

ALI WORLD

LA RIVISTA DEL GRUPPO ALI

NUMERO 2 | OTTOBRE 2013

IL CONSERVATORIUM

Architettura olandese e design italiano
per il più famoso hotel di lusso di Amsterdam

STORIA DI COPERTINA

LE ULTIME NOTIZIE SUL GHIACCIO

Scotsman Industries si unisce ad Ali Group

CINA: LA GRANDE SFIDA

Cogliere nuove opportunità scegliendo Ali Group come partner

CARPIGIANI GELATO UNIVERSITY

Storie di successo da tutto il mondo

McCAFÉ

McDonald's e Moffat insieme per il nuovo concept dedicato alla pausa caffè



Buongiorno a tutti!

Sono felice di condividere con voi il nuovo numero di AliWorld, la rivista Ali Group dedicata al mondo dell’ospitalità e della ristorazione professionale.

Un grandissimo grazie va ai miei colleghi di tutto il mondo, che ancora una volta mi hanno aiutato a scoprire le storie più interessanti. I loro racconti ci portano nel cuore di progetti straordinari, sviluppati nei diversi ambiti del foodservice.

Spero che gli articoli di questo numero vi trasmettano tutta la passione e l’entusiasmo che hanno ispirato ogni progetto.

Vi invito a propormi nuove idee e notizie per i prossimi numeri. Potete scrivermi a elena.faccio@aligroup.it. Ogni suggerimento per rendere AliWorld più ricco e interessante è benvenuto! Sarà un grande piacere mettermi in contatto con voi e dare spazio alle vostre storie.

La rivista è disponibile anche sul nostro sito nella sezione pubblicazioni (www.aligroup.com).

Spero che AliWorld diventi sempre di più parte del vostro mondo.

Buona lettura!

Elena Faccio
Corporate Communications Director

INDEX



PROFILO

- 2 L’erede designato: Filippo Berti si prepara a guidare Ali Group verso nuovi orizzonti



STORIA DI COPERTINA

- 4 Un grande bis per il conservatorio



PERSONE

- 10 E ora aggiungi il ghiaccio
Focus su: **Scotsman Industries**
- 14 Cucine e lavanderie ai confini del mondo
Focus su: **Alicontract**



TENDENZE

- 18 Cibo per la mente
Focus su: **Menumaster**
- 24 Cina, la grande sfida
Focus sulle nostre aziende in Cina:
Ali Cina, Carpigiani, Scotsman e Williams



STORIE DI SUCCESSO

- 32 Diventa “panettiere di giorno” con EsmachLab
- 38 Carpigiani Gelato University
- 46 Moffat partners di McDonald’s



INNOVAZIONE

- 50 Nuove sfide per un mercato in continua evoluzione



NOVITÀ DA TUTTO IL MONDO

- 66 Le più recenti novità dal mondo Ali



L'EREDe DESIGNATO

Filippo Berti si prepara a guidare Ali Group verso nuovi orizzonti.

di Lisa Bertagnoli



Lo skyline di Chicago, la Città del Vento.

Con una splendida famiglia, una grande casa in uno dei quartieri residenziali a nord di Chicago, e la passione per la pesca, Filippo Berti assomiglia in tutto e per tutto a un businessman di successo. Ecco chi è: “stoffa” Berti, 45 anni, Presidente e Amministratore Delegato di Ali Group Nord America, e Presidente di Scotsman, la nota azienda di Chicago che produce fabbricatori di ghiaccio. Grazie a una mente analitica, alla vasta esperienza e ai saggi consigli del padre, Luciano Berti, Presidente e CEO di Ali Group, Filippo è pronto a guidare il Gruppo nel prossimo futuro.

La sua formazione passa attraverso diverse tappe ed esperienze, tutte ugualmente importanti. Filippo è nato a Milano. Quando aveva 11 anni, la famiglia, genitori e tre figli, si trasferisce negli Stati Uniti. Ali Group aveva appena acquisito Champion, un’azienda americana che produce apparecchiature per il lavaggio delle stoviglie, e Berti padre voleva espandere ulteriormente il proprio business nel nuovo continente. In gioventù Luciano Berti è stato uno studente Fulbright alla Stanford University: “capiva che per i suoi figli era importante vivere un’esperienza all’estero, conoscere la cultura degli Stati Uniti e imparare l’inglese”, afferma Filippo.

Quando fa le sue prime esperienze nel mondo del foodservice equipment Filippo è adolescente. Durante le estati lavora in una linea di produzione di lavastoviglie e in amministrazione, e gira l’Italia con un esperto venditore per imparare a trattare con i clienti. Si ricorda del lavoro nella linea di produzione come di un divertimento: “Sei un adolescente e ti ritrovi a creare dei prodotti veri”, dichiara, aggiungendo di essere sempre stato un appassionato di tecnologia.

Il giovane Berti frequenta la Georgetown University di Washington e si laurea nel 1990 con una tesi in **relazioni internazionali** e una **specializzazione in storia**. Dopo la laurea non vuole cercare lavoro nell’azienda di famiglia, ma si tuffa nel mondo della finanza. Era un periodo esaltante di fusioni e acquisizioni di grande successo. “Tutti i giovani volevano lavorare in finanza”, ricorda Filippo. Sbarca così a San Francisco negli uffici di Shearson Lehman Brothers e quell’esperienza risveglia il suo appetito per un MBA (Master in Business Administration). “Mi resi conto che ero più un tipo analitico che un puro broker”, afferma il giovane Berti. Ecco allora che ottiene un **MBA** congiunto dall’**Università Bocconi** in

"Quando fa le sue prime esperienze nel mondo del foodservice equipment Filippo è adolescente. Durante le estati lavora in una linea di produzione di lavastoviglie e in amministrazione, e gira l’Italia con un esperto venditore per imparare a trattare con i clienti"

Italia e dalla **Columbia University** di New York.

Dopo il master, Filippo trascorre alcuni anni nell’ufficio di Milano di una delle principali banche d’affari, Lazard Frères. Lancia un fondo di venture capital e avvia un business di video games che al suo culmine ha 120 programmatori. “È stato un periodo molto eccitante”, ricorda Filippo, aggiungendo che l’azienda dei video giochi aveva gli uffici sulla riviera ligure.

Poi, nel 2003, scoppia la bolla dot-com e il mondo finanziario va in stallo. È allora che il giovane Berti riceve una telefonata del padre. Ali Group era sul punto di **acquisire Metos**, un importante produttore finlandese di attrezzature per il foodservice che comprendeva anche una linea di complementi di arredo per la casa, Iittala. Ali Group non era interessato a questo settore e Luciano Berti chiede aiuto al figlio per acquisire Metos e vendere Iittala.

Così, vent’anni dopo aver lavorato nella linea di produzione di lavastoviglie, Filippo Berti impara quello che tutti gli imprenditori di seconda generazione scoprono presto: nessuno ti dà niente per niente. “Mio padre era due volte più severo con me perché ero suo figlio”, dice Filippo Berti. “Voleva che mi guadagnassi quello che mi veniva dato”.

Nel 2007, Filippo si sposa e Ali Group acquista **Beverage-Air**, l’azienda di refrigerazione che allora si trovava a Spartanburg, S.C. e che dopo fu trasferita a Winston-Salem, in North Carolina. Il destino del giovane Berti è ormai scritto. Egli, sua moglie e la piccola figlia si stabiliscono negli Stati Uniti e Filippo inizia a occuparsi di Beverage-Air, un marchio allora travagliato che lottava in un mercato fortemente competitivo. I risultati: così buoni che quattro anni più tardi, Luciano Berti nomina suo figlio Presidente e **CEO di Ali Group Nord America**.

Oggi, il suo percorso professionale conduce direttamente al futuro del Gruppo. “L’esperienza in Beverage-Air mi ha fatto capire che **mi piace gestire aziende**”, egli afferma. “Ho preso qualcosa da mio padre, perché mi riesce piuttosto bene”. Gli piace il lato industriale di un’azienda: la progettazione, lo sviluppo ingegneristico e la produzione di apparecchiature reali. “È molto più gratificante che guardare semplicemente dei numeri su un foglio di carta”, egli afferma.

Il giovane Berti parla ogni giorno con suo padre per chiedere consigli (e alcune volte darli) e confrontarsi sul business. “Mio padre ha un gran senso degli affari”, dice Filippo. “Ha capito molto presto che le persone, per via dei cambiamenti socioeconomici e dello sviluppo del turismo, avrebbero preferito mangiare fuori casa sempre di più”. E in futuro, ancora e ancora di più: “non abbiamo finito di investire nel settore del foodservice equipment”, egli dice. “Sessantadue per cento del nostro business è in Europa. C’è ancora molto da fare negli Stati Uniti. La Cina sta per esplodere, i cinesi



Filippo Berti, Presidente e Amministratore Delegato di Ali Group Nord America, e Presidente di Scotsman.

"In futuro voglio continuare a rimanere con i piedi per terra come mio padre. Questo significa essere focalizzato sul business e umile nella vita, desideroso di continuare a migliorarsi"

amano mangiare al ristorante”.

La visione di Filippo è chiara. “In futuro voglio continuare a rimanere con i piedi per terra come mio padre”, dice l’erede di Mr. Berti. “Questo significa essere focalizzato sul business e umile nella vita, **desideroso di continuare a migliorarsi**. Sono genuinamente interessato al nostro business e alle persone che ci lavorano. Credo che questo sia il primo passo per essere in grado di soddisfare i nostri clienti. Il più importante insegnamento che mio padre mi lascerà è di ascoltare sempre i miei collaboratori e i nostri clienti, e di non smettere mai di voler sapere quello che loro sanno già”.

Il trasferimento nella sua nuova casa e nell’ufficio di Chicago, quattro bambini bellissimi, vivaci e pieni di energia, qualche battuta di pesca in Montana (che ogni tanto riesce a organizzare), e sicuramente gestire Ali Group Nord America lo tengono occupato e felice. “**Amo questo business**”, egli dice “**è un grande settore**”.



Intervista a Piero Lissoni, l'architetto e interior designer che ha firmato il progetto del Conservatorium Hotel di Amsterdam

UN BIS STRAORDINARIO PER IL CONSERVATORIO

*Il più celebre hotel di lusso di Amsterdam si trova nell'edificio che un tempo ospitava il conservatorio.
La storica architettura olandese si mescola in modo sofisticato al design contemporaneo italiano.*



Fin dalla sua inaugurazione la scorsa estate, il **Conservatorium Hotel** di Amsterdam è diventato la meta preferita di viaggiatori esigenti, appassionati di design e di tutti coloro che vogliono sentirsi a casa anche quando sono lontani.

La sua maestosa facciata non passa inosservata. Situato nel cuore della città, dove si trovano i musei, e pericolosamente vicino a PC Hooftstraat, la via con i più bei negozi di moda di Amsterdam, il nuovo hotel dispone di 129 stanze di insolita eleganza.

Costruito alla fine del diciannovesimo secolo dall'architetto Daniel Knuttel come sede centrale di Rijkspostspaarbank, una delle principali banche olandesi, l'edificio ha successivamente ospitato il conservatorio di musica Sweelinck, di qui il nome dell'hotel nei primi anni '80.

Con l'arrivo di **Piero Lissoni**, architetto e designer d'interni milanese, l'edificio ha vissuto un accurato **intervento di rinnovamento e restauro**. "Non si poteva toccare nulla", afferma Lissoni, che è riuscito a conservare molto del fascino originario dell'edificio, compreso le alte volte dell'ingresso, il pavimento in pietra e marmo veneziano, e le lavorazioni in teak.

Pur lavorando nel rispetto di regole molto strette, Lissoni ha voluto comprendere nell'hotel un giardino esterno, creando un atrio di vetro spettacolare che sale fino all'ottavo piano. Questo spazio luminoso è utilizzato come hall dell'hotel e ospita una lounge molto frequentata e una piacevole brasserie.

Come l'hotel anche il ristorante, gestito da uno dei più famosi chef di Amsterdam, **Schilo van Coevorden**, coniuga in modo intelligente lo stile coloniale olandese e il design moderno italiano. Il cibo è servito su preziose porcellane Royal Delft, mentre gli ospiti sono comodamente seduti in sedie disegnate da Lissoni per Divani Living.

Gli ospiti più curiosi possono ammirare Coevorden e il suo team dalla sala da pranzo, che è separata dalla cucina solo da un'ampia parete in vetro. Di lì possono seguire la preparazione di un menù di degustazione di nove portate, creato con ingredienti stagionali.

Una cena nel lusso del Conservatorium Hotel è la conclusione ideale di una lunga giornata trascorsa passeggiando lungo i canali della città, visitando i musei d'arte e le altre attrazioni.

"I gourmet più curiosi possono ammirare Coevorden e il suo team dalla sala da pranzo, che è separata dalla cucina solo da un'ampia parete in vetro. Di lì possono seguire la preparazione di un menù di degustazione di nove portate, creato con ingredienti stagionali"

Vista dell'elegante e spaziosa sala d'attesa.

Il ristorante Tunes, regno del celebre chef Schilo van Coevorden.





ALIWORLD HA INCONTRATO PIERO LISSONI, ARCHITETTO E INTERIOR DESIGNER DEL CONSERVATORIUM HOTEL DI AMSTERDAM, CHE HA CONDIVISO CON NOI LA SFIDA E IL PIACERE DI RINNOVARE UNO DEI PIÙ MAESTOSI EDIFICI STORICI DELLA CITTÀ.

Che cosa è il lusso oggi?

Quando si parla di design, **un senso di eleganza e proporzione**. Nella vita, svegliarsi ogni mattina con un bacio... e un buon cappuccino.

Che cosa deve offrire un hotel per essere definito di lusso?

Un'esperienza speciale per i visitatori. Tutte le camere del Conservatorium Hotel sono diverse e gli ospiti possono scegliere la loro stanza in base al proprio gusto personale.

Come ha affrontato il progetto del Conservatorium Hotel?

Volevo introdurre il mio linguaggio architettonico nell'edificio preesistente, creando volumi semplici che fluttuano nello spazio e cambiano completamente al variare della luce.

Quando sono arrivato ad Amsterdam, era già stata richiesta una concessione edilizia per ricavare una hall dall'ampio cortile dell'edificio. Era il punto di partenza e non si poteva cambiare. Insieme al mio team, ho definito e disegnato la forma dell'atrio. Durante questo processo abbiamo cercato di coniugare l'edificio storico con il nuovo, conferendo al tempo stesso una forte identità alla nuova architettura.

La hall in vetro rappresentava una grande sfida. Abbiamo cercato di ridurre la struttura al minimo e di risolvere tutti i problemi causati dal collegamento di un edificio storico a una costruzione contemporanea. Eravamo preoccupati dell'impressione che un così ampio spazio volumetrico poteva suscitare negli ospiti dell'hotel, ma a dire il vero l'atrio è molto accogliente e confortevole.

Quali elementi dell'architettura originaria ha mantenuto?

Lavorando con l'austera bellezza dell'architettura di Daniel Knuttel, ho creato una successione di **spazi luminosi** all'interno dell'**altissima hall in vetro**, all'interno della quale ho inserito elementi di architettura moderna. Volevo creare una struttura che fosse insieme stupenda e rispettosa della storia dell'edificio.

Ho anche reso omaggio agli alti soffitti originali dell'edificio: quasi la metà delle camere sono disposte su due piani e hanno spettacolari finestre di grandi dimensioni, travi a vista e balaustre in vetro che permettono agli ospiti di godersi la vista della città e il mutevole cielo olandese... anche dal letto.

Come si inserisce il design dell'hotel nella città di Amsterdam?

Ci sono molti riferimenti alla storia e al fatto che l'edificio ospitava il conservatorio di musica. **Ci siamo concentrati molto sull'acustica dell'edificio**. Per esempio, abbiamo finito per insonorizzare l'intero soffitto della hall in vetro, compresi i ponti.

Qual è il suo spazio preferito all'interno dell'hotel?

L'ampio tavolo rotondo della brasserie, dove ci si siede in compagnia degli altri ospiti. Quando è possibile, mi piace utilizzare tavoli che possono essere condivisi. Adoro quel senso di comunione che inevitabilmente si crea.

La brasserie e la hall del Conservatorium sono state ricavate in un meraviglioso giardino interno, con spettacolari vetrate che salgono fino al soffitto, anch'esso in vetro.



Il ristorante Tunes ha un'atmosfera cosmopolita e sta diventando il più apprezzato ristorante della città. Le scale in ferro hanno un forte impatto scultoreo e collegano il vecchio al nuovo edificio.

LE CUCINE

Le cucine del Conservatorium Hotel sono state progettate dallo studio di consulenza **SeftonHornWinch** in collaborazione con **Metos Olanda**, l'azienda di Ali Group specializzata in progetti chiavi in mano nei Paesi Bassi.

Grazie all'esperienza maturata in molti anni di attività, Metos ha saputo **comprendere e soddisfare le molteplici esigenze dell'hotel** in termini di efficienza, flusso del lavoro, flessibilità, tempi e numero di coperti. Il team Metos di Amsterdam ha lavorato insieme al Conservatorium Hotel per l'intera durata del progetto, fornendo soluzioni e sistemi intelligenti piuttosto che semplici prodotti.

Per soddisfare tutte le esigenze e i desideri degli ospiti dell'hotel **sono state realizzate cinque cucine**: una per la brasserie, una per il ristorante di Schilo, una per i ricevimenti e gli eventi speciali, una per il servizio in camera e una separata per la pasticceria.

Metos Olanda è stata selezionata per realizzare questo ambizioso progetto da **The Set Collection**, una nuova collezione di hotel di lusso che si trovano nelle principali capitali europee, come il Café Royal in Regent Street a Londra e il Lutetia vicino al mitico quartiere di Saint-Germain-des-Prés a Parigi.

BAR E RISTORANTI

BRASSERIE E LOUNGE

Aperta dall'alba fino a tarda notte, la brasserie e la lounge del Conservatorium sono un ampio spazio conviviale, arredato con morbidi divani e tavolini per il caffè che creano un'atmosfera intima e piacevole. Qui gli ospiti e gli abitanti della città possono godere di ogni cosa, da un moderno buffet per la colazione, a un the nel pomeriggio, fino a una cena informale.

TUNES RESTAURANT E BAR

Il ristorante Tunes offre due menù degustazione e svariate opzioni à la carte, tutto mirabilmente preparato con **ingredienti di stagione** dallo chef Schilo van Coevorden. Il menù del bar comprende un'ampia selezione di vini e liquori, cocktail speciali e molti piatti e aperitivi in perfetto stile tapas.

