Alitalia: cucina di bordo sempre più made in Italy

Cucina sempre più all'insegna del made in Italy sui voli **Alitalia**. La Compagnia italiana ha rivisitato l'offerta **"food & beverage"** con l'obiettivo di migliorare ulteriormente la qualità dei pasti e rendere ancora più unica l'esperienza di viaggio. I dettagli del nuovo progetto, reso possibile grazie a un accordo con la società leader nel settore Gate Gourmet, sono stati presentati oggi alla fiera internazionale del turismo TTG Incontri di Rimini, dal Chief Business Officer di Alitalia Fabio Maria Lazzerini.

La nuova offerta "food & beverage" di Alitalia offre ai propri passeggeri un menù totalmente rinnovato in classe economy, con prodotti preparati in Italia e legati alla tradizione gastronomica del Paese. Il progetto si articola in diverse fasi. Nel mese di ottobre Gate Gourmet diventa il fornitore unico del catering per tutti gli aerei in partenza dalla Penisola, garantendo importanti benefici in termini di efficienza e di ottimizzazione dei processi logistici per il caricamento dei pasti a bordo. Alla variazione del fornitore segue, nel corso del mese di novembre, il rinnovamento del menù di classe economica nei voli di medio raggio di durata superiore alle 3 ore (ad esempio verso Russia, Egitto, Israele, Giordania, Iran e Marocco), durante i quali viene introdotto un servizio con vassoio in sostituzione della attuale offerta di snack.

Sempre nel mese di novembre, verrà rivisto e migliorato il catering di classe economica per tutti i voli intercontinentali di lungo raggio e, nel corso del 2019, sono previste ulteriori importanti novità sul catering, grazie all'introduzione di nuove tecnologie che permetteranno al passeggero una scelta 'su misura' del pasto a bordo.

Il progetto riguarderà anche i menù della business class di lungo raggio Magnifica. A partire da metà novembre infatti i piatti saranno disegnati in collaborazione con Gambero Rosso, perseguendo quell'eccellenza nel cibo e nel servizio che ha consentito alla Compagnia di ricevere dal prestigioso mensile americano "Global Traveler", per otto anni di fila, il premio come migliore menù di bordo e per l'abbinamento dei piatti ai migliori vini.

I nuovi menù, ispirati alla ricchezza dell'offerta enogastronomica italiana, valorizzeranno le tradizioni e i prodotti del territorio con un incontro tra sapori e consuetudini differenti delle diverse regioni.

Il progetto ‘food & beverage’ è parte di una più ampia strategia di perfezionamento dell’esperienza di viaggio che ha già visto nel corso del 2018 diversi importanti novità: l’apertura della nuova Casa Alitalia presso il terminal E di Roma Fiumicino, il miglioramento dell’esperienza digitale dei clienti Alitalia attraverso il rinnovo della home page del sito alitalia.com e del processo di web check-in; il lancio di specifici prodotti dedicati a determinate tipologie di clienti, quali, ad esempio, Italy&Europe Pass, Travel Pass, Roma Stopover e Discover Italy.