele De Lucchi, che valorizza i disegni originali del Mengoni. Attraverso questo intervento, rispettoso dell’identità degli spazi, ma al tempo stesso in grado di coniugare le esigenze complesse tipiche della grande ristorazione, Autogrill restituisce alla città uno dei capolavori del suo patrimonio storico-urbanistico, in cui si inserisce la scultura realizzata dall’artista Adam Lowe, che riproduce le radici di un albero di ulivo secolare, simbolo denso di significati legati alla storia e ai valori del Gruppo. Questa soluzione, che coniuga arte e architettura, rappresenta una novità nella storia della Galleria e contribuisce ad accrescere la forza attrattiva e il valore culturale di questo luogo. Autogrill e Milano, un matrimonio che dura da quasi un secolo Autogrill è un Gruppo internazionale, con circa 55.000 dipendenti e 4.500 punti vendita nel

mondo, ma allo stesso tempo profondamente radicato in Italia, e in particolare a Milano e nel territorio milanese. L'inizio del rapporto tra Autogrill e la città di Milano risale al 1928, quando negli spazi della Galleria Carlo Alberto, Angelo Motta apre il celebre bar Motta, che Autogrill, nel 2013, ha riportato dopo 17 anni negli spazi della Galleria Vittorio Emanuele, riproducendo l'atmosfera raffinata che contraddistingueva lo storico locale. La realizzazione de Il Mercato del Duomo consolida questo legame, contribuendo alla crescita di Autogrill nella regione, dove il Gruppo è presente con oltre 60 punti vendita dislocati nelle principali "porte di accesso" alla città di Milano e nei luoghi in cui si svolge la vita urbana. Negli ultimi anni Autogrill ha trasformato il capoluogo lombardo e i territori limitrofi nel principale laboratorio di innovazione e sperimentazione della Società, avviando alcune delle esperienze di ristorazione più significative a livello internazionale: l'area di servizio di Villorese Est, inaugurata nel 2013 sull'A8 MilanoLaghi, che rappresenta una best practice a livello mondiale per gli elevati standard di qualità dei prodotti, dei servizi e degli ambienti; il Bistrot Milano Centrale, che dopo il successo nel capoluogo lombardo è stato esportato nelle location più prestigiose gestite dal Gruppo nei principali aeroporti e crocevia ferroviari del mondo; la Terrazza Aperol, all'interno dell'Autogrill Duomo Store, ormai un luogo di tendenza, simbolo del tradizionale aperitivo milanese. --- In collaborazione con Il progetto de Il Mercato del Duomo si aggiunge a queste e ad altre best practices, emblematiche del nuovo approccio alla ristorazione di Autogrill, che confermano la capacità del Gruppo di contribuire allo sviluppo e al prestigio delle aree in cui opera attraverso progetti innovativi, sempre al passo con i tempi.