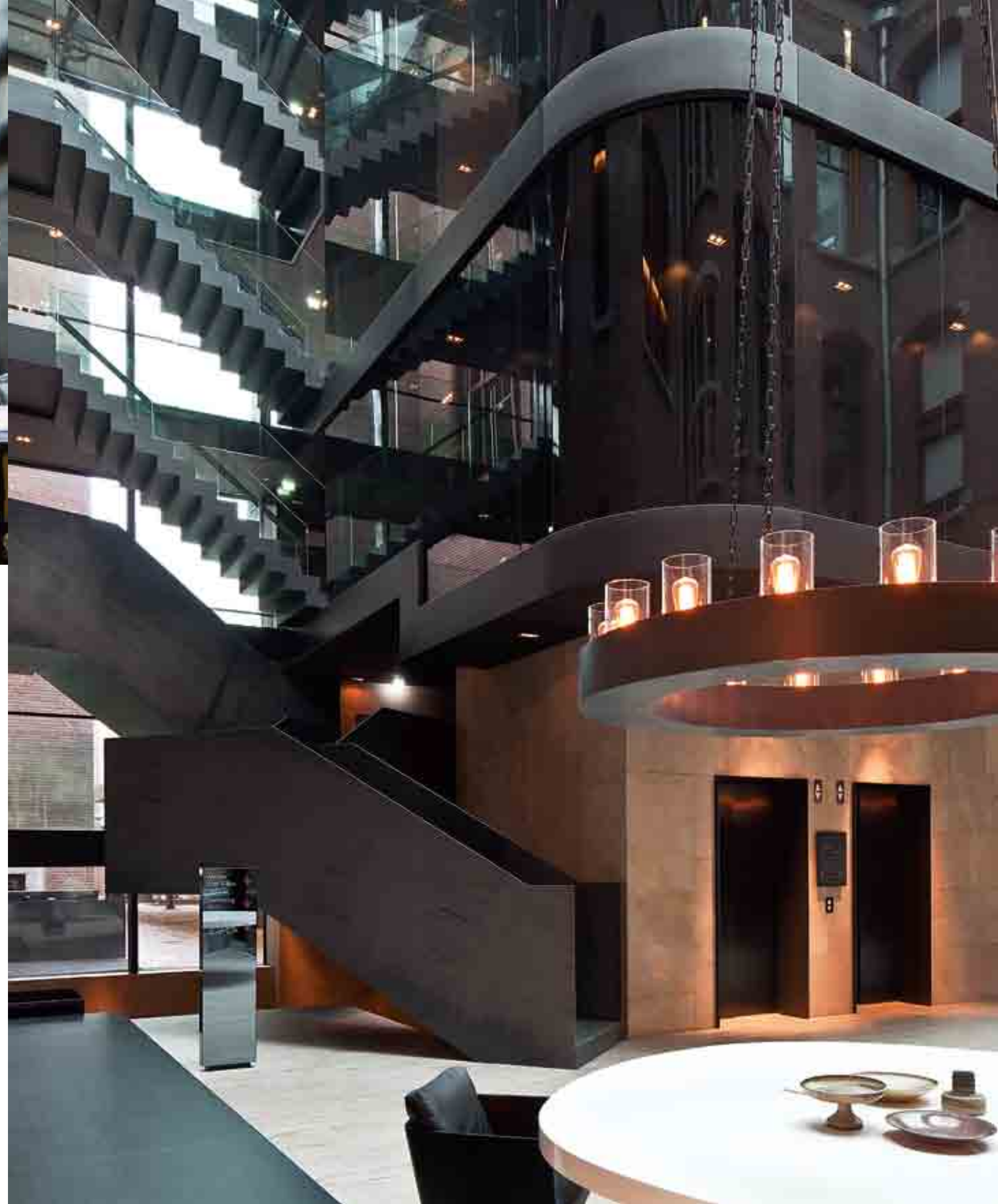
CONTATTI

METOS OLANDA

Spoorstraat 62 – 7261 AG Ruurlo
Telefono +31 573 458 455
www.metos.nl – info@metos.nl

CONSERVATORIUM HOTEL

Van Baerlestraat 27 – Amsterdam 1071 AN
reservations@conservatoriumhotel.com





Intervista a Luciano Berti, Chairman e CEO, Ali Group

...E ORA AGGIUNGI IL GHIACCIO!

ALI GROUP UNISCE LE SUE FORZE A SCOTSMAN, IL PRINCIPALE PRODUTTORE DI APPARECCHIATURE PER FARE IL GHIACCIO. LE ACQUISIZIONI HANNO AVUTO UN RUOLO CHIAVE NELLA STRATEGIA DI CRESCITA DEL GRUPPO, FIN DALLA SUA FONDAZIONE NEL 1963.

ALLA FINE DEL 2012, ALI GROUP HA PORTATO A TERMINE UN’ALTRA IMPORTANTE ACQUISIZIONE, QUELLA DELL’AZIENDA AMERICANA SCOTSMAN INDUSTRIES. CREATA NEL 1950, SCOTSMAN È IL PIÙ IMPORTANTE PRODUTTORE DI APPARECCHIATURE PER FARE IL GHIACCIO AL MONDO, IN GRADO DI FORNIRE RISTORANTI, HOTEL E LE PRINCIPALI CATENE DELLA RISTORAZIONE. È STATA QUESTA SPECIALIZZAZIONE NELLA PRODUZIONE DI GHIACCIO A SUSCITARE L’INTERESSE DI ALI GROUP, CHE HA SEMPRE CERCATO DI ACQUISIRE AZIENDE ALTAMENTE SPECIALIZZATE, IN GRADO DI OFFRIRE IL MEGLIO DEL MERCATO PER COMPETENZA E CONOSCENZA. AZIENDE MOLTO FOCALIZZATE RAFFORZANO L’ESCLUSIVO POSIZIONAMENTO DI ALI GROUP COME GRUPPO MULTI-SPECIALISTA. IN PARTICOLARE, L’ACQUISIZIONE DI SCOTSMAN AGGIUNGE AL PORTAFOGLIO PRODOTTI DEL GRUPPO I FABBRICATORI DI GHIACCIO E UNA STRUTTURA SPECIALIZZATA NEL SERVICE E NELLA VENDITA. QUEST’UNIONE GARANTISCE L’OFFERTA PIÙ VASTA DEL MERCATO, NESSUN’ALTRA AZIENDA PUÒ VANTARE LA STESSA VARIETÀ DI PRODOTTI E UNA COPERTURA GEOGRAFICA GLOBALE. L’ACQUISIZIONE DI SCOTSMAN CHIUDE UN CERCHIO. PER SCOPRIRE PERCHÉ BISOGNA ANDARE INDIETRO AGLI ANNI ’90, QUANDO LUCIANO BERTI, FONDATORE, PRESIDENTE E CEO DI ALI GROUP, VENDETTA SIMAG, UN’AZIENDA CHE PRODUCEVA GHIACCIO, A SCOTSMAN. L’ACQUISIZIONE DI SCOTSMAN HA RIPORTATO SIMAG NELLA SCUERIA ALI GROUP. MR. BERTI SPIEGA PERCHÉ

QUEST’ACQUISIZIONE È IMPORTANTE PER ALI GROUP E I SUOI CLIENTI, COSÌ COME PER SCOTSMAN E I SUOI CLIENTI.

Perché ha deciso di acquisire Scotsman?

Abbiamo deciso di acquistarla perché hanno deciso di vendere, in qualche modo è stata la combinazione di due volontà. **Emanuele Lanzani**, che guida Scotsman in Italia, Europa e Asia-Pacifico, ed io ci conoscevamo da anni. Abbiamo sempre parlato di business insieme. Sapevo che negli anni la società aveva raggiunto ottimi risultati. Il nostro interesse per Scotsman nasce dalla **qualità stessa dell’azienda**. È un’azienda molto apprezzata e piuttosto grande per il nostro settore, ed è probabilmente la più antica fra tutte le aziende che producono apparecchiature per fare il ghiaccio. Inoltre, Scotsman è presente in tutto il mondo. Ha cinque fabbriche - due negli Stati Uniti, due in Europa e una in Cina, e il quartier generale a Chicago. La **distribuzione mondiale** è un aspetto importante, perché anche noi siamo un produttore con una distribuzione globale. Infine, quello dei fabbricatori di ghiaccio, è un segmento di mercato dal quale eravamo completamente assenti.

Quali benefici porterà, a Scotsman e ai suoi clienti, entrare a far parte del Gruppo Ali?

Non so se stia a me dirlo, ma il nostro Gruppo ha una forte reputazione. Ho creato Ali 50 anni fa e all’epoca era una piccola



azienda. Siamo nel mercato da molto tempo e continuiamo a crescere. **Siamo presenti in più di 100 paesi**. Il nostro headquarter è in Italia, ma l’Italia rappresenta solo l’8% del nostro fatturato. Più del 30% del nostro business è negli Stati Uniti, dove continua a crescere, e circa il 15% in Asia e in Australia. Abbiamo più di 8.000 dipendenti e **uffici e fabbriche in 26 paesi**. Questo significa che il mercato ha risposto in modo positivo al nostro modo di lavorare. Siamo molto forti nello sviluppo di prodotto.

Scotsman è presente in Cina. Perché questo è importante?

Scotsman ha un ufficio commerciale e di assistenza a Shanghai e Guang Zhou, e uno stabilimento produttivo a Jia Ding. Ci sono letteralmente migliaia di catene americane in Asia: McDonald’s, KFC, e molte altre. Tutte usano apparecchiature per fare il ghiaccio. Il nostro ufficio di Shanghai è aperto da tre o quattro anni e l’obiettivo è quello di essere in grado di offrire un servizio migliore, stando più vicino alle catene americane. Anche Ali Group ha una buona organizzazione in Cina, dove abbiamo più di quattrocento dipendenti.

Che cosa significa per i clienti che ora il Gruppo possiede un’azienda di apparecchiature per fare il ghiaccio?

Con l’aggiunta dei fabbricatori di ghiaccio, ora possiamo fornire il 90% delle attrezzature di cui hanno bisogno le cucine della



ristorazione professionale. Il nostro portafoglio marchi è diventato il più ampio e completo del settore.

Ali Group permette alle aziende che acquisisce di rimanere indipendenti. Quali benefici porterà questa indipendenza ai clienti attuali e futuri di Scotsman?

Questa è sempre stata la nostra politica, fin da quando abbiamo iniziato. Significa che le aziende di ogni regione geografica rimangono locali. Se qualcuno ha un problema con Scotsman, può chiamare Nate Jackson (Vice President of Sales and Marketing) a Chicago. E se non riceve una risposta, può chiamare me. Questo è vero – capita! È la prova che **siamo vicini ai nostri clienti**. Non vogliamo avere troppi livelli di management per rendere semplice ai nostri clienti parlare con chiunque vogliano raggiungere. Inoltre, incoraggiamo la discussione e lo scambio di idee tra le nostre aziende, perché crediamo che fare business in questo modo rafforzi la fiducia, metta in circolo nuova energia e permetta di sviluppare soluzioni più innovative.

Quale messaggio vorrebbe dare alle persone che lavorano in Scotsman?

Vorrei dare un vero e sincero benvenuto, e dir loro che avranno il mio supporto, il mio rispetto e il mio affetto – a tempo debito. Più li conoscerò, più mi piaceranno.

GHIACCIO PER TUTTI, IN TUTTO IL MONDO!

DOVUNQUE SERVA GHIACCIO, SCOTSMAN INDUSTRIES È LÌ PER VOI.



Il quartier generale di Scotsman Industries a Vernon Hills, Illinois.



Le origini di **Scotsman Industries** risalgono al **1921**, con la fondazione di **Queen Stove Works** in Minnesota. Grazie a una crescita costante e a una serie di acquisizioni fortunate, nel 1999 Scotsman è diventato il più grande produttore di fabbricatori di ghiaccio sulla scena mondiale. Alla fine del 2012 ha unito le sue forze ad Ali Group, entrando a far parte del più grande e prestigioso gruppo di foodservice equipment a livello internazionale.

Con oltre **1.000 dipendenti**, **5 fabbriche** e **10 uffici commerciali** nei principali mercati, Scotsman Industries produce e commercializza apparecchiature professionali in tutto il mondo e prodotti per l'uso domestico in America. Con due stabilimenti produttivi negli Stati Uniti, due in Italia e uno in Cina, il gruppo è in grado di produrre in loco per i principali mercati. Insieme i diversi marchi Scotsman producono più di **200.000 fabbricatori di ghiaccio all'anno** e offrono la soluzione ideale per qualsiasi utilizzo, dal foodservice al food retail, dall'ospitalità alla salute; ovunque la gente voglia conservare al fresco cibo e bevande. Nei ristoranti le bevande sono la voce più profittabile e per promuovere le vendite è estremamente importante avere un buon approvvigionamento di ghiaccio. "Il ghiaccio è uno degli ingredienti critici per essere profittabili", afferma **Kevin Fink**, Group Managing Director di Scotsman Industries in America.

Sebbene Scotsman Industries abbia diversi marchi, gli unici due globali sono **Scotsman** e **Ice-O-Matic**, che rappresentano il cuore

dell'offerta in tutto il mondo. Nei vari paesi i prodotti vengono adattati per rispondere alle diverse abitudini e preferenze in fatto di dimensione, forma e consistenza del ghiaccio. Questo vale sia per i due marchi principali, sia per quelli locali che hanno dimensioni ridotte. Il Gruppo è in grado di offrire la più ampia scelta di cubetti, scaglie, ghiaccio granulare e pezzi masticabili sul mercato. I singoli marchi utilizzano tecnologie diverse per soddisfare le richieste locali per quanto riguarda la forma del ghiaccio e la qualità dell'acqua.

I clienti spaziano dalle piccole attività familiari alle grandi catene come **McDonald's**, **Starbucks**, **Walmart**, **Autogrill** e **Marriott**. L'espansione globale di queste catene, come la tendenza a servire bevande gelate, porterà il ghiaccio a essere sempre più utilizzato nel settore del foodservice in tutto il mondo.

Inoltre, le aziende beverage stanno ampliando la loro offerta per comprendere proposte più responsabili e attente alla salute che aumenteranno ancora di più i consumi, come le acque colorate, i succhi di frutta e verdura, e le bevande arricchite con proteine. Un'altra tendenza è la crescente richiesta di ghiaccio granulare, in scaglie e in forme simili a una pepita per il settore healthcare. "Il ghiaccio svolge un ruolo importante nella cura della salute negli ambiti più diversi, dalle terapie fisiche alle cure post-operatorie", continua Fink.

Tradizionalmente alcuni mercati utilizzano più ghiaccio, come l'America, mentre in Europa i consumi sono minori. Al di là delle



Fase di saldatura nella fabbrica Ice-O-Matic di Denver in Colorado.

preferenze per la forma e la dimensione dei cubetti di ghiaccio, questo significa che le apparecchiature più adatte ai diversi mercati possono variare notevolmente in base alla dimensione e alla produzione. Per ogni prodotto, si utilizza la tecnologia più adatta per ottenere i risultati migliori e ottimizzare i consumi di acqua ed energia. Infatti, Scotsman Ice Systems è stato riconosciuto **Partner dell'anno da ENERGY STAR** nel 2012 e nel 2013, ha più prodotti qualificati ENERGY STAR di qualsiasi altro produttore ed è considerato un leader nel settore per l'efficienza nell'utilizzo delle risorse.

Scotsman Industries ha la più ampia offerta di fabbricatori di ghiaccio del mercato. L'opzione tecnologicamente più avanzata è un **sistema per il controllo e la diagnosi da remoto**. Da un computer è possibile controllare ogni punto vendita nel mondo per vedere le performance di ogni singola macchina, verificare la necessità di manutenzione e accertare i costi di gestione totali. Un altro nuovo prodotto, presentato di recente, che già si preannuncia un successo, è un'apparecchiatura compatta e altamente efficiente, compatibile con il **FreeStyle Dispenser di Coca Cola**. Un prodotto innovativo, che produce un'abbondante quantità di ghiaccio in uno spazio molto piccolo.

Per completare l'offerta, Scotsman Industries unisce un **livello estremamente elevato di servizio al cliente** prima, durante e dopo la vendita. Oltre **5.000 tecnici** garantiscono l'assistenza in tutto il mondo. Per essere all'avanguardia in tecnologia, i centri di Ricerca e



Il modello Scotsman C0722 è stato sviluppato per la Freestyle Machine di Coca Cola. L'immagine mostra l'installazione nella catena Five Guys Burgers and Fries.

Sviluppo sono decentralizzati. "Questo è molto importante, così ogni regione può esplorare e sviluppare la tecnologia più adatta alle sue esigenze. Questo non significa che non condividiamo la tecnologia con il gruppo. Per esempio, l'Europa guida il mondo nello sviluppo di sostanze refrigeranti eco-sostenibili e **Frimont**, la nostra divisione europea, ha assunto la guida su questo progetto. Si tratta sempre di una collaborazione, perché miglioramenti di questo tipo sono condivisi con tutte le aziende del gruppo", afferma Fink. I nostri team di ingegneri si incontrano regolarmente per scambiarsi idee e valutare gli avanzamenti nello sviluppo di nuovi prodotti da parte delle diverse aziende.

Diventare parte di Ali Group ha ulteriormente rafforzato la posizione di Scotsman Industries nel mercato. "**Siamo il più grande gruppo al mondo** per la produzione di fabbricatori di ghiaccio. Unire le nostre forze al Gruppo Ali è un'ottima opportunità e una collocazione naturale dal punto di vista dei nostri clienti. Ali Group è una delle più grandi realtà nel mondo della ristorazione professionale ed è focalizzato esclusivamente nel settore del foodservice equipment. La leadership che le diverse aziende Ali hanno dimostrato per innovazione ed eccellenza è perfettamente in linea con la nostra azienda. Possiamo fornire ai clienti soluzioni e progetti chiavi in mano. Ci impegniamo per garantire focalizzazione e innovazione, e ci concentriamo sempre sugli aspetti più importanti", afferma Fink.

www.scotsmanindustries.com



Intervista a Augusto Terrinoni,
Project Manager di Alicontract

NON CI PENSIAMO MAI, MA PERSINO IN GUERRA E NELLE SITUAZIONI DI EMERGENZA BISOGNA NUTRIRSI. CHE SI TRATTI DI MISSIONI UMANITARIE IN ZONE DI CONFLITTO, DI OPERAZIONI DI SOCCORSO PER CALAMITÀ NATURALI, O SEMPLICEMENTE DI BASI DELL’INDUSTRIA PETROLIFERA NEL DESERTO, IN PIENO OCEANO E NELLA GIUNGLA INESPLORATA, LA GESTIONE DEI PASTI È FONDAMENTALE.

Dietro il riscaldamento, la benzina e l’elettricità che illumina le nostre città, ci sono migliaia di persone che lavorano per cercare nuovi giacimenti e gestire le attività di estrazione, raffinazione e trasporto. Intere comunità lontane da ogni centro abitato, alle quali bisogna garantire alloggio, pasti caldi, servizi lavanderia e zone ricreative confortevoli.

Alicontract, la società del Gruppo Ali specializzata nella gestione di progetti “chiavi in mano” in tutto il mondo, ha una divisione dedicata ai progetti di cucine e lavanderie in container. Moduli pronti per l’utilizzo, che si possono facilmente trasportare e permettono di produrre in modo fluido ed efficiente anche più di **20.000 pasti al giorno**. Ne parliamo con **Augusto Terrinoni**, Project Manager di Alicontract, esperto di progetti “chiavi in mano” nelle zone più impervie e remote della terra.

CUCINE e LAVANDERIE *in ogni confine del mondo*

LA PREPARAZIONE DEI PASTI E IL LAVAGGIO DELLA BIANCHERIA NELLE ZONE PIÙ IMPERVIE E REMOTE DEL PIANETA.

Alicontract ha fornito le cucine e le lavanderie per il campo base nel deserto del Sahara di AL.MA Group, una delle principali società di catering al mondo. Il campo ha ospitato oltre 6.000 persone.



Alicontract ha creato le cucine e i servizi lavanderia nelle unità prefabbricate costruite da Franzisella al Polo Sud.

Qual è stato il suo primo progetto?

Il mio battesimo in Alicontract è stato un progetto per le **Nazioni Unite**. Nel 1994 abbiamo realizzato le cucine in container utilizzate nel corso della missione **UNPROFOR** (United Nations Protection Force), la forza di peace keeping istituita dal Consiglio di Sicurezza delle Nazioni Unite per raggiungere una soluzione nella crisi della ex-Jugoslavia. Abbiamo progettato unità mobili di diverse dimensioni per gestire i pasti di piccoli avamposti di 15 caschi blu e di basi operative più ampie che potevano comprendere fino a 500 persone. Servivano soluzioni flessibili, che permettessero di essere dispiegati sul campo, pronti a distribuire i pasti, **in tempi molto brevi**. Inoltre, bisognava assicurare la **massima versatilità** per soddisfare contingenti multi-etnici, con esigenze molto diverse in fatto di cibo. Nell’arco degli anni abbiamo continuato a lavorare per l’ONU e la NATO, sviluppando progetti e cucine in tutto il mondo.

Lavora anche per il settore Oil & Gas?

Alicontract fornisce le attrezzature per gestire la preparazione e la distribuzione dei pasti per le principali compagnie petrolifere e società di contract nel settore Oil & Gas: **British Petroleum, Saipem, Ersai e Total**. Realizziamo le cucine e le mense per gli ingegneri e i tecnici che lavorano negli impianti di estrazione e raffinazione, e quasi sempre ci occupiamo anche del servizio lavanderia. Siamo arrivati a produrre fino a **30.000 pasti al giorno**

“Offriamo il portafoglio marchi più ampio del mercato per trovare la soluzione più adatta a ogni esigenza. I nostri prodotti garantiscono la più alta qualità e affidabilità, e possiamo adattarli e fissarli a container e unità prefabbricate”

e lavare la biancheria di **6.000 persone**. Gli scenari più difficili sono quelli che riguardano le piattaforme di estrazione che operano negli oceani. Qui le condizioni sono quasi proibitive, ma anche nei casi più estremi riusciamo a garantire soluzioni efficienti e il servizio di **manutenzione**.

Anche le grandi società di costruzione possono avere bisogno di voi?

Sì, pensate alle imprese di costruzione che realizzano grandi opere in tutto il mondo: dighe, miniere, autostrade e tutte le infrastrutture che richiedono anni di lavoro in spazi lontani da ogni centro abitato.



