

ALI WORLD

LE MAGAZINE DU GROUPE ALI

Numéro 1 | Novembre 2012

THE TORCH

Un édifice en forme de torche olympique
illumine la capitale du Qatar

GROS PLAN

ALI RÉCEPTION 2011

Un tour du monde des saveurs les plus raffinées

Les toutes dernières tendances dans le

DESIGN DES CUISINES

La vision de Derek Horn

L'art du faire du bon pain

PAVAILLER

ALI COMENDA

La marque amie de l'environnement

La démarche HQE®

Entretien avec Gilles Chevailler, Président FCSI France

ROSINOX

La maîtrise de l'innovation

ÉCONOMIES D'ÉNERGIE :

comment réduire la consommation d'énergie



Chères lectrices, chers lecteurs,

Je suis très heureuse de vous présenter le magazine du Groupe Ali, consacré au monde de l’hôtellerie et de la restauration professionnelle.

Nous nous sommes lancés dans cette initiative avec beaucoup de passion. Comme tout premier numéro, il s’agit d’un projet pilote que nous entendons perfectionner grâce à vos suggestions. Je m’exprime au pluriel parce qu’ici, à Milan, nous avons tous contribué à l’élaboration de ce premier numéro.

Je tiens à remercier, tout particulièrement, notre Président, Luciano Berti, la véritable âme d’*AliWorld*, qui a suivi sans relâche chaque étape du processus de réalisation.

Je suis également très reconnaissante envers tous mes collègues, aux quatre coins du monde, pour leur aide précieuse. Leurs conseils, informations et explications ont grandement facilité mon travail.

Toute idée pour rendre *AliWorld* plus riche et plus proche de vos attentes sera la bienvenue. Pour cela, vous pouvez me contacter à cette adresse : elena.faccio@aligroup.it

AliWorld est disponible en version papier et numérique. Pour le recevoir il suffit de m’adresser un courriel en indiquant votre préférence.

J’espère que ce magazine deviendra un support toujours plus utile au développement de votre activité professionnelle.

Bonne lecture !

Elena Faccio
Directrice de la communication du Groupe Ali

SOMMAIRE

Éditorial

2 LA FORCE D’UN GROUPE INTERNATIONAL

La vision de **Luciano Berti**, Président du Groupe Ali

Gros Plan

4 L’HÔTEL TORCH DE DOHA

L’hôtellerie de luxe entre dans une nouvelle ère

People

8 RÉCEPTION ALI EN 2011

Ali a organisé une soirée événementielle en l’honneur de ses clients et des sociétés de son Groupe dans le monde

Tendances

12 L’ART DU DESIGN DANS LA CUISINE

Entretien avec l’architecte Derek Horn

Focus sur : **Alicontract**

18 OFFRIR DU BON PAIN CONTRIBUE AU SUCCÈS D’UN REPAS

Entretien avec Ludovic Kientz, chef du restaurant *Au Crocodile* de Strasbourg

Focus sur : **Pavailler**

24 LA DÉMARCHE HQE® EN RESTAURATION

Entretien avec Gilles Chevalier, Président FCSI France

Histoires de Réussite

28 COMENDA, LA MARQUE AMIE DE L’ENVIRONNEMENT

32 LA NOUVELLE CUISINE SCANDINAVE AVEC UNE TOUCHE AMÉRICAINE

Le chef étoilé, Derrick Styczek, partage avec nous son point de vue sur la cuisine norvégienne

Focus sur : **Rosinox**

38 GROM ET CARPIGIANI

Les meilleurs glaces artisanales du monde !

Focus sur : **Carpigiani**

Innovation

44 PLANIFIER L’AVENIR

Technologie et écologie unies, main dans la main

Focus sur : **les nouveautés dans le monde Ali**



LA FORCE D'UN GROUPE INTERNATIONAL

C'est avec grand plaisir que nous inaugurons le premier numéro du magazine *AliWorld*. Il s'agit d'un magazine dont l'objectif est de partager, avec vous, non seulement les dernières nouveautés présentées par nos marques, mais aussi des histoires de réussite et toutes les tendances qui peuvent inspirer et stimuler le marché.

Notre Groupe, qui emploie **7000 salariés dans 23 pays**, est une réalité internationale dans laquelle **le dialogue et les échanges d'idées** sont fondamentaux pour continuer de croître, ensemble.

Notre philosophie se fonde sur l'écoute, aussi bien celle du marché que celle de nos collaborateurs ou des chefs et des bureaux d'études. C'est de cette façon que peuvent naître de nouvelles idées et des produits d'avant-garde. Nous avons toujours plus misé sur l'indépendance et l'esprit d'entreprise de chaque marque, encourageant, de cette manière, les libres initiatives de nos managers. En laissant place à une large autonomie de décision, nous avons pu favoriser le développement dans un **esprit d'entreprise multiculturel**. Cette liberté d'initiative a systématiquement été soutenue par un contrôle de gestion très rigoureux, affiné au fil du temps, afin de fournir des données précises et fiables sur l'évolution de notre secteur. Ces chiffres représentent une plate-forme indispensable pour comprendre le marché et donc orienter les choix et les décisions stratégiques dans la bonne direction.

« C'est cette liberté de pensée et d'action qui a permis au Groupe Ali de progresser de manière constante, au fil des ans »

Actuellement, notre Groupe comprend **48 sites de production et 67 marques** qui opèrent dans quasiment tous les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration professionnelle.

De la cuisson à la panification, en passant par la pâtisserie, la fabrication des glaces, la préparation et la distribution de repas et le lavage de la vaisselle.

Dès ses premiers pas, le Groupe a œuvré en faveur d'une collaboration fructueuse entre ses sociétés. Nous avons toujours misé sur le partage des projets et des cas exemplaires de bonnes pratiques. Faire partie du Groupe Ali, c'est une garantie de **solidité financière** et **d'amples compétences** dans tous les secteurs du marché. C'est également obtenir la possibilité d'échanger des savoir-faire, de développer des synergies et d'investir, avec passion, dans l'innovation. Il s'agit là d'atouts précieux pour nos marques et pour nos clients qui bénéficient directement de ce partage d'idées et d'expériences.

« *AliWorld* a l'ambition de devenir un véritable laboratoire d'idées, interactif, pour promouvoir et développer la culture du *Foodservice*. Nous serons heureux d'accueillir vos commentaires et de mettre en valeur vos histoires de réussite »



Depuis ces trois dernières années, nous devons faire face à une crise jugée par tous les experts comme la plus grave depuis la Seconde Guerre mondiale. Mais je suis fier de pouvoir dire que le Groupe Ali est solide. Dans un monde où toutes les économies sont reliées entre elles, notre objectif est de faire d'Ali un Groupe encore plus international. C'est d'ailleurs la réalité à laquelle toutes les entreprises qui visent des objectifs ambitieux doivent se confronter. Comme tout changement important, cela comporte des risques et d'indéniables difficultés mais c'est aussi une grande opportunité de renforcement et de développement.

Nous investissons de plus en plus dans la recherche pour **l'économie d'énergie** et **l'efficacité des produits**. C'est un devoir si l'on veut respecter l'environnement et offrir au marché des produits haut de gamme, réellement en mesure d'apporter une valeur ajoutée à nos clients et de nous rendre toujours plus compétitifs. Nous estimons qu'il est tout aussi indispensable de bien cerner l'évolution des styles de vie et de savoir l'anticiper. La consommation de repas hors domicile est un phénomène en progression constante, tout comme l'attention prêtée à une alimentation saine et de bonne qualité. Seule une analyse permanente et approfondie de ces évolutions nous consent de produire des équipements innovants, aptes à répondre aux tendances du marché et aux nouveaux modes de consommation.

Je tiens à remercier tous nos clients pour la confiance qu'ils nous accordent ainsi que nos fournisseurs pour leur apport irremplaçable. Je tiens aussi à remercier toutes celles et ceux qui travaillent au sein du Groupe Ali pour leur détermination, sans faille, dans la recherche de l'excellence.

Grace aux idées suggérées tant par le marché que par nos clients, grâce aussi à l'engagement indéfectible en faveur de l'innovation, dont font preuve tous nos collaborateurs, nos marques sont en constante progression. Elles sont, aujourd'hui, en mesure de satisfaire au mieux les exigences de l'hôtellerie et de la restauration professionnelle, aux quatre coins de la planète. Mais je souhaite que nous allions encore plus loin. En ce sens, *AliWorld* entend devenir un véritable laboratoire d'idées, interactif, pour promouvoir et développer la culture du secteur. Nous serons heureux d'accueillir vos commentaires et de mettre en valeur vos histoires de réussite, pour rendre notre magazine toujours plus proche de vos attentes et de vos intérêts.

Bonne lecture !

Luciano Berti



Entretien avec l'architecte Karim Azzabi, expert en design d'intérieur et auteur du projet *The Torch* à Doha

L'HÔTEL TORCH DE DOHA

L'HÔTELLERIE DE LUXE ENTRE DANS UNE NOUVELLE ÈRE

The Torch est l'édifice le plus élevé du Qatar.

Construit pour les Jeux Asiatiques de 2006, il symbolise une main brandissant une torche olympique.

The *Torch* édifice culminant à 300 mètres de hauteur, avec une vue imprenable sur Doha, est une tour de verre unique en son genre, qui abrite un **hôtel cinq étoiles, sublime**. En l'espace de quelques mois, il est d'ailleurs devenu un lieu de référence pour les voyageurs les plus exigeants, les passionnés de sport, les hommes d'affaires ou les *globetrotters*, soucieux de leur santé et de leur apparence physique.

Conçue selon les standards internationaux les plus sophistiqués, avec des équipements sportifs d'avant-garde et des espaces entièrement consacrés au bien-être et aux loisirs, cette tour est érigée au centre de l'*Aspire Zone*, le village sportif, de Doha, créée pour satisfaire toutes les attentes des athlètes et, de manière plus générale, celles des amateurs de sport provenant du monde entier.

Achévé en 2006, à l'occasion des Jeux Asiatiques, *The Torch* est un magnifique exemple d'architecture contemporaine qui met en valeur aussi bien l'ingénierie que la créativité humaines. L'hôtel, inauguré en octobre 2011, compte désormais parmi les grands symboles internationaux du luxe et du bien-être.

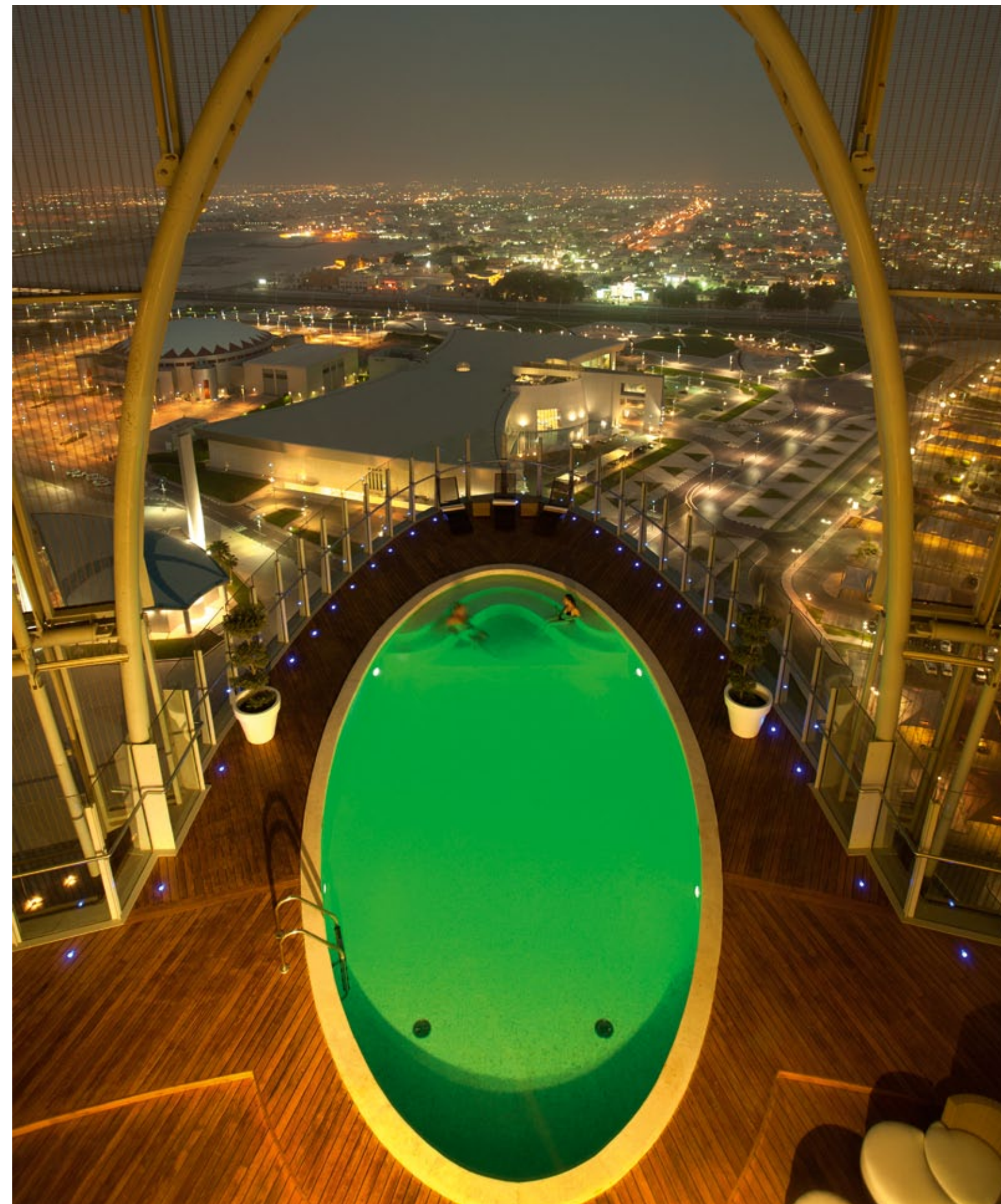
Le **Groupe Ali** a eu le privilège de participer à ce projet, particulièrement ambitieux, en créant les principales cuisines de l'hôtel, avec la collaboration de la société Besix, un des plus grands acteurs internationaux en matière de construction d'édifices et d'infrastructures.

Il a fallu des mois de travail pour créer trois cuisines entièrement équipées qui permettent de servir jusqu'à **800 couverts** par jour et donnent aux chefs la possibilité de réaliser des plats issus des grandes traditions culinaires ou des tendances internationales telle que la cuisine fusion asiatique.

Situé sur un axe stratégique, l'hôtel est à 30 minutes de l'aéroport international du Qatar et à 20 minutes du centre de la ville. Il est relié par une passerelle à Villaggio, le plus grand centre commercial de Doha, fourmillant de vie, riche en magasins et restaurants. Autre avantage précieux : les splendides plages, qui s'étendent du nord au sud de la ville, sont à moins d'une heure, en voiture.

Il ne vous reste plus qu'à préparer votre voyage pour découvrir cette nouvelle frontière du luxe et du bien-être.

« *The Torch*, c'est une expérience du luxe unique, à savourer au moins une fois dans sa vie. Tout ce que nous offrons vise à transformer le séjour de nos hôtes en une parenthèse magique, un moment inoubliable »



Suspendue à 80 mètres de hauteur, la piscine de l'hôtel *The Torch* offre une vue imprenable sur la ville de Doha.

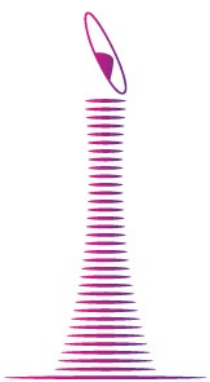
L’AUTEUR DU PROJET EST UN ARCHITECTE ITALO-LIBYEN, KARIM AZZABI, QUI A SU UNIR, AVEC HARMONIE ET RAFFINEMENT, LES ASPECTS LES PLUS CARACTÉRISTIQUES DU DESIGN ITALIEN À L’ART ET LA CULTURE ARABE.

ALIWORLD A EU LE PLAISIR DE LE RENCONTRER POUR VOUS FAIRE PARTAGER SA VISION.

L’inauguration de *The Torch* est assez récente mais ce lieu a déjà su imposer toute sa force symbolique... Effectivement et je m’en réjouis! Je pense que l’architecture même de cette tour qui reproduit la forme d’une torche olympique lui donne immédiatement une valeur symbolique. C’est l’emblème de relations fraternelles entre le Moyen-Orient et l’Occident, unis au nom du sport et du partage de valeurs communes.

Quel sont les éléments qui ont inspiré votre projet ? J’ai voulu donné vie à un lieu unique, capable de susciter **un effet de surprise dans toutes ses ambiances**. Des suites au Spa, en passant par la piscine suspendue et le restaurant tournant. Chaque espace est différent, tant dans le choix des détails des décorations qu’au niveau l’impact visuel général. Mais, en même temps, il y a une continuité dans le style et l’esprit du projet.

Est-il vrai que l’on peut personnaliser les chambres? Tout à fait, j’ai voulu concevoir un hôtel à la fois très agréable et très élégant et je souhaitais aussi **stimuler l’interaction** avec les hôtes. Les technologies les plus avancées m’ont permis de réaliser ce projet. L’hôtel est donc en mesure d’offrir à tout client la possibilité de personnaliser sa chambre, ou sa suite, en fonction de ses goûts. Chaque chambre est **une scène**



que vous pouvez façonner au gré de vos désirs. Il est ainsi possible de modifier l’intensité et la couleur des lumières, de transformer les décors des murs, de choisir la musique et les parfums d’ambiance, en fonction de ses humeurs. Cela donne une sensation d’espaces plus accueillants, plus intimes.

Comment avez-vous choisi les matériaux et les décors ? J’ai opté pour des matériaux traditionnels précieux, comme le marbre, le cuir et des bois très recherchés qui pouvaient parfaitement cohabiter avec des matériaux de nouvelle génération, tels que le Corian, l’acier et d’autres métaux. Ce mélange offre une harmonie très subtile et donne vie à un lieu dans lequel le **dynamisme de l’innovation** et l’**aspect rassurant de la tradition** forment un ensemble équilibré, dans une atmosphère de grande sérénité. De nombreux décors sont d’inspiration orientale, je pense notamment à la calligraphie arabe, le long du mur du hall d’entrée, choisie pour rendre hommage au sport et aux potentialités extraordinaires du corps humain.

