

FA Italy 2017

# Protagonisti del foodservice

**Gli award hanno coinvolto anche quest'anno, il Ghota del foodservice italiano. Alla premiazione oltre 270 invitati e una nutrita presenza di osservatori internazionali in cerca di opportunità di business**

Bene la prima e ancor meglio la seconda. L'edizione del FA Italy che ha da poco chiuso i battenti, ha segnato nuovi record. In crescita le candidature e in aumento sponsorship e partnership con quella con Mapic Italy in testa. Dopo soli quattro mesi di lavoro, iniziato con la raccolta delle candidature, la selezione dei format finalisti e proseguito con la diffusione e la raccolta dei questionari compilati dai concorrenti consegnati nelle mani delle giurie, è stata la volta dei verdetti, sottolineati da un gala dinner straordinario. La serata conclusiva del FA ha servito ai presenti un "cocktail" unico, fatto di eccellenze del moderno foodservice (presenti in sala e premiate sul palco) e di ristorazione di alto livello, come quella del tre stelle Michelin Heinz Beck che, sostenuto da Chef Express, ha firmato il menu della cena. Onore ai premiati che presentiamo in dettaglio nelle pagine che seguono. Ma a vincere è la formula dell'award nata e cresciuta con l'intenzione di mostrare ad un'ampia platea le potenzialità del nostro foodservice. Se ne sono accorti sviluppatori e investitori stranieri, che grazie a Mapic Italy hanno partecipato al gala dinner. Ma ne sono sempre più consapevoli i dirigenti dei più importanti canali di sviluppo del F&B italiani (centri commerciali, stazioni e aeroporti) tutti presenti alla premiazione. Ringraziamo ancora una volta partecipanti e sostenitori cui dobbiamo il successo della nostra manifestazione e vi diamo appuntamento alla prossima edizione.



Da sx, Andrea Aiello Ad Edifis Spa, Cristian Biasoni Ad Chef Express, Heinz Beck Chef.



## I numeri del FA 2017



Massimo Moretti presidente CNCC (a sx) e Francesco Pupillo Mapić Deputy Director.

**8** Le categorie in concorso

I format finalisti in gara  
(+32% FA2017 vs FA2015)

**70**

**24** I giurati (3 per categoria)

**103**

Le domande espresse dagli 8 questionari

**7** Le associazioni di categoria partner del concorso

Gli sponsor della manifestazione  
(+41% FA2017 vs FA2015)

**24**

**270**  
270 I top manager presenti alla premiazione  
(+35% FA2017 vs FA2015)

**+ 40%**

Le visite ricevute dal sito [www.foodserviceaward.it](http://www.foodserviceaward.it)  
(FA2017 vs FA2015)

**+ di 15.000**

I destinatari di ogni newsletter del FA



**Attimi**

**CIR food**



Andrea Aiello consegna il trofeo nelle mani di Heinz Beck e Cristian Biasoni.



Antonio Savoia Presidente Edifis Spa consegna il premio a Emilio Fiorani e Giordano Curti dirigenti CIR Food.

Il "Premio speciale" delle Redazioni di retail&food e Ristorando è stato conferito ad Attimi by Heinz Beck format di Chef Express e alla divisione foodservice di CIR food.

# FA Italy 2017 - Winner

Format

## America Graffiti



I rappresentanti della giuria consegnano il premio a: Fabio La Corte, Riccardo La Corte e Nicola Vandi di America Graffiti.

### Con la seguente motivazione:

Il progetto è coerente con la storia che il format intende raccontare con l'immagine e i valori del brand percepibili nello spazio. Per la riconoscibilità, l'originalità e l'autenticità della rappresentazione degli anni '50 con le citazioni di Raymond Loewy e Norman Bel Geddes. Inoltre, c'è un tocco di italianità nella passione della citazione e nell'entusiasmo creativo con cui si propone l'allestimento che addirittura lascia pensare a modi in cui si potrebbe ulteriormente sviluppare.

## Juicebar

### Con la seguente motivazione:

La proposta alimentare è caratterizzata da un'offerta predominante di prodotti agroalimentari in linea con la domanda crescente di stili alimentari corretti e sensibili agli aspetti ambientali. L'azienda mostra particolare attenzione alla scelta delle materie prime, con particolare riferimento alle linee biologiche e alla stagionalità dei prodotti dove possibile provenienti da produzioni locali. L'azienda ha inoltre sviluppato strategie per la riduzione degli sprechi e comunicato il marchio fresh green food che risulta coerente con la proposta complessiva che il format rivolge al consumatore.