Una grande diga è un progetto complesso, che richiede diversi anni di lavoro.

“Le nostre cucine rispettano le tradizioni locali. Oltre al menù internazionale, prevediamo sempre le attrezzature per preparare le ricette locali per la manodopera indigena. In questo modo, anche la sala mensa può contribuire ad avvicinare e unire le culture”

Tra i nostri clienti vi sono: **Salini Costruttori, Impregilo, Astaldi, Bonatti Group e Techint.**

Qual è il vantaggio di far parte del Gruppo Ali?
Possiamo attingere al **portafoglio marchi più ampio del mercato** per trovare la soluzione più adatta a ogni situazione. Abbiamo prodotti che garantiscono la più alta qualità e affidabilità, e possiamo adattarli e fissarli a container e unità prefabbricate. Inoltre, ci occupiamo di fare il training alle persone che dovranno utilizzare le macchine e siamo in grado di assicurare ovunque l’assistenza e il servizio post-vendita.

Quali progetti state seguendo in questo momento?

Stiamo terminando la realizzazione di due campi destinati alla costruzione di un’importante **miniera di rame a Panama**. I campi coinvolgeranno circa 6.000 persone e noi abbiamo fornito le cucine, le lavanderie e i magazzini refrigerati.

Quanto conta il lavoro di squadra per dar vita a progetti così grandi e complessi?

Moltissimo. Il mio lavoro non sarebbe possibile senza la collaborazione dei miei colleghi che seguono la progettazione, la presentazione dell’offerta, la gestione dell’ordine, la spedizione, l’installazione e il servizio post-vendita. In particolare, ringrazio **Eugenio Cappelli**. Lavoriamo insieme da anni e siamo un team molto rodato. Eugenio conosce perfettamente la tecnologia dei prodotti e coordina tutte le fasi del progetto. Senza di lui, non avrei potuto realizzare questi progetti.

Qual è l’aspetto più bello del suo lavoro?

Il fascino di scoprire parti del mondo ancora inesplorate e di essere in prima linea in scenari di ricostruzione. Spesso al mio arrivo c’è solo l’area su cui sorgerà l’insediamento e intorno un paesaggio incontaminato. In altri casi trovo un’area distrutta dalla guerra e sono orgoglioso di essere lì per consigliare e fornire in tempi molto brevi una cucina che fa parte della speranza di ricominciare. Ogni progetto è una sfida completamente nuova, **non c’è mai**



Ingegneri al lavoro in un sito di costruzione.



Sua Maestà il principe Harry nella mensa per gli ufficiali a Camp Bastion in Afghanistan.

ripetitività. Vuoi per il tipo di cliente, perché il menù di un contingente ONU è diverso da quello previsto per i minatori, vuoi per le condizioni ambientali.

In ogni viaggio ti confronti con la storia e il carattere delle persone locali, nasce una fiducia reciproca. Le nostre cucine **rispettano le tradizioni locali**. Oltre a un menù internazionale per gli ingegneri e i tecnici stranieri, prevediamo sempre le attrezzature per preparare le ricette del luogo per la manodopera indigena. In questo modo, anche la sala mensa può contribuire ad avvicinare e unire le culture.



CONTATTI

ALICONTRACT

Via Gobetti, 2a – Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (Milano) – Italia
Telefono: +39 02 92199292
www.alicontract.com - info@alicontract.it



saipem

LEADER INTERNAZIONALE NELL’INDUSTRIA
OIL & GAS PER TERRA E PER MARE

Saipem opera per gli Stati e le principali società petrolifere per trovare gli idrocarburi, estrarli, raffinarli e trasportarli. È specializzata in progetti molto complessi e impegnativi, che richiedono tecnologie all’avanguardia e grandi capacità d’innovazione e gestione.
“Tra i diversi aspetti di cui mi devo occupare, vi è quello di assicurare i servizi di catering, lavanderia, pulizia e security della base”, afferma Fabio Bruschini, E & C Logistic Base e Assets Development Manager. “Per la creazione delle cucine, noi predisponiamo la struttura e ci rivolgiamo a fornitori specializzati per le attrezzature, il cablaggio, l’installazione e il collaudo. Per le basi di Karimun in **Indonesia**, Soyo e Ambriz in **Angola** e Port Harcourt in **Nigeria**, abbiamo scelto Alicontract. È stato determinante **l’ottimo rapporto qualità-prezzo**. La robustezza delle attrezzature e la sicurezza che durino a lungo, anche in condizioni di utilizzo molto intense, sono fondamentali. Inoltre, Alicontract segue tutte le fasi, dalla progettazione ai sopralluoghi in sito. È in grado di risolvere i problemi di assistenza da remoto e quando non è possibile invia rapidamente un tecnico sul posto”.
La sostenibilità è un valore fondamentale per Saipem. L’azienda vuole portare beneficio nei paesi in cui opera e creare professionalità qualificate che generino un volano di benessere per tutta la comunità. “Alicontract si occupa anche del training al personale locale che dovrà utilizzare le attrezzature”, prosegue Fabio Bruschini. “Questo ci permette di gestire al meglio il servizio di catering e contribuisce a promuovere uno sviluppo sostenibile”.



LEADER GLOBALE NELLA
PROGETTAZIONE E COSTRUZIONE
DI MODULI PREFABBRICATI

Franzisella fa parte di **Casti Group** ed è un’azienda leader nella progettazione e produzione di container prefabbricati per il settore Oil & Gas e per le società di costruzione specializzate nella realizzazione di grandi opere come dighe, miniere, autostrade e aeroporti. L’ufficio tecnico ha sviluppato negli anni un’elevata competenza nella progettazione di moduli prefabbricati innovativi e su misura, che possono affrontare condizioni estreme di utilizzo e si possono installare a terra o in ambiente marino. Questi container prefabbricati vengono utilizzati per ospitare generatori elettrici, depuratori, officine e anche i servizi cucina e lavanderia negli accampamenti e nei campi di lavoro. “Per creare i container prefabbricati destinati alle cucine e ai servizi lavanderia collaboriamo con Alicontract, la principale società di contract nel settore del foodservice equipment, che come noi opera su scala internazionale”, afferma Claudio Maria Castiglioni, direttore generale di Franzisella. “**Alicontract** seleziona per noi le attrezzature più adatte tra i 73 marchi del Gruppo Ali e ci garantisce prodotti **robusti** e di **ottima qualità**. Questo per noi è molto importante perché operiamo in scenari molto difficili, come la giungla, il deserto o il Polo Sud, dove i nostri container non possono avere problemi di funzionalità. Inoltre, il team che lavora con noi è davvero rapido, professionale e capace di portare valore aggiunto in ogni progetto”.



Intervista a Christopher Muller, Preside della Scuola di Hospitality Administration dell'Università di Boston e Professore di Successful Multi-Unit Restaurant Management

CIBO PER LA MENTE

CRESCE L'INTERESSE PER UN'ALIMENTAZIONE SANA ED EQUILIBRATA. COME RISPONDE L'INDUSTRIA RISTORATIVA?



NEL MONDO OCCIDENTALE, SI PARLA SEMPRE DI PIÙ DI SALUTE E BENESSERE.

Quali fattori stanno influenzando il nostro crescente interesse per pasti sani e di qualità?

Negli Stati Uniti, il fattore demografico sta giocando un ruolo decisivo. Ci sono due gruppi coinvolti in questa tendenza, ma per ragioni differenti: i **Baby Boomers** e i **Millennials** (le persone che hanno compiuto 18 anni dopo il 2000). Questi due grandi gruppi di consumatori stanno cercando di nutrirsi in modo diverso dal passato e da come mangiavano i loro genitori da giovani.

Oggi i Baby Boomers hanno un'età compresa tra i cinquanta e i sessanta anni e stanno assistendo al rapido declino della salute dei loro anziani genitori. Sono convinti che, cambiando la loro dieta e cominciando a fare attività fisica, potranno vivere più a lungo. Per questo stanno riducendo le porzioni di cibo e si aspettano che i

ristoranti e il mondo del foodservice siano più responsabili quando si tratta di salute.

Mentre i Baby Boomers sono nati in un periodo di abbondanza e non hanno mai conosciuto la scarsità, i Millennials, pur essendo nati in un periodo in cui si iniziava a parlare dei limiti delle risorse,

sono convinti che l'abbondanza sia un diritto di nascita.

Oggi i Millennials si stanno rendendo conto di vivere in un periodo di crisi, in cui ci confrontiamo con criticità come l'11 settembre, la guerra senza fine al terrorismo e il cambiamento climatico. Sono abituati a farsi carico di tanti problemi e pensano che anche mangiare sano sia una loro responsabilità, o un dovere sociale. Ad esempio, rispetto ad

altre categorie demografiche, tra i Millennials c'è una maggiore percentuale di vegetariani. Nelle università americane, un quinto degli studenti segue una dieta vegetariana e fino al 40% una dieta vegetariana modificata (ovvero assume solo alcune proteine come il pollo e il pesce, escludendo la carne rossa).

I Millennials, inoltre, sono poco inclini a consumare i tradizionali tre pasti al giorno. **Preferiscono mangiare poco e più spesso** nell'arco della giornata. Questo è il risultato di essere cresciuti con entrambi i genitori che lavorano, o con famiglie separate, in cui dovevano badare a se stessi, fare colazione lungo la strada per andare a scuola, uno spuntino a metà mattina, un pranzo veloce, la merenda dopo la scuola e magari una cena frugale un paio d'ore più tardi.

Come sono cambiate le nostre abitudini alimentari fuori casa, in risposta al trend dell'alimentazione sana?

Non si assiste solo a una riduzione delle porzioni, ma si è anche più attenti al **calcolo delle calorie** e alle **informazioni nutrizionali**. Siamo sempre più abituati a leggere i valori nutrizionali sulle confezioni dei prodotti che acquistiamo e ci aspettiamo di poter fare lo stesso anche nei ristoranti. Il settore della ristorazione ha evitato di fornire informazioni nutrizionali per anni, ma dopo che **McDonald's** e altre grandi catene, compresi tutti i ristoranti **Darden - Olive Garden, Red Lobster e Longhorn Steakhouse** - hanno iniziato a inserire queste indicazioni nei loro menù, presto tutti gli altri ristoranti seguiranno l'esempio.

"Mangiare sano non significa solo calcolare le calorie. Oggi siamo interessati alle modalità di conservazione del cibo e vogliamo sapere se gli alimenti contengono additivi e coloranti"

Come si stanno diffondendo le informazioni nutrizionali?

In seguito alla rapida evoluzione delle tecnologie che facilitano la condivisione, si sta diffondendo sempre più l'abitudine di stampare i **codici QR** sulle confezioni dei cibi, così i consumatori possono fotografarli con il loro smartTelefono e accedere in un istante alle informazioni nutrizionali sul prodotto. Non c'è alcun motivo per non inserire i codici QR anche nei menu dei ristoranti, in questo modo si permetterebbe ai ristoratori di aggiornare regolarmente i valori nutrizionali dei menù e ai clienti di accedere facilmente alle informazioni.

Come si misura un'alimentazione sana?

Mangiare sano non significa solo calcolare le calorie. Oggi siamo interessati alle **modalità di conservazione degli alimenti** e vogliamo sapere se contengono additivi e coloranti.

Un altro aspetto significativo è l'aumento delle **allergie alimentari**, che fino a qualche anno fa non erano così diffuse. La prima è stata l'allergia alle nocciole, seguita da quella al glutine e dall'intolleranza al lattosio. Oggi siamo alle prese con l'identificazione di allergeni e patologie di cui fino a poco tempo fa non si parlava.

Gli americani si preoccupano della freschezza del cibo?

Sì, anche se oltre alla freschezza, la gente si preoccupa dell'**impatto ambientale del cibo**. Negli ultimi anni, c'è stato un ritorno al movimento Locavore. Il cibo coltivato da agricoltori locali, che viene trasportato per 10 o 15 miglia in camion, spesso ha un





impatto ambientale maggiore rispetto al cibo che viaggia sui treni per una distanza anche di 1.000 miglia. Penso che sentiremo parlare sempre di più dell'importanza di una sana alimentazione. In molti casi, i prodotti freschi non sono nutrienti come i surgelati o i prodotti in scatola. Questo può sembrare controintuitivo, ma le verdure che vengono congelate immediatamente dopo la raccolta, conservano molte più sostanze nutritive di quelle che vengono raccolte prematuramente per essere portate al mercato. Prodotti come i cavoli e gli spinaci si possono raccogliere più tardi, in modo da essere più maturi e quindi più nutrienti rispetto a quelli raccolti ancora acerbi per essere subito immessi sul mercato.

In quali altri modi il settore della ristorazione ha risposto al cambiamento delle abitudini alimentari?

Negli ultimi dieci anni, il **trattamento etico degli animali** è diventato uno dei temi più importanti per il settore della ristorazione. Dieci anni fa, McDonald's e PETA (Persone per il Trattamento Etico degli Animali), spinti da una generazione più giovane di vegetariani particolarmente sensibili al problema, si sono impegnati per un miglior trattamento degli animali. Con sorpresa di tutti, McDonald's ha deciso di unire le proprie forze a quelle di PETA per creare un mercato di uova prodotte da galline che non sono allevate in gabbia. Il risultato è stato che l'intero business delle uova è cambiato, perché McDonald's è il più grande utilizzatore di uova crude al mondo.

Anche Chipotle, una catena che offre burrito e taco, un tempo proprietà di McDonald's, si è unita alla battaglia a favore del trattamento etico degli animali e sta cercando di cambiare l'intera produzione di carne di maiale. Catene come Chipotle, che godono di un forte ascendente e il cui target è il gruppo dei Millennials, **hanno iniziato ad abbracciare i valori etici nella loro mission**. Queste catene puntano sul cibo per ottenere un vantaggio competitivo, per questo dichiarano l'origine degli ingredienti utilizzati.

Dal momento che simili posizioni di leadership finiscono per diventare una pratica consolidata, è difficile per gli altri ristoranti non seguire l'esempio.

"Il modello tibits, che ha scelto uno stile e un servizio in sintonia con la nuova generazione, è stato subito visto come sano, ma anche sofisticato e alla moda"

Il settore della ristorazione sta cambiando allo stesso modo anche in Europa?

Sì. Un grande esempio è **Hiltl**, il più antico ristorante vegetariano di Zurigo, aperto da Ambrosius Hiltl nel 1898. Il suo pronipote Rolf ha rilevato il ristorante un secolo dopo e ha creato un nuovo fast-food vegetariano chiamato **tibits**.

Hiltl era concepito come un tradizionale ristorante europeo, con servizio al tavolo, tovaglie bianche e una sala da pranzo rilassante e tranquilla. Nonostante fosse il primo ristorante vegetariano nel suo genere, veniva identificato con una clientela vecchia. Sicuramente non sarebbe stato attraente per una nuova generazione cresciuta con un servizio rapido e prezzi bassi.



Il modello tibits, che ha scelto uno stile e un servizio in sintonia con questa nuova generazione, è stato subito visto come sano, ma anche sofisticato e alla moda. La scelta della location, più vicina ai posti frequentati dai giovani, è stata importante, ma a rendere cool la cucina vegetariana è stata la rottura nella presentazione del menù, con il take-out e un bar a buffet.

Un altro esempio è **Sticks'n'Sushi**, una catena di ristoranti giapponesi dall'atmosfera informale, nata a Copenhagen e ormai diffusa anche in Inghilterra. Sticks'n'Sushi è un locale alla moda, con un arredamento personalizzato, capace però di riflettere le caratteristiche della città che lo ospita. Ciò che lo distingue dai tradizionali ristoranti di sushi/sashimi è la capacità di coniugare l'offerta di piatti freddi, con pesce crudo e proposte a base di riso, a una selezione in stile yakitori di piatti caldi, con spiedini di manzo, pollo, frutti di mare e persino di fegato d'oca. C'è un'ampia selezione di vini e, in alcuni nuovi ristoranti, un bar con una vasta scelta di cocktail. Dicono che il ristorante sia un sushi bar per le persone che desiderano qualcosa di più del pesce. È diverso da qualsiasi altro locale giapponese: i prezzi sono moderati e lo stile informale.



Cosa stanno facendo i produttori di attrezzature per il foodservice in risposta a questo trend del cibo sano?

Gli **abbattitori di temperatura** sono un grande aiuto per **mantenere inalterate le proprietà organolettiche dei cibi** e limitare la possibilità di sviluppare agenti patogeni. Sono utili anche i fuochi a elevata potenza per grigliare, le macchine per fare succhi freschi e le postazioni wok per cicli di cottura veloci.

La tendenza a creare la cucina a vista, di fronte al bar o alla sala da pranzo, sta cambiando la natura di ciò che viene percepito come fresco.

Oltre alle questioni legate alla salute, stiamo assistendo a molti cambiamenti sull'**efficienza energetica**. Per molti anni, l'Europa è stata leader nella produzione

di cucine e attrezzature per la ristorazione ad alta efficienza energetica. I piani con le griglie a fiamma viva, tipiche della cucina francese, sono state sostituite da piani cottura a induzione, o altre apparecchiature elettromagnetiche senza fiamme.

L'efficienza energetica, le scelte alimentari e lo sviluppo di attrezzature più performanti procedono di pari passo verso un nuovo stile di cucina: il cibo sano e gourmet.



DA FRIULINOX, NUOVE SOLUZIONI PER CIBI DI QUALITÀ

La catena del freddo è fondamentale per offrire alimenti sani.

Gli abbattitori di temperatura hanno grandissime potenzialità e sono strumenti indispensabili per organizzare il lavoro in cucina.

Cibi sani e rispetto delle procedure imposte dal sistema di controllo HACCP sono i primi requisiti per garantire una perfetta conservazione degli alimenti. Per rispettare le normative internazionali, un ristoratore deve dotare la propria cucina di apparecchiature in grado di offrire elevate prestazioni non solo per la conservazione vera e propria, ma anche per l'abbattimento della temperatura. **Friulinox** è il partner capace di rispondere a ogni necessità. Con un' **esperienza di oltre quarant'anni**, sviluppa prodotti di ultima generazione, come celle frigorifere, armadi e tavoli refrigeranti, **abbattitori di temperatura**. E sta puntando proprio su questi ultimi per assicurare cibi più sani e innumerevoli vantaggi organizzativi ed economici.

CIBI PIÙ SANI E DI QUALITÀ

Il rapido abbattimento della temperatura riduce drasticamente il rischio di proliferazione batterica, la principale causa del deterioramento dei cibi.

Con la **refrigerazione rapida**, che porta la temperatura da +90°C a +3°C al cuore dell'alimento in soli 90 minuti, si ottiene una conservazione ottimale delle caratteristiche sensoriali (colore, sapore e consistenza) e si possono servire gli alimenti nei tre giorni successivi, nel completo rispetto delle norme. Ma è solo con il **congelamento rapido**, che abbassa la temperatura da +90°C a -18°C in meno di 4 ore, che si possono mantenere le stesse qualità sensoriali e nutrizionali dell'alimento fresco per diversi mesi. I cristalli di ghiaccio che si formano durante il congelamento rapido sono infatti molto più piccoli di quelli che si creano nel processo di congelamento tradizionale e non rovinano le proprietà organolettiche del cibo.

Il congelamento istantaneo è fondamentale soprattutto quando si tratta di pesce crudo. In base alla **normativa europea 1276 del 2011**, il pesce crudo va sottoposto a un trattamento termico a bassissime temperature per uccidere i batteri che possono provocare l'epatite o la salmonellosi (-35°C per almeno 15 ore, o -20°C per almeno 24 ore, al cuore del prodotto). Con gli abbattitori di temperatura questo avviene molto più velocemente, senza alterare il gusto e la consistenza del pesce e senza il rischio di contaminazioni.



Il nuovo abbattitore Excell con porta in vetro e lavaggio automatico. La gamma prevede modelli in diverse misure.

Il display è semplice e intuitivo.



MAGGIORE ORGANIZZAZIONE IN CUCINA

L'uso di un abbattitore di temperatura è molto utile per gestire i flussi di lavoro, perché consente di preparare in anticipo molti semilavorati e prodotti finiti. Un vantaggio irrinunciabile per la ristorazione collettiva e i servizi di catering, che devono gestire tanti coperti e assicurare un elevato standard di qualità. L'utilizzo di un abbattitore in abbinamento con un forno (**cook & chill**) porta grandi benefici anche in un'attività di piccole dimensioni, perché consente alla cucina di far fronte a picchi imprevisti di richieste, di ampliare il menù e di ridurre gli scarti di lavorazione e gli avanzi di cibo non consumati. Così gli operatori possono lavorare **più "rilassati"** e concentrarsi sul servizio, sicuri di gestire meglio i tempi di lavoro del personale, senza ricorrere a straordinari.