Quelle est la capacité d’accueil de cet hôtel ? *The Torch* dispose de 167 chambres et suites de luxe, de trois restaurants et de plusieurs salles pour des rencontres d’affaires et des congrès. On y trouve une grande variété de structures consacrées aux loisirs et à la détente, dont un club de remise en forme, sur quatre niveaux, et une piscine spectaculaire, suspendue à 80 mètres de hauteur, en surplomb de l’*Aspire Zone*. Mais ce qui caractérise par-dessus tout cet hôtel, ce sont les technologies d’avant-garde, comme l’utilisation de l’*i-Pad* pour tous les services en chambre ou dans d’autres lieux de l’établissement. Les hôtes peuvent donc, en un seul geste, commander un repas, réserver une table au restaurant, ou encore, prendre un rendez-vous au Spa.



Le système de lumières dans les chambres donne la possibilité aux hôtes de choisir entre douze couleurs différentes pour créer leur propre ambiance.



L’élégant restaurant Panorama, situé à 200 mètres de hauteur, avec vue sur l’Aspire Zone, et les chefs au travail dans la cuisine du Three Sixty.

« Le groupe Ali a créé les principales cuisines de l’hôtel Torch. Ultra modernes, elles sont équipées pour permettre aux chefs de réaliser des plats issus de toutes les traditions culinaires, jusqu’à 800 couverts par jour »

LES RESTAURANTS ET LE LOUNGE BAR-RESTAURANT

L’hôtel Torch possède tous les équipements nécessaires pour offrir l’excellence de la cuisine internationale. La créativité des chefs fait vivre une expérience inoubliable dans le monde des saveurs. Dans le respect de la culture islamique, l’hôtel ne sert pas de boissons alcoolisées.

FLYING CARPET

C’est un espace particulièrement agréable à vivre le temps d’un snack ou d’un repas, à tout moment de la journée. Ici, on goûte à l’art culinaire asiatique, arabe et international, dans un climat d’échanges chaleureux entre chefs, serveurs et hôtes, grâce à la cuisine ouverte.

THREE SIXTY

C’est un restaurant tournant, situé au quarantième étage, avec une vue à vous couper le souffle sur la ville de Doha. Ici, honneur à la cuisine internationale avec de délicates touches méditerranéennes ...

PANORAMA

Au cinquantième étage, on part à la découverte de toute la richesse des plats Fusion asiatiques.

KUFIC

Ce lounge bar au design ultra moderne, baigné de lumière naturelle, plonge les hôtes dans une atmosphère de détente, loin du chaos de la ville. C’est l’endroit idéal pour un repas d’affaires ou une réception.

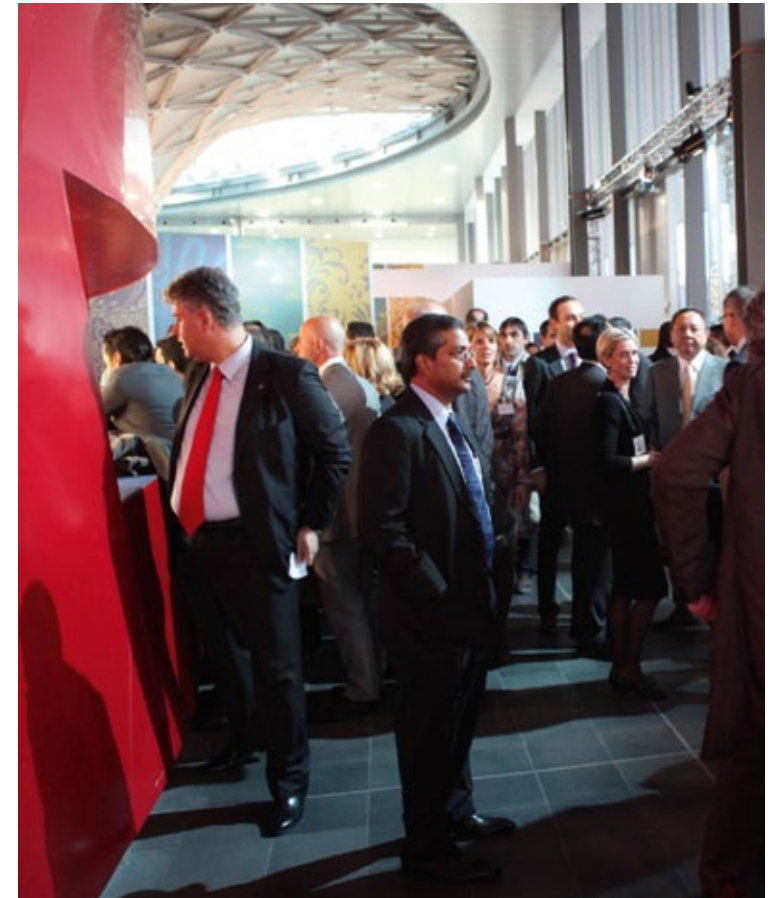


Tout est prêt pour recevoir les hôtes.

L'espace conçu par l'architecte italien Massimiliano Fuksas, un des plus suggestifs du Salon Host, a rendu la soirée encore plus spectaculaire.



Les hôtes, radieuses, accueillent les invités.



KITCHENS
AROUND
THE WORLD

RÉCEPTION ALI EN 2011

Ali a organisé une soirée événementielle « Fusions de saveurs » , au salon Host de Milan, en l'honneur de ses clients et des sociétés de son Groupe dans le monde.

Avec la participation de 33 de ses 67 marques, le Groupe Ali a eu l'honneur d'être, une fois encore, l'un des acteurs principaux d'**Host**. Ce **salon international**, dédié à l'hôtellerie et à la restauration professionnelle, est le plus important du secteur. A cette occasion, le Groupe a réitéré son engagement en faveur de la qualité, de l'innovation et de l'assistance aux clients, aux quatre coins de la planète.

Pour souligner le rayonnement international de ses entreprises, Ali a souhaité rendre hommage aux plus grandes traditions

culinaires, à travers une soirée « **Cuisines autour du monde** ». Et c'est au brillant architecte **Karim Azzabi**, que l'on doit la création d'un stand très coloré, représentant les continents et les cultures dans lesquels les projets les plus significatifs du Groupe ont pris racine.

Dans une ambiance aussi décontractée que bouillonnante d'énergies, notamment grâce au pianiste **Marco Detto** et à son groupe de jazz, les rencontres entre amis de longue date et nouveaux clients ont permis de jeter les bases de futurs projets de partenariat.



Amis de longue date et nouveaux clients se rencontrent dans un esprit convivial, l'esprit Ali.



La finger food, avec ses farandoles de bouchées salées et sucrées, se révèle particulièrement invitante.

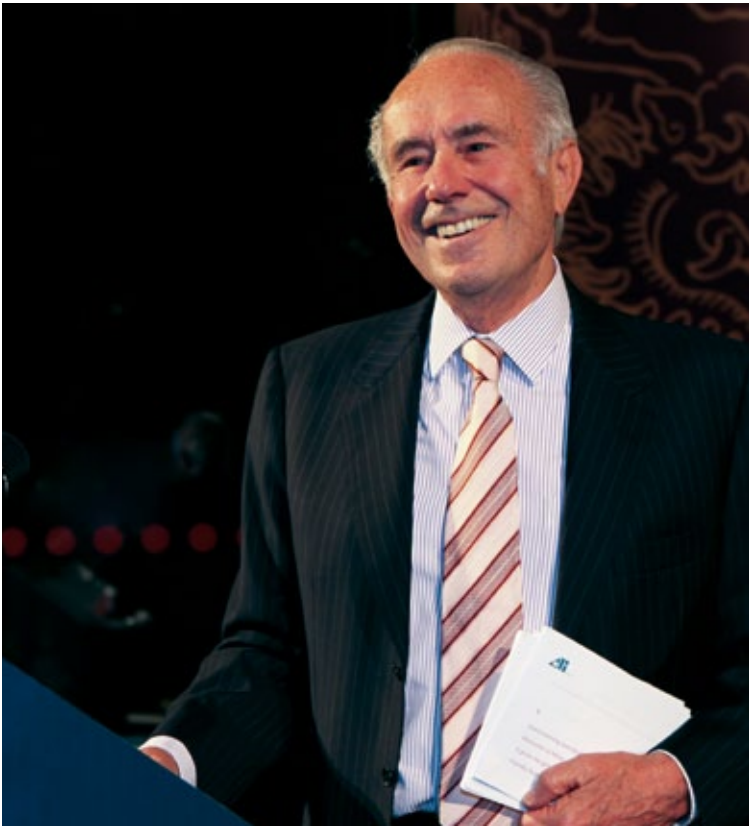
Pour valoriser l'esprit multiculturel du Groupe Ali, les chefs avaient mis tout leur talent au service de spécialités provenant de l'**Amérique**, de l'**Asie**, du **Pacifique**, de l'**Afrique**, du **Moyen-Orient** et de l'**Europe**. Quatre élégants parcours gastronomiques ont ainsi donné aux convives l'opportunité de faire un véritable tour du monde des saveurs. Des plats salés aux desserts, tout était à l'enseigne du goût le plus raffiné.

Mais si les saveurs et parfums du monde ont été hissés au rang de vedettes, les véritables stars de cette soirée inoubliable, furent, incontestablement, les clients, les consultants, les directeurs et managers, sans oublier toutes les personnes qui participent, jour après jour, à la réussite du Groupe Ali, grâce à leur engagement et à la passion pour leur travail. La multitude des talents, l'esprit d'autonomie propre à chaque entreprise, représentent des facteurs déterminants pour maintenir le Groupe Ali en excellente santé et lui permettre



Massimo Giussani s'entretient avec les convives dans un climat de grande cordialité.

« Les véritables stars de cette soirée inoubliable, ce furent les clients, les consultants, les directeurs et managers, sans oublier les personnes qui, jour après jour, participent à la réussite du Groupe Ali dans le monde, grâce à leur engagement et à la passion pour leur travail »



Dans son discours, Luciano Berti, très souriant, remercie les clients et toutes les personnes qui travaillent dans le Groupe Ali, en leur souhaitant un avenir prometteur.



Plus de 800 invités ont apprécié la soirée.

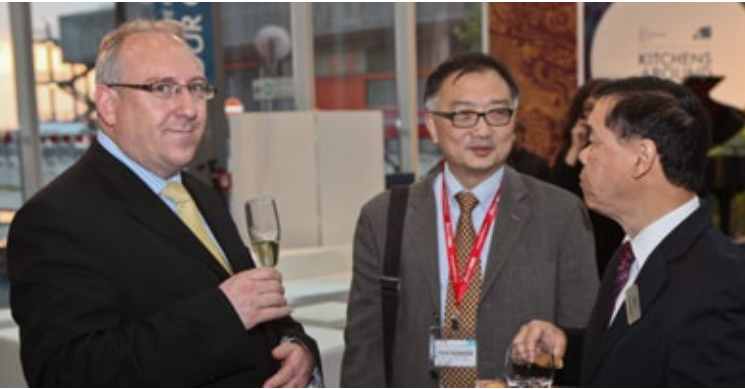
de poursuivre son développement, malgré un contexte économique incertain.

Le Président et fondateur du Groupe Ali, **Luciano Berti** et le directeur exécutif, **Massimo Giussani**, ont fait les honneurs de la maison en saluant très amicalement les quelque 800 convives, présents à cette soirée. Une soirée durant laquelle ils ont pu apprécier, dans les moindres détails, les valeurs qui font la force du Groupe Ali : esprit d'équipe, design d'avant-garde, savoir-faire et innovation.

Dans son discours, très enthousiaste, Luciano Berti a renouvelé ses remerciements aux clients pour la confiance qu'ils accordent au Groupe. Il a également loué les mérites des managers, des ingénieurs et des techniciens, dont l'implication et la créativité président aux produits de demain. Enfin, **il a souhaité à tous le meilleur pour l'avenir.**



Andrew Shearing, Neil Richards et Tim Tindle.



Tim Smith en compagnie de Alexis Suen et Richard Wong.



Vue suggestive de l'édifice qui abrite le Salon Host, à Milan.



Une soirée colorée de jazz avec le pianiste Marco Detto et la chanteuse Annalisa Zanolini.



Entretien avec le consultant Derek Horn

L'ART DU DESIGN DANS LA CUISINE

AliWorld a eu le plaisir de rencontrer Derek Horn, de la Société Sefton-HornWinch SHW-CKRC. Il est un des plus grands experts internationaux du design des cuisines. Nous nous sommes entretenus avec lui sur les nouvelles tendances, l'environnement énergétique, les cuisiniers, l'innovation, sans oublier le fabuleux monde de la nourriture.

Quelles sont les principales tendances de la restauration et de l'hôtellerie ?

Les groupes internationaux se propulsent aux quatre coins de la planète et ils introduisent toutes sortes de variétés culinaires du monde entier. Dans les hôtels, par exemple, d'innombrables petits restaurants très spécialisés ont vu le jour, offrant le meilleur de la cuisine internationale tout en l'enrichissant des saveurs et des goûts locaux.

Grâce aux normes établies par **Ferran Adrià** et **Heston Blumenthal**, nous avons réalisé que les restaurants les plus prestigieux en Europe et en Amérique sont de plus en plus créatifs. Même l'Asie, qui dispose d'une grande variété de styles culinaires, expérimente de nouvelles méthodes pour valoriser ses plats nationaux. Sans oublier la tradition culinaire du Moyen



La fusion du design de la cuisine avec les meubles et l'éclairage des salles de restaurant exalte le moment vécu par les clients. Bar Boulud, Mandarin Oriental Hyde Park Hôtel, Londres.

Orient, qui est en plein essor et bien mieux perçue, en Europe comme aux États-Unis.

Cependant, la vraie tendance qui entraîne un changement radical des cuisines et de mon travail, c'est l'accent mis sur **l'économie de l'énergie** et les questions environnementales. Beaucoup d'efforts sont déployés pour une majeure efficacité des équipements et les plans d'induction sont désormais à l'ordre du jour. Tout cela a un impact considérable sur l'esthétique et la conception des cuisines.

Quelle est l'importance de l'efficacité énergétique pour un projet ?

Elle est devenue la raison déterminante pour rénover une cuisine et l'un des principaux facteurs pour la réalisation d'un nouveau projet. Ces derniers temps, la nécessité de « penser vert » a connu une croissance exponentielle, au point que notre bureau d'études a créé une équipe qui se consacre uniquement à ce thème. A l'heure actuelle, nous travaillons sur deux projets visant à la

restructuration de cuisines industrielles déjà existantes. Grâce à la réduction de la consommation énergétique, en changeant les cuisinières, les fours et la ventilation, l'amortissement de l'investissement initial se fait en moins de six ans.

« La vraie tendance qui entraîne un changement radical des cuisines et de mon travail, c'est l'accent mis sur l'économie de l'énergie et les questions environnementales »

Quelles sont les règles d'or à respecter lors de la conception d'une cuisine ?

Il est impératif que le projet reflète un écoulement correct de l'aire de stockage aux plans de travail et que le chef dispose de tout ce dont il a besoin pour accomplir ses tâches rapidement et sans trop de mouvements. La **lumière naturelle** est aussi un élément important pour le bien-être de la brigade, et il est primordial que l'agencement de la cuisine soit flexible pour répondre à la méthode et au style propre à chaque chef.

Souvent les consultants négligent un aspect fondamental : **la propreté**. Quand on conçoit le projet d'une cuisine, il ne faut pas oublier de prévoir des sabots parfaitement étanches, des tables à roulettes et des meubles suspendus afin d'avoir facilement accès aux espaces sous l'évier et au plan de travail. À 23 heures, lorsque le dernier plat a été servi, tous les chefs détestent l'heure suivante car il faut se consacrer au nettoyage des sols et du poste de travail, avant de rentrer chez soi. Un bon design du point de vue hygiénique permet d'économiser sur le temps de nettoyage.



Mandarin Oriental Hyde Park Hôtel, Londres.



La vitrine de vin du Bar Boulud, Mandarin Oriental Hyde Park Hôtel, Londres.

En outre, la tendance aux cuisines ouvertes lance un nouveau défi. Pour divertir et faire participer les clients, il faut ajouter une pointe d'esthétique et de design. Quand on nous demande une touche de **magie visuelle**, pour nous c'est passionnant et en général, nous obtenons d'excellents résultats.

**Quel est le rôle du partenaire dans le choix des équipements ?
Quelles sont les qualités requises ?**

Un bon partenaire doit être en mesure de créer tout type de cuisine, ce qui est fondamental pour la réussite du projet. Pour les entreprises qui signent des contrats afférents au *foodservice*, nous leur demandons d'avoir une bonne connaissance des produits et des besoins des chefs, nous exigeons aussi des compétences en gestion et un contrôle absolu du projet dont elles seront responsables.

Une bonne communication avec le constructeur, et les divers acteurs du projet, ainsi que la capacité de résoudre les problèmes et même de les transformer en opportunités, sont des atouts

« Un bon partenaire dans le domaine du *foodservice* doit être en mesure de créer tout type de cuisine, ce qui est fondamental pour la réussite du projet »

indispensables. Une fois le projet exécuté, il est nécessaire de garantir des cours de formation et une bonne assistance technique pour l'entretien et les réparations. Enfin, nous recommandons des visites fréquentes après la mise en fonction de la cuisine, en particulier durant le onzième mois, pour passer en revue les **équipements** et résoudre tout problème avant l'expiration des douze mois de garantie.

Quel est le secret pour répondre tant aux besoins fonctionnels qu'aux exigences du design ?

En ce qui nous concerne, nous sommes habitués à travailler avec un architecte d'intérieur qui est notre point de référence pour tous les projets de cuisines ouvertes. La moitié de notre travail concerne les **cuisines-théâtre** et les **vitrites de vins**. Pour préserver l'ambiance conçue par l'architecte d'intérieur, il faut s'immerger dans le décor et l'éclairage de la salle du restaurant et créer une véritable scène de théâtre. Beaucoup d'entre nous ont un passé d'architecte et de décorateur d'intérieur, donc cela nous passionne de pouvoir intégrer ces éléments. Choisir les bons matériaux en termes d'hygiène et savoir y adapter le style de mobilier adéquat est un art dont nous sommes fiers.

Pour quel chef célèbre, du passé ou du présent, aimeriez-vous créer une cuisine ?

Ce serait pour moi un grand et beau défi de travailler pour **Tetsuya Wakuda** et **Thomas Keller**. La cuisine de Tetsuya est *fusion* et c'est à mon avis l'équivalent japonais de Ferran Adrià. Il utilise les mêmes ingrédients simples de la cuisine traditionnelle, tout en créant quelque chose de totalement nouveau. L'intuition est fondamentale pour tous les grands chefs qui élèvent le concept de la nourriture à un autre niveau d'expérience. J'aimerais aussi travailler avec Thomas Keller qui possède un talent extraordinaire.