I rappresentanti della giuria consegnano il premio a: Cristian Bionni (IAD Chef Express) e Maurizio Orlando (Founder Juicebar).

Food Experience

## Ciocolatitaliani

### Con la seguente motivazione:

Rispetto della materia prima, conservazione dell'integrità della stessa, visibilità e trasparenza delle fasi di lavorazione: Ciocolatitaliani ben rappresenta il concetto di Food experience, in una prospettiva di presidio dell'intera filiera produttiva, dalla fava di cacao al cioccolato.



I rappresentanti della giuria consegnano il premio a: Giovanni Ferrieri e Vincenzo Ferrieri fondatori di Ciocolatitaliani.

## Burger King



I rappresentanti della giuria consegnano il premio a: Massimo Barbieri e Ilaria Abrate di Burger King.

### Con la seguente motivazione:

Per lo sforzo, di dotarsi di software anche molto sofisticati che consentono la gestione integrata di tutto il processo oltre che del rapporto con il cliente e per l'utilizzo diffuso su tutti i punti vendita di impianti concepiti per ridurre in maniera significativa i consumi e l'impatto ambientale oltre a consentire una valida gestione dei rifiuti.

Green Appeal

Tecnologia e gestione

## La bottega del Caffè



I rappresentanti della giuria consegnano il premio a:  
Alessandro Ravecca (presidente Cibiamo srl) e Nadia Oliviero marketing.

### Con la seguente motivazione:

Dalla sua 1° apertura del 2002, ha continuato costantemente ad evolversi con un'importante crescita di numero di locali, di immagine e di prodotti, sia in quantità sia, soprattutto, in qualità. Ha dimostrato una notevole capacità di rinnovarsi e riposizionarsi grazie al restyling dell'immagine del format introducendo materiali più raffinati ed eleganti e la taratura della sua offerta dei prodotti davvero innovativa. Un vero caffè italiano che rappresenta a 360° la storia, la cultura e la tradizione delle caffetterie e attraverso l'ampliamento della gamma dei suoi prodotti oggi più che mai si presenta come un format versatile ove è ben coniugato il richiamo allo stile della tradizione italiana con la professionalità del servizio, garantendo così una "coffee experience" di alta gamma, con degustazioni di prodotti tipici regionali non reperibili nei semplici, comuni bar.

## Magnum pleasure store

### Con la seguente motivazione:

Per l'idea originale ed innovativa sia dal punto di vista del prodotto che del layout del punto vendita. Offerta innovativa basata su un prodotto semplice, valorizzato e portato a livelli di eccellenza, che si trasforma in uno stile di vita, il naming diventa il prodotto stesso con una forza tale da sostituire il classico "cremino" italiano. Grande cura nei dettagli oltre il progetto: il metodo, il rapporto operatore/cliente, il cliente protagonista nel punto vendita e nel mondo social. Cortesia e gentilezza del personale si aggiungono a un prodotto già di per sé di successo che crea code, interesse e pertanto veicola un'esperienza multisensoriale oltre il semplice gesto di consumo, garantendo infine un'immagine dal respiro internazionale.



I rappresentanti della giuria consegnano il premio a:  
Irene Piastrrelloni e Luca Landucci di Unilever Italia Mkt Operations.

## ham holy burger

### Con la seguente motivazione:

Per la comunicazione efficace degli elementi caratterizzanti il brand legati al format che mostra di avere valenza iconografica. Per gli strumenti finalizzati alla creazione della digital experience e per la comunicazione costante con i clienti e la scelta stilistica moderna e attuale.



I rappresentanti della giuria consegnano il premio a:  
Vito Brunetti, Elisabetta Salvadori e Matteo Fratianni di Autogrill.

## Rosso Intenso



I rappresentanti della giuria consegnano il premio a:  
Daniele Russo e Dario Cecchini manager Gruppo Sebeto.

### Con la seguente motivazione:

Concept di derivazione e respiro europeo che ha dimostrato grande flessibilità nel mercato aeroportuale italiano, caratteristica fondamentale per il settore travel, sapendo adattare il format alla domanda dei diversi profili di clienti: da wine bar a ristorante servito, coniugando, nelle ricette di grande livello grazie alla collaborazione con una chef stellata, l'eccellenza dei prodotti e del servizio alla redditività del punto vendita.