LA NUOVA LINEA EXCELL

L'ultima novità firmata Friulinox è una gamma di abbattitori che offre il meglio del mercato in termini di prestazioni e si distingue per alcuni plus di nuova generazione:

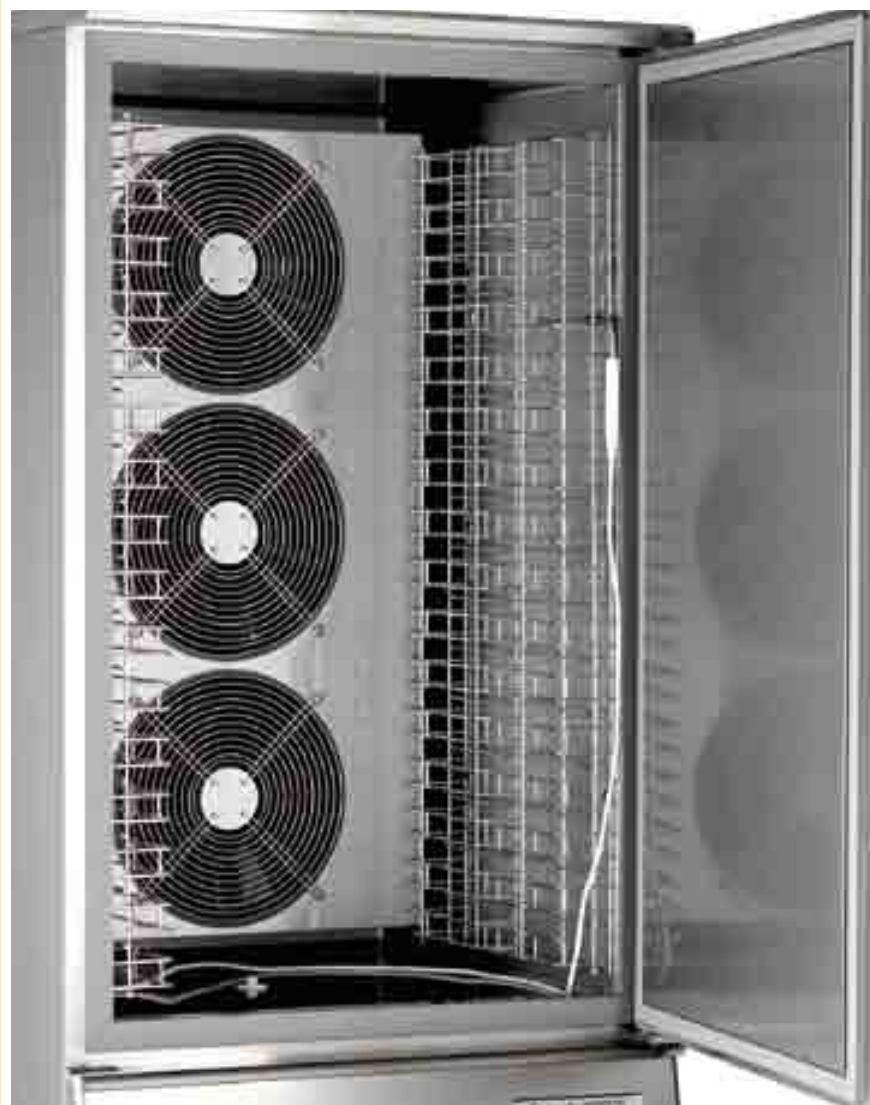
- la **sonda** per la rilevazione della temperatura interna dell'alimento è dotata di **quattro sensori**, così l'apparecchio può modulare il freddo in base alle differenti necessità
- la **velocità delle ventole si può modificare** manualmente, o variare in automatico selezionando uno dei programmi preimpostati. In questo modo, l'umidità e i grassi dell'alimento si preservano, assicurando il mantenimento di tutte le caratteristiche organolettiche
- la **funzione di preraffreddamento** garantisce una minor disidratazione degli alimenti
- il **ciclo di lavaggio automatico** permette una pulizia più facile e approfondita
- alcuni modelli utilizzano **gas naturali** che non sono nocivi per l'ambiente (R290 e CO₂), anticipando la normativa europea che prevede l'eliminazione del gas R404A nell'arco dei prossimi due anni.

IL PARERE DELL'ESPERTO

Massimo Giubilesi, consigliere dell'Ordine Nazionale dei Tecnologi Alimentari, con delega ai rapporti con il Ministero della Salute, conferma i vantaggi che l'abbattitore di temperatura può offrire. "L'abbattimento rapido della temperatura è il miglior sistema naturale per prolungare la conservazione degli alimenti, perché ritarda lo sviluppo microbico. L'utilizzo di un abbattitore consente di raffreddare i cibi più velocemente, assicurando un minor calo di peso e il mantenimento delle caratteristiche organolettiche originarie. L'abbattitore è uno strumento indispensabile per l'attività di uno chef, perché permette al ristoratore di offrire cibi di qualità e, allo stesso tempo, di pianificare e organizzare in anticipo la sua attività, presentando ai clienti un menù vario e completo, unito a un servizio rapido ed efficiente".

friulinox
First, quality.

www.friulinox.com





Intervista a Stephane Garelli, Professore all'Università di Losanna (Svizzera) e all'I.M.D. (International Institute for Management Development), una delle principali scuole di business al mondo



CINA

LA GRANDE SFIDA

LA CINA VI ASPETTA.

Come trarre vantaggio dall'economia cinese in continua crescita.



In alto: La Grande Muraglia Cinese è una delle sette meraviglie del mondo. In basso: I grattacieli di Shanghai, la città più densamente popolata del mondo.

NELL'ULTIMO DECENNIO L'IMMAGINE DELLA CINA È CAMBIATA COMPLETAMENTE. QUELLO CHE UN TEMPO ERA UN PAESE AGRICOLO, ORA È COMPLETAMENTE URBANIZZATO.

In conseguenza della vasta migrazione di popolazione cinese dalle campagne alle città, oggi ci sono **120 milioni di persone** che risiedono nel delta del fiume Pearl, la regione compresa tra Hong Kong, Shenzhen, Guangzhou e Macau.

La migrazione è iniziata con la "open door" policy inaugurata da Deng Xiaoping nel 1978 ed è cresciuta rapidamente nel 2000, quando il governo cinese ha permesso alle aziende straniere di possedere completamente una fabbrica. Fino a quel momento in Cina si potevano creare solo joint-venture.

Oggi la Cina offre grandi opportunità di investimento, ma al tempo stesso le sue imprese costituiscono una minaccia per l'economia mondiale.

IL PROFESSOR STEPHANE GARELLI NE DISCUTE CON NOI.

Come influisce l'economia cinese su quello che avviene nel mondo?

La Cina si sta sviluppando molto velocemente ed è diventata la **seconda economia al mondo**.

Molte persone si stanno preoccupando che la Cina rallenti la sua crescita economica, ma se guardate all'ultimo trimestre è ancora cresciuta dell'8.2%, con un tasso di sviluppo annuale intorno al 7.4%. Questi dati sono ancora molto alti. La Cina ha una grande influenza sull'economia dell'emisfero meridionale. Ha relazioni commerciali non solo con gli Stati Uniti e l'Europa, ma lavora sempre di più con l'India, l'Africa e l'America Latina.

Nuovi marchi cinesi stanno iniziando ad affermarsi in tutto il mondo. Per la prima volta, la Cina non riceve solo investimenti internazionali, ma investe all'estero in prima persona.

È la Cina il paese con la più grande possibilità di crescita nel mercato globale dell'ospitalità e della ristorazione?

Sì, non c'è dubbio su questo. Uno dei più grandi sviluppi a cui stiamo assistendo è la **crescita dell'industria del turismo cinese**. I cinesi viaggiano all'estero, così come all'interno del proprio paese. Il mercato dell'ospitalità e della ristorazione ne sta traendo grandi benefici.

La terza età in Cina è una straordinaria opportunità di business. È il momento giusto per fare un investimento?

Assolutamente, sì. Nel 2040 circa il 22% della popolazione cinese avrà più di 65 anni. Un aumento del 9% rispetto a oggi.

Per la prima volta nella sua storia, la Cina sta sviluppando un sistema di sicurezza sociale per gestire la popolazione anziana. Tradizionalmente, nella società confuciana, ci si aspettava che fossero i figli e i nipoti a prendersi cura delle persone anziane. Ora,

per la prima volta, si iniziano a introdurre tasse sugli stipendi per costruire un sistema pensionistico e di sicurezza sociale.

Questo cambiamento prenderà tempo, ma significa che la popolazione anziana cinese avrà un po' di soldi da parte da investire per pagare i servizi di assistenza. Inoltre, i cinesi inizieranno a viaggiare all'interno del paese per far visita ai propri figli che si sono spostati dalle campagne alle città.

Credo che i **servizi legati alla cura e alla salute**, come all'industria dell'ospitalità, trarranno grandi benefici da questo cambiamento. In particolare, anche l'industria del cibo sano diventerà un business molto grande.

Cosa devono tenere a mente le aziende europee e americane quando si espandono in Cina?

Credo che la prima cosa sia tenere a mente che il modo di pensare dei cinesi è molto diverso da quello occidentale. La loro mentalità si è formata attraverso tradizioni religiose e culturali che hanno una storia di secoli, se non di millenni.

La seconda considerazione è che oggi la più grande priorità dei cinesi è **creare le loro imprese globali**. Stanno investendo enormi quantità di denaro per trasformare aziende locali in protagoniste della scena internazionale.

Ventuno delle ventidue più grandi imprese cinesi oggi sono **finanziate direttamente dal governo**. La Cina ha accumulato una riserva di 3.4 trilioni di dollari in valuta straniera e sta utilizzando questi soldi per investire nelle sue aziende.

Sono convinto che la Cina diventerà una potenza economica mondiale molto

velocemente, ma agirà in modo diverso. I cinesi non solo possono far affidamento su una stretta collaborazione con lo stato, ma molte delle loro imprese sono aziende familiari. Questo significa che la Cina sta puntando a una profittabilità e a un **ritorno degli investimenti di lungo periodo**. Non devono portare risultati trimestrali alla borsa, come in Europa o in America.

Quali rischi dovrà affrontare l'economia cinese nel breve periodo?

In termini di rischi finanziari, il credito ai privati ha avuto un vero boom in Cina. Sta crescendo di oltre il 20% all'anno. Lo stato si preoccupa di come poter controllare il debito di enti regionali, come il governo delle città, così come quello dei singoli cittadini. Il problema è che una gran parte del debito è fuori controllo a causa di intermediazioni bancarie e non bancarie poco trasparenti, che forniscono prestiti e servizi finanziari che non vengono monitorati dalle autorità federali.

In termini di rischi sociali e politici, la Cina, come gli altri paesi in via di sviluppo, è esposta alla comunicazione internazionale e di conseguenza **i cinesi stanno cambiando le loro aspettative sociali**. Si aspettano di più dal governo in termini di trasparenza e misure anti-corruzione. La società civile in Cina sta diventando più attiva e sta iniziando a mettere in discussione il governo.

ASIA: LAVORARE INSIEME PER IL FUTURO

Vi offriamo l'esperienza delle nostre aziende in questo mercato in rapida crescita



意亚立餐饮设备(上海)有限公司
C H I N A

Sede: Shanghai
Uffici: Pechino, Shenzhen

"Operiamo in tempo reale,
nella stessa lingua dei nostri clienti"

"我们实时经营,
满足客户需求"

Dopo circa 22 anni in Oriente, e quasi altrettanti nel settore delle attrezzature per la ristorazione, **Geoff Mannering** è entrato a far parte di Ali Group nel 2012, come Direttore Generale di Ali Cina. Con un team di 22 persone in tre città, l'ingresso in Ali Group è una grande opportunità per sviluppare il business dalle fondamenta.

Per il momento, il principale obiettivo di Ali Cina è il mercato cinese. Quando avrà acquisito una posizione sufficientemente forte, in termini di quote di mercato e riconoscibilità del marchio, a quel punto sarà pronta per espandersi in altri mercati, come il nord-est e sud-est asiatico. "Il vantaggio che Ali Group può offrire a un mercato poliedrico come la Cina è sicuramente la **vasta gamma di prodotti a nostra disposizione**. Ali Cina può soddisfare le richieste di clienti estremamente diversi come hotel a 5 stelle, ristoranti di fascia alta, catene fast food, bar, pasticcerie, gelaterie, ospedali e scuole alberghiere. A tutti garantiamo prodotti best-in-class, progettati per soddisfare le più diverse esigenze", afferma Geoff Mannering.

Secondo Geoff, per sviluppare Ali Cina è necessario un team forte, con una **conoscenza approfondita del prodotto** e piena



Il team di Ali Cina in show room, con i clienti durante i corsi di formazione sui prodotti e allo stand di Hotelex 2013 a Shanghai.



consapevolezza e **fiducia** nel proprio ruolo. Inoltre, l'aumento delle vendite dovrà andare di pari passo con l'ampliamento del network di assistenza. A questo scopo Ali Cina realizza periodicamente programmi di formazione e tutti i tecnici del service stoccano pezzi di ricambio originali.

Quando un cliente si rivolge ad Ali Cina per acquistare un prodotto, è sicuro di ricevere informazioni chiare e complete durante l'intero processo di vendita. Il prezzo è il migliore possibile e riflette la qualità, la scelta dei materiali e l'attenta lavorazione di ogni singola unità. L'installazione, l'avviamento e il funzionamento quotidiano vengono seguiti da tecnici qualificati. Basta una semplice chiamata e un agente è sempre disponibile in zona per portare assistenza. "Non siamo solo un centro di vendita. Non cerchiamo di nascondere o evitare problemi e situazioni difficili. Fin da subito lavoriamo insieme al cliente per trovare le soluzioni migliori. Operiamo in tempo reale, nella sua lingua, per risolvere tutte le difficoltà che potrebbero sorgere nel corso del progetto", afferma Mannering.

Ali Cina lavora con alcuni dei principali gruppi alberghieri nel settore dell'ospitalità: **Starwood, Hilton, Kempinski, Intercontinental, Hyatt, Marriott, Wyndham, Banyan Tree, Wanda, The New World, Greenland e Jin Jiang**. Tra i clienti istituzionali vi sono: **Bank of Shanghai, Agricultural Bank of China e Minsheng Bank**. Inoltre, collabora con i consulenti che specificano le cucine e le attrezzature per il lavaggio per trasferire il know-how relativo ai prodotti e le potenzialità dei diversi marchi. Organizza anche visite agli stabilimenti produttivi europei per acquisire una conoscenza di prima mano dei processi produttivi e dei controlli di qualità. Infine, i siti web dedicati a ogni marchio consentono di esplorare il portafoglio prodotti di Ali Cina e di scaricare schede tecniche e progetti.

"Mi piace definire Ali Group una realtà allo stesso tempo locale e globale. Questo, secondo me, è un modo di fare business. La capacità di incarnare il punto di vista di ogni paese e di adattare i prodotti e i marchi alla realtà locale è la più grande forza del Gruppo. Comprendere le diverse culture, i linguaggi e gli stili di management, utilizzando dipendenti locali che si sono formati sul posto, è fondamentale per avere successo nel lungo periodo. Così come poter contare su una rete commerciale e di distribuzione che **capisce la complessità** di ogni business e mercato", afferma Mannering.

www.aligroup.cn





Ufficio: Shanghai
Produzione: Guangdong

"Cresce l'interesse per il gelato,
la Cina è aperta a nuove esperienze
e tradizioni culinarie"

"随着中国人接受
新的饮食理念
对手工冰淇淋的
兴趣正逐渐增大"

Carpigiani è presente nel mercato cinese sin dal **2003** e produce localmente dal 2006. La capacità di produrre in Cina si è sviluppata gradualmente. "Abbiamo scelto con attenzione i fornitori e le materie prime per garantire la stessa qualità per cui Carpigiani è famosa in tutto il mondo. Il nostro obiettivo a lungo termine è servire tutta la Cina e l'Asia sudorientale", afferma **Richard Xu**, Direttore Generale di Carpigiani Cina.

Per soddisfare le richieste specifiche del mercato asiatico, in Cina viene prodotta una grande varietà di macchine, come quelle per le granite e la cioccolata calda. "Il **servizio post-vendita** è uno dei nostri punti di forza in tutto il mondo e in Cina la nostra divisione vendite sta crescendo. La chiave per lo sviluppo del business è avere un team locale, che parli la stessa lingua dei nostri clienti e comprenda il mercato e la sua cultura", continua Richard Xu.

In Cina puntiamo sulla stessa proposta di vendita che abbiamo adottato in tutto il mondo. Il punto di partenza sono la **cultura** e la **formazione sul gelato artigianale**. Alla Gelato University Carpigiani, le persone imparano a diventare veri **maestri gelatieri**. I corsi sono tenuti in cinese in un centro dedicato, dove la gente fa esperienza e può provare con mano i prodotti Carpigiani.

Tra i clienti Carpigiani in Cina vi sono: Coldstone, Ice Season e varie gelaterie italiane, così come una catena di pasticcerie giapponesi chiamata Beard Papa's. Il gelato soft è invece richiesto dalle grandi catene internazionali, come **McDonald's**, **Burger King**, **KFC** e **Ikea**.

La Cina è un paese che sta cambiando rapidamente, anche nelle abitudini alimentari. L'interesse per il mondo del gelato continua a crescere e Carpigiani si sta impegnando a sviluppare il mercato.

www.carpigiani.com/cn



Gelato University: tutti insieme per la foto di classe.



Sopra: gli uffici e lo stabilimento produttivo in Cina.

Sotto: orgoglio e soddisfazione per il diploma alla Gelato University.



Scotsman
ICE THE WORLD DEMANDS

Vendita e Assistenza: Shanghai, Guang Zhou
Produzione: Jia Ding

"Il nostro obiettivo è produrre ghiaccio
nel miglior modo possibile,
per soddisfare ogni esigenza"

"我们的目标是以最好、
最简单的方式生产出
满足各种需求的冰块"

Scotsman è entrata nel mercato cinese nel **1995**, con un team che coniuga competenze locali e globali per offrire il meglio ai clienti asiatici. In Cina il Gruppo Scotsman commercializza **Bar Line**, una gamma di prodotti appositamente studiati per il mercato cinese, e i marchi Scotsman e Ice-O-Matic. Inoltre, distribuisce Tecnomac, un marchio che viene importato direttamente dall'Italia. I prodotti fabbricati in Cina presentano piccole differenze rispetto a quelli realizzati altrove per soddisfare al meglio le esigenze del mercato asiatico. La **qualità** dei prodotti e l'elevato livello di **servizio** sono le caratteristiche che rendono unico il Gruppo Scotsman in tutto il mondo. "**La nostra attenzione si rivolge esclusivamente ai fabbricatori di ghiaccio**. Tutta la nostra ricerca, lo sviluppo e l'ingegnerizzazione si concentrano su un unico obiettivo: produrre ghiaccio nel miglior modo possibile, per ogni tipo di esigenza. Questo ci dà un vantaggio competitivo rispetto alle aziende che hanno una strategia multi-brand", spiega Emanuele Lanzani, Presidente di Scotsman Group per l'area EMEA e Asia Pacifico. "Non abbiamo un cliente tipo, ci rivolgiamo a chiunque possa aver bisogno di ghiaccio. La nostra gamma prodotti è estremamente diversificata e copre vari segmenti di mercato: alberghi, bar, ristoranti, industrie che producono carne o pesce, ospedali e servizi di ristorazione. I nostri clienti si possono suddividere in tre principali segmenti: QSR (Quick Service Restaurant), alberghi e il mondo della distribuzione".

I consulenti sono fondamentali per continuare a crescere in Cina e sviluppare il business degli hotel. Tra i clienti del Gruppo Scotsman vi sono grandi catene alberghiere come **Marriott**, **Shangri La**, **Four Seasons** e marchi della ristorazione veloce come **Starbucks**, **McDonald's**, **Burger King** e **KFC**, solo per citarne alcuni.

Secondo **Andrew Clayton**, Direttore Generale di Scotsman in Cina: "con cinque impianti di produzione a livello globale, siamo senza dubbio la più grande azienda al mondo specializzata nella produzione di fabbricatori di ghiaccio".

www.scotsman-china.com



Training di prodotto per i dipendenti McDonald's.



