Amor, lo street food di Gruppo Alajmo punta a 20 aperture in tre anni

1809b274-5cdc-47d3-95fd-c90eaab97a5c

Può la qualità dell’alta ristorazione sposarsi con l’accessibilità dello street food? Sì, secondo i fratelli Alajmo, che in collaborazione con F Retail e Areas – Mychef hanno avviato il progetto Amor. Una piattaforma destinata a generare proposte in diverse categorie di prodotto, accomunate dal know-how gastronomico del gruppo, ma anche da velocità e riconoscibilità. Il primo esempio si è avuto al recente Salone del Mobile di Milano, dove ha debuttato **Amor Hot Dog**, che mira a rileggere un’icona dello street food attraverso ingredienti selezionati, filiere controllate e ricette d’autore. L’iniziativa vuole essere tutt’altro che episodica, perché il piano di sviluppo messo nero su bianco prevede 20 aperture nei prossimi tre anni, con una focalizzazione su contesti ad alta frequentazione come aeroporti e stazioni.

Per replicare il format si punta sul travel retail

Un obiettivo che può sembrare ambizioso, ma che al tempo stesso testimonia la fiducia che i tre promotori nutrono nei confronti di questo modello, concepito per una crescita su larga scala, attraverso partnership e formule di affiliazione.

Quote

Lo sviluppo si concentrerà sulle principali città italiane e sul canale travel retail, che negli ultimi anni ha beneficiato di investimenti significativi per l’evoluzione dell’esperienza dei viaggiatori, sempre più orientati verso proposte di qualità e format premium anche nei contesti di viaggio. Si tratta di un canale strategico non solo per la crescita in Italia, ma anche per l’espansione internazionale del brand.

Mario Esposito, fondatore di F Retail

La proposta gastronomica è stata concepita all’interno di Amor Lab presso H-Farm, centro di ricerca e sviluppo dove il Gruppo Alajmo afferma di lavorare su nuovi linguaggi contemporanei del cibo. Il principio alla base è “street food done good”, ovvero prodotti semplici, ottimizzati per l’operatività, ma costruiti con rigore, qualità della materia prima e coerenza di esecuzione.

Quote

Abbiamo lavorato per costruire un modello che fosse semplice da comprendere per il cliente e allo stesso tempo solido dal punto di vista operativo e imprenditoriale. Amor è un format pop pensato per crescere

Raffaele Alajmo, Ceo e maître des lieux del Gruppo Alajmo

Il design è firmato Philippe Starck

L’anteprima in occasione del Salone del Mobile ha dato modo di conoscere il concept gastronomico di Amor, ma non tutto il progetto è stato svelato nei dettagli. Per avere una visione completa bisognerà attendere le prossime aperture. E l’attesa riguarda in particolare aspetti come la direzione artistica e il design, firmati da una celebrità internazionale del settore: Philippe Starck.

Quote

In un mondo in cui abbiamo sempre meno tempo, l'intelligenza si ferma spesso alla porta del ristorante. È un peccato, perché il cibo è prima di tutto carburante per la mente. La posta in gioco è alta e con Amor i fratelli Alajmo, con la loro intelligenza ed eleganza, risolvono questo paradosso per noi.

Philippe Starck

Il progetto Amor ha un indubbio valore per Massimiliano Alajmo, il più giovane chef nella storia ad aver ricevuto le tre stelle Michelin, e il fratello Raffaele, Ceo e maître des lieux del Gruppo Alajmo, a cui fanno capo 15 locali tra Padova, Venezia, Treviso (H-Farm), Cortina, Parigi, Marrakech, Tamuda Bay e a bordo delle navi Crystal Cruises. L’intento è creare un sistema aperto e al tempo stesso replicabile. Un modello che unisca forza del brand e qualità gastronomica, mostrandosi capace di vincere la sfida della sostenibilità economica.