CONTACT

SeftonHornWinch Limited
The Stables
Home Farm Riverside - Eynsford Kent
DA4 0AE - UK

Téléphone: +44 (0)1322 420050 Fax: +44 (0)1322 420051
derekh@shw-ckrc.com www.shw-ckrc.com

UNE BONNE ALIMENTATION, CE N'EST JAMAIS UN HASARD...

Alicontract propose des solutions clefs en main de très haute qualité.

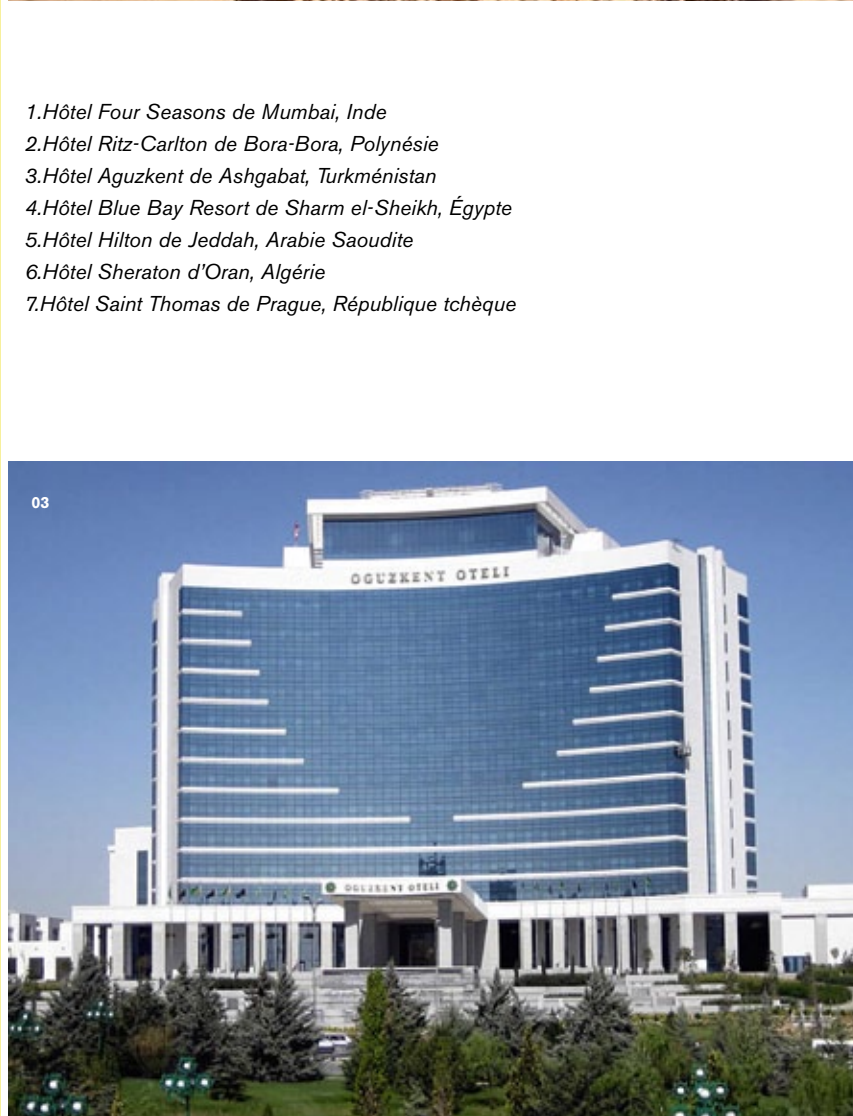
De la conception du projet à la réalisation d'une cuisine fonctionnelle, grâce à la fourniture et l'installation des équipements, la formation et le service après-vente.

Le travail du consultant est un métier qui n'a pas de frontières. Les architectes et les experts, qui connaissent bien les exigences d'une cuisine professionnelle, créent des projets sur mesure aux quatre coins du monde. Que ce soit une chaîne d'hôtels prestigieuse, un restaurant branché, un nouvel aéroport, une école ou un hôpital, les consultants doivent chaque fois choisir les équipements de cuisine les plus appropriés.

C'est dans ce contexte que la **société Alicontract** du Groupe Ali, **présente dans le monde entier**, déploie toutes ses capacités en offrant des solutions sur mesure, innovantes et efficaces. Le privilège d'appartenir à une entreprise comme Ali est de pouvoir choisir parmi 67 marques afin de garantir le produit qui correspond le mieux au projet et à l'organisation du travail.

Alicontract est en mesure de suivre toutes les phases du projet, y compris les plus complexes. Elle représente un point de référence unique pour le consultant et le client. C'est un avantage considérable pour les consultants, les distributeurs et les grandes chaînes hôtelières qui doivent garantir un service du plus haut niveau, dans tous les coins du monde. Ils ont également la garantie que la conception de la cuisine et des aires de service répondra parfaitement à leurs attentes.

Avec plus de 20 ans d'expérience dans les pays les plus lointains et variés, seule Alicontract est en mesure de proposer un service clefs en main, à l'échelle internationale, associant la culture du *design*, la compétence technique, la connaissance des lois et des réglementations locales à un grand *know-how* des produits. En outre, grâce à son vaste réseau de distributeurs, Alicontract assure à ses clients un service d'assistance après-



1. Hôtel Four Seasons de Mumbai, Inde
2. Hôtel Ritz-Carlton de Bora-Bora, Polynésie
3. Hôtel Aguzkent de Ashgabat, Turkménistan
4. Hôtel Blue Bay Resort de Sharm el-Sheikh, Égypte
5. Hôtel Hilton de Jeddah, Arabie Saoudite
6. Hôtel Sheraton d'Oran, Algérie
7. Hôtel Saint Thomas de Prague, République tchèque



vente efficace et capillaire. À tout moment, on peut compter sur des techniciens experts prêts à répondre à toutes les questions et fournir dans les délais les plus brefs des pièces détachées et une aide optimale pour les réparations.

« Avec plus de 20 ans d'expérience aux quatre coins du monde, seule Alicontract est en mesure d'offrir un service clefs en main à l'échelle internationale »

Alicontract est un partenaire fiable, doté de larges compétences pour répondre aux exigences les plus complexes du monde de l'hôtellerie et de la restauration collective. Parmi les projets les plus prestigieux, on peut mentionner l'Hôtel **Four Seasons** de Mumbai en Inde, l'Hôtel **Ritz-Carlton** de Bora-Bora en Polynésie, l'Hôtel **Aguzkent** de Ashgabat au Turkménistan, l'Hôtel **Blue Bay Resort** de Sharm el-Sheikh en Égypte, l'Hôtel **Hilton** de Jeddah en Arabie Saoudite, l'Hôtel **Sheraton** d'Oran en Algérie et l'Hôtel **Saint -Thomas** de Prague en République tchèque.

« C'est grâce à notre réseau consolidé que nous exerçons nos activités efficacement dans les pays du monde entier. Au fil des ans, nous avons démontré notre capacité à finaliser nos projets en temps voulu, dans les lignes budgétaires prévues, selon les consignes des designers et consultants, et en respectant les lois et réglementations locales » affirme le directeur général, **Ostilio Brandimarte**.

Qu'il s'agisse des plus célèbres hôtels à cinq étoiles, des aéroports, des restaurants d'entreprise, des hôpitaux, des écoles ou de l'organisation des repas dans les zones de guerre, Alicontract offre pour chaque projet **une solution sur mesure, des produits innovants et le meilleur service**. Quelle que soit la taille de la cuisine, Alicontract en prend un soin extrême comme s'il s'agissait d'une œuvre d'art.



www.alicontract.com





Entretien avec Ludovic Kientz

Ludovic Kientz

Chef exécutif du restaurant Au Crocodile de Strasbourg

« Offrir du bon pain contribue au succès d'un repas »

Originaire de Gambenheim, un petit village d'Alsace, Ludovic Kientz fait partie des jeunes étoiles montantes de la cuisine française. A 24 ans, il fait preuve d'une grande expérience en matière de création culinaire et son talent lui a déjà permis de décrocher une étoile au prestigieux guide Michelin.



Le restaurant **Au Crocodile** est une institution à Strasbourg ! Depuis des années, les clients viennent de génération en génération, mais aussi beaucoup de gourmets, d'hommes d'affaires, de touristes anglo-saxons et japonais fréquentent cet établissement à la recherche de sensations gustatives nouvelles. Le magazine *AliWorld* a demandé à ce jeune chef quelle était sa conception personnelle de la cuisine, la place du pain dans un repas et quels équipements de boulangerie étaient nécessaires pour fabriquer du bon pain.



Le Chef Ludovic Kientz et sa brigade interprètent au quotidien les spécialités alsaciennes et les produits du terroir.

Quel a été votre parcours professionnel jusqu'en 2012 ?

Apprenti à 15 ans, j'ai passé mon CAP de cuisine en 2005 tout en travaillant à l'hôtel-restaurant Oberlai de Kilstett (Bas-Rhin). J'ai réussi ensuite mon brevet professionnel et passé 4 ans et demi au Crocodile de Strasbourg avec le chef Emile Jung (2 étoiles Michelin) où je suis passé chef de partie puis chef exécutif en 2009. Chaque jour, je me remets en question et je dois m'imposer face à des cuisiniers de ma brigade qui ont parfois l'âge de mon père. La passion de la cuisine vient de ma grand-mère maternelle. J'adorais la regarder quand elle préparait ses petits plats.

Quelle est votre philosophie de la cuisine française ?

La cuisine française fait partie des meilleures du monde. Aujourd'hui, les chefs français à l'étranger sont de véritables ambassadeurs de la cuisine française haut-de-gamme. A mon niveau, je continue d'appliquer les conseils et recettes de **Phillipe Bohrer** et d'**Emile Jung** tout en apportant ma touche personnelle. La qualité d'une entrée, d'un plat ou d'un dessert est le fruit d'une alchimie complexe : des matières premières nobles et sélectionnées, de la méthode et une cuisson parfaite et précise. Mon objectif est de créer de l'émotion chez les clients. Je revisite les spécialités alsaciennes ou du terroir comme, par exemple, le cappuccino de choucroute. Venir au restaurant Au Crocodile, ce n'est pas juste venir manger, c'est découvrir des saveurs originales, se souvenir longtemps d'un plat ou d'un dessert, repartir avec une envie de revenir...

L'alliance du sucré-salé est de plus en plus tendance. Parmi mes dernières créations, l'escalope de foie de canard poêlée et pastèque rôtie aux arachides et sauce bigarade (caramel déglacé au vinaigre de vin rouge). Le mille-feuille d'œuf de poule bio à la truffe et crème de bergkåse (fromage blanc de montagne). Les jambonnettes de cuisses de grenouilles avec chlorophylle d'ortie et les raviolis maltasha al dente et esquimau à l'ail des ours font partie de mes nouvelles entrées tendance.

Quelle place donnez-vous au pain ?

Le pain a un rôle essentiel à jouer à table. **Il fait partie du succès d'un repas** et, tout **comme le vin**, il doit non seulement se marier facilement aux différents plats mais aussi les mettre en valeur et ne pas en éteindre les saveurs. Depuis une dizaine d'années, le restaurant Au Crocodile **propose différents pains spéciaux aux convives**. A l'apéritif, des pains dits « de couleur » coupés en petites tranches : à la tomate, au curry, au persil et à la betterave. Pour les entrées et les plats, des pains plus ou moins forts en goût, du pain au levain, du pain de seigle, des pains autrichiens (Bauernbrot), des pains allemands (Kastenbrot) et des mini baguettes fraîches, nature ou au pavot, offrant une belle mie alvéolée et une croûte bien cuite. Pour le fromage, des Sübrot, 4 petits pains frais et croustillants à la mie légère et parfumée, des petits pains aux figues, aux noix, aux lardons, etc. Parfois, une tranche de pain grillée fait partie de l'assiette comme dans le filet d'agneau aux tomates confites et aux olives, ou le carpaccio de tomates, le crémeux de chèvre frais et eau de tomates au basilic.

Quel est le secret pour fabriquer du bon pain ?
Même s’il y a d’excellents boulangers à Strasbourg, nous préférons fabriquer nos pains sur place, **pour en maximiser la fraîcheur** et répondre rapidement à la demande du service en salle. Ceux présentés à table doivent sortir du four et offrir immédiatement du croustillant et du craquant en bouche : l’odeur du pain chaud et une belle croûte sont des critères de qualité qui ouvrent l’appétit aux clients. La cuisson s’échelonne jusqu’à midi, quelques minutes avant le début du service. Une deuxième fournée est prévue jusqu’à 20 h pour les repas du soir. En tant que chef exécutif, je veille à la qualité des pains dont la fabrication est assurée par Martin Devier, chef de partie. Un véritable fournil est à sa disposition. Il possède ainsi tout le matériel nécessaire pour faire du bon pain au nombre desquels une **armoire de fermentation CFI** et un **four modulaire électrique à sole Pavailler 3 étages** (modèle Rubis Style). Ce dernier permet également de cuire doucement les fonds de tartes, les brioches et les pâtes feuilletées grâce au système de rayonnement au niveau de la sole et de la voûte.

CONTACT

Au Crocodile, 10 rue de l’Outre 67000 Strasbourg
Téléphone : +33 (0)3 88 32 13 02

www.au-crocodile.com

PHILIPPE BOHRER AUX COMMANDES DU CROCODILE

Depuis avril 2009, le célèbre restaurant situé au cœur de la Petite France à Strasbourg, a été racheté par Philippe Bohrer. En moins d’un an, le nouveau propriétaire et son chef Ludovic Kientz ont reçu leur première étoile. La cuisine reste un hommage à Emile Jung, l’ancien chef 2*, mais elle est revisitée avec la sensibilité du jeune chef de 24 ans. La carte a été revue avec des nouveautés différentes selon les saisons. En salle, la direction a remis le spectacle à l’honneur avec la découpe sous l’œil des clients. Hormis le crocodile, il y a la fameuse presse à canard en argent qui trône à l’entrée de l’établissement. Réhabilitée, elle sert à la théâtralité du lieu. Le canard rôti mi cuit est envoyé en salle, la poitrine est levée et la carcasse placée dans la presse avant de la faire fonctionner. Le sang récupéré sert à lier la sauce. Côté décoration, tous les salons privés offrent une ambiance feutrée et conviviale. Ils ont été rénovés par Marie-Laure Bohrer, l’épouse de Philippe. Professionnel alsacien reconnu, Philippe Bohrer a travaillé avec les plus grands cuisiniers tels que Paul Bocuse, Bernard Loiseau et Jacques Lameloise. Il a été le cuisinier privé de deux Présidents de la République Française, Valéry Giscard d’Estaing et François Mitterrand.

Aujourd’hui, il possède une dizaine de restaurants gastronomiques à travers toute l’Alsace mais également des hôtels et des discothèques. Plusieurs projets de développement sont en cours pour la fin de l’année.



Avant Ludovic Kientz, une dizaine de chefs se sont succédés sous le regard du crocodile ramené de la campagne d’Egypte en 1801.



Le chef Martin Devier fabrique les pains qui accompagneront un repas d’exception.

PAVAILLER
LE SPÉCIALISTE
DE LA CUISSON
DES PRODUITS
DE BOULANGERIE
PÂTISSERIE

Marque emblématique de la boulangerie-pâtisserie, **Pavailler** propose plusieurs gammes de fours selon les types de cuisson : fours à soles, à chariot, ventilés et modulaires. Le fabricant français est reconnu comme un spécialiste en matière de cuisson du pain et de ses dérivés (pâtisserie, viennoiserie, traiteur, cuisine)

Depuis **1946**, Pavailler conçoit, fabrique et distribue une gamme complète et homogène de fours destinés à la boulangerie-pâtisserie artisanale et aux points de vente qui utilisent des pâtes surgelées (crues ou précuites). Il fait partie du Groupe Ali depuis 2007. Les fours s’adressent également aux enseignes de la grande distribution, aux chaînes de franchise, ainsi qu’aux chefs de cuisine désireux de réaliser leur propre pain. Grâce à son savoir-faire et sa fiabilité, la marque a acquis une importante notoriété en France comme sur les marchés internationaux. Quel que soit le type de four, la marque se différencie à plusieurs niveaux : **qualité et régularité de la cuisson, fiabilité dans le temps, qualité des produits**, production et maîtrise de la buée parfaitement adaptée à chaque type de fabrication. Les fours Pavailler apportent également des solutions concrètes aux problématiques liées à l’économie d’énergie, au manque d’espace dans les fournils ou cuisines, aux flux de production ou bien à la nécessaire polyvalence du matériel. Spécialiste du four à recyclage « Cyclotherme » avec plus de 60 ans d’expérience, l’équipementier ne cesse de proposer des produits innovants et homologués afin de rester parmi les leaders de son marché. A Portes-les-Valence (Drôme), siège social de Pavailler, un **laboratoire de démonstration** de 150 m² et un auditorium permettent aux distributeurs de montrer à

POLYVALENCE ET EFFICACITÉ

Les fours Topaze et Rubis Style peuvent être combinés pour répondre à tous les besoins ou toutes les configurations.



1. Fours combinés Topaze et Rubis Style sur étuve
2. La plupart des fours Pavailler peuvent être équipés de deux types de commandes : électronique ou électromécanique (photo ci-dessous).





leurs clients le matériel, aux professionnels d'échanger et même de tester les équipements sur place. Une équipe commerciale et un bureau d'études composé d'ingénieurs se mobilisent en permanence pour répondre aux évolutions de la profession.

AU SERVICE DES CLIENTS

Toute l'année, Pavailler s'engage aux côtés de ses clients. Par le biais de son réseau d'une centaine de distributeurs indépendants en France, la marque propose et entretient une gamme d'équipements destinés à assurer une **meilleure rentabilité** et un **confort de travail accru**. Véritable partenaire, Pavailler conseille ses clients non seulement dans le choix et l'implantation du matériel, mais aussi dans l'utilisation et le service après-vente du four. L'objectif est de satisfaire la clientèle à long terme en lui proposant un service personnalisé, englobant bien évidemment l'équipement mais également son évolution et sa maintenance.