Sopra: Emanuele Lanzani e Andrew Clayton a Hotelex, Shanghai 2013.

Sotto: la cerimonia di apertura del nuovo stabilimento a Jia Ding.





Uffici: Hong Kong, Beijing, Shanghai, Chengdu
Stabilimento produttivo: QingXi, Dongguan

"Il business della ristorazione è fatto di persone. Williams offre prodotti globali e un servizio locale per rispondere alla cultura e al modo di fare business di ogni paese"

"餐饮行业注重客户感受。
威廉士为全球提供餐饮设备，拥有适应本地市场的产品和周全的地区售后服务，本着对当地文化和商业操作的了解，为您重要的业务给予良好的支持"

Williams Refrigeration è presente in Cina dal **1994** e oggi, nei suoi quattro uffici e nel sito produttivo, impiega più di 270 persone. I diversi punti commerciali sono organizzati per sviluppare il business non solo in **Cina**, ma anche nel **sud est asiatico**, in **India** e negli **Stati del Golfo**. Inoltre, gli uffici a Hong Kong, Shanghai e Beijing servono come piattaforme per lo sviluppo del business AFE e per gestire il servizio post-vendita di altri marchi del Gruppo Ali: **Bongard, Mono, Eloma e Belshaw**. La forza del Gruppo Williams sono le persone che lavorano in azienda da molto tempo e con grande lealtà. **Richard Wong**, Direttore Generale di Williams in Cina, è stato a capo delle attività locali per più di 20 anni. Insieme a un team di provata esperienza, ha portato nel mercato la competenza tecnica di Williams e una profonda conoscenza delle tradizioni culturali e culinarie cinesi. Vi è una forte enfasi sul detto **"Se conosci il tuo mercato, conosci il tuo cliente"**. Per soddisfare il modo di fare business locale, è fondamentale garantire un sistema di supporto indigeno per gestire i clienti e promuovere lo sviluppo di prodotto.

La filosofia di Williams è quella di condividere gli stessi prodotti e le stesse tecnologie in tutti i siti produttivi del mondo. Questo assicura gli stessi livelli di competenza ingegneristica, servizio e affidabilità, garantendo uno standard globale di prodotto. Nella fabbrica in Cina, Williams ha replicato gli standard di qualità del marchio e della produzione. Lo dimostrano i continui investimenti nelle persone e nella struttura, così come le audit condotte regolarmente dagli ingegneri e dai tecnici inglesi per verificare la competenza e i livelli di qualità raggiunti. La fabbrica cinese ha ottenuto le certificazioni ISO 9000, 14000 e 22000. Inoltre, è certificata CCC & QS per quanto riguarda le certificazioni di prodotto riconosciute dal mercato cinese.



Le immagini mostrano alcuni prodotti della collezione Front of the house: la cantina per i vini e le vetrine per il cioccolato, i dolci e il sushi. I display di controllo nascosti e le maniglie invisibili contribuiscono a dare ai prodotti una linea elegante e di design.



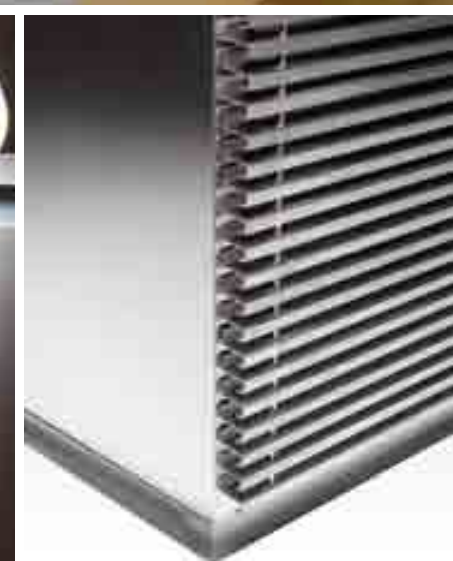
Per permettere alla fabbrica di Williams in Cina di avere le tecnologie più avanzate, sono stati fatti elevati investimenti in innovazione, sviluppo di prodotto e sistemi di test. "Forniamo una rete di distributori che si occupa dell'installazione e assicura il servizio post-vendita. Il servizio tecnico in fabbrica mette a disposizione la sua competenza sia per i distributori, sia per i clienti finali", afferma Richard Wong.

La fabbrica fornisce una gamma completa di prodotti ed è l'unica a produrre la gamma front of the house, una linea di prodotti su misura che viene venduta in tutto il mondo. Si tratta di una serie di cantine per il vino e vetrine refrigerate per dolci, cioccolato, sushi e gelato, particolarmente interessanti per i consulenti e per il mercato di lusso, grazie all'eleganza del design e all'elevato livello delle finiture. "Siamo molto concentrati sullo sviluppo del business. Vogliamo lavorare in partnership con i consulenti a partire dallo sviluppo del concept della cucina o della zona bar. Grazie ai prodotti front of the house, siamo in grado di proporre soluzioni su misura per dar vita alla loro visione; sia che si tratti di una cantina per vini, o di un espositore per cioccolato, dolci o sushi", afferma Richard Wong.

Il pacchetto clienti è molto variegato e spazia dalle principali catene di hotel a cinque stelle, ai ristoranti stellati, a wine bar di tendenza, fino ai settori che comprendono il catering per aeroporti e flotte aeree, i quick service restaurants e gli ambiti istituzionali come gli ospedali. "Oltre a famosi gruppi alberghieri come **Shangri La, The Peninsula** e il **Ritz Carlton**, altri importanti clienti sono le location che ospitano eventi. Abbiamo fornito tutta la refrigerazione professionale per le **Olimpiadi di Pechino**, per il **World Expo in Shanghai** e per il **Gran Premio di Formula 1** del circuito di Shanghai. Siamo anche in grado di fornire soluzioni specializzate per mercati specifici come quello dei fiori e dei profumi", conclude Richard Wong.

Williams ha fatto leva sulla sua base internazionale per creare in Cina una piattaforma capace di offrire un'ampia gamma di marchi premium in alleanza con le aziende sorelle. Questo è uno dei più grandi vantaggi competitivi che Ali Group può offrire al mondo.

www.williams-hongkong.com





Intervista a Luciano Del Pozzo, General Manager di Esmach

DIVENTA “PANETTIERE DI GIORNO” CON ESMACHLAB

Un innovativo laboratorio di panificazione e pasticceria per rinnovare il mestiere del panettiere e riscoprire la genuina bontà della tradizione.



Il laboratorio di panificazione Esmach nel Bistrot della stazione centrale di Milano.

BASTANO 32 MQ, TANTA PASSIONE E LA CAPACITÀ DI TRASFORMARSI NELL'ARCO DELLA GIORNATA, PER ADATTARE LA PRODUZIONE DEI PRODOTTI DA FORNO AI DIVERSI MOMENTI DI CONSUMO: DALLA COLAZIONE ALLA PAUSA PRANZO, FINO ALL'APERITIVO E ALLA PIZZA.

IL TUTTO SOLO CON LIEVITAZIONE NATURALE, PER OFFRIRE PRODOTTI FRESCHI E DI QUALITÀ, SENZA CONSERVANTI O COMPONENTI ARTIFICIALI. RISPARMIANDO ENERGIA E RISPETTANDO L'AMBIENTE.

“FACCIO IL PANETTIERE, QUINDI DEVO LAVORARE DI NOTTE”. NON SI RIESCE A CANCELLARE QUEST'IDEA DALLA MENTE DI CHI SVOLGE QUESTO MESTIERE DA TANTI ANNI. LAVORARE DI NOTTE È UNO SCOGLIO INSUPERABILE. FRENA ANCHE I PIÙ CORAGGIOSI.

Eppure, non è più così. Grazie a Esmach, azienda veneta specializzata nella produzione di macchine per la panificazione, finalmente i panettieri possono dormire di notte. Esmach ha sviluppato un **innovativo format di laboratorio** che permette di sfornare pane fresco, brioches, pizze e focacce in soli 30 minuti, così il fornaio può vivere intensamente la notte, oppure godersi il riposo e il tempo libero in famiglia.

Ne parliamo con **Luciano Del Pozzo**, General Manager di Esmach, che ha scommesso su questo progetto. Perché nel business, come nella vita, ci vuole il coraggio di cambiare!

Quando è nata l'idea di questo laboratorio?

L'idea di EsmachLab è nata nel 2010. Ero appena entrato in azienda e completamente a digiuno di ogni competenza sul settore. Provenivo da tutt'altro campo, così ho iniziato subito a studiare i prodotti e il mercato. Ho analizzato il modello di business delle panetterie tradizionali, conti economici compresi, poi sono passato ai punti di debolezza delle pizzerie, per finire con i nuovi bisogni dei clienti. In pochi mesi il quadro era chiaro e non era per nulla incoraggiante. Le panetterie tradizionali stavano tirando giù la claire. Erano in crisi per problemi di successione, di identità e per mancanza di studio. L'offerta non rispondeva più alla domanda, i consumatori stavano cambiando stile di vita.

Qual è il principale problema delle panetterie?

Il primo scoglio l'abbiamo davanti agli occhi ed è generazionale: i figli dei panettieri non subentrano più ai padri. Non sono più disposti a lavorare di notte. Bisogna sfatare il paradigma che il panettiere lavora solo di notte ed è un mestiere durissimo. È un mestiere duro sì, ma come qualsiasi altro mestiere fatto bene.

Che cosa avete fatto per risolvere il problema?

Abbiamo iniziato a ripensare il processo di lavorazione del pane a partire dalla tecnologia che avevamo già in casa, in particolare due macchine: **il generatore di lievito madre**, che ci permette di recuperare i sapori di una volta, e **Panetrad**, una nuova formatrice che ci permette di risparmiare tempo. Il cuore e la mente del nostro format. Puntando su di loro abbiamo sviluppato un innovativo laboratorio di panificazione che permette di ridurre i tempi di preparazione e **sfornare pane fresco e genuino**, a lievitazione naturale, **in meno di mezz'ora**. Una vera rivoluzione, perché il panettiere non deve più iniziare a lavorare alle 3 di notte come avviene oggi. Il nostro slogan è “Panettieri di giorno”.

Ma non è solo un discorso di orario, dietro a Esmach c'è una vera filosofia...

Ho osservato il binomio **Slow Food-Eataly** e ho riflettuto sugli insegnamenti di Petri e Farinetti. Eataly ha evidenziato molto bene le opportunità di mercato per un progetto di distribuzione focalizzato su prodotti di nicchia di alta qualità, che portano avanti un concetto di alimentazione sana, pulita e giusta. Cibi di alta qualità, a prezzi (quasi) sostenibili. Oggi i consumatori sono più consapevoli, sono disposti a spendere di più per prodotti di qualità.



Fare il pane è un'arte. I corsi organizzati dall'EsmachLab di Grisignano di Zocco (Vicenza) uniscono la formazione all'esperienza sul campo.

"Impasti già preparati e stoccati in armadio frigo consentono di avere pronti nel giro di pochi minuti pane di vari formati, brioches, pizze e focacce a lievitazione naturale"

Vogliono **prodotti naturali**, che recuperano le buone tradizioni di una volta e rispettano l'ambiente. L'alimentazione non è più solo una necessità, ma un **piacere** e quasi un **impegno civile**. Eataly non è l'unico caso di soddisfazione di una domanda di prodotti ultra specialistici: a Brooklyn ci sono tantissimi produttori artigianali di sottoaceti. A Verona, c'è una micro torrefazione di caffè, credo l'unica rimasta a fiamma diretta, che impiega 360 giorni per fare la produzione giornaliera di Lavazza. Ci sono Grom con il gelato artigianale, Piuma con la pizza e Angiolino Maule con il vino naturale.

Il mercato ha capito subito il vostro progetto?

L'abbiamo presentato per la prima volta alla più importante fiera di



settore, creando un vero e proprio laboratorio funzionante. Ma al di là della grande curiosità suscitata tra i visitatori, è stato un vero flop. Lo stand era sempre pieno di gente che veniva ad assaggiare i nostri prodotti, ma paradossalmente i panettieri non riuscivano a staccarsi dall'idea di dover lavorare di notte.

Il flop del primo tentativo però non vi ha fermato. Come avete reagito?

Anzi, ci ha permesso di trovare ancora più energia e determinazione. L'idea era buona, si trattava solo di trovare chi potesse coglierne veramente le potenzialità. Lo spunto mi venne leggendo degli articoli sul successo che Carpigiani aveva avuto negli ultimi tempi, aprendo il mondo del gelato a nuove persone: esodati, neo laureati, neo diplomati e imprenditori che vogliono diversificare. Ho subito pensato che anche noi avremmo potuto fare lo stesso. In internet ho scoperto centinaia di storie di ex dirigenti di azienda che avevano avviato un'attività in tutt'altro settore.

Ma allora, il vostro è anche un progetto per creare nuovi imprenditori?

Non sono tempi facili, le difficoltà dell'economia sono sotto gli occhi di tutti. In questo mercato, credo che sia meglio crearsi un lavoro, che cercarsi un lavoro. Diventare panettiere di giorno è **un'opportunità reale e tangibile**. Con EsmachLab si entra a far parte di un network di professionisti dell'alimentazione, di artigiani esperti, ma anche di veri e propri manager del punto vendita, formati e accompagnati dalla nostra azienda a massimizzare le performance. Sul format però siamo talebani: **solo prodotti a lievitazione naturale**. Bisogna dimenticare dei lieviti chimici, solo farine di qualità e lievito madre per garantire tracciabilità e certezza alla clientela.

Come aiutate chi vuole diventare un panettiere moderno?

Il nostro è prima di tutto un **progetto culturale**. Abbiamo creato uno show room e un'aula di formazione per sviluppare la cultura del pane. Abbiamo l'ambizione di declinare sul pane il **processo di educazione del gusto** messo in piedi da Petri con Slow Food. Siamo convinti che le aziende di successo di domani, soprattutto nel mondo del foodservice, debbano nutrirsi di innovazione, ma senza dimenticare i profumi, i sapori e la qualità dei prodotti di una volta, che l'Italia conosce bene. A chi vuole trasformare un lavoro in passione, offriamo cultura, competenza tecnica, le macchine giuste e le conoscenze economiche e finanziarie per creare un business di successo. Cerchiamo gente che ama stare al mondo ed esprimersi nel lavoro, persone che vogliono stare a contatto con la clientela e usano i social media per comunicare, apprendere ed evolvere. Gente che ha capito che **il lavoro non è garantito, ma si crea**: roba da gente in gamba!

Chi è stato il primo a credere nella validità del vostro progetto?

Diciamo che la prova del nove l'abbiamo avuta qualche mese fa, quando anche **Autogrill** si è rivolto a noi perché voleva far utilizzare il lievito madre ai suoi fornitori. Quando abbiamo presentato EsmachLab, il management si è innamorato del format e l'idea iniziale si è trasformata nella volontà di installare un nostro laboratorio nel loro negozio più rappresentativo, il **Bistrot** all'interno della stazione centrale di Milano. In qualche modo, con

I prodotti freschi da forno hanno un grande successo tra gli ospiti del Bistrot in ogni momento della giornata.

il nostro format stiamo contribuendo al cambiamento persino di Autogrill.

Quanti EsmachLab avete già installato?

Siamo a una quindicina in tutt'Italia e da poco ne abbiamo aperto uno anche a Berlino, nel locale di un italiano. E la cosa bella è che nessuno di questi clienti è un panettiere.

Come hanno fatto a conoscervi?

L'installazione in Autogrill è stata importantissima. Così come la nostra presenza a Vinnatur, una manifestazione dove siamo entrati in contatto con un gran numero di appassionati di cibo, che conoscevano bene il concetto della lievitazione naturale. Vogliamo creare **la più grande community di appassionati di pane**. A questo scopo, stiamo facendo un grande lavoro anche su internet. Sulla pagina Facebook, tutti i giorni pubblichiamo post su tematiche del settore e con il nostro blog **passionepane.it** condividiamo aneddoti, curiosità e ricette dedicate al pane. Vogliamo fare una comunicazione 2.0: giovane, dinamica e diretta.

"Bisogna mantenere i nervi saldi, avere il coraggio di credere nei propri ideali e perseguire gli obiettivi"

Che investimento richiede l'installazione di un EsmachLab e in quanto tempo si riesce a raggiungere il break even?

L'investimento è né più, né meno, quello necessario per aprire una gelateria. Anche lo spazio per il laboratorio e la vendita è molto simile, ed **Esmach** sostiene chi decide di lanciarsi in questa avventura con la **formazione** e l'**assistenza all'avviamento**. Il break-even si raggiunge tranquillamente in meno di un anno, perché il nostro prodotto non soffre di stagionalità e non deve fare i conti con problemi legati, per esempio, al cattivo tempo, come accade per le gelaterie.

Oggi molte piccole e medie imprese sono in difficoltà a causa della crisi. Quali consigli si sente di dare agli imprenditori per superare questo momento di sconforto?

Bisogna mantenere i nervi saldi. **Avere il coraggio di credere nei propri ideali** e perseguire gli obiettivi. E poi fare un grande lavoro di squadra. Lavorare insieme è il modo migliore per avere buone idee che possano innovare il mercato e far crescere il business.

www.esmach.com

I PLUS DI ESMACHLAB

- È alla portata di tutti, anche di coloro che non hanno mai fatto il panettiere
- Produzione semplice di prodotti freschi a lievitazione naturale in piccoli lotti, pronta in meno di 30 minuti
- Soddisfa la crescente domanda di prodotti naturali, sani e digeribili
- Offre un ampliamento dell'offerta con brioches, pizza e focacce
- Assicura ulteriori margini di guadagno.

I PROTAGONISTI DEL FORMAT ESMACHLAB

“Abbiamo affrontato lo sviluppo di prodotto in modo radicalmente diverso dal passato. Abbiamo rivisto tutte le apparecchiature partendo dalla qualità in termini di tempo di impasto, sicurezza, igiene, ergonomia, funzionalità e flessibilità. Non abbiamo trascurato neanche il design, perché anche l'occhio vuole la sua parte. E abbiamo ripensato tutta la struttura organizzativa, perché chi acquista Esmach deve trovare servizio e risposte”



GL MINI
Generatore di lievito madre

I protagonisti d'eccellenza sono GL MINI e PANEOTRAD. GL è il **generatore di lievito** che assicura lievito madre pronto in qualsiasi momento della giornata, senza dover sottostare alle classiche rigorose operazioni di gestione. Garantisce sviluppo, sapore, aroma, conservabilità e alta standardizzazione qualitativa del prodotto, che viene impastato con la collaudatissima **impastatrice** Esmach, la migliore del mercato, eccellente per qualsiasi tipo di impasto.



SPI
Impastatrice automatica a spirale



BFC
Cella di fermentazione

La maturazione dell'impasto è gestita con una **cella di lievitazione controllata** con programmatore elettronico.



SOLEOM2
Forno elettrico modulare a piani

A completamento della linea, il **forno modulare**. Un prodotto sicuro e altamente collaudato per la cottura del pane e della pizza con lievito madre.



PANEOTRAD
Per taglio e modellamento

PANEOTRAD è un sistema concepito per una **lavorazione di qualità**, che si avvale di una tecnica completamente diversa da quelle classiche. Rivoluziona tutti gli schemi e le abitudini legate al mestiere del panificatore-pasticcere, perché permette di evitare il lavoro più pesante, a minor valore aggiunto, a vantaggio di produttività, redditività e qualità della vita.

dulcis
in
fundo...



MASTERCHEF
Pastorizzatore, Mantecatore, cuocirema, temperatrice

MASTERCHEF è il naturale completamento per creare gelati artigianali, ma anche creme e confetture per la farcitura, preparate al momento con prodotti freschi e genuini.

CARPIGIANI *gelato* UNIVERSITY

Il segreto per diventare un maestro Gelatiere.



Carpigiani Gelato University, l'iniziativa dedicata alla formazione di Carpigiani, è stata fondata nel 2003. Nell'arco di pochi anni è diventata famosa in tutto il mondo per essere il miglior posto dove imparare l'arte del gelato artigianale. Con oltre **200 corsi all'anno**, per un totale di **5.800 giorni di lezione**, tenuti in **22 paesi diversi** e 10 lingue, CGU forma gli imprenditori del futuro nel mercato del gelato artigianale.

Sempre più persone e investitori sono attratti da questo settore, soprattutto fuori dall'Italia, dove le opportunità di crescita sono maggiori. La sede della scuola è ad Anzola dell'Emilia, vicino a Bologna, e i corsi si tengono in altri 12 campus in tutto il mondo. Quest'anno CGU porterà il gelato artigianale in **Spagna, Medio Oriente, Asia sudorientale, Nord e Sud America**. Se per una qualsiasi ragione, non si è in grado di partecipare alle lezioni, si può seguire uno dei numerosi corsi online. Infine, per esigenze specifiche, una **sessione one-to-one** con uno dei Maestri Gelatieri risponderà a tutte le vostre domande e vi aiuterà a risolvere ogni difficoltà.

"Questo è il luogo ideale per condividere la vostra passione per il gelato, imparare tutti i trucchi del mestiere per fare il miglior gelato possibile e sviluppare un business plan vincente"

Carpigiani non si limita a produrre le migliori macchine del settore e formare i Maestri Gelatieri del futuro. L'azienda sviluppa partnership con istituzioni prestigiose come l'**Università di Bologna - Campus di Rimini**. "Il Ciclo di Produzione del Gelato e gli standard di igiene", sviluppato insieme all'ateneo, è il primo corso di questo genere e si propone di insegnare come creare un gelato sano e sicuro.

Sia presso la sede di Anzola dell'Emilia, che in una delle numerose filiali internazionali vicino a voi, Carpigiani Gelato University mette a disposizione i **migliori insegnanti**, per aiutarvi a diventare un vero Maestro Gelatiere.



GELATO PIONEERS

Carpigiani porta il gelato in tutto il mondo

La "Gelato Week Pioneers" completa il percorso della Gelato University, approfondendo gli aspetti commerciali.

Questa settimana di corso si concentra sugli aspetti di **marketing legati alla gestione di una gelateria** e affronta gli elementi fondamentali per aprire e sviluppare un business di successo. Il corso è stato pensato per aiutarvi a garantire la buona riuscita della vostra gelateria e sviluppa strategie più approfondite.

La Gelato University offre quattro settimane di formazione (Corso Base, Intermedio, Stage e Avanzato) dedicate alla produzione di tutti i tipi di gelato, dal tradizionale a quello in stick, fino alle torte gelato. Una volta completati i corsi, la quinta e ultima settimana è dedicata al programma Gelato Pioneers, che si concentra **sugli aspetti di business**. Questo corso copre argomenti come i prezzi, i costi, il **business plan** e il **bilancio**, ed è stato sviluppato per coloro che vogliono aprire un business fuori dall'Italia.

Gli argomenti dei cinque giorni di corso comprendono tutti gli elementi che si devono considerare prima di aprire un'attività, come la strategia di marketing, i social media, la scelta della location, lo sviluppo del prodotto, il business plan, l'analisi di mercato, gli investimenti, i prezzi, i costi e i volumi, il break-even e i flussi di cassa, senza trascurare le esercitazioni individuali nello sviluppo di ricette e nella produzione del gelato.

Con l'impegno e la professionalità di Carpigiani, unite al vostro entusiasmo e alla vostra visione, il mondo del gelato artigianale è a portata di mano.

www.carpigiani.com

"Grazie all'impegno e alla professionalità di Carpigiani, uniti al vostro entusiasmo e alla vostra visione, il mondo del gelato artigianale è a portata di mano"

CARPIGIANI È AL FIANCO DEI SUOI PIONEER

Il vincitore del "Best Pioneer" potrà:

- beneficiare di una borsa di studio di un mese per svolgere uno stage presso il Carpigiani Lab
- partecipare a SIGEP 2014 come assistente della Carpigiani Gelato University
- ricevere il premio come miglior Pioneer, in occasione di una cerimonia dedicata durante il SIGEP
- avere il diritto di utilizzare il logo Gelato Pioneers nella vetrina del proprio negozio
- essere presentato come Maestro Gelatiere emergente, in occasione di un festival internazionale del gelato in Italia

Tutti i partecipanti alla Gelato Week Pioneer riceveranno:

- un Turbomix Carpigiani se il negozio è stata aperto entro 24 mesi dalla fine del corso
- 3 giorni di Master con un insegnante della Gelato University nella propria gelateria



Le lezioni presso la Gelato University sono sia teoriche che pratiche.

Storie di successo dei diplomati Carpigiani

GELATIERI *in tutto* IL MONDO



Intervista a James Coleridge



BELLA GELATERIA VANCOUVER, CANADA

James Coleridge

Da scalatore di montagne al mondo del gelato...

Scalare una montagna è come aprire un business nel mondo del gelato. Per entrambi c'è bisogno di passione, determinazione e molta energia. Vuoi avere la migliore opportunità di successo, così studi la montagna, o il settore, e acquisti le migliori attrezzature.

Quale consiglio ti ha dato Carpigiani?

Carpigiani mi ha fornito moltissime informazioni per **aiutarmi a fare le scelte migliori**, in linea con il mio budget e il mio stile. Ci saranno sempre opzioni più economiche, ma se vuoi essere il più bravo, perché non utilizzare i metodi e le attrezzature migliori? Devi investire nella qualità delle tue macchine, perché dureranno anni.

Che tipo di aiuto hai ricevuto da Carpigiani?

Carpigiani è con te in ogni passo del tuo percorso. Io paragono Carpigiani a Apple Computers. Entrambi sono leader di settore, con prodotti affidabili e innovativi, ma è il servizio post-vendita che fa la differenza. La relazione con il cliente è fondamentale.

Cosa significa per te essere il primo Gelato Pioneer?

Sono molto orgoglioso di essere il primo Gelato Pioneer. Ora ho la responsabilità di raccontare al mondo come avere successo nel business del gelato.

“Il sostegno offerto da Carpigiani, dai prodotti agli insegnanti della scuola, è di gran lunga il migliore del mondo”



James Coleridge nella sua Bella Gelateria a Vancouver.



Intervista a Rea Gomez-Harrow



BONO GELATERIA MANILA, FILIPPINE

Rea Gomez-Harrow

Perché hai scelto la Gelato University di Carpigiani?

La Gelato University di Carpigiani è un centro didattico dedicato all'arte del gelato artigianale riconosciuto in tutto il mondo e noi eravamo determinati a imparare questo mestiere solo dai maestri migliori. La nostra esperienza a Bologna ci ha trasmesso la **conoscenza** e l'**entusiasmo** per aprire una gelateria nelle Filippine, utilizzando metodi tradizionali e i migliori ingredienti possibili.

Che consiglio daresti agli aspiranti gelatieri?

La lezione più importante che abbiamo imparato dalla Gelato University di Carpigiani è di essere determinati nella nostra visione e di mantenere sempre l'alta qualità dell'autentico gelato artigianale: ingredienti freschi, nessun conservante, metodi di lavorazione tradizionali e produzione giornaliera.

I social media sono importanti per il vostro business?

Per noi i social media sono uno strumento prezioso. Li abbiamo utilizzati per comunicare la nostra apertura, i gusti e le promozioni. Queste nuove forme di comunicazione coinvolgono i clienti e creano una comunità del gelato di cui ciascuno può sentirsi parte.

Quali sono i gusti preferiti nelle Filippine?

Dopo solo pochi mesi di attività, i gusti più popolari sono diventati pistacchio (con veri pistacchi tostati), il gelato senza lattosio, puro cioccolato fondente e speculoos fatto con veri pezzi di biscotto belga.

Rea Gomez e il team di Bono Gelateria.



Intervista a Marco Alfero

ALFERO GELATO SINGAPORE

Marco Alfero

Perché hai fatto il salto dal mondo della finanza a quello del gelato?

Dopo aver lavorato 10 anni nel mondo della finanza in diversi paesi del mondo, la mia destinazione finale è stata Singapore. Ero pronto per un cambiamento, amavo il paese e il gelato è sempre stata una mia passione, così ho deciso di fare il salto. Inutile dire che sono molto contento di averlo fatto.

Che cosa si prova a essere il primo Maestro Gelatiere a Singapore?

Siamo sorpresi e molto soddisfatti del nostro successo. Abbiamo messo in atto molte azioni di marketing per incoraggiare i clienti a provare il nostro prodotto. Superata la sfida iniziale, l'accoglienza è stata fantastica.

In quali momenti si preferisce prendere un gelato a Singapore?

A Singapore fa caldo tutto l'anno e, tranne la stagione delle piogge, ogni momento è buono per gustarsi un gelato! Qui il gelato è servito a tavola e i gusti più popolari sono un misto di quelli tradizionali italiani: pistacchio, nocciola e bacio, insieme a specialità locali come durian, avocado, litchi e mango africano.

Quali progetti hai per il futuro?

Ora ho 3 gelaterie a Singapore e nei prossimi due anni vorrei espandermi in Indonesia, Malesia e possibilmente anche in Cina. Ci sono infinite possibilità per un prodotto di alta qualità. Carpigiani è il partner ideale per **garantire qualità e servizio**, qualunque sia la dimensione del vostro business.



A Singapore si può gustare un gelato Alfero durante una passeggiata, o comodamente seduti in gelateria.





Intervista a Tammy Giuliani

STELLA LUNA OTTAWA, CANADA

Tammy e Alessandro Giuliani

Quando è iniziato tutto?

Nel 1985, d'impulso ho trascorso una vacanza estiva in Italia. Durante il primo giorno ho incontrato Alessandro. Siamo insieme da allora e il gelato è sempre stata una nostra passione. Senza poter parlare l'uno la lingua dell'altra, i piaceri semplici erano importanti.

Come vi ha aiutati Carpigiani?

Dopo i corsi, sono rimasta in contatto con alcuni insegnanti, che hanno avuto un ruolo importante nell'alimentare la fiducia in me stessa. Sapevo di avere il supporto di tutte queste persone **straordinariamente esperte**, che potevo contattare con una semplice mail. Questa consapevolezza mi ha dato coraggio e fiducia nelle mie capacità. Penso che Carpigiani sia il meglio in assoluto.

Cosa rende diversa la tua gelateria?

Varietà, innovazione e qualità. Non ho mai conservato nulla più di 24 ore. Quando offro un gusto al mattino, ne propongo di nuovi nel pomeriggio. Questo elemento di sorpresa è molto apprezzato dai clienti. Oltre ai gusti preferiti, c'è sempre qualcosa di nuovo da provare ogni volta che si entra in gelateria.

Che consiglio daresti a chi è interessato al mondo del gelato?

Bisogna essere preparati a faticare e sostenere gli sforzi. Ogni persona che entra nella tua gelateria ti permette di continuare a fare business. Non bisogna mai sentirsi troppo sicuri. Siate umili, riconoscenti e generosi.

Per Tammy, un gelato eccellente è l'unione di qualità e passione.



“Ero entusiasta della passione e professionalità di tutti gli insegnanti”



Intervista a Margherita Piccolomini



MAMI GELATO AL VOLO PADOVA, ITALIA

Margherita Piccolomini

Da dove viene l'idea di "Mami Gelato al volo"?

Il progetto nasce da un ricordo d'infanzia delle mie estati a Porto San Giorgio, nelle Marche. Il gelato veniva portato in spiaggia e servito grazie a una bicicletta con carretto. La mia visione era quella di portare quest'idea di gelateria mobile dal passato al presente.

È stata utile la laurea di tua figlia?

L'esperienza alla Gelato University di Carpigiani mi ha dato l'entusiasmo, la conoscenza e gli strumenti per **realizzare il mio sogno**. La laurea di mia figlia, in Nutrizione e Scienza dell'Alimentazione, ha contribuito a garantire che i nostri prodotti fossero della miglior qualità possibile. Oggi i clienti sono più informati e selettivi nella scelta degli alimenti e vogliono che il loro gelato sia sano, equilibrato, gustoso e completamente naturale.

Hai avuto difficoltà con la tua start-up?

No, perché avevamo un'idea chiara delle caratteristiche che avrebbe dovuto avere la nostra gelateria: una giusta combinazione di tradizione, modernità e qualità. Il nostro obiettivo era quello di differenziarci dal classico chiosco itinerante, creando e vendendo il miglior prodotto possibile.

Dove possiamo trovarvi nell'arco della giornata?

All'ora di pranzo di solito siamo vicino all'Università e agli uffici. Il gelato è una scelta perfetta per un pranzo nutriente e leggero! Nel pomeriggio invece ci spostiamo verso i parchi pubblici. Partecipiamo anche a fiere locali ed eventi, che ovviamente hanno una grande affluenza.



Mami Gelato al Volo: ovunque, in qualunque momento.



MOFFAT

PARTNER DI

McDONALD'S

QUANDO SI TRATTA DELLE SUE ATTREZZATURE, MCDONALD'S VUOLE SOLO IL MEGLIO. ECCO PERCHÉ, QUANDO HA AVUTO BISOGNO DI UN FORNO DA PASTICCERIA PER MCCAFÉ, IL FORMAT DEDICATO ALLA CAFFETTERIA, È STATO NORMALE RIVOLGERSI A UN FORNITORE DI FIDUCIA, MOFFAT.

www.moffat.com



Moffat è stata scelta per sviluppare un forno a convezione per cuocere i prodotti da pasticceria McCafé.



Dal lancio a Melbourne nel 1993, il marchio McCafé ha avuto sempre più successo. Inserito all'interno dei punti vendita McDonald's, offre un caffè di alta qualità, servito da personale specializzato, in un ambiente che ricrea perfettamente lo stile di una caffetteria. Nell'arco degli anni, i diversi punti vendita McCafé hanno ampliato e diversificato il menu per riflettere i gusti in evoluzione dei consumatori.

“Il forno Turbofan è stato introdotto nei McCafé di tutta l'Australia, in Nuova Zelanda, a Hong Kong e in Giappone”

Oltre al caffè preparato al momento e a varie bevande speciali, i McCafé offrono dolci e torte fragranti sfornate sul posto. La decisione di cuocere all'interno dei punti vendita richiedeva attrezzature particolari, in grado di soddisfare gli standard di qualità e uniformità tipici di McDonald's. Nel 2008, Moffat è stata selezionata per sviluppare insieme a McDonald's Australia un forno a convezione pensato su misura per i prodotti da pasticceria McCafé. Lavorando fianco a fianco con McDonald's, Moffat è riuscita a comprendere in modo approfondito le diverse voci del menù e stimare i volumi. Questo ha permesso all'azienda di presentare una **piattaforma su misura**, in grado di offrire risultati di cottura costanti e massima adattabilità. La velocità e la qualità di cottura, sia dei prodotti dolci che di quelli salati, sono molto importanti per l'attività e il successo dei McCafé.

Per soddisfare le esigenze di McDonald's, Moffat ha potenziato il forno a convezione **Turbofan E25** con nuove funzionalità: ha aggiunto un pannello comandi touch-screen per rendere più semplice e intuitivo il funzionamento, ha aumentato il numero di impostazioni predefinite per garantire risultati costanti e ha introdotto una porta che rimane fredda anche durante la cottura per migliorare la sicurezza.

Oltre a garantire prodotti di pasticceria di qualità superiore, il forno Turbofan vanta **consumi energetici molto ridotti**, in linea con gli standard ambientali globali di Moffat. Si tratta di un forno anche incredibilmente affidabile in termini di prestazioni, che aiuta McDonald's a mantenere **sotto controllo i costi di manutenzione**.

“Questo entusiasmante progetto dimostra i continui investimenti in ricerca e sviluppo di Moffat, e la sua disponibilità a sviluppare nuove soluzioni per soddisfare le esigenze di ogni singolo cliente”

Dopo il primo successo, il forno Turbofan è stato introdotto nei McCafé di tutta l'Australia, in Nuova Zelanda, a Hong Kong e in Giappone. Inoltre, in ogni paese Moffat ha fatto una partnership con i fornitori locali per assicurarsi che fossero in grado di garantire un'installazione puntuale e tempestiva, l'assistenza tecnica e la manutenzione.

Questo entusiasmante progetto dimostra l'approccio collaborativo di Moffat, i suoi continui investimenti in ricerca e sviluppo, e la sua disponibilità a sviluppare nuove soluzioni per soddisfare le esigenze di ogni singolo cliente.

NUOVE SFIDE PER UN MERCATO IN CONTINUA EVOLUZIONE



Nuovi prodotti e prospettive per il futuro. Patrizia Terribile, Direttore Generale di Grandimpianti I.L.E., condivide con noi il suo punto di vista per promuovere la qualità e l'innovazione nel mercato delle attrezzature per la ristorazione e i servizi lavanderia.

La qualità è importantissima e riguarda tutti gli aspetti di un prodotto. I nostri clienti ci chiedono prodotti indistruttibili e un'affidabilità totale. Si aspettano apparecchiature di altissima qualità, che semplifichino le loro attività quotidiane, svolgendo in modo intelligente e automatico i diversi compiti. Oggi **qualità significa innovazione**. Non è mai un punto di arrivo, ma una ricerca incessante per continuare a essere competitivi. Un modo di guardare il mondo con occhi vigili e curiosi per cercare nuove soluzioni e opportunità di business, che soddisfino sempre meglio le esigenze degli utilizzatori finali.

Le soluzioni non sono mai definitive. Per restare al passo con un mercato che cambia sempre più velocemente è importante essere aperti non solo alle richieste degli operatori, ma ai contributi di tutti gli attori coinvolti nella catena del valore. L'innovazione è sempre di più un fenomeno collettivo, che coinvolge competenze molto diverse sia all'interno, sia all'esterno dell'azienda. Negli ultimi anni, per esempio, il nostro settore è passato da temperature medie di lavaggio superiori ai 60 gradi a temperature inferiori ai 40 gradi. Questa rivoluzione è riuscita a ridurre i costi di esercizio, migliorando contemporaneamente i risultati di lavaggio. Tuttavia, non sarebbe stata possibile senza il contributo del mondo della detergenza, che negli ultimi anni ha sviluppato prodotti che lavano efficacemente a basse temperature. Il mercato delle attrezzature per il lavaggio fa parte di un sistema molto più ampio, che abbraccia le tendenze del mercato e lo scenario macro-economico. Il progresso è frutto della collaborazione tra questi diversi settori.

Oggi il servizio è una componente fondamentale della qualità di un prodotto. Il mercato si aspetta che il produttore assuma sempre di più il ruolo di consulente. Bisogna aiutare i nostri clienti a scegliere il

prodotto più adatto per le loro esigenze e mantenere con loro un dialogo aperto anche dopo l'acquisto. Questo confronto costante ci permette di raccogliere nuovi stimoli per migliorare i prodotti e continuare a soddisfare le esigenze in continua evoluzione del mercato. Questa relazione è la base della lealtà e della fiducia duratura dei nostri clienti.

Un altro tema importante è la sostenibilità. In un mondo in cui le risorse non sono infinite, ogni produttore ha il compito di ridurre gli sprechi e salvaguardare le risorse. Dobbiamo farlo per rispetto delle generazioni future e per aiutare gli operatori a ridurre i costi di esercizio. Nel nostro mondo, considerando l'intero ciclo di vita di un prodotto, i costi legati all'utilizzo incidono per il 90%. Questo dato ci fa capire quanto sia importante che le macchine utilizzino solo le risorse strettamente necessarie e possano farlo in modo automatico. Sviluppare lavatrici e asciugatrici automatiche ci permette di evitare sprechi di risorse e di facilitare il compito degli operatori non professionisti, come per esempio i clienti delle lavanderie self-service.

In futuro, la tecnologia dovrà essere sempre più fruibile, semplice e sicura da utilizzare, anche per l'operatore meno esperto. Dobbiamo sviluppare una tecnologia amica, che metta al centro i concetti di **usabilità** ed **ergonomia cognitiva**. Le macchine dovranno integrarsi spontaneamente con il nostro modo di agire, muoversi e pensare, divenendo sempre più facili, comode e gratificanti da utilizzare.

Questi principi guidano lo sviluppo di Grandimpianti I.L.E. Siamo convinti che in futuro l'operatore sarà ancora più centrale. Per continuare a progettare prodotti avanzati, la ricerca dovrà ascoltare gli operatori e comprendere gli stimoli e le innovazioni provenienti da ogni area del mercato.

www.grandimpianti.com

Patrizia Terribile e il suo team in Grandimpianti I.L.E.



CRESCERE E DIVENTARE FORTI INSIEME

I nostri marchi organizzano innumerevoli iniziative di formazione in tutto il mondo. Mettiamo la nostra esperienza al servizio dei clienti per continuare a crescere insieme e affrontare con successo un mercato sempre più competitivo.

Scegliere l'attrezzatura giusta per rendere il vostro business un successo è una decisione molto importante. Uno dei modi migliori per individuare l'attrezzatura più adatta è quello di provarla. L'esperienza diretta permette di valutare personalmente le performance e toccare con mano i risultati.