CHANGEMENT DE STYLE

2012 a vu le lancement officiel de la ligne « **Style** ». Présentée lors du salon Européen, cette offre améliorée concerne l'intégralité des fours à soles électriques Opale, des fours modulaires Rubis et des fours ventilés Topaze, sans oublier une partie de la gamme des fours à soles Cyclotherme. Reconnaisable à son **design épuré** et au logo rouge et blanc qui couronne l'habillage tout inox, elle a été élaborée pour mieux répondre aux attentes des professionnels. Derrière le mot « **Style** » se cache en effet une multitude d'évolutions techniques et de modifications liées à l'**hygiène**, à l'**économie d'énergie** et à l'**ergonomie**. L'identité visuelle des produits a également été harmonisée et modernisée. Sur les fours à soles Rubis et Topaze (fours ventilés à plaques ou à chariots), Pavailler est allé encore plus loin en matière d'intégration et de polyvalence. L'artisan peut combiner les modules de cuisson sur un même pan de mur sans que rien ne dépasse, ni en hauteur, ni en profondeur. Les équipements se nettoient facilement et dans un temps record. Autre atout de la gamme, la nouvelle commande Pro-Touch, disponible en option sur les fours ventilés Topaze Style. Elle permet de contrôler les temps et températures de cuisson, l'injection de buée, l'ouverture des ouras et les démarrages différés. La gestion électronique de l'énergie permet d'optimiser la précision de la cuisson et la consommation électrique.



Four ventilé TOPAZE STYLE

Un four polyvalent boulanger et pâtissier disponible en 40, 10 et 15 niveaux pour des supports de cuisson de 400x600 ou 400x800 mm.

FOUR MODULAIRE À SOLE RUBIS STYLE

Les fours de la gamme Rubis Style sont des fours électriques à sole prêts à brancher. Ils offrent qualité, régularité et précision de cuisson grâce à la **répartition homogène de la chaleur** dans la chambre de cuisson et au réglage séparé des températures en voûte et sole. De part leur flexibilité, les fours de la gamme Rubis Style peuvent être utilisés comme four principal ou d'appoint. De part, leur conception modulaire, ils peuvent se superposer afin d'augmenter la capacité totale de cuisson, en fonction de l'évolution des besoins de production. Ils peuvent recevoir des plaques pâtissières de format 400 x 600 et 460 x 660, mais la cuisson des produits peut aussi être réalisée directement sur la sole, la dalle étant de qualité alimentaire. Plusieurs modèles sont disponibles : R2 (2 plaques), R4 (4 plaques), R6 (6 plaques), et sont proposés avec ou sans générateur de buée afin de réaliser des cuissons mixtes (produit boulangers et pâtisseries) ou exclusivement pâtisseries.

FOUR VENTILÉ TOPAZE STYLE

Les fours Topaze Style sont des **fours ventilés électriques à glissières**. Equipés en standard d'un système d'injection de buée, ils permettent de cuire parfaitement vos produits boulangers ainsi que vos viennoiseries. L'excellent passage d'air entre les 4, 10 ou 15 niveaux permet à vos baguettes ou viennoiseries de se développer pleinement et de garantir une cuisson homogène dans toute la chambre de cuisson. Plusieurs modèles sont commercialisés permettant de cuire de 20 à plus de 75 baguettes sur des supports de 400x600 ou 400x800 mm. Tous les modèles, excepté le L15, peuvent être adaptés sur divers types de piétements (à glissières, à roulettes, étuves...), ou combinés avec des fours modulaires à soles Ruby Style pour plus de polyvalence.



08

1-6 Restaurant Au Crocodile (1 étoile Michelin). Le pain est cuit juste avant le service en salle.

7. Four ventilé Topaze Style 10 niveaux sur piétement à glissières

8. Four modulaire à soles Rubis Style de 3 étages, muni d'une étuve et d'un enfourneur intégré (en option).

Pavailler

www.pavailler.fr

PAVAILLER

BP 54, rue Benoît Frachon
26802 Portes-les-Valence
Téléphone : +33 (0)4 75 57 55 00



Entretien avec Gilles Chevalier, Président FCSI France

La démarche HQE® en restauration : DES AMBITIONS RÉALISTES

Le FCSI rassemble la fine fleur des professionnels de la cuisine autonome et centrale, en entreprise, en collectivité et en hôtellerie-restauration.

Le magazine AliWorld a rencontré Gilles Chevalier, Président FCSI France qui explique les dernières tendances du marché et notamment les évolutions en terme de développement durable.

Comment se porte le marché des bureaux d'études en France ?

Depuis 30 ans, la profession d'architecte s'est transformée de généraliste en spécialiste. Elle doit désormais compter sur des bureaux d'études techniques. Aujourd'hui, **les bureaux d'études techniques** reconnus ont du travail, malgré un contexte économique difficile et fragile. Les BET doivent s'insérer dans **des budgets de plus en plus réduits**.

Il faut aller chercher les affaires, même les plus petites. Certains secteurs sont plus porteurs que d'autres. Face à cette situation, certaines structures se réorganisent. Malgré tout, il existe toujours un fort potentiel de marché divisé en deux : **50 % public et 50 % privé**. On ressent également un léger ralentissement sur les investissements. Les projets de rénovation ou de renouvellement d'équipements sont reportés d'un ou deux ans.

Comment évolue le marché ?

Depuis 2009, on constate une modification du marché, surtout en ce qui concerne les grosses opérations de cuisines centrales hospitalières et municipales qui sont passées dans les mains d'entreprises générales du bâtiment.

Ces concours prennent la forme de conceptions-réalisations et coûtent cher en études, en frais et en temps (+1 an en moyenne). Les frais d'exploitation sont analysés au plus près, les coûts de fabrication également et les performances du matériel de production sont étudiées pour savoir si elles correspondent aux réels besoins. De plus, nous ne maîtrisons pas le rendu final qui est passé des mains de l'architecte à celles de l'entreprise générale.

Pour un bureau d'études, un gros projet est un pari sur l'avenir et le perdre a toujours des conséquences plus importantes que sur une petite opération. Les secteurs de la santé et des maisons de retraite connaissent un essor intéressant. Ce segment se caractérise par des petites opérations localisées en région. Elles se passent généralement dans de bonnes conditions car la communication est facile et directe.

Qu'est-ce qui a changé dans la construction des grandes cuisines ?

Hier, les installations étaient soumises aux évolutions des données techniques des équipements et à l'ergonomie du matériel. Aujourd'hui, les bureaux d'études doivent prendre en compte également les **contraintes et paramètres environnementaux**. Une prise de conscience générale liée au Grenelle de l'Environnement a débouché sur la démarche **HQE®** (Haute Qualité Environnementale). Quatorze cibles ont été définies pour aider les maîtres d'ouvrages à structurer leurs objectifs et particulièrement la maîtrise des impacts sur l'environnement extérieur et la création d'un environnement intérieur satisfaisant. Ces quatorze référentiels de la **QE** (Qualité Environnementale) s'appliquant à tous types de bâtiments neufs ou existants. **Eco-construction** (choix des procédés et produits de construction, etc.), **Eco-gestion** (énergie, eau, déchets d'activités, entretien et maintenance), **Confort** (hygrothermique, acoustique, visuel, olfactif), **Santé** (qualité sanitaire des espaces, de l'air et de l'eau). Bien que les locaux techniques comme les cuisines soient exclus de ce cadre, le HQE® en tant que démarche et cadre de travail est mis en œuvre dans de nombreuses cuisines.

Pouvez-vous citer un exemple d'exigence environnementale ?

Aujourd'hui, les bâtiments de restauration doivent prendre en compte la **valorisation des déchets**. Depuis quelques années, le tri des déchets est devenu une habitude courante dans les cantines scolaires et les restaurants d'entreprises. De nombreux projets intègrent déjà un système de tri sélectif à l'usage des clients

Réalisation dans un restaurant d'entreprise.





À gauche : bloc de cuisson.
Ci-dessus : réalisation dans un restaurant administratif.



Tri sélectif.



et des acteurs de la cuisine. Depuis cette année, une nouvelle directive impose aux gros producteurs de déchets de valoriser leur production, qu'elle soit organique ou pas. Celle-ci peut être traitée par processus de méthanisation, compostage naturel ou électromécanique. D'autres solutions existent comme les déshydrateurs ou digesteurs enzymatiques sur lesquels je reste réservé quant à leur voracité en énergie et en eau. Notons la nécessité de préparer ce type de projet très en amont par une réflexion concertée entre les divers acteurs et en y apportant des compétences d'ingénierie. Autre cible environnementale privilégiée : le confort. Il est essentiel de créer des espaces de travail où il fait bon travailler.

Quelle est la position du FCSI France en matière HQE ?
Créée en 1979 aux Etats-Unis, la **FCSI** (Foodservice Consultants Society International) est présente dans 40 pays. C'est la seule association professionnelle internationale spécialisée dans les métiers du conseil en restauration et hôtellerie. En France, elle est composée de **16 entreprises** expertes en matière de conseil, de conception, d'équipement et de formation. Un collège de 17 fabricants d'équipements de cuisine participe aux travaux de l'association. Des délégations étrangères viennent visiter nos chantiers et nos réalisations afin de témoigner du savoir-faire des BET français. Depuis 2011, j'encourage tous les adhérents du FCSI France à obtenir la qualification de l'**OPQIBI** (Organisme de Qualification en Ingénierie). Cet organisme participe aux travaux de l'**AQC** (Agence Qualité Construction) et au Plan Bâtiment Grenelle afin de promouvoir les signes de qualité dans la construction. Tous nos projets sont réalisés dans le sens d'une démarche HQE® mais ne sont pas certifiés HQE®. La France n'est pas en retard au niveau des autres pays européens. Les initiatives dans ce domaine sont propres à chaque pays et réalisées sans concertation européenne. Il reste encore beaucoup de chemin à faire pour définir des critères de référence en matière de développement durable.

« **Eco-construction** : choix des procédés et produits de construction ;
Eco-gestion : énergie, eau, déchets d'activités, entretien et maintenance ;
Confort : hygrothermique, acoustique, visuel, olfactif ;
Santé : qualité sanitaire des espaces, de l'air et de l'eau »

FCSI FRANCE
14 avenue de l'Opéra 75001 Paris
www.fcsi.org

16 EXPERTS
ARWYTEC
BEGC
BEHA LEGRAND
BLEU VERT CONCEPTS
SYLVAIN BOUQUEREL CONSEIL
CLIC
CREACEPT
CUISINORME
EUROPE FORCES CONSULTANTS
G.SIR
HORES CONSEIL
INGECOR
MV CONSULTANT
QUIDORT GRANDES CUISINES
RESTAURATION CONSEIL
SGI Senior Consultant

BET : BUREAU D'ETUDES EN INGÉNIERIE
Un BET cuisine accompagne le client dans son projet de construction ou de restructuration d'un service de restauration collective et professionnelle. Il peut intervenir en qualité de conseil en déterminant notamment les besoins réels, ou encore établir la faisabilité d'un projet par rapport aux contraintes physiques, techniques, sociales, réglementaires et budgétaires. Egalement présent dans la cadre de missions de maîtrise d'œuvre, il se porte garant de l'application des normes réglementaires en matière d'hygiène et de sécurité alimentaire (paquet hygiène, Direction départementale de Protection des Populations).

HQE : HAUTE QUALITÉ ENVIRONNEMENTALE
La HQE est un concept français et environnemental datant du début des années 1990 qui a donné lieu à la mise en place de l'enregistrement comme marque commerciale et d'une certification **NF Ouvrage Démarche HQE®** inspirée du label Haute Performance Energétique (HPE) auquel il ajoute une dimension sanitaire, hydrologique et végétale. La démarche qualité pour l'obtention de la certification peut être effectuée par l'association HQE, association française reconnue d'utilité publique en 2004.





Entretien avec Albert Teboul, Président Directeur Général de Ali Comenda

COMENDA

LA MARQUE AMIE DE L'ENVIRONNEMENT

Société à l'origine du Groupe Ali, la marque Comenda associe son nom depuis 50 ans au meilleur du lavage professionnel de la vaisselle.

AliWorld a rencontré Albert Teboul, Président Directeur Général de Ali Comenda, spécialiste du matériel de lavage de vaisselle.

Il explique l'histoire de cette grande marque internationale, ses atouts sur le marché et les axes de développement actuels et futurs de l'entreprise.



Machine à convoyeur avec entrée surbaissée.

Comment est né Ali Comenda ?

L'histoire de **Comenda France puis du Groupe Ali** est une véritable saga qui a démarré **en 1968** lorsque **Luciano Berti**, fabricant italien spécialisé dans les appareils de lavage professionnels, a souhaité exporter en Europe en commençant par la France.

Suite à notre rencontre à Paris, je quitte mon poste de directeur général des ventes de Diversey et, en association, nous créons en **1972 une petite structure en France**, dont la réussite va être à l'origine du développement futur du Groupe Ali qui détient aujourd'hui **à travers le monde plus de 67 sociétés**, toutes spécialisées dans les différents domaines des matériels de cuisine et de l'alimentaire, dont **10 sociétés spécialisées dans le lavage automatique de la vaisselle** qui est l'origine de nos activités.

Au début, Comenda France comptait 3 personnes : Paul Assuli, une secrétaire et moi. Le marché des machines et des systèmes de lavage destinés à la restauration hors foyer étant dominé à 90% par deux entreprises, le challenge était fantastique et offrait des perspectives d'avenir importantes.

Pour développer notre marque, nous avons choisi de passer par des sociétés spécialisées dans le matériel hôtelier. Nos petites machines ont rencontré un succès immédiat. Cinq ans plus tard (1977), nous détenions une part très importante du marché de la petite machine.

Nous vendions plus de **3000 pièces par an avec un réseau d'environ 100 distributeurs** qui apportaient un service après-vente de proximité, souvent de 24h/24 y compris le samedi et le dimanche, ce qui n'était pas le cas des réseaux intégrés de l'époque.

Aujourd'hui, Ali Comenda assure en relation avec **un réseau d'environ 500 distributeurs, l'assistance technique et commerciale de milliers d'utilisateurs**.

Quelles ont été les grandes étapes décisives ?

Dès les années 73-75, sous les directives du directeur technique **Gianni Inzaghi** et les demandes ciblées de la France, Comenda a innové en créant des machines automatisées à alimentation continue (convoyeurs de vaisselle, de batterie, lave cagettes, laveuses à avancement automatique).

Pour se démarquer de la concurrence généraliste et devenir une marque de référence en tant que spécialiste du lavage de vaisselle, Comenda devait apporter des solutions technologiques innovantes. C'est pourquoi, un bureau d'étude intégré a été créé afin de donner

plus de valeur ajoutée aux équipements avec des études de laverie qui sortaient des habitudes courantes et où les postes de plonge étaient plus ergonomiques.

Ce qui a le plus permis de **valoriser l'image de la marque Comenda** et contribué à sa notoriété est sans aucun doute **la création de la machine en angle et du convoyeur carrousel à avancement constant**, deux grandes innovations qui ont intéressé immédiatement les bureaux d'études technologiques car avec ces modèles, **il n'y avait plus de contrainte de surface des laveries**.

« D'importants investissements en recherche et développement ont permis à Comenda de lancer de nombreuses innovations comme le multi-rinçage qui diminue de façon drastique les consommations »



Albert Teboul, Président Directeur Général de Ali Comenda.

Avez-vous une offre de matériels périphériques de manutention ?

Bien entendu ! Comenda propose tout le matériel complémentaire pour équiper une laverie dans les règles de l'art. Tapis transporteur, ponts de tri, tables de dérochage, goulottes, étagères, bacs de trempage, qui sont indispensables pour effectuer et faciliter le triage et diminuer les contraintes de la plonge.

Le travail doit s'effectuer en limitant gestes et déplacements, ce qui améliore le rythme de triage. Transrouleurs, bande plate, girotrans, chargeurs d'angle, entrées motorisées ou mécanisées sont des équipements qui apportent une variété de solutions techniques

pour optimiser les performances de la laveuse. En sortie machine, des tables et systèmes, en complément des casiers et chariots facilitent la manipulation de la vaisselle propre, le stockage et la réutilisation immédiate éventuelle. **Tous ces matériels sont étudiés, conçus et fabriqués en France.**



Machine à avancement avec double système de débarassage.

Comment se positionne Comenda aujourd'hui sur le marché et quelle est sa politique ?

Depuis 40 ans, Comenda est reconnue en France comme le spécialiste incontesté du lavage professionnel de la vaisselle. Elle détient entre **35 et 40% de parts de notre marché selon les catégories de machines** (Source GECO), ce qui la positionne certainement en **tant que leader**.

De nombreuses réalisations en



Machine à avancement d’angle avec pompe à chaleur et déchargeur à 90°.

matériel de notre marque sont effectuées régulièrement par des distributeurs qui ont eu la confiance d’un bureau d’étude souvent **affilié au FCSI France** et dont **Ali Comenda est membre en tant que partenaire actif**. Comenda produit et commercialise une gamme de plus **de 200 modèles d’appareils** industriels de lavage : du lave tasses et lave verres pour bars aux grand systèmes automatisés à alimentation continue. La société conçoit et réalise surtout des installations sur mesure en fonction des espaces disponibles et sans aucune limitation en termes de capacité de lavage. **Une équipe de 14 directeurs** régionaux (10 en province et 4 à Paris) est chargée d’assister les distributeurs pour toutes les questions commerciales et d’assurer les mises en service du matériel vendu. Ces collaborateurs représentent le véritable laboratoire de développement de nos matériels. De la conception à l’exploitation du projet, Comenda accompagne ses clients jusqu’à la mise en route de l’installation, une phase essentielle pour la garantie de bon fonctionnement dans la durée et qui révèle des informations déterminantes pour l’amélioration et le développement d’autres produits. Cette présence permet de rassurer et de fidéliser au quotidien notre réseau. Des techniciens dépendants du siège ou de l’usine assurent des formations aux techniciens des installateurs. Outre une assistance téléphonique de SAV, l’entreprise dispose d’un stock permanent de pièces détachées **d’environ 6 500 références**, livrées dans un délai moyen de 24 heures, pour une commande passée avant 16 h, une prestation indispensable pour la satisfaction de nos distributeurs et des utilisateurs.



Quels sont vos axes de développements actuels et futurs ?
Depuis 1992, à travers son programme ECO2, Comenda relève le défi de l’énergie et s’intéresse à la protection de l’environnement et à la réduction de l’utilisation des ressources énergétiques et des coûts. Avec chaque gramme d’eau non utilisé, on réalise une triple économie : l’énergie pour la produire, les calories pour la réchauffer et les produits chimiques utilisés ! Mais bien avant nous avons créé le **système ECORINSE** qui diminuait de moitié la consommation d’eau de rinçage. Aujourd’hui, les lave-vaisselle de la marque **garantissent une économie d’énergie de l’ordre de 40%, une production réduite de gaz carbonique et une biocompatibilité élevée car les produits et les emballages sont recyclables à 98%**. D’importants investissements en recherche et développement ont permis à Comenda de lancer de nombreuses innovations comme aujourd’hui **le multi-rinçage** qui diminue la consommation d’eau de rinçage à un niveau jamais atteint. **Le résultat est exceptionnel avec seulement 0,5 litre d’eau par casier, soit encore une économie moyenne de 50% (100 litres pour 200 casiers/heure). Il s’ajoute également en proportion une très importante réduction de la puissance installée, des consommations d’énergie, de détergent et de produit séchant.** Avec ce nouveau système breveté, les nouvelles machines à laver AC3 offrent le coût de fonctionnement le plus bas jamais atteint. Comenda justifie quotidiennement son slogan : **la marque amie de l’environnement**.

Vous êtes donc très engagés dans le developpement durable...
Parallèlement à notre politique d’innovation, **Comenda est engagé**

dans la démarche HQE (Haute Qualité Environnementale). Notre matériel de laverie répond aux **12 cibles HQE qui le concerne**, (fabrication, énergie, eau, déchets, confort d’utilisation, hygiène). Les machines sont fabriquées dans une usine européenne certifiée ISO 9001 depuis 2003 et le site a obtenu également la certification environnementale verte ISO 14001. L’isolation phonique des machines est particulièrement étudiée et nos modèles sont les moins bruyants du marché, (moins **de 65 db pour les machines frontales et à capot, et 68 db pour les nouvelles machines** à avancement de casiers des séries AC). Avec la société néerlandaise **Rendisk, filiale du groupe Ali**, nous travaillons actuellement à la distribution en France de leur **nouveau système de traitement des déchets par voie sèche**, complément à la manutention et au traitement de la vaisselle dans les laveries.

« Le résultat est exceptionnel avec seulement 0,5 litre d’eau par casier, soit encore une économie moyenne de 50% (100 litres pour 200 casiers par heure). Il s’ajoute également en proportion une très importante réduction de la puissance installée, des consommations d’énergie, de détergent et de produit séchant »

Comment se porte le marché professionnel des machines à laver la vaisselle ?
En Europe, la France est un des marchés dominants et sophistiqués sur le plan des exigences et des prestations demandées en matière des technicités des machines lave-vaisselle. Nombreux sont les restaurants d’entreprises et les collectivités de toutes sortes à très grand effectif où les opérations de lavage et de triage doivent s’effectuer dans un temps très court. Comenda travaille donc en permanence pour créer des matériels de très haut niveau en ce qui concerne les performances, la fiabilité, la sécurité, l’économie en toute simplicité d’utilisation. Depuis 2-3 ans, nous constatons que les importantes opérations de grandes cuisines sont traitées par des groupes immobiliers et souvent, ces projets ne prennent plus en compte les compétences des bureaux d’études, distributeurs ou constructeurs qui ont chacun une réelle connaissance sur tous les postes de la cuisine

ALI COMENDA

www.alicomenda.fr
Téléphone : +33 (0)1 48 21 63 25

collective. On assiste également à une certaine dérive avec des entreprises générales du bâtiment qui souhaitent acheter directement les équipements aux constructeurs avec comme seul **leitmotiv : le prix**.
Quelles sont vos principales références ?
Nous vendons, chaque année, environ **300 à 400 modèles** de ce type de grosses machines à des clients qui, très souvent, réitèrent leur confiance en nous. Il est impossible de citer toutes nos références, mais nous pouvons en distinguer quelques-unes parmi les plus prestigieuses : **Le Palais de l’Elysée**, des restaurants étoilés, dont **Paul Bocuse** et **Nicolas Le Bec** à Lyon, **les musées d’Orsay** et du **Louvre**, des parcs de loisirs comme le **Futuroscope** où, au-delà de tous les restaurants qui sont équipés de notre matériel, nous avons même conçu, pour eux, les premières machines à laver les lunettes de leurs cinémas en 3D.

Je pourrais encore citer une multitude de restaurants d’entreprises, mais également des chaînes hôtelières, des universités et lycées, des banques, des compagnies d’assurances, des chaînes de télévision, des hôpitaux, des laboratoires et des industries comme Airbus Dassault, Schneider et Alsthom. Sans oublier la **Marine nationale** (restaurants terrestres et de navires de guerre) , ni les sociétés de restauration collective, dont Sodexho, Elior et Sogeres.



Machine à avancement à deux angles.



Le chef Derrick Styczek devant le tableau *Beautiful Poseidon Mania Painting* (1965) réalisé par Damien Hirst.

La nouvelle cuisine scandinave avec une touche américaine

Très engagé dans la défense de l’environnement, le chef étoilé, Derrick Styczek, partage avec nous son point de vue sur la cuisine norvégienne.



Le chef Derrick Styczek et la brigade des cuisiniers au grand complet, dans la cuisine du restaurant Bagatelle.

AliWorld a eu le plaisir de s’entretenir avec Derrick Styczek, chef vedette du Bagatelle, restaurant de luxe situé à Oslo, qui a obtenu une étoile Michelin. Nous avons rencontré un homme dynamique, passionné par son travail et prêt à partager avec nous son expérience internationale.

Un chef américain à Oslo, c’est une histoire peu commune... Comment vous êtes-vous retrouvé dans la capitale norvégienne ?

J’effectuais un voyage en compagnie d’amis suédois et à cette occasion j’ai été contacté par les propriétaires du restaurant Bagatelle. Ils m’ont demandé si j’étais intéressé de rejoindre leur équipe et j’ai accepté. Pendant les six premiers mois j’ai été sous-chef et maintenant cela fait environ un an que je suis chef. La Norvège est un pays magnifique. Les gens sont amoureux de la nature, très sportifs et très sociables. Oslo est une ville relativement petite pour une capitale, mais en Norvège tout est de petite dimension... La cuisine est essentiellement régionale, donc c’est très stimulant pour moi de tenter de les faire sortir de la tradition en leur faisant goûter de nouveaux plats.

Quelle vision particulière avez-vous de la cuisine ? Qu’est-ce qui vous a le plus surpris dans l’alimentation et les ingrédients norvégiens ?

Je dois dire que la variété des ingrédients que l’on trouve dans ce pays peut sembler assez limitée si on établit des comparaisons avec une métropole comme New York. Mais

la qualité des poissons et crustacés est exceptionnelle ! Mes produits préférés ici, ce sont les langoustines et le crabe royal, vraiment fantastiques ! Je suis resté quelqu’un de très simple. Je prends le plus grand nombre possible de produits disponibles mais je suis toujours très attentif pour sélectionner les meilleurs ingrédients et les valoriser au mieux. L’inspiration est nourrie par l’amour du travail bien fait et la volonté d’être le meilleur dans ce que l’on fait.

Quelles sont, à votre avis, les tendances émergentes dans le monde culinaire ?

Il y a une telle variété de restaurants que j’ai beaucoup de mal à cerner les véritables nouvelles tendances. Il y a des lieux franchement avant-gardistes, et d’autres plus classiques. En dehors de la Scandinavie, je pense que le concept le plus nouveau, c’est la cuisine nordique créée par Noma, en particulier à New York. Ce style de cuisine remporte autant de succès en Amérique du Nord qu’en Amérique du Sud. Une autre tendance qui prend aussi de l’ampleur, c’est la **cuisine végétarienne**.

Quelle importance accordez-vous aux liens entre l’écologie et la cuisine ? En quoi la façon dont sont cultivés les produits influence-t-elle vos choix ?

Pour moi, la **relation environnement-cuisine est essentielle**. La manière dont on fait pousser et dont on cultive un produit, a une influence directe non seulement sur la qualité de l’aliment mais aussi sur le monde qui nous entoure. Je me suis spécialisé dans les

« La qualité des poissons et crustacés est exceptionnelle !

Mes produits préférés ici, ce sont les langoustines et le crabe royal, vraiment fantastiques ! »

produits de la mer. L'origine et le type de poisson utilisé en cuisine revêtent donc pour moi une importance fondamentale. Jamais je n'achèterai des poissons dont l'espèce est en voie d'extinction. Si on ne ralentit pas l'intensité de la pêche commerciale, en 2048 certaines espèces de poissons n'existeront plus. J'essaie de sensibiliser les gens en les invitant à goûter des petits poissons de mer, moins connus mais délicieux. Nous avons le devoir de **respecter l'environnement** et c'est ce que je fais avec beaucoup d'application. Je suis convaincu que c'est en agissant ainsi que nous pouvons obtenir d'excellents produits. D'ailleurs, dans la mesure de mes possibilités je soutiens systématiquement les petits producteurs locaux.

Quelles différences observez-vous entre les fins gourmets de New York et ceux de Scandinavie ?
Il est quasiment impossible de comparer une ville de la taille de New York, aussi multiculturelle, avec une telle variété de nourriture, à une capitale européenne de dimension plus réduite. Les Norvégiens qui voyagent ont la chance de pouvoir élargir leurs horizons culinaires et d'expérimenter des spécialités que les gens de New York ont à portée de main. En Norvège, l'intérêt pour la gastronomie sans frontières commence vraiment à progresser maintenant. C'est une excellente opportunité pour un chef qui désire offrir à ses clients de **nouvelles expériences gustatives** !

Que recommandez-vous chaque jour à votre brigade ?

Dans la cuisine du restaurant j'ai recopié sur des panneaux des citations provenant du monde entier. C'est très stimulant de les lire, de s'en souvenir et de s'en servir pour s'inspirer dans son travail. Cela dit, chaque être est différent et a besoin de motivations qui correspondent à sa personnalité, donc j'essaie de parler avec chacun en tête-à-tête. Je suis contre toute forme d'autoritarisme. Je pense que le fait d'avoir pratiqué le hockey m'a immensément aidé dans ma carrière. Un sport d'équipe permet de comprendre ce que signifie travailler en groupe. Durant les entretiens de recrutement, je demande souvent aux personnes candidates si elles ont pratiqué un sport d'équipe et ce qu'elles en pensent.



Restaurant Bagatelle à Oslo (Norvège).
www.bagatelle.no

« Pour moi, la relation environnement-cuisine est essentielle. La manière dont on cultive un produit a une influence directe non seulement sur la qualité de l'aliment mais aussi sur le monde qui nous entoure »

Quelle importance accordez-vous aux équipements de cuisine, quelles caractéristiques doivent-ils avoir ?
Travailler dans une cuisine professionnelle, cela veut dire y passer beaucoup de temps. Il s'agit d'un travail qui requiert autant d'énergie que de concentration. Par conséquent, il faut avoir la meilleure organisation possible. En matière d'équipement, par exemple, je ne pourrais pas me passer d'une **plancha**, c'est indispensable et parfait pour cuisiner le poisson.

Avoir de bonnes relations avec les distributeurs locaux d'équipements de cuisine, est-ce important ?
Tout à fait ! Avec **Rosinox**, l'installation de la cuisine sur mesure s'est faite de manière remarquable et en très peu de temps. Trois jours seulement ! C'est la meilleure expérience en la matière que je n'ai jamais eue. Le suivi était parfait, on nous envoyait les photos au fur et à mesure que les éléments étaient construits. Tout le monde a fait un excellent travail, en particulier dans l'assistance après-vente. Je suis prêt à renouveler cette expérience lorsque l'occasion se présentera.

Est-il indispensable pour vous d'avoir un soubassement réfrigéré sous le plan de cuisson ?
Absolument, cela permet au chef d'avoir tout ce dont il a besoin à proximité, de ne pas devoir faire des allers-retours pour devoir prendre tel ou tel ingrédient, ou pour le ranger. C'est un moyen d'économiser très simplement ses propres forces pour être encore plus efficace .

Quels conseils donneriez-vous à un jeune chef qui nourrit l'ambition d'obtenir sa première étoile Michelin ?
Il faut **savoir être humble** et se consacrer à son travail avec passion. Atteindre cet objectif n'est jamais facile. En cuisine, on ne peut pas se comporter comme des amis, il faut savoir se montrer à la fois sévère et loyal. Il faut toujours venir travailler pour travailler. Je reconnais que parfois je dois endosser le rôle du méchant. Il faut ne jamais perdre de vue le but que l'on s'est fixé.

Quel sera votre prochain défi ?
Je souhaite obtenir une seconde étoile Michelin et je suis d'ailleurs convaincu que nous y parviendrons. Cela signifie redoubler d'efforts mais nous sommes prêts à relever ce défi. Et puis, j'aimerais ouvrir un restaurant à New York et je caresse le rêve d'avoir une maison qui serait le lien permanent avec mes racines.



Un aperçu de l'élégante salle du restaurant, décorée du tableau *Nachttisch* (1985) de Martin Kippenberger.



« Avec Rosinox, l'installation de la cuisine sur mesure s'est faite de manière remarquable et en très peu de temps »



Les cuisiniers au travail, dans la cuisine équipée des produits Rosinox.



ROSINOX Grandes Cuisines LA MAÎTRISE DE L'INNOVATION

Avec plus de 170 ans d'expérience dans le domaine de la cuisson, Rosinox Grandes Cuisines est le partenaire des professionnels de la restauration collective, commerciale et gastronomique. De fabrication française, la marque offre une gamme innovante d'équipements de cuisson au service de la tradition culinaire.

L'origine de Rosinox remonte à **1837**, année de création de la première forge de Rosières (Cher) par le marquis de Boissy, premier maître de forges. A cette époque, la fonderie fabrique des cuisinières émaillées et des poêles à charbon. En 1934, la société négocie la fabrication exclusive des cuisinières AGA inventées en Suède par Gustaf Dalén. Cette licence durera jusqu'en 1966 et les modèles les plus performants seront à l'origine de la division grandes cuisines Rosinox installée à Bourges. **En 1999, Ali Group rachète l'entreprise.** « Aujourd'hui, Rosinox perpétue le savoir-faire d'une chaudronnerie fine de haut niveau tout en mettant en œuvre de nouvelles technologies en matière de cuisson (vapeur, fours mixtes et à air pulsé). Sur le marché, Rosinox a fait preuve d'innovations révolutionnaires comme les sauteuses multifonctions rectangulaires avec racleur-mélangeur automatique pour une meilleure homogénéité de cuisson, les friteuses économiques en consommation d'huile ou l'Induct'Flam, un système électrique qui permet au brûleur gaz de ne fonctionner qu'en présence d'un récipient métallique », explique Bruno Nahan, nouveau directeur général. Avec ses produits et notamment les gammes de fourneaux **Rosichef** et **Royal Chef**, la marque répond toujours aux attentes des



01. Château de la Treyne à Lacave (Lot, France)
02. Unité centrale de production, Université de Reading (Grande Bretagne)
03. Trafford College, Restaurant Aspire (Grande Bretagne)

ENSEMBLE DE CUISSON ROYAL CHEF SUSPENDU

Royal Chef « S » est une gamme modulaire (91 éléments) et suspendue s'adaptant à toutes les configurations de cuisine en restauration commerciale et collective. Elle répond parfaitement aux exigences en matière de respect des règles d'hygiène dans le domaine de la Grande Cuisine. Cette gamme a été développée en y intégrant les normes garantissant la sécurité des utilisateurs professionnels.



utilisateurs et des chefs en restauration. Les fourneaux varient selon la profondeur (de 700 à 1000 mm) et les besoins de capacités de cuisson des professionnels. Ils répondent à tous les critères dans le domaine de l'hygiène, de la sécurité, de la praticité, de l'esthétique et de la fiabilité. Hormis la qualité de ses équipements, Rosinox est reconnu pour offrir des solutions **sur-mesure haut-de-gamme** aux professionnels de la grande cuisine et à certains projets de « show-cooking ». A Bourges, un atelier composé d'une dizaine de personnes réalise les demandes spécifiques de clients répondant à des exigences fonctionnelles et esthétiques précises. Depuis plusieurs années, la marque équipe les restaurants **Paul Bocuse** et elle vient d'installer les fourneaux des restaurants **Armani** à Milan et à Dubaï. Rosinox conçoit et fabrique également le matériel de cuisson installé dans les bateaux de croisière ou de la marine militaire. En France, le réseau commercial, commun avec celui de Friginox, est composé de 11 directeurs régionaux placés sous la responsabilité d'un directeur. Les principaux prescripteurs sont les bureaux d'études techniques et les installateurs de grandes cuisines. Le chef de cuisine est de plus en plus impliqué quand il s'agit de projets à réaliser sur-mesure dans l'hôtellerie-restauration de prestige. **Membre du SYNEG** (Syndicat National de l'équipement des grandes cuisines), Rosinox affiche le logo DEEE, garantissant son engagement à recycler tous les déchets d'équipements électriques et électroniques.

NOUVELLE USINE EN 2013

Filiale du Groupe Ali, Rosinox a bénéficié d'importants investissements financiers (14 millions d'euros) pour construire une **nouvelle usine de production** qui sera terminée à la fin de l'année. Le site comprendra 10 500 m² de bâtiments sur un terrain de 40 000 m² et sera implanté sur la nouvelle zone industrielle « Le parc de Beaulieu » à l'entrée de Bourges et à proximité de l'autoroute A71 Clermont-Paris. « Cette nouvelle implantation sera l'occasion d'aménager des locaux professionnels plus agréables et plus fonctionnels. Le service Recherche & Développement sera renforcé au niveau du personnel. Une trentaine de salariés devrait être recrutée d'ici 2015 », précise Bruno Nahan. Ce nouveau site contribuera au développement de nouveaux matériels de cuisson en restauration et répondra à la demande de production à l'export (20% du CA en 2011). D'ores et déjà, Rosinox donne rendez-vous à tous les professionnels de la restauration au salon **Equip'Hôtel** 2012, du 11 au 15 novembre Porte de Versailles à Paris (stand H 071, hall 7.3) et au **salon Sirha**, du 26 au 30 janvier 2013 à Lyon (stand 5C110, hall 5).

ROSINOX 
Grandes Cuisines www.rosinox.com



Lycée des Métiers Hôtelières à Mazamet (Tarn, France).

Fourneau « sur mesure » ROYAL CHEF EXCLUSIF





Entretien avec Federico Grom



GROM ET CARPIGIANI :

LES MEILLEURES GLACES ARTISANALES DU MONDE !

Grom, c'est désormais une marque culte en Italie mais aussi à New-York, à Paris, à Londres, à Tokyo ou encore à Osaka. Grom utilise uniquement du matériel Carpigiani dans ses laboratoires.

En l'espace de moins de dix ans, la marque Grom est devenu un symbole de l'excellence italienne. L'entreprise, gérée avec passion et dynamisme, poursuit un objectif on ne peut plus précis : fabriquer les meilleures glaces artisanales au monde ! Parmi les adeptes de Grom, on peut citer la diva *glamour* de *Sex and the City*, **Sarah Jessica Parker**. Dans un entretien accordé à la chaîne MTV elle parle de ses vacances en Italie, et raconte,

extasiée : « Nous sommes allés chez Grom... Incroyable ! Je me demande encore quel est le secret de cette saveur inoubliable. Peut-être provient-elle des bois ? ». L'actrice a peut être choisi une glace à la fraise car chez Grom on utilise uniquement les quatre variétés les plus précieuses : Mara des bois, Cifflorette, Mathis et Annabelle. Ou bien, elle a dégusté un sorbet à la framboise, Grom ne sélectionnant que les framboises récoltées dans les vallées du Trentin Haut-Adige.



Federico Grom et Guido Martinetti, les inventeurs de la marque Grom, dans un des vergers de leur ferme biologique, Mura Mura, située près d'Asti, dans le Piémont.

POUR DÉCOUVRIR LES CLEFS DU SUCCÈS DE CETTE MARQUE NOUS SOMMES ALLÉS À LA RENCONTRE DE L'UN DE SES DEUX FONDATEURS, FEDERICO GROM.

Comment est née l'idée de fabriquer des glaces artisanales ?

Tout est parti de l'engouement de deux jeunes mêlé à une bonne dose de naïveté créative. En 2002, mon ami Guido Martinetti m'a proposé de fabriquer des glaces artisanales, **selon les méthodes des plus grands chefs**, c'est-à-dire en prêtant une attention scrupuleuse aux matières premières et à la qualité. A l'époque, j'étais analyste financier, lui œnologue, ingénieur agricole... Autant dire que le monde des glaces nous était inconnu !

Pourquoi avez-vous choisi cette voie ?

En fait, le point de départ ce fut la lecture d'un article de Carlo Petrini, le fondateur de ***Slow Food***, dans lequel il racontait qu'il n'existait plus de glace artisanale - celle fabriquée avec des œufs, du lait et de la crème fraîche - mais seulement des glaciers qui emploient des produits semi-finis. Je dois dire que *Slow Food* nous a considérablement influencés dans notre désir de **fabriquer des glaces comme autrefois**, selon les meilleures recettes d'antan.

Quelle est la part de passion et la part de business ?

Il faut un équilibre sain entre les deux. Sans passion, on ne s'engage pas suffisamment, et donc on ne va pas très loin. Notre

« Les laboratoires de nos boutiques n'utilisent que des machines Carpigiani. Nous avons fait ce choix parce que nous avons trouvé un partenaire aussi ouvert que solide et compétent »

projet est né d'un rêve mais il a été immédiatement accompagné d'un esprit d'entreprise très solide.

Qui vous a aidés dans la réalisation de votre projet ?

Dès que nous nous sommes mis au travail, nous avons visité le premier salon du secteur, pour y rencontrer des fournisseurs et avoir une idée plus concrète du marché. Nous nous sommes rendus au stand **Carpigiani**, leader mondial dans la production de machines pour glaciers, où le responsable des ventes nous a donné deux heures de cours, non-stop. Il a été notre premier interlocuteur de confiance, le seul à se montrer autant à notre



Gelateria Grom à Paris, France.

écoute ! Au début, personne ne nous prenait au sérieux, à l'exception des représentants de Carpigiani. Nous avons trouvé un partenaire aussi ouvert que solide et compétent et nos laboratoires n'utilisent désormais que du matériel Carpigiani.

Quelle est la recette de votre succès ?

C'est avant tout l'obsession de l'excellence, sans compromis et dans toutes les composantes de notre activité. Aussi bien Guido Martinetti que moi-même, nous plaçons en priorité la qualité et nous nous efforçons de transmettre le principe de l'excellence à tous nos collaborateurs. Ce principe, nous le voulons présent tant dans les produits que dans le choix de nos fournisseurs, la gestion de nos points de vente et la communication. Indubitablement, c'est une obsession dont on recueille les fruits, mais il faut admettre qu'elle exige beaucoup de travail et une détermination sans faille.

Vous représentez un exemple à suivre pour beaucoup de jeunes dans le monde, que leur conseillez-vous ?

Je leur conseille d'abord de se retrousser les manches, ensuite de ne jamais avoir peur de travailler. J'ai lu, récemment, **Bonce**, le livre de **Matthew Syed**, ancien champion du monde de ping-pong. Le sous-titre de cet ouvrage *The myth of talent and the power of practice*, ne laisse place à aucun doute. Sans engagement, sans travail, sans apprentissage, le talent n'existe pas ! Quelle que soit l'activité choisie, pour atteindre l'excellence il faut s'appliquer, avec constance, tous les jours. Ce n'est que de cette manière que l'on peut devenir talentueux. Cela vaut autant pour le tennis, le ping-pong ou le football, que pour le travail.

Les véritables glaces, ce sont les glaces italiennes, que ressent-on quand on exporte dans le monde une partie du patrimoine gastronomique de l'Italie ?

Je suis amoureux de mon pays, donc je me sens très fier de pouvoir exporter un produit qui lui fait honneur. Jusqu'à présent, seuls les entrepreneurs étrangers ont su utiliser des produits typiques de notre culture gastronomique pour créer des marques internationales, comme **Starbucks** et **Pizza Hut**. Nous, nous

avons créé une marque italienne et notre ambition c'est qu'elle soit reconnue et appréciée dans le monde entier.

Quel est votre parfum de glace préféré ?

En hiver, j'opte volontiers pour un cornet à la crème de Grom, surmontée de chantilly, lorsqu'il fait vraiment froid, je ne résiste pas à *l'affogato* avec du chocolat fondant. En été, j'apprécie beaucoup la fraîcheur désaltérante du granité au citron.

A votre avis, quel est le meilleur moment de la journée pour déguster une glace ?

Tous les moments sont bons, même le matin ! Je vous suggère de savourer un café avec un soupçon de crème de Grom, cela vous mettra de bonne humeur pour toute la journée.

« L'excellence est notre philosophie d'entreprise, ce concept se reflète un peu partout dans notre entreprise agricole, Mura Mura, où nous plantons de vieux cultivars de pêches, d'abricots, de poires, de figues, de fraises et de melons. La culture biologique nous permet d'obtenir les meilleures qualités de fruits, dans le respect des saisons »

LA GLACE COMME AUTREFOIS
www.grom.it

FREEZE&GO

Ajoutez une glace artisanale au menu de votre restaurant !



5 portions de crème glacée ou de sorbet prêtes en 5 minutes.

Présenté au Salon **Sigep**, le plus important des salons consacrés à la glace artisanale, où il a suscité un véritable enthousiasme, **Freeze&Go** est un nouvel appareil **qui condense toute la technologie Carpigiani dans seulement 50 cm**. Un véritable bijou ! Bien que de petite dimension, cette machine à glace innovante permet d'obtenir de très grands résultats. Elle s'insère parfaitement dans tous types de cuisines de restaurants. Crème à la vanille ou au chocolat, sorbet au café ou au citron... Glace salée, à la tomate ou au parmesan, tous les choix sont possibles ! C'est au chef de décider le parfum qu'il souhaite ajouter à son menu. **Freeze&Go** lui donne la garantie de tout réussir. Comment prépare t-on une glace avec **Freeze&Go** ? C'est simple comme un jeu d'enfant ! Il suffit de verser le mélange réfrigéré dans le cylindre blanc, de mettre en marche la machine et cinq minutes après, la glace est prête à servir. Il ne faut pas plus de temps pour réaliser cinq portions d'excellente glace artisanale. **Freeze&Go** se nettoie très facilement, elle est donc prête pour la fabrication de nouvelles glaces en l'espace de quelques secondes.

Et vous, quel parfum souhaiteriez-vous ajouter à votre menu ?



www.carpigiani.com

- 1. La nouvelle Freeze&Go.
- 2. Verser le mélange réfrigéré dans le **cylindre**.
- 3. Mettre en marche le **mélange**.
- 4. Un signal sonore vous avertira quand la glace sera prête.



01



02



03



04

EVD DE CARPIGIANI

Une technologie révolutionnaire pour la meilleure glace « soft »



Ergonomique, Versatile, Dynamique : la nouvelle technologie **EVD** révolutionne le monde de la glace « soft ». Elle se fonde sur un tout nouveau concept et, pour la première fois, les souhaits des opérateurs professionnels sont pris en compte sous tous leurs aspects: confort, ergonomie, qualité, esthétique.

Ergonomique, dynamique : il suffit de la regarder pour réaliser que son design est innovant, mais la caractéristique la plus révolutionnaire, c'est son extraordinaire mobilité. La partie supérieure de la machine, à savoir le groupe de distribution, peut être réglée à la hauteur la mieux appropriée pour l'opérateur, et également s'aligner au plan de travail, à 130 centimètres de hauteur. Dans cette position, l'opérateur maîtrise ses activités, et les **interventions de remplissage et de nettoyage** des cuves sont **beaucoup plus faciles**.

Versatile : Il n'y a aucune limite à l'imagination. EVD permet de créer toute sorte de produits. Chaque unité dispose d'un moteur indépendant et de son propre circuit de réfrigération (cuve, pompe, cylindre et malaxeur). Fabriquer différents types de glace en même temps devient ainsi un véritable jeu d'enfant. Toute sortes de préparations peuvent être exécutées facilement, de la glace à la crème aux sorbets. L'appareil peut être programmé pour réaliser des glaces classiques simples ou doubles, panachées, au yaourt, marbrées, ainsi qu'à fabriquer des mini portions, des coupes et même des gâteaux glacés.

En outre, on trouve sous le groupe de distribution une grande aire de stockage pour les cornets et les coupes qui peut être utilisée comme un espace de travail pour la préparation de gâteaux glacés.



VERSATILE ET PARFAITE, MÊME POUR LES GÂTEAUX !

La nouvelle machine EVD est polyédrique et permet d'optimiser la production de la glace « soft » de multiples façons pour répondre aux désirs de tous les clients.



ENFIN ON PEUT TRAVAILLER À SON AISE !

Le groupe de production peut être relevé, abaissé ou arrêté à la hauteur désirée pour choisir la position de travail la plus confortable.



LA BANDE LUMINEUSE À LED

La bande lumineuse s'allume durant le processus de transformation du mélange en crème glacée jusqu'au moment où la glace est prête à l'emploi. Elle s'éteint quand la machine est en position stop. On peut choisir sa couleur préférée ou bien la version multicolore.

FACILE À REMPLIR

Le groupe de production peut se niveler au plan de travail (130 cm). A cette hauteur, il est très facile de verser le mélange des ingrédients dans les cuves.

NETTOYAGE RAPIDE

Toutes les opérations de nettoyage et de démontage des éléments sont facilitées car, avec le groupe de production abaissé, toutes les pièces sont visibles et à portée de main.

AGITATEUR POUR FABRIQUER LA GLACE

Dans les cuves, le mélange est brassé par des malaxeurs spécialement conçus pour le mixage des ingrédients, permettant ainsi de maintenir la fluidité du mélange et de garantir l'alimentation constante des cylindres.



PLANIFIER L'AVENIR

Technologie et écologie unies, main dans la main.

Nous nous engageons à réduire l'impact
environnemental et à préserver les ressources
naturelles.

Dans un monde où les ressources naturelles sont loin d'être illimitées, toute entreprise a la responsabilité de garantir le bien-être des générations futures et de contribuer au renouvellement du patrimoine naturel. Economiser l'énergie, utiliser moins d'eau et de détergents, fabriquer des emballages et des matériaux de construction recyclables, ce sont autant de gestes qui nous permettent de participer concrètement à la sauvegarde de notre planète.

La technologie est un outil merveilleux qui nous aide à progresser à pas de géant. Elle permet aussi de réaliser des appareils plus maniables, dont la programmation et les fonctions sont à la fois précises et flexibles. Grâce à l'innovation technologique, nous pouvons être performants dans tous les domaines, de la cuisson à la réfrigération, en passant par le lavage de la vaisselle et la distribution de repas. Toutes les sociétés du Groupe Ali s'engagent à fournir des produits qui **améliorent la vie** de ceux qui les utilisent, et qui participent à la protection de l'environnement.

C'est un mantra simple et familier, mais **RÉDUIRE, RÉUTILISER et RECYCLER** c'est bien l'épine dorsale de toute initiative *green* réussie. Nous devons prendre en compte le cycle de vie d'un produit dans son ensemble, de sa conception à son utilisation, de son entretien à son élimination. « L'innovation et la protection de l'environnement caractérisent toutes nos entreprises. Elles s'engagent à développer un design simple, afin d'utiliser le minimum indispensable de panneaux en acier. Elles s'efforcent de rendre les équipements plus efficaces tout en œuvrant pour réduire les émissions de gaz carbonique. C'est en mettant l'accent sur ces aspects que nous aidons nos clients à réduire les coûts de gestion et augmenter leurs bénéfices. En outre, nos entreprises développent toujours plus des systèmes d'emballages recyclables et font en sorte que les livraisons soient à pleine charge, afin de réduire l'empreinte carbone liée au transport. L'innovation concerne tout le monde, **nous sommes prêts à relever ce défi** », explique **Massimo Giussani**, Vice-Président Exécutif du Groupe Ali. Dans les pages suivantes, vous pourrez découvrir certains de nos nouveaux produits, mais il faudra encore bien d'autres numéros du magazine *AliWorld* pour valoriser le grand travail et les points d'excellence de chaque marque.

LAINOX

HEART GREEN : L'EXCELLENCE À BASSE CONSOMMATION

Le nouveau four combiné de Lainox respecte l'environnement et garantit des résultats à la hauteur des exigences des grands chefs.

Heart Green garantit des résultats extraordinaires en augmentant dès le premier jour d'utilisation la rentabilité de chaque plat.



Le talent n'est pas le seul secret d'un chef, un four peut aussi faire la différence! Le nouveau *Heart Green* de Lainox est un four combiné écologique qui conjugue facilité d'utilisation, respect de l'environnement et résultats de cuisson excellents.

C'est un vrai bijou de technologie qui dispose de fonctions inédites. Le nouveau dispositif **Ecospeed** optimise la distribution de chaleur sur la base de la quantité et du type d'aliment cuit. Le système **Ecovapor** contrôle, de façon automatique, la saturation de vapeur au niveau de la chambre de cuisson, réduisant, de cette manière, la consommation d'eau et d'énergie. **Green Fine Tuning**, est un nouveau système de modulation du brûleur qui évite des gaspillages de puissance, tout en réduisant les émissions nocives.

La boîte de commande est simple d'utilisation et intelligente. L'écran **Touch Screen** offre une gamme complète de programmes de cuisson. Des cuissons traditionnelles à la cuisson sous-vide et à basse température en passant par la cuisson des pâtes levées et la cuisson en bœufs. Autant de choix qui permettent au chef de développer toute sa créativité.

En outre, la ventilation variable, à six vitesses, permet de garantir la réussite des cuissons les plus délicates, comme celles des pâtisseries ou soufflés. **Trois différents types de sondes** assurent un contrôle de la température au cœur des aliments, avec une précision au degré centigrade : la sonde multipoints, la sonde à aiguille et la multisonde.

Enfin, autre avantage de cet appareil de nouvelle génération: nettoyer et décalcifier devient un jeu d'enfant. *Heart Green* élimine très rapidement de tout type de salissure et le système **Calout** prévient l'accumulation de calcaire dans le générateur de vapeur.

Heart Green représente la solution idéale pour un service rapide et professionnel qui, dès le premier jour d'utilisation, garantit de réelles économies, en augmentant la rentabilité de chaque plat.

www.lainox.it





NOUS SOMMES LES SEULS À VOUS DONNER LA PREUVE PAR 100

Equipés du système exclusif " Multi-rinçage ", les nouveaux lave-vaisselles AC3 permettent de réduire de 50% les consommations d'eau, d'énergie et de détergent.



Machines à avancement de nouvelle génération de la gamme AC3 de Comenda.

Seuls 100 litres d'eau suffisent pour le traitement de 200 casiers/heure. Grâce au " **Multi-rinçage** ", système à brevet déposé, les lave-vaisselles Comenda de la nouvelle gamme **AC3** consomment seulement 0,5 litre d'eau pour chaque casier. C'est un résultat extraordinaire que l'on doit à l'insertion d'une zone d'égouttage actif entre le lavage et un pré-rinçage (voir schéma suivant). Cette innovation permet de recycler trois fois l'eau de rinçage et de rincer efficacement la vaisselle d'un casier, avec un volume qui ne dépasse pas 1,5 litre d'eau.

Le **développement durable** est un choix responsable qui depuis 50 ans anime Comenda. La société a toujours été en première ligne dans la recherche de technologies, amies de la nature, qui permettent de réduire les consommations, d'optimiser les ressources et de diminuer l'impact environnemental. Ces trois objectifs ont conduit, il y a bien longtemps, à la naissance du logo **ECO2**. Un symbole qui reflète parfaitement la philosophie de développement de l'entreprise et

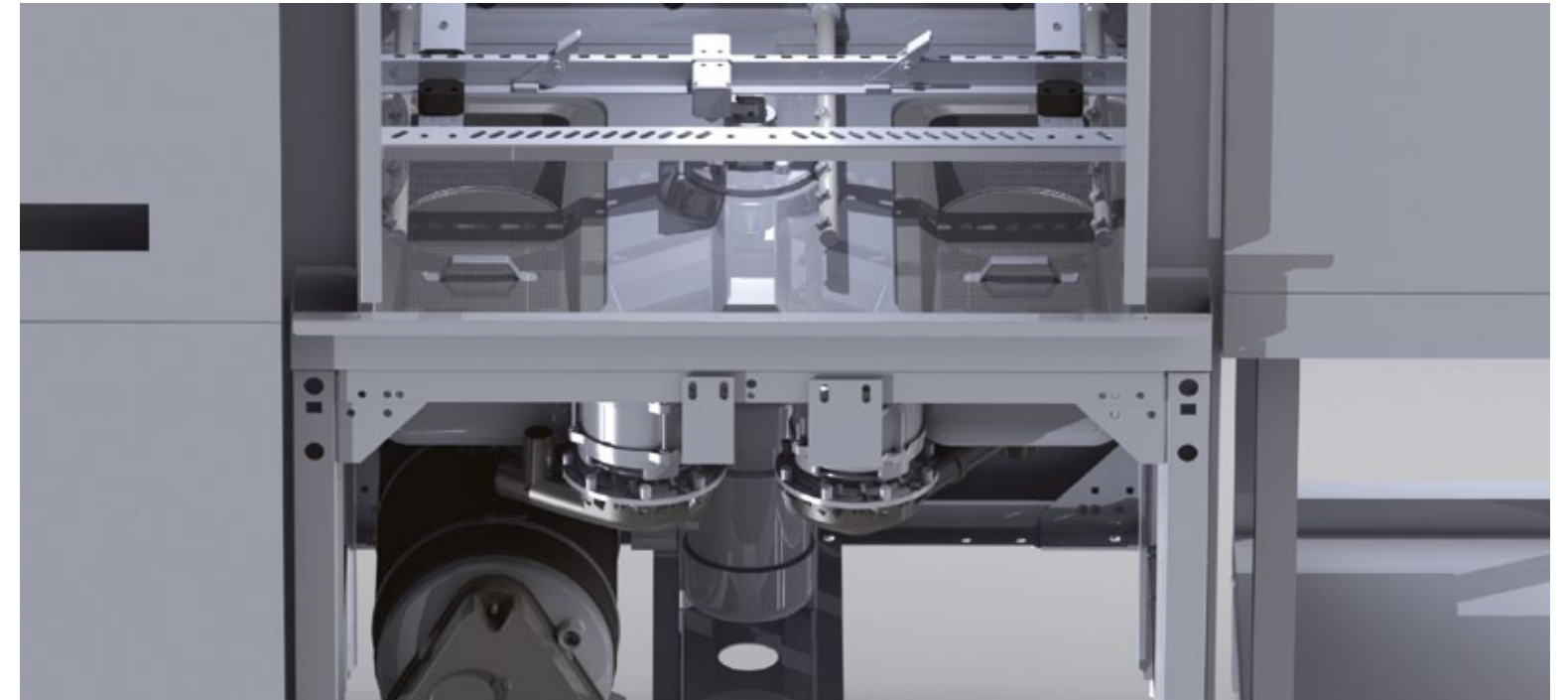


ses efforts constamment déployés pour aboutir à une **synergie totale entre écologie et économie de gestion.**

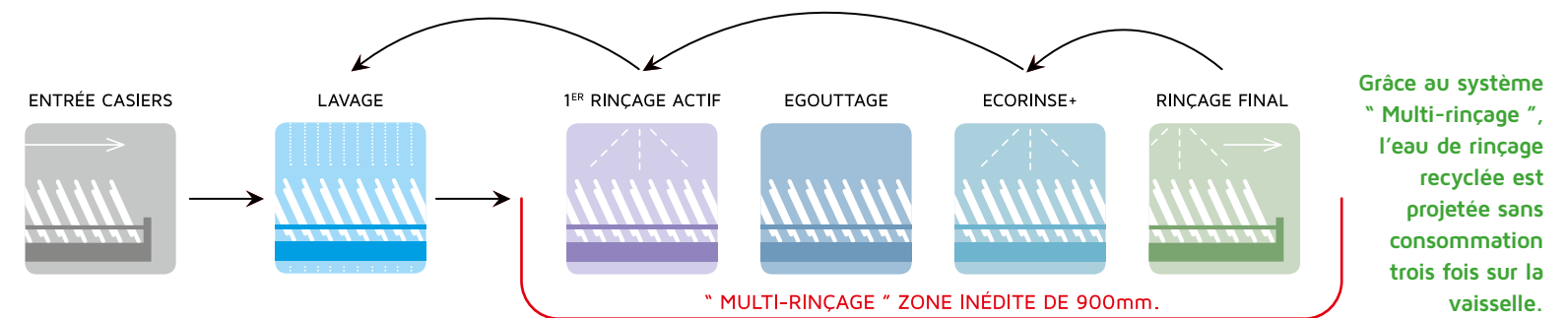
Les nouveaux modèles Comenda AC3 sont équipés en standard du **HPS Easy**, système qui permet de visualiser sur un écran digital les consommations du lave-vaisselle. Les données recueillies sur les performances et sur les heures effectives de fonctionnement, permettent d'exploiter les machines de la manière la plus rationnelle et d'optimiser toute la durée d'utilisation. L'utilisateur a ainsi la possibilité de supprimer les gaspillages et de **vérifier également la véracité des engagements et promesses économiques.**

La **fiabilité** de Comenda est reconnue et appréciée dans le monde entier, parce que ses techniques avancées sont, depuis toujours, confirmées par les faits. Innovation après innovation.

www.comenda.fr



Vue interne d'un lave-vaisselle AC3 doté du système " multi-rinçage " .



LE SYSTÈME INNOVANT " MULTI-RINÇAGE " : LA SOLUTION QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

MOINS D'EAU PLUS DE PERFORMANCE

Le système " **Multi-rinçage** " permet de présenter une vaisselle égouttée qui est quasiment exempte de détergent. Dans ces conditions, le rinçage final à haute température avec produit séchant devient pratiquement une phase de brillance et d'hygiène. Cette **technique révolutionnaire** de rinçage permet de consommer seulement 100 litres d'eau par heure, contre une moyenne généralement rencontrée de 150 à 300 litres.

MOINS D'ÉNERGIE PLUS D'ÉCONOMIE

La technique du brevet Comenda, unique au monde, qui réduit sensiblement la quantité d'eau utilisée limite d'environ 50 % la consommation d'énergie nécessaire pour la réchauffer. En outre, avec une puissance de machine minorée, et les besoins en fluides diminués, le coût de l'installation est très nettement diminué.

MOINS DE DÉTERGENT, PLUS DE NATURE

Avec une quantité d'eau notablement limitée, on utilisera proportionnellement moins de tensio-actif dans le rinçage. Ce sera identique pour les produits détergents réduits de plus de 50 %, un record jamais atteint sur le marché.

QUALITÉ ET FIABILITÉ MAXIMUM

La simplicité d'utilisation et la sélection rigoureuse de matériaux robustes et de haute qualité, assurent aux lave-vaisselles AC3 une **grande longévité**, y compris dans les conditions de fonctionnement très intenses. La gamme AC3 est réalisée dans l'usine européenne de Comenda, certifiée aux normes de qualité **ISO 9001:2008** et **ISO 14001:2004**.



LES DÉCHETS ORGANIQUES NE SONT PLUS UN PROBLÈME!

Grâce au système de tri de Rendisk *Flex WasteDispo*, la gestion des déchets devient simple, hygiénique et économique.

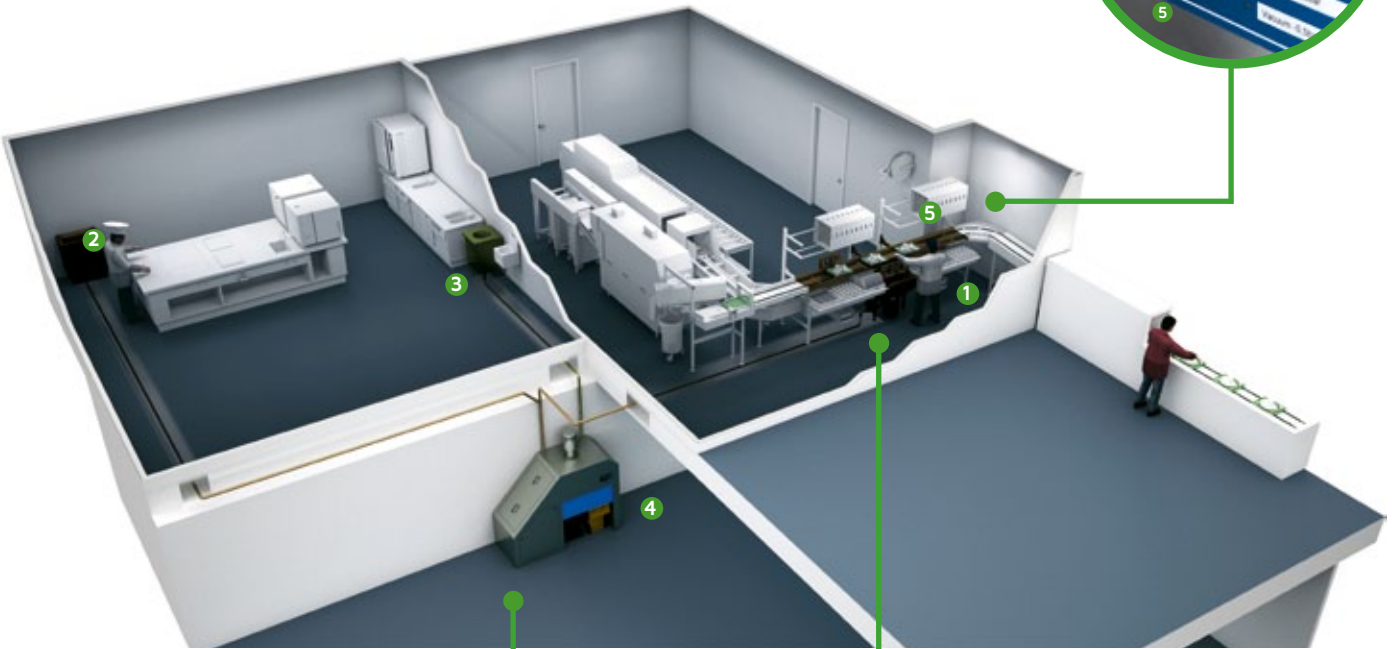
Jusqu’à présent, la gestion des déchets a représenté un coût sensible et un problème récurrent dans toutes les cuisines. Le nouveau système de tri **Rendisk *Flex WasteDispo*** propose une solution innovante qui améliore l’hygiène et réduit les coûts d’exploitation. Il s’agit d’un **système de tri intégré** qui permet d’éliminer rapidement les résidus alimentaires de la vaisselle, en les aspirant grâce à une **pompe à vide**. *Flex WasteDispo* est composé de plusieurs **collecteurs des déchets organiques** et d’un système centralisé pour leur élimination. Chaque **collecteurs des déchets** est ergonomique et fait partie intégrante du processus du triage de la vaisselle. Pour garantir une plus grande flexibilité, le système d’extraction peut être manuel ou mécanisé, déterminant les cycles de la **pompe à vide**, en fonction des quantités de déchets à traiter. Le fonctionnement est très simple : les résidus alimentaires sont hachés dans un broyeur, puis transportés , dans un **tube sous-vide** de 50 mm de diamètre. Ce diamètre de très petite dimension permet de réduire les coûts d’installation et **d’intégrer facilement le système de tri *Flex WasteDispo* dans des cuisines et des espaces déjà existants**. Une fois broyés, les déchets organiques peuvent être recueillis dans **une station de stockage** où ils seront déshydratés, ou dirigés vers un réservoir dans l’attente **d’être aspirés par un camion-citerne**.

Grace au système de tri Rendisk, *Flex WasteDispo*, il est possible de **réduire jusqu’à 80% le volume des déchets alimentaires**, tout en diminuant les odeurs et surtout les coûts d’exploitation. Ce système peut être très facilement installé dans tout espace consacré au lavage de la vaisselle. Il est idéal pour les restaurants d’entreprise, collectivités, hôpitaux, sociétés de *catering*, hôtels... Rendisk, société filiale du Groupe Ali, attache la plus haute importance au respect de l’environnement. Les déchets organiques collectés par *Flex WasteDispo* peuvent également être recyclés pour la production de biogaz et d’engrais, contribuant ainsi à la sauvegarde de notre planète.

www.rendisk.com



Le magasin Ikea de Delft utilise Flex WasteDispo de Rendisk.



- RENDISK FLEX WASTE DISPO
1. Collecteurs des déchets intégré dans la laverie pour la collecte des déchets organiques;

2. Collecteurs à déchets intégré dans la laverie pour la collecte des déchets organiques;

3. Collecteurs à déchets indépendant pour la collecte des autres déchets organiques;

4. Réservoir où les déchets organiques sont collectés et déshydratés.

5. La gestion du retour de la vaisselle et du contrôle des déchets organiques est commandée par un système électronique centralisé.

« Ce système, qui contribue à atteindre les objectifs de développement durable d’IKEA, améliore l’hygiène et réduit les coûts »

Otto van Daal, F&B Manager du magasin IKEA de Delft, Pays-Bas.



Entretien avec Stéphane Teboul, directeur Oem France



OEM, LE PARTENAIRE PRIVILEGIÉ DES PIZZAÏOLOS

Acquise par le Groupe Ali en 1993, la société italienne Oem dont l'origine date de 1973, occupe la place de leader sur le marché des équipements spécialisés, liés à la pizza.

AliWorld a rencontré Stéphane Teboul, qui en France supervise Oem, afin qu'il nous explique la stratégie commerciale de l'entreprise et les dernières innovations en matière d'équipements au service des pizzaïolos.

Pouvez-vous nous présenter l'activité Oem en France ?

Pour la France c'est en 1996 qu'il a été décidé de distribuer le matériel Oem à travers l'organisation d'**Ali Comenda**. L'arrivée de ce nouvel acteur sur le marché national a permis d'offrir aux professionnels les équipements indispensables pour une pizza digne de ce nom.

Depuis les années 90, la France a enregistré une progression importante de créations de pizzerias et de restaurants italiens pour être aujourd'hui, le premier pays consommateur de pizza par personne dans le monde ! Entre la restauration et la boulangerie, l'activité de la pizza est devenue un marché à part entière qui continue de progresser au point que la France est devenue le premier acteur commercial d'Oem Italie.

Qu'est-ce qui a fait la différence par rapport à la concurrence ?

Oem ne s'est jamais positionné comme un simple vendeur de fours à pizza, et c'est dans cet esprit, que nos clients bénéficient d'une assistance qui va de la conception du projet jusqu'à son installation en passant par le conseil et la vente du matériel parfaitement adapté aux besoins exprimés.

Le point fort d'Oem demeure sans aucun doute le **global PIZZA SYSTEM®** : package complet d'équipements pour la pizzeria qui rassemble tous le matériel indispensable de la préparation de la pâte (pétrins, portionneuses-bouleuses, formeuses, fours à soles) jusqu'à la dégustation de la pizza. Fiabilité, simplicité d'utilisation, sécurité, capacité de production élevée sont les principaux atouts de ce concept unique qui permet également de faire face au manque de main d'œuvre spécialisée.

Outre tout un éventail de machines spécifiques, Oem est capable de fournir des services variés et des conseils pour tous les professionnels, qu'il s'agisse d'un petit espace pizza dans un restaurant ou de l'aménagement d'un espace de production d'une grande pizzeria. Pour cette activité Oem France s'est adjoint les services de **Thierry Graffagnino, champion du monde de la pizza 2011**. Celui-ci, fort de sa longue expérience culinaire de la pizza donne son avis sur les projets et peut même conseiller le pizzaïolo sur la composition des mixtes de farines à utiliser.



Thierry Graffagnino, champion du monde de la pizza 2011.



Le four à tunnel de Oem.

Oem propose également une étude personnalisée sur ordinateur de la meilleure implantation des machines afin d'exploiter au maximum la surface disponible. En ce qui concerne la distribution du matériel, Oem a fait le choix de traiter en direct avec les pizzaïolos qui sont visités sur toute la France par **15 commerciaux d'Ali Comenda** et ce en complément des installateurs qui assurent également le service après-vente.

En se rapprochant d'organismes et de fédérations de pizzerias et en participant à des concours professionnels dans les salons, Oem a fait preuve de son savoir-faire dans cette spécialisation. Sur les forums, les pizzaïolos n'hésitent pas à s'échanger des informations et la marque Oem est très souvent citée en exemple. Aujourd'hui, Oem est devenue le partenaire privilégié des pizzaïolos.

Basé à Stains, siège social d'Ali Comenda, un show-room est dédié à cette activité, qui dispose d'un stock de 300 m² de pièces détachées dont la livraison est assurée sous 48 h maximum. **Philippe Fareau** assure la responsabilité commerciale de la marque.

Quelles sont vos différentes gammes de machines ?

Tous les appareils Oem sont fabriqués dans l'usine de Bozzolo en Italie.

Pour la préparation de la pâte, il existe une gamme de 4 pétrins et 16 modèles qui peuvent pétrir de 10 à 60 kg de pâte par heure. La température de travail de la pâte est constante pour une parfaite oxygénation et homogénéisation. Pour fabriquer les pâtons, Oem dispose d'une gamme de portionneuses-bouleuses qui associent 2 technologies sur un même appareil. En une seule opération et sans manipulation, **1.500 pâtons sont calibrés en 1 heure au gramme près**, puis formés en boules. Une gamme de formeuses donne aux pâtons le diamètre et l'épaisseur uniforme souhaités pour l'élaboration de pizzas.

En ce qui concerne les fours à pizza, une gamme de **10 modèles et 60 versions** est disponible : du four au gaz une chambre jusqu'aux 3 chambres électriques superposables. Le plan de cuisson est en brique réfractaire et la température est réglable **au degré près, jusqu'à 400°C**. Grâce à la technique du chauffage séparé voûte et sole, la cuisson est toujours parfaite. Il existe également des fours à convoyeur destinés aux grandes productions et des supports de fours peuvent être agencés en placard, neutre ou chauffant.

Pour la pizza à emporter ou vendue à la part, des appareils de maintien en température garantissent une parfaite qualité du produit après cuisson.

En matière d'innovation, quelle est votre actualité ?

Parmi les dernières innovations marquantes lancées en 2012, **le nouveau four Optymo** est le résultat de travaux menés avec des pizzaïolos. Il est équipé d'un système qui maintient la température dans la chambre de cuisson.



Le nouveau four Optymo de Oem.

Un rideau d'air chaud derrière la porte permet d'éviter les pertes de calories lors de l'ouverture du four. Pour une aspiration optimale et localisée des vapeurs de buée et des fumées, une hotte est intégrée à chaque étage de cuisson. Pour la régulation des températures, une platine de contrôle simple et intuitive offre une visibilité optimum. Le réglage des températures s'effectue avec 3 capteurs à différentes profondeurs. L'éclairage est assuré des 2 côtés du four afin d'assurer un contrôle visuel total de la cuisson. Côté pratique et maintenance, les parties techniques sont accessibles en façade et la sole en pierre est extractible pour simplifier les opérations de nettoyage. En 2013, **Oem lancera le premier four dénommé Voltaire**, un four gaz qui offrira le **côté traditionnel et spectacle d'un four à bois**. La surface de cuisson en pierre réfractaire de 4 cm d'épaisseur assurera une grande homogénéité de cuisson. Il bénéficiera de tous les avantages d'un four gaz électromécanique de dernière génération. Nous exposerons toutes ces nouveautés **à Equip'Hôtel du 12 au 15 novembre porte de Versailles et aux salons Sirha à Lyon et Parizza à Paris en 2013**.

Pouvez-vous citer quelques références ?

Depuis l'arrivée d'Oem en France, des centaines d'entreprises ont été équipées par un ou plusieurs de nos appareils. Nous travaillons avec tous les professionnels qui ont une passion pour le métier de pizzaiolo et pour la fabrication d'une pizza de qualité : la restauration commerciale indépendante ou franchisée, les chaînes de pizzerias (**60 établissements Tutti Pizza**), la restauration collective, les camions-magasins, les bureaux d'étude et les cabinets d'architectes, etc. Tous les ans, on retrouve nos clients dans le classement des magazines grand public nationaux qui testent les meilleures pizzas de Paris et de Province. Tous nos clients apprécient notre expérience acquise au fil des années en tant que fabricant-distributeur spécialisé uniquement dans matériel pour la réalisation de vraies pizzas.

www.oemali.com

FRIGINOX: L'AUTRE DIMENSION DU FROID

Depuis 39 ans, Friginox propose son savoir-faire en matière de froid aux métiers de l'hôtellerie, de la restauration commerciale et collective, de la boulangerie-pâtisserie ou du commerce alimentaire. Fabriquées dans l'**usine de Villevallier** dans l'Yonne, les différentes gammes d'appareils Friginox apportent des solutions pratiques et performantes au quotidien.

Créée par deux spécialistes du froid en **1973**, la société FRIGINOX a été acquise par le Groupe ALI en 1999. Forte de son expérience en conservation et en refroidissement rapide, elle développe actuellement plusieurs gammes d'équipements professionnels liées au froid : **armoires de conservation, tours, surgélateurs-conservateurs, cellules de surgélation rapide**. « Reconnue dans le monde entier, la marque Friginox s'adresse à 3 catégories de clients : les installateurs de grandes cuisines, les frigoristes indépendants et les distributeurs de matériel de boulangerie-pâtisserie », explique **Bruno Nahan**, directeur général qui ajoute : « Placé sous la responsabilité du directeur commercial Jean-Luc Vignaud, le réseau commercial, commun avec celui de Rosinox, est composé de 11 directeurs régionaux. Philippe Demange est chargé de la direction marketing ». Friginox est apprécié non seulement pour la qualité de fabrication de ses appareils mais aussi pour la compétence de son réseau commercial comme le précise Bruno Nahan : « Le conseil et la formation aux clients font partie du rôle d'un directeur régional. Dans cet esprit, il rencontre régulièrement en amont, les bureaux d'études techniques et les installateurs locaux, afin de leur présenter les nouveaux équipements. Dans certains cas, il intervient avec l'installateur comme soutien commercial ou technique chez l'utilisateur final ». A l'occasion du lancement d'un nouveau matériel, FRIGINOX organise régulièrement des journées de démonstration afin d'informer les différents acteurs du marché et d'échanger sur les caractéristiques techniques des produits.

Développer la R&D

Faire partie du Groupe ALI a permis à la marque française Friginox de se développer progressivement dans l'hexagone et à l'étranger, tout en conservant une grande autonomie de gestion. Aujourd'hui, dans un contexte économique difficile, l'entreprise a enregistré une augmentation de 7% de son chiffre d'affaires grâce, notamment, **à la qualité de ses produits** et à la **relation de proximité avec ses clients**. Par ailleurs, pour faire face à un marché de plus en plus concurrentiel, la société a pu réaliser des investissements importants dans son outil industriel (10 200 m² de bâtiments) avec des machines de CAO, de poinçonnage à commande numérique, une station d'injection directe sans CFC, etc. Des échanges ont été réalisés avec les services *Recherche & Développement* des autres sociétés du Groupe Ali spécialisées dans le froid en ce qui concerne la consommation énergétique, la traçabilité des informations, l'ergonomie, la facilité de nettoyage et d'entretien. « Actuellement, des essais sont en cours pour remplacer le gaz réfrigérant R 404 A qui a un impact négatif à long terme sur la couche d'ozone. A ce niveau, on envisage une solution technique commune aux différentes marques ».





Armoire de
conservation
Fristyle Plus
multi-températures.

Armoire Fristyle Plus

La conception des armoires modulaires et démontables Fristyle Plus permet d’une part d’**adapter l’armoire de stockage aux besoins des professionnels** et d’autre part d’écartier tout problème d’accès difficile. A chaque produit conservé (poissons, légumes, viandes, fromages) sa température et une armoire adaptée. Selon les modèles, il est possible de conserver des produits frais (+1°/+10°C) ou surgelés (-18°/-25°C) dans différentes versions de 500 à 2000 litres : 1, 2 ou 3 portes, inox 18-10 ou laqué blanc extérieur, format Gastronorme ou Euronorme (600 x 400).

Les armoires sont équipées d’un système inédit (bosse du froid) qui assure l’homogénéité de la température sur tous les produits. Un traitement de surface protège de la corrosion tous les évaporateurs qui équipent les armoires à température positive. L’équipement frigorifique des armoires est conçu de façon à fonctionner à des températures ambiantes élevées. La **régulation électronique** assure le maintien de la température, l’affichage digital, le dégivrage et la réévaporation automatique des eaux de dégivrage. La conception des armoires a été étudiée pour **optimiser le nettoyage** : coins intérieurs arrondis, crémaillères, glissières et joints de portes facilement démontables, portes sans seuil, etc.

Cellule de refroidissement rapide

Depuis plus de 29 ans, Friginox a acquis un savoir-faire important en matière de surgélation rapide en créant la première cellule de refroidissement rapide en 1983. Aujourd’hui, la marque met à la disposition des professionnels plusieurs gammes de cellules (sur pieds, à chariots) équipées de série du **brevet i-Chilling®, le refroidissement intelligent auto-adaptatif**.



Cellule de refroidissement rapide i-Chilling à chariot.

Ce système protège contre la congélation en surface, détermine les paramètres du cycle à réaliser, quels que soient le type de produit et son emballage. Dès le démarrage du cycle, et sans aucune intervention manuelle de l’utilisateur, le système i-Chilling® **calcule la température de l’air de refroidissement la mieux adaptée à ce produit** pour, d’une part obtenir le refroidissement dans un temps défini, voire plus rapidement, et d’autre part éviter la formation de glace, cause de dégradations qualitatives souvent irrémédiables. Côté ergonomie, le démarrage d’un cycle de refroidissement rapide se fait en appuyant sur une seule touche, pour une utilisation simplifiée. Le tableau de commande est équipé de seulement 7 touches identifiables par pictogrammes. Un signal sonore de début et fin de cycle par buzzer informe le professionnel sur l’avancement du cycle. Pour une traçabilité optimale, la température à cœur est affichée pendant le cycle et en fin de cycle. De nombreuses autres caractéristiques techniques dans le respect de la réglementation en vigueur font partie des atouts des cellules de refroidissement rapide.

MAINTENIR SYSTÉMATIQUEMENT À LA BONNE TEMPÉRATURE LES ALIMENTS CHAUDS ET FROIDS

Avec le nouveau chariot *Ready To Serve Carbon-Tech* de Burlodge.



Le RTS-CT est l'appareil idéal aussi bien pour les hôpitaux, que pour les cliniques ou les maisons de retraite.

Le nouveau chariot **Ready to Serve Carbon-Tech (RTS- CT)** de Burlodge représente une solution parfaitement adaptée au maintien des températures des plats cuisinés chauds ou froids. Doté d'une structure en acier et aluminium avec **des portes en fibre de carbone**, pour le rendre plus léger et plus maniable, le modèle RTS-CT est le matériel idéal pour assurer un service de distribution de repas impeccable.

Rien ne manque à cet appareil. Il possède une puissante capacité de réfrigération et de chauffe, il est très facile à manipuler, il est économe en matière d'énergie, il est équipé de poignées ergonomiques, sa programmation intelligente et ses nouvelles fonctions, facilitent aussi bien le stockage que le nettoyage.

Grâce à ses capacités thermiques froid-chaud, et à son système *cook-chill* le modèle RTS-CT permet tout type de distribution de repas (liaison chaude, liaison froide, liaison mixte ou encore liaison surgelée).

En outre, il peut être utilisé partout pour distribuer des repas en plateau unique sans re-manipulation des composants du repas.

Des résultats excellents grâce à de nouvelles commandes intuitives et novatrices.

Conçu pour gérer la préparation d'un nombre élevé de plateaux repas et pour transporter des plats chauds ou froids, il offre une **technologie ultra moderne** et son **utilisation est particulièrement facile**. Autre point fort : il permet de réduire notablement la consommation en énergie, par rapport aux modèles classiques.

Le panneau de contrôle est étudié pour une utilisation rapide et aisée (automatique ou manuelle). Ce chariot présente de multiples fonctions en mesure de répondre à toutes les attentes : 3 cycles pré-programmables en temps et température; technologie **Smart-Temp** permettant la juste consommation d'énergie pour une juste température

en fonction du nombre de plateaux insérés ; **Timer** pour lancement automatique des différents cycles ; **fonction veille** pour mise en froid automatique ; **fonction alarme** indiquant les défauts éventuels ; **fonction automatique** de maintien en température en fin de cycle de chauffe ; **fonction traçabilité** « B Wise » avec enregistrement automatique des actions, des horaires et des températures de chaque compartiment ainsi qu'une sonde optionnelle de prise de température à cœur des aliments. Le report de la traçabilité de type **HACCP** s'effectue soit manuellement par carte, ou automatiquement sous WiFi ou Ethernet. Avec un tel choix de fonctions, le RTS-CT possède assurément le programme et le cycle les plus adaptés à vos besoins.

Design et solidité vont de paire

Le design et la qualité de l'appareil RTS-CT résultent de la longue expérience de Burlodge dans le secteur de la distribution de repas. Grâce à la substitution des portes en acier inoxydable par des portes en fibre de carbone, **le poids a pu être diminué de plus de 40 kgs**. Ce nouveau matériau durable rend notre produit plus sûr et plus facile d'utilisation. Pour garantir une qualité optimale le **châssis est en acier inoxydable**, le toit et le panneau latéral extérieur en thermoplastique antistatique, et la fermeture des portes est antibactérienne. Il se nettoie très aisément car il peut être lavé au jet, aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur. Il est classé avec un indice de protection électrique IP 55.

Fonctionnel et flexible le RTS-CT garantit au mieux votre prestation alimentaire

Sa fonctionnalité et sa capacité d'adaptation caractérisent en premier lieu le RTS-CT. Le design unique des murs diviseurs permet de bien séparer la zone chaude de la zone froide du plateau-repas, de façon à préserver leurs températures respectives. **Le système de chauffe à convection forcée dirigée à flux vertical** assure le maintien des aliments à la bonne température. Le compartiment froid est aussi doté d'un système de **ventilation forcée** pour la parfaite réfrigération des aliments. Il est possible d'utiliser tout type de vaisselle : porcelaine, verre, plastique adapté aux hautes températures, barquettes jetables en aluminium, polypropylène ou carton.

Une gestion impeccable des repas dépend de trois facteurs essentiels : logistique, préparation et distribution irréprochables. Le chariot RTS-CT de Burlodge conjugue efficacité, design ergonomique, solidité et flexibilité. C'est le partenaire idéal pour un service parfait.

Ce nouveau chariot allie technologies d'avant-garde et capacités optimales de manœuvrabilité, tout en maîtrisant parfaitement la consommation en énergie.

www.burlodge.com



NOS MARQUES DANS LE MONDE

LES ENTREPRISES FRANÇAISES

CUISSON

Rosinox

BOULANGERIE ET PÂTISSERIE

Bertrand Puma

Bongard

CFI

Pavailler

RÉFRIGÉRATION

Friginox

ÉTUDES, DISTRIBUTION & SERVICES

Ali Comenda

LES ENTREPRISES AVEC DES BUREAUX COMMERCIAUX EN FRANCE

BURLODGE

www.burlodgefr.com

Téléphone: +33 (0)1 60 17 66 74

CARPIGIANI

www.carpigiani.com/fr

Téléphone: +33 (0)1 46810591

METOS

www.metos.com

Téléphone: +33 (0)1 64114545

WILLIAMS

www.williamssf.fr

Téléphone: +33 (0)5 55522788



CUISSON



BOULANGERIE ET PÂTISSERIE



PRÉPARATION ET DISTRIBUTION DES REPAS



RÉFRIGÉRATION



LAVAGE



DISTRIBUTEURS DE CRÈME GLACÉES ET DE BOISSONS



ÉTUDES, DISTRIBUTION ET SERVICES

ALPHATECH

Amana Commercial

MENUMASTER Commercial

ambach

b baron

eloma



HACKMAN

LAINOX

MARENO LE GRANDI CUCINE DAL 1922

MOFFAT

oem



ROSINOX Grandes Cuisines

Silko GRANDI CUCINE

ADAMATIC

Belshaw

Bertrand puma

BONGARD

CFI

ESMACH

MONQ

Pavailler

Aladdin Temp-Rite

AUREA advanced food preparation equipment

BURLODGE

Fimi qualità inossidabile

Stierlen

temp-rite

Edlund edlundco.com

BEVERAGE-AIR

FRIGINOX LE FROID PROFESSIONNEL

friulinox First, quality.

HIBER THE FUTURE OF CHILLING

Polaris

VICTORY

williams

Champion

CMA

COMENDA

DIHR

grandimpianti Industrial Laundry Equipment

HOONVED

KROMO EXCELLENCE IN DISHWASHING

MOYER DIEBEL

NORDIEN-SYSTEM

rendisk

STARLINE WASHTECH PROFESSIONAL WASH SYSTEMS

Wexiödisk

CARPIGIANI sweet innovation

caltabriga

COLODELTE

ELECTRO FREEZE

GBG

Off-Space freezer

PROMAG

Sencotel

ALI GROUP 惠亚立餐饮设备(上海)有限公司 CHINA

ALI COMENDA

ALI CONTRACT

CATEMAR www.catemar.com

dawson

GRANDIMPIANTI

Krefft

metos kitchen intelligence

MILLER S VANGUARD

SERVICELINE

VOTRE PARTENAIRE DANS LE MONDE

Afrique | Amérique | Asie | Australie et Nouvelle Zélande | Europe

Ali Group Australie

740 Springvale Road, Mulgrave
Melbourne Vic. 3170, Australie
Fax +61 3 95183833
australia@aligroup.com

Ali Group Russie

Skladochnaja Str. 1 - St. 18, Off. 101
127018 Moscou, Russie
Fax +7 495 5803360
russia@aligroup.com

Ali Group Canada

2674 North Service Rd.
Jordan Station, Ontario
LOR 1S0, Canada
Fax +1 905 562 4618
canada@aligroup.com

Ali Group Moyen-Orient et Afrique

P.O.Box 354 Amman - 11623 Jordanie
Al Quds St., Al Muqabaleen
Fax +962 6 5736915
sami.hindiyek@aligroup.com.jo
middleeast@aligroup.com

Ali Group Chine

Ali Food Service Equipment (Shanghai) Co. Ltd.
B3 1/F Block North, No 361 Hong Zhong Road
Shanghai 201103, Chine
Fax +86 21 5157 0620
china@aligroup.com

Ali Group Japon

Mishuku 1-13-1
Setagaya-ku
1540005 Tokyo, Japon
Fax +81 3 5779 8853
japan@aligroup.com

Ali Group France

17-19 Avenue Gaston Monmousseau
93240 Stains, France
Fax +33 1 423 51170
france@aligroup.com

Ali Group Nouvelle Zélande

16 Osborne Street, Phillipstown
Christchurch, Nouvelle Zélande
Fax +64 3 3891276
newzealand@aligroup.com

Ali Group Allemagne

Lochfeldstraße 28
76437 Rastatt
Fax +49 72 22 15 977 477
germany@aligroup.com

Ali Group Royaume-Uni

Wath Road, Elsecar, Barnsley
South Yorkshire, S74 8HJ, Grande-Bretagne
Fax +44 1226 350384
uk@aligroup.com

Ali Group Italie

Via Gobetti, 2A - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio
(Milan) - Italie
Fax +39 02 92104370
italy@aligroup.com

Ali Group États-Unis

3765 Champion Boulevard
Winston-Salem, NC 27105, États-Unis
Fax +1 336 661 1979
usa@aligroup.com

Chargée d'édition

Elena Faccio

Journalistes

Anne Le Nir
Antoine Léger

Couverture

The Torch Doha (Qatar)
Photo réalisée par Elliott Kaufman

Photographies

Claudio Sforza, Elliott Kaufman et Lydia Shaw

Création de la ligne graphique

Design Network, Milan

Imprimerie

Siz, Vérone

Rédaction

Ali S.p.A
Via Gobetti, 2A- Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (Milan) - Italie
Tél. : + 39 02 921991
www.aligroup.com



UN LEADER GLOBAL

Le Groupe Ali est un des grands leaders mondiaux dans le marché de l'hôtellerie et de la restauration professionnelle. Il a été fondé en Italie en **1963**, mais plusieurs de ses entreprises ont plus d'un siècle d'histoire et font partie des marques les plus reconnues et appréciées sur le marché.

Le Groupe conçoit, produit et commercialise une ample gamme d'équipements pour le foodservice. Il compte **48 sites de production**, dans **14 pays**, et **67 marques**. Il est présent dans pratiquement tous les secteurs du marché: de la cuisson à la panification, en passant par le lavage de la vaisselle et du linge de table, la pâtisserie, la réfrigération, la fabrication des glaces et la distribution de repas.

Grace à ses investissements constants dans la recherche et le développement, le Groupe Ali offre des produits d'avantgarde. Robustes et respectueux de l'environnement, ils répondent au mieux aux exigences des principales chaînes d'hôtels et de restaurants, dans le monde, et aux besoins des hôpitaux, des écoles, des aéroports, des centres pénitenciers et des restaurants d'entreprise.

Miser sur l'excellence, c'est le coeur de la philosophie d'entreprise Ali, un principe présent dans toutes les activités du Groupe et auquel adhèrent pleinement ses **7000 employés**.

La recherche de l'excellence est omniprésente dans la conception des produits et dans leur réalisation, tout comme dans les travaux d'installation et dans l'assistance après-vente. Plus qu'un simple fournisseur, le Groupe Ali se veut un véritable partenaire capable d'apporter à ses clients des solutions sur mesure, d'une qualité irréprochable.