Per questo motivo quasi tutte le nostre aziende sono dotate di showroom e training center, dove gli operatori possono scoprire i nuovi prodotti e sperimentare la loro ergonomia e facilità d'uso.

Ogni anno, i marchi Ali Group organizzano **migliaia di training** in tutto il mondo. Le nostre showroom in America, Asia, Australia, Europa, Medio Oriente e Nuova Zelanda sono visitate da un numero sempre maggiore di professionisti.

Tutti i corsi sono tenuti da **specialisti e chef** con un'esperienza internazionale. Oltre agli appuntamenti dedicati alle tecniche di preparazione e cottura, organizziamo workshop sul tema dell'efficienza energetica, corsi di marketing e gestione del business, seminari per cucinare in modo più sano, e laboratori dedicati all'arte di fare il pane, la pizza e il gelato artigianale.

Questo dialogo costante con gli operatori ci permette di raggiungere un duplice obiettivo: **accrescere la professionalità del settore** e raccogliere spunti sempre nuovi per continuare a migliorare la qualità e le prestazioni dei nostri prodotti.

Il mondo della ristorazione è ricco di storia, competenza e passione. Attraverso le proprie aziende Ali Group offre innumerevoli iniziative di formazione per sostenere i clienti e continuare a sviluppare questo straordinario patrimonio.

Un business solido si costruisce insieme.

www.aligroup.com



Corsi di formazione in Williams, Lainox e Metos Olanda.

GBG PRESENTA SOFTYBAR

Il gelato in tre passi!



L'innovativa SoftyBar è la soluzione ideale anche per chi non è un gelatiere professionista, ma non vuole rinunciare a offrire un gelato di qualità.



Con la nuova macchina SoftyBar GBG, preparare un gelato buono e di qualità è facilissimo.

Bastano tre semplici gesti per avere un gelato soft morbido e cremoso in pochi minuti, senza essere dei professionisti. Una volta versate le miscele e i preparati nella vaschetta, si avvia la macchina ed è tutto pronto!

Realizzata da GBG, azienda di spicco nel panorama internazionale della produzione di macchine per granite e sorbetti, SoftyBar è stata presentata alla fiera NRA di Chicago, il salone dedicato al mondo della ristorazione.

È una macchina professionale compatta, pensata per spazi ridotti. Grazie al minimo ingombro, può essere sistemata anche nei locali più piccoli come gelaterie e fast-food.

Utilizzando SoftyBar insieme a un mixer e cambiando le basi liquide a seconda del tipo di prodotto che si vuole ottenere, è possibile preparare tantissime golose ricette. Non solo gelato e yogurt soft, ma anche smoothies, cocktails (a base di ghiaccio tritato, frutta e alcool), variegati alla frutta e alle creme. Tutte le ricette possono essere arricchite e decorate con l'aggiunta di topping dei più svariati gusti.

A differenza delle altre macchine che offrono lo stesso tipo di prodotto, nella SoftyBar la vasca superiore per il caricamento degli ingredienti è sostituita da un **cabinet refrigerato e ventilato**, che rende ancora più agevole la preparazione della base liquida. La presenza di un **impianto di aerazione verticale** (che veicola l'aria di raffreddamento verso l'alto), riduce ulteriormente l'ingombro della macchina.

È possibile, inoltre, personalizzare graficamente la parte superiore di SoftyBar, lasciando ampio spazio alle richieste del cliente.

L'elevata capacità produttiva, l'estrema semplicità di installazione, i **ridotti tempi di lavaggio e sanificazione (solo 20 minuti)**, rendono SoftyBar una soluzione smart, perfettamente adatta anche ai gelatieri non professionisti, che non vogliono rinunciare a offrire ai propri clienti un prodotto di qualità.

Visita la sezione "Nuove idee" e "Ricettario" nel sito GBG:

www.gbghoreca.com



SAPORI, SUONI, EMOZIONI

Non è una semplice esposizione di prodotti quella che quest'anno Baron presenta a Host. L'azienda vuole offrire qualcosa in più: una condivisione di esperienze e sensazioni che scaturiscono dall'unione di cibo e arte.



A Host 2013 Baron coinvolge i visitatori con tre originali appuntamenti che coniugano cibo e arte.

Trovare un nuovo modo di comunicare i valori dell'azienda e dei prodotti, ma anche riscoprire il piacere del rapporto interpersonale e della condivisione di esperienze ed emozioni. Ecco il significato della partecipazione di Baron a Host 2013. "La presentazione dei prodotti è fondamentale", spiega **Lauro Bortot**, Brand Manager dell'azienda bellunese, specializzata nella proposta di soluzioni per la ristorazione professionale. "Quest'anno, però, abbiamo pensato di fare qualcosa di più per distinguerci dalla moltitudine di espositori che rischia di confondere il visitatore. Vogliamo lasciare un segno nel ricordo delle persone".

L'idea è semplice, ma rappresenta una vera novità nel settore dell'ospitalità professionale, da sempre caratterizzato da un grande rigore tecnico. "La nostra volontà è quella di offrire ai visitatori dei momenti di svago e intrattenimento, senza interferire con le attività legate al business", continua Bortot. "Abbiamo pensato a un percorso in tre tappe che porti il visitatore a vivere diverse suggestioni attraverso il cibo e le interpretazioni che ne dà Baron. Nel corso di tre mini eventi, lo chef **Graziano Prest** (stellato Michelin), del ristorante Tivoli di Cortina d'Ampezzo, si esibisce nella preparazione di alcune ricette, accompagnato da performance artistiche in un'affascinante contaminazione tra gastronomia, musica e danza. Il tutto in un crescendo di sapori, suoni ed emozioni".

BreakfastBlues è il primo appuntamento, quello del mattino. È la performance dai toni e sapori più delicati, che evocano il risveglio. La preparazione di plumcake e biscotti è accompagnata dalle musiche blues di un duo chitarra e voce.

LoveBrunch è l'evento previsto all'ora di pranzo, in cui i toni e i sapori diventano più intensi per dare spazio alla passione. La stessa passione che si può ritrovare nel ballo del tango, che anima lo showcooking di Graziano Prest, alle prese con preparazioni di carne. Al termine della performance i visitatori ricevono una mini confettura di pomodorini ciliegini.

VintageFingerfood è l'appuntamento del tardo pomeriggio, dove l'esibizione di una coppia di dj vintage introduce l'ingresso dello chef e accompagna la preparazione di fingerfood con musiche anni '70 e '80. A ricordo di questo salto nel passato, ai visitatori viene regalato un mini CD, con stampa simil vinile, contenente le musiche ascoltate nel corso dell'evento.

"La scelta di queste tre performance artistiche così differenti rispecchia la mission di Baron: offrire soluzioni per tutti

i tipi di partner, dal bistrot al grande ristorante, dal fastfood al ristorante gourmet, senza dimenticare la trattoria che propone cucina locale e il ristorante etnico", conclude Bortot.

LE NOVITÀ DI PRODOTTO IN MOSTRA A HOST

La grande protagonista nello stand Baron di questa edizione di Host è la nuova **Royal Line**, una gamma ad alte prestazioni indirizzata alla ristorazione con grossi volumi, particolarmente adatta per la preparazione di carne, pesce e verdure.

La Royal Line, realizzata in acciaio inox come da tradizione Baron, è ideale per soddisfare le esigenze delle principali cucine etniche e si compone di sei apparecchi per la cottura ad altissime prestazioni:

- una **griglia frytop**, disponibile sia nella versione a gas che elettrica, con superficie liscia
- un **barbeque** a gas, indicato per tutti i tipi di fast food
- una **friggitrice** dotata di un innovativo sistema di filtraggio automatico dell'olio
- una **plancha** elettrica che può essere utilizzata per cotture dirette e indirette
- una **salamandra** ultrarapida
- una **brasiera multifunzione**, che permette di realizzare differenti tipi di cottura.

Insomma, Royal Line è sinonimo di **robustezza**, **elevate performance** e **maggiore produttività**.

Accanto a questa grande novità si può poi ammirare un esempio di **cucina colorata**, che l'azienda è in grado di realizzare in tutti i colori RAL disponibili.

www.baronprofessional.com



La versatilità dei prodotti Baron permette di trovare la soluzione giusta per ogni tipologia ristorativa.

BARON ISPIRA I GRANDI CHEF

Baron nasce nel 1995 come partner per la ristorazione professionale ed entra a far parte di Ali Group nel 2004. La sua mission è quella di sviluppare prodotti innovativi, che si adattino alle mutevoli esigenze del mercato. L'offerta si compone di una vasta gamma di attrezzature e soluzioni per la cucina i cui plus sono: elevata qualità, tecnologia all'avanguardia ed estrema flessibilità. Per la massima soddisfazione del cliente, Baron ha messo a punto una struttura e un **servizio a 360°**, che va dalla progettazione dell'impianto al servizio post-vendita, garantito da una **rete capillare di centri di assistenza** sia in Italia che nel resto del mondo, dove viene realizzato circa l'80% del fatturato.

L'ufficio progettazione Baron è in grado di realizzare fino a 15 layout settimanali. Mentre ogni anno escono dallo stabilimento circa 17.000 apparecchiature. Il taglio laser dell'acciaio è garantito da macchine automatiche, programmate in base alle lavorazioni da effettuare, che assicurano la massima perfezione nei dettagli e il minimo scarto di materia prima. E anche il sistema di piegatura dei particolari è completamente automatizzato con sistemi di ultima generazione.



SISTEMI DI LAVAGGIO DI NUOVA GENERAZIONE

Qualità e innovazione
in tutto il mondo.



Presente in circa **90 Paesi**, da molti anni Dihr è tra i principali produttori al mondo di lavastoviglie e lavaoggetti per uso professionale.

Con una produzione altamente automatizzata, l'azienda progetta macchine destinate alle più svariate applicazioni: dal settore Ho.Re.Ca. alla preparazione alimentare, dalle grandi navi da crociera ai più importanti centri ospedalieri, offrendo la più ampia gamma di prodotti esistente al mondo.

Grazie all'impegno quotidiano del centro Ricerca & Sviluppo Dihr, vengono sviluppate soluzioni flessibili, che permettono di rispondere a ogni esigenza, garantendo il **minimo impatto ambientale** e i **costi di esercizio più bassi** del mercato.

L'ULTIMA NATA IN CASA DIHR È GIÀ UNA "STAR"

L'eccellenza nel lavaggio si chiama **Twin Star**, la rivoluzionaria lavastoviglie Dihr che consente di lavare e **stoccare verticalmente le stoviglie, senza più bisogno di sprecare spazi** e dedicare costose ore di lavoro per riporre i piatti puliti.

L'innovativo progetto della macchina consente un consistente risparmio di acqua, energia elettrica e detersivi rispetto ai sistemi tradizionali, abbattendo anche le spese d'installazione.

I cicli di lavaggio possono essere programmati, consentendo l'utilizzo della macchina nelle fasce orarie più economiche.

Inoltre, il recuperatore termico inserito nella lavastoviglie riutilizza il calore prodotto dalla macchina per riscaldare l'acqua fredda di alimentazione. In questo modo vengono ridotte al minimo le dispersioni di calore e il **risparmio energetico sale fino al 40%**.

Grazie a queste rivoluzionarie caratteristiche e alle elevate prestazioni, Twin Star è stata premiata come **"prodotto più innovativo dell'anno"** nella categoria "Grandi Cucine", all'interno del concorso organizzato da Equip'hotel 2012, il salone parigino dedicato al mondo dell'ospitalità e della ristorazione.

COMPATTA E SILENZIOSA, TWIN STAR ASSICURA LA MASSIMA IGIENE

Con il **65% di spazio in meno** rispetto a un sistema di lavaggio tradizionale, Twin Star può essere collocata in qualsiasi ambiente e la sua ergonomia semplifica enormemente le operazioni di carico e scarico delle stoviglie.

Grazie all'innovativo sistema di asciugatura, le stoviglie possono essere utilizzate subito a fine ciclo, oppure rimanere riposte nella macchina, proprio come in uno scaffale.



Twin Star offre tutti i benefici di una lavastoviglie a tunnel uniti a quelli delle macchine a ciclo.

Twin Star è di gran lunga più silenziosa di una macchina tradizionale ed è disponibile in due versioni: **a carico frontale o passante**, ovvero incassabile nella parete per occupare ancora meno spazio.

In ogni fase del ciclo di lavaggio, viene mostrata l'effettiva temperatura di esercizio e l'innovativa tecnologia led cambia il colore della lavastoviglie nelle diverse fasi, **per un facile controllo visivo, anche a distanza**.

Inoltre, l'acqua non viene cambiata solo nel passaggio da un ciclo all'altro, ma anche in ogni fase di uno stesso ciclo, garantendo così la massima igiene.

FACILE DA INSTALLARE, TWIN STAR FA TUTTO DA SOLA

Una lavastoviglie **full optional**, che riduce di ben il 90% il fabbisogno di manodopera nei ristoranti.

In particolare, nella versione passante **"Twin star double sides"** si vengono a creare due ingressi, uno dal lato sala, in cui il cameriere può inserire direttamente i piatti nella lavastoviglie, e l'altro dal lato cucina, da cui lo chef può prelevare le stoviglie **già pronte per l'uso**.

La semplicità di utilizzo della macchina è evidente sin dall'installazione. Basta collegare il circuito dell'acqua e il cavo elettrico, e la macchina è pronta. Non è necessario alcun sistema di aspirazione vapori, né di ventilazione, non occorrono le griglie di scarico a pavimento, né i sistemi di depurazione dell'acqua.

www.dihr.com



Grazie al doppio ingresso, Twin Star Double Side permette di risparmiare tempo e spazio. Si possono caricare i piatti sporchi in un'area e scaricare quelli puliti nell'altra.



RISPETTO A UNA LAVASTOVIGLIE A CAPOTTA PER IL LAVAGGIO DI 300 PIATTI TWIN STAR OCCUPA:

- 65% spazio
- 90% lavoro
- 50% acqua
- 85% detersivo/brillantante
- 40% potenza elettrica necessaria

E permette l'ammortamento del prezzo di acquisto in meno di un anno (con un utilizzo medio e costi medi UE)



UNA NUOVA GAMMA DI LAVATRICI, ASCIUGATRICI E STIRATRICI PROFESSIONALI

Una serie completa e rivoluzionaria, premiata con il prestigioso Red Dot Award per innovazione, design ed ergonomia.

Una **tecnologia amica e intelligente**, che tutti possono utilizzare senza difficoltà. Questo è il segreto di Grandimpianti I.L.E. (Intelligent Laundry Equipment). Con oltre **40 anni di esperienza** nel trattamento dei tessuti, questo marchio offre le migliori soluzioni per chi gestisce una lavanderia, o si prende cura dei tessuti a livello professionale. In un mondo in cui si ha sempre meno tempo, le apparecchiature Grandimpianti rendono **più facile e veloce** svolgere i propri compiti quotidiani, coniugando ottimi risultati di lavaggio e rispetto dell'ambiente. La vera innovazione permette di lavorare in modo più comodo ed efficiente, riducendo i costi di gestione e risparmiando acqua, energia e detergente.

ERGONOMIA E DESIGN INNOVATIVO

Non è un caso che la giuria di esperti del Red Dot Award 2013 abbia premiato la nuova gamma di prodotti Grandimpianti I.L.E. Il design delle nuove macchine è assolutamente rivoluzionario e innovativo. Le linee sono morbide e arrotondate per essere esteticamente più gradevoli e i materiali scelti sono resistenti e piacevoli al tatto. Il cruscotto realizzato in ABS offre una sensazione calda e gradevole, contribuendo a migliorare l'esperienza di lavoro. "Il comfort di chi utilizza i nostri prodotti è importantissimo. Ci impegniamo continuamente per rendere **più semplice e comodo** lavorare con le nostre apparecchiature, in modo che per gli operatori sia più piacevole svolgere le proprie mansioni", afferma Patrizia Terribile, Direttore Generale di Grandimpianti I.L.E. Le nuove **lavabiancheria** si possono rialzare e hanno un oblò con un diametro più ampio per facilitare le operazioni di carico e scarico. L'operatore raggiunge agevolmente il dispenser a 4 scomparti anche quando la macchina è rialzata. Le parti soggette a manutenzione si trovano sul fronte per essere immediatamente accessibili e semplificare le operazioni.

La capacità delle **asciugatrici** è stata aumentata per poter



La nuova stiratrice GI: ergonomia ed efficienza assicurate.



asciugare l'intero carico di lavaggio in un unico ciclo. Il filtro in rete metallica è stato inclinato per rendere meno frequente la pulizia. Il nuovo aspiratore permette di ridurre fortemente la rumorosità e le vibrazioni, e può essere dotato di una ventola anti-intasamento.

Le **stiratrici** hanno le stesse linee morbide e arrotondate delle lavatrici e delle asciugatrici. Con questi prodotti l'ergonomia e l'efficienza sono ancora più importanti, perché vi è una maggiore interazione con l'operatore. Grazie ai due diametri del rullo (25 o 38 cm) e alle diverse lunghezze (da 110 a 320 cm), è possibile stirare alla perfezione diversi tipi di biancheria piana. Per aumentare ulteriormente la resa, si può scegliere tra varie possibilità a 1, 2 o 3 piastre stiranti di alluminio estruso, unite da un giunto brevettato che aumenta la superficie riscaldante e la produttività.

GUIDO®, L'INNOVATIVO SISTEMA DI CONTROLLO FACILISSIMO DA USARE

Tutta la gamma è dotata di GUIDO®, un sistema all'avanguardia che permette di gestire e controllare, in modo **semplice e automatico**, le diverse apparecchiature. Basta sfiorare la tastiera con un dito per impostare il programma di lavaggio, asciugatura e stiratura. GUIDO® è l'unico sistema a utilizzare **una sola interfaccia per tutte le macchine**. È tecnologicamente avanzato, ma **fruibile da tutti**. Gli operatori hanno diversi livelli di esperienza e abilità, e persino i compiti che devono svolgere variano di giorno in giorno. GUIDO® cambia con loro, adattandosi perfettamente a ogni operatore e circostanza.

RISPARMIO ENERGETICO

La nuova gamma presentata da Grandimpianti I.L.E. è ancora più precisa e responsabile con il nuovo **dispositivo DWS**: un'innovativa tecnologia protetta da brevetto, che pesa il carico di lavaggio e adatta spontaneamente il consumo di acqua, energia e detersivi. Questa soluzione risolve il problema dei carichi parziali e il conseguente spreco di risorse. Inoltre, nella lavabiancheria si è ridotto lo spazio tra la vasca e il cesto, diminuendo la quantità d'acqua che ha bisogno di essere riscaldata. Grazie al particolare design del cesto e all'aumentata velocità di rotazione, le lavatrici estraggono più acqua dai tessuti, riducendo i tempi di asciugatura. Questa nuova gamma è la **soluzione ideale** per tutti coloro che hanno bisogno di trattare i tessuti in modo professionale.

www.grandimpianti.com



L'innovativa lavatrice GH e la rivoluzionaria asciugatrice GD. L'asciugatrice ha ricevuto il prestigioso Red Dot Award 2013.



LAINOX

UN FORNO DAL PIANETA NABOO

Lainox presenta Naboo, il primo forno 2.0.

Un apparecchio che si riempie di contenuti per rendere il lavoro degli chef più semplice, veloce e impeccabile.



Naboo è un forno 2.0, costantemente collegato al Cloud Lainox, per condividere suggerimenti e ricette con gli chef di tutto il mondo.



Quale chef non ha desiderato, almeno una volta nella sua carriera, avere a disposizione un forno capace, schiacciando un solo tasto, di fare tutto da solo? Grazie a Lainox questo sogno diventa realtà.

L'azienda presenta a Host una vera e propria innovazione nel campo della cottura: **Naboo**, una nuova generazione di forni combinati che unisce **tecnologia** e **know how**. "La nostra ambizione – spiega **Marco Ferroni**, Direttore Generale di Lainox – è creare un nuovo standard nell'ambito dei forni combinati. Fino a oggi, questi apparecchi sono stati delle semplici scatole di acciaio, con un po' di tecnologia. Adesso queste scatole si riempiono di contenuti per consentire allo chef, al ristoratore e al gestore di un'attività alberghiera o di catering, di condividere informazioni e conoscenze con una comunità internazionale di chef. **È la cucina 2.0**, un grande aiuto per aggiornarsi, raccogliere nuovi stimoli per il proprio lavoro e avere più tempo da dedicare ai propri clienti".

CLOUD: UNA COMMUNITY GASTRONOMICA A PORTATA DI CLIK

La prima differenza tra Naboo e i forni attualmente in commercio è il suo costante collegamento a Internet, tramite wi-fi, e quindi al **Cloud Lainox**: un'enciclopedia che raccoglie ricette di chef di tutto il mondo. "Uno dei lavori più importanti nella realizzazione di Naboo – continua Ferroni – è stata l'attivazione di collaborazioni con cuochi di tutti



i continenti: italiani, spagnoli, tedeschi, inglesi, cinesi, asiatici e sud americani, per poter inserire nel Cloud la più ampia collezione di ricette di tutti i tempi, in grado di soddisfare le esigenze di ogni cliente e di offrire a ogni chef la possibilità di arricchire il proprio menù con le ricette dei colleghi stranieri". Ma i contenuti per Lainox non sono solo sinonimo di ricette, sono un know how molto più grande. Nel Cloud lo chef può trovare la storia del piatto, il perché inserirlo nel proprio menù, le indicazioni sugli ingredienti e le quantità, fino ad arrivare alla sua presentazione. Non solo testi, ma anche immagini e filmati che mostrano le varie fasi della preparazione.

PRESTAZIONI E FUNZIONI UNICHE

Se Cloud è ciò che crea un vero gap tra Naboo e gli attuali forni combinati, non si possono trascurare le altre innovazioni tecnologiche e funzionali che lo rendono uno strumento di cottura indispensabile per gli chef che vogliono offrire qualcosa di nuovo ai propri clienti. Come, per esempio, l'innovativo **Smokegrill**, che assicura una cottura alla griglia con tutti i plus del barbeque (sapore, gusto, profumo), senza presentarne i minus (gestione della legna, fumo, sporco). Oppure, il **sistema di Affumicatura**, che consente di realizzare questa finitura nel corso della cottura, senza alcun tipo di combustione. E ancora, il **sistema di Aromatizzazione**, per avere pietanze con i più svariati tipi di aromi, senza dover intervenire manualmente.

Un altro grande alleato in cucina è la **Cottura Multilivello**, che consente una riduzione dei tempi di preparazione fino al 30%. Con Naboo questo sistema di cottura diventa ancora più facile, perché nel Cloud si trovano le cartelle con diversi gruppi di cotture multilivello. La **Funzione Just In Time** indica invece i tempi di inserimento dei vari cibi per averli tutti pronti nello stesso momento.

A tutto questo, bisogna aggiungere il **nuovo sistema di lavaggio automatico**, che utilizza capsule di detergente pluridose, gestite in totale autonomia dall'apparecchio, eliminando così i problemi di trasporto, i rischi di errore nel dosaggio e il contatto con sostanze nocive.

SEMPRE IL RISULTATO MIGLIORE

Il principale obiettivo di Lainox è assicurare ai propri clienti i risultati migliori. Naboo fa un ulteriore passo avanti verso questo traguardo. "Utilizzare le ricette del Cloud – spiega Ferroni – assicura la massima affidabilità e standardizzazione dei risultati qualitativi, un aspetto



molto importante per le catene che hanno ristoranti in differenti parti del mondo. Questa uniformità non deve però spaventare, perché non pone nessun limite alla libertà creativa dello chef, che rimane l'unico protagonista in cucina. Noi forniamo solo le conoscenze, ma sono **l'estro e il talento** che fanno di uno chef un grande chef". Infine, Naboo è un ottimo aiuto per ottimizzare il lavoro in cucina e organizzare le attività quando il personale è in numero ridotto, oppure si devono preparare numerosi coperti.

ANCHE L'OCCHIO VUOLE LA SUA PARTE

"Un altro aspetto su cui abbiamo lavorato molto – spiega Ferroni – è quello legato al **design**. Volevamo evidenziare la nostra italianità attraverso lo stile e l'estetica del prodotto. Con lo Studio Volpi, il centro di design che abbiamo coinvolto per sviluppare il progetto, abbiamo condotto una ricerca per capire quali fossero i desideri estetici e funzionali degli chef. In ambito professionale, infatti, questi due aspetti vanno di pari passo". È stato fatto un grande lavoro sulla **maniglia**, che in alcuni modelli sarà addirittura sostituita da un'apertura automatica a pulsante, molto utile quando entrambe le mani sono occupate. Sono stati scelti materiali capaci di comunicare eleganza, ma anche qualità, robustezza e facilità di pulizia. Grazie a uno studio di visual design, **l'interfaccia utente** è più intuitiva e facile da utilizzare. Infine, anche **l'ergonomia** del prodotto è molto migliorata per facilitare l'inserimento in ogni tipo di spazio e rendere il flusso di lavoro in cucina più fluido e piacevole.



Il team di designer, progettisti e creativi di Studio Volpi.

LAINOX: L'INNOVAZIONE NELLA COTTURA

Lainox entra a far parte di Ali Group nel 1987. Il suo core business sono i forni combinati professionali, che realizza al 100% in Italia, nel Veneto. Qui si trova una manodopera altamente specializzata e competente, nonché fornitori di alta qualità, capaci di sviluppare la tecnologia e i componenti necessari per la produzione di questi apparecchi. Lainox vende i suoi prodotti soprattutto in Italia, Francia, Inghilterra e in tutto il sud Europa. Negli anni più recenti ha sviluppato nuovi mercati come il Medio Oriente, l'Asia e l'America Latina, dove i suoi forni sono stati molto apprezzati. Oggi distribuisce e garantisce l'assistenza dei suoi prodotti in 80 paesi del mondo, attraverso una rete di importatori esperti, coordinati da quattro area manager e numerosi sales manager regionali. Il laboratorio di Ricerca e Sviluppo Lainox comprende 7 persone completamente dedicate, che collaborano con un'ampia rete di specialisti esterni per creare ogni volta il team di progetto più competente e capace di promuovere progresso e innovazione.

www.lainox.it

IL PUNTO DI VISTA DELLO CHEF
La parola a Michele Cocchi



Lo chef Michele Cocchi.

Qual è stato il suo compito in questo progetto?

Insieme agli chef che lavorano con me ho selezionato le prime ricette da inserire nel Cloud e continuerò a farlo in futuro. Il Cloud è un progetto aperto, che gli chef di tutto il mondo possono contribuire ad arricchire. Per ora ho inserito le preparazioni base (circa 80), cioè tutti quei suggerimenti che non possono mancare nel libro di ricette di uno chef, un buon numero di piatti etnici e regionali, e poi tante ricette nuove e creative. Per ogni ricetta scrivo una breve storia e un'introduzione sugli ingredienti, con un approfondimento su quello principale. Descrivo lo svolgimento della preparazione, spiego la cottura, illustro le curiosità e fornisco suggerimenti fino ad arrivare alla presentazione del piatto. Il tutto arricchito di immagini e contributi filmati.

Quali sono gli aspetti che le sono maggiormente piaciuti di questa collaborazione?

Il fatto di contribuire alla nascita di qualcosa di veramente nuovo nel mondo della ristorazione. Mi entusiasma questo lavoro di continua ricerca e la possibilità di condividere informazioni e know-how con tanti professionisti nel mondo della cucina. Mi sembra di alimentare un **grande circolo virtuoso**.

Per uno chef quali sono i vantaggi di avere a disposizione due strumenti come Naboo e Cloud?

Sicuramente uno degli aspetti più interessanti è quello di poter accedere a un numero potenzialmente infinito di ricette e di avere a disposizione uno strumento che permette di realizzare diversi prodotti e tipi di cottura con estrema semplicità. Naboo è un po' come **l'assistente personale dello chef**, che lo avvisa ogni qualvolta è necessario un suo intervento nel corso della cottura. Il tutto senza togliere al cuoco la possibilità di intervenire per personalizzare la preparazione del piatto. Un altro vantaggio importantissimo è che con Naboo è quasi impossibile sbagliare. Questo significa: piatti di qualità, niente sprechi e ottimizzazione delle risorse, anche in termini di personale.



Ci sono delle ricette particolarmente indicate per essere preparate con Naboo?

In realtà, quasi tutto è possibile. Anzi, Naboo consente di effettuare delle lavorazioni che fino a ora non si potevano fare, come l'affumicatura o l'aromatizzazione in fase di cottura. E rende ancora più performanti le cotture già possibili con i forni attuali. Penso, per esempio, alla **cottura notturna**, alla **cottura a bassa temperatura**, o alla **vasocottura**.

Quali sono le "richieste" che uno chef fa al proprio forno?

Onestamente non saprei, ogni chef è diverso e ha il suo stile. Quello che so è che con Naboo stiamo cercando di offrire qualcosa che va al di là delle aspettative del cuoco.

DA TRE GENERAZIONI, IL MEGLIO PER LA GRANDE RISTORAZIONE

Mareno produce sistemi integrati per cucine professionali, apprezzati dagli chef di tutto il mondo



Nuova Protagonista è la soluzione ideale per cucine moderne ed efficienti. Il design è armonioso e curato in ogni dettaglio.

Mareno è uno dei principali marchi nel mondo della ristorazione commerciale e collettiva. In **50 anni di storia**, ha sviluppato un'ampia competenza nella lavorazione dell'acciaio e una gamma prodotti tra le più complete del mercato.

Nata con una vocazione iniziale per la **cottura**, nel tempo Mareno ha diversificato la produzione per poter soddisfare tutte le esigenze di una cucina professionale, dalla refrigerazione alla distribuzione, dal lavaggio alla preparazione statica, fino ai forni a convezione e a vapore. Oggi l'azienda è apprezzata a livello internazionale per la **grande affidabilità**, l'**ottimo rapporto qualità prezzo** e la capacità di coniugare **innovazione** e **design**.

Nel corso degli anni, Mareno ha continuato a progredire, migliorando l'ergonomia, il rendimento e l'estetica dei prodotti. Il centro di Ricerca e Sviluppo anticipa l'evoluzione del mercato e le esigenze della moderna ristorazione. Il risultato è un'offerta vasta e differenziata che permette di fornire la soluzione più adatta in ogni situazione, garantendo elevate prestazioni, massima ergonomia e un rigoroso rispetto delle norme igieniche, di sicurezza e HACCP.

Per Mareno lo sviluppo sostenibile è una responsabilità. "In un mondo in cui le risorse sono limitate, abbiamo il dovere di impegnarci per abbattere le emissioni di CO₂, ridurre i consumi energetici dei prodotti e riciclare il più possibile i materiali. La nostra azienda **ricicla oltre il 90% dei materiali utilizzati** e ha appena ottenuto la certificazione ISO14001", afferma **Fabrizio Rocco**, Direttore Generale di Mareno. "Un business sostenibile, oltre a salvaguardare l'ambiente per le generazioni future, ci permette di aiutare i nostri clienti a ridurre i costi di esercizio".

SOLUZIONI FLESSIBILI, PERFORMANTI E INNOVATIVE

Mareno ha una divisione specializzata in **progetti su misura**, per poter assicurare la massima flessibilità e soddisfare ogni richiesta. Questa competenza permette di realizzare blocchi di cottura con **piani unici** e inserimenti di apparecchiature drop-in o in versioni sospese. Mareno è in grado di personalizzare anche l'estetica, fornendo cucine **in tutta la gamma dei colori RAL**. Grazie a un innovativo processo di smaltatura a freddo e protezione delle parti trattate, i prodotti Mareno diventano protagonisti dell'ambiente cucina e possono affrontare senza timori la nuova tendenza delle cucine a vista.

Inoltre, la rete di consulenti Mareno è dotata di un programma di progettazione che permette di gestire il lay out della cucina in tutti gli aspetti, dallo sviluppo del progetto alla definizione dei punti di allacciamento, fino alla creazione dei rendering finali. Un aiuto prezioso per coloro che operano nel mondo della ristorazione e vogliono contare su un partner che offra un **servizio completo in ogni fase del progetto**.

LE INNOVAZIONI SVILUPPATE NEGLI ULTIMI ANNI:

Nuova Protagonista 70/90/110

La gamma di cucine "**Nuova Protagonista**" coniuga potenza, praticità e versatilità. Disponibile nella variante a gas ed elettrica, in 18 famiglie e oltre 300 prodotti, è progettata per consentire infinite configurazioni. **L'assenza di giunzioni sui piani**, l'utilizzo di **stampaggi per vasche e invasi**, le **basi igieniche H2**, con bordi interni arrotondati e supporti stampati, facilitano le operazioni di pulizia. I **bruciatori ad alto rendimento** sono fissati ermeticamente al piano e le componenti elettriche sono progettate per evitare ogni contatto con possibili infiltrazioni d'acqua (grado di protezione IPX5).

Serie Snack

Recentemente rivista nelle forme e arricchita di nuove componenti, la **Serie Snack** risponde alle esigenze di velocità e innovazione della ristorazione moderna. L'ampia gamma di soluzioni disponibili offre maggiori potenze per garantire prestazioni elevate anche in spazi molto ridotti.

Preparazione statica,

Self-Service tradizionale e Free Flow

Con queste due linee Mareno si pone ai vertici dell'offerta europea. Entrambe sono state pensate per ottimizzare gli spazi in cucina, garantire il massimo comfort operativo e razionalizzare i tempi di lavoro, facilitando la preparazione, la conservazione e la distribuzione degli alimenti. Queste due linee sono molto apprezzate per la realizzazione di **mense scolastiche** e **ristoranti aziendali**. E sono scelte da un gran numero di consulenti per la versatilità d'impiego nelle zone buffet delle più prestigiose **catene alberghiere** internazionali. In ogni situazione, Mareno offre soluzioni personalizzate che esaltano l'estetica, senza sacrificare la funzionalità.

www.mareno.it



Sistemi di cottura personalizzati con finiture di elevata qualità. Grazie al colore è protagonista in cucina e conferisce personalità allo spazio.

LO SPECIALISTA DEL FREDDO

Sempre un passo avanti per innovazione, qualità e affidabilità.



I nuovi modelli Plus HP hanno i fianchi interni in acciaio AISI 304 e i supporti delle guide stampati per assicurare una facile pulizia.

Il marchio Polaris è una **punta d'eccellenza** nel mercato globale del freddo per l'elevata qualità dei prodotti, la tecnologia all'avanguardia e la grande flessibilità al servizio del cliente.

Con oltre **20 anni di esperienza**, Polaris interpreta e anticipa le evoluzioni del mondo della ristorazione, mettendo a punto soluzioni in grado di soddisfare ogni esigenza. L'**ampia gamma di prodotti** comprende abbattitori, armadi e tavoli refrigerati, mini celle, fino alla linea Polar Pizza, studiata per razionalizzare la preparazione di insalate, snack freddi, paste fresche e pizze.

La progettazione di tutte le apparecchiature è affidata al laboratorio di **Ricerca e Sviluppo** Polaris, un centro specializzato attento alla riduzione dei consumi e alla salvaguardia dell'ambiente. I prodotti di ultima generazione utilizzano **gas naturali**, che non attaccano lo strato di ozono e non producono l'effetto serra. E per ridurre le dispersioni termiche si utilizzano **schiume ecologiche** che assicurano maggiore efficienza.

Tutti i prodotti sono costruiti in **acciaio AISI** per assicurare robustezza e durata nel tempo. Il design è studiato per migliorare l'**ergonomia** e facilitare lo svolgimento delle diverse attività: le maniglie permettono l'apertura delle porte da ogni posizione e le forme arrotondate sono ideali per muoversi in velocità, senza il rischio di spigoli.

Infine, l'**interfaccia è intuitiva** e permette di impostare facilmente i parametri di lavoro. I modelli base sono dotati di una scheda elettronica che memorizza fino a tre allarmi (alta temperatura, bassa temperatura e apertura porta), mentre i più avanzati hanno una scheda evoluta che si collega al modulo HACCP e permette di **monitorare e gestire tutti gli allarmi** e i parametri dei frigoriferi. Tutti i dati si possono scaricare e memorizzare con una chiavetta USB.

L'innovazione è la nostra forza, l'eccellenza la nostra filosofia.

www.polarisgroup.it

"I prodotti di ultima generazione utilizzano gas naturali, che non attaccano lo strato di ozono e non producono l'effetto serra"

IL FUTURO È GIÀ REALTÀ

Dietro un buon piatto c'è sempre una conservazione impeccabile. Per questo Polaris ha sviluppato **Future**, una linea di armadi refrigeranti e freezer di ultima generazione che oggi si arricchisce dei modelli **Plus HP**.

Eco-sostenibilità

Le apparecchiature Future utilizzano **isolanti privi di CFC** con un espandente ad acqua. Inoltre, hanno **elevati spessori di isolamento** per ridurre la dispersione del freddo e consentire l'utilizzo di compressori con cilindrata inferiori. Il risultato sono consumi più bassi e una minore rumorosità. Ma non è tutto. Il **98%** dei componenti utilizzati è **riciclabile** e su richiesta molti modelli si possono raffreddare con **gas propano R290** o CO₂.

I plus

Sono tanti i plus che fanno di Future una gamma di ultima generazione. Tra questi, non si possono dimenticare la costruzione in **acciaio di grande spessore**, con **angoli perfettamente arrotondati**; le **porte autochiudenti**; la **manutenzione agevolata**, grazie all'accesso frontale della componentistica; la **ventilazione forzata e canalizzata**, che permette una perfetta distribuzione dell'aria in tutta la cella; e lo **sbrinamento intelligente** elettrico.

Gli ultimi arrivati: Plus HP

Tutto il meglio della linea Future è racchiuso nei due modelli Plus HP da 700 litri, con temperatura positiva e negativa. Questi due prodotti hanno i fianchi interni in **acciaio AISI 304** e i supporti delle guide stampati, per assicurare facilità di pulizia e un alto livello di igiene. Lo spessore dell'**isolamento** è di ben **83 mm** e le griglie interne si possono distribuire su 24 posizioni, senza dover spostare le guide.



Il nuovo modello Plus HP.



TUTTO SOTTO CONTROLLO CON CLOUD SYSTEM

Polaris presenta il nuovo Cloud System, una piattaforma che consente di controllare da remoto il funzionamento di tutte le apparecchiature e di fare la diagnosi di eventuali problemi.

Accessibile da PC, tablet e smartTelefono, Cloud System assicura un servizio di qualità e la riduzione dei costi di manutenzione. L'acquisizione dei dati avviene in tempo reale, le notifiche diagnostiche arrivano in automatico, via e-mail o sms, e l'accesso è multi utente, con livelli di privilegio differenziati. Inoltre, è possibile azionarlo manualmente e modificare i parametri di configurazione.

NOVITÀ DA TUTTO IL MONDO

Le ultime notizie dal Gruppo Ali.
Diamo uno sguardo ai progetti
più interessanti!



LE CUCINE AMBACH NEL PRESTIGIOSO CAFÉ ROYAL DI LONDRA

I consulenti di cucine più esperti e le location più suggestive del mondo continuano a scegliere Ambach. Il marchio ha appena completato la fornitura di tutte le cucine per il Café Royal di Londra, uno degli hotel più famosi della città, inaugurato per la prima volta nel 1865. L'hotel ha riaperto le porte ai visitatori all'inizio di quest'anno, dopo un intervento di restauro multimilionario. La fornitura, che comprende **postazioni a isola su misura** e linee di cottura per tutte le cinque cucine, è stata progettata dai consulenti inglesi dalla società **SeftonHornWinch**.
www.ambach.com



CARPIGIANI GELATO WORLD TOUR: IL CONCORSO PIÙ DOLCE DEL MONDO!

Organizzato dalla Carpigiani Gelato University in collaborazione con Sigeip, il Gelato World Tour promuove la **cultura del gelato di qualità**. Per un weekend, otto città nei cinque continenti diventano capitali del gelato: Roma, Valencia, Chicago, Dubai, Shanghai, San Paolo, Sydney e Berlino. In ogni tappa i migliori gelatieri della città si sfidano a colpi di creatività e i primi tre classificati parteciperanno al Gran finale di Rimini (settembre 2014) per contendersi il titolo di **"Miglior Gelatiere del mondo"**. Oltre ad assaporare tutta la bontà del gelato, il pubblico può partecipare ai corsi organizzati dai docenti della Carpigiani University e visitare il Gelato Museum.
www.carpigiani.com



BARON FIRMA LA CUCINA DEL FORMBY GOLF CLUB DI LIVERPOOL

Lo storico e prestigioso Formby Golf Club, fondato in Inghilterra vicino a Liverpool nel 1884, ha recentemente rinnovato la propria cucina, inserendo al suo interno una postazione di cottura Baron. Un'**isola di ben 3 metri**, con tutti gli strumenti a portata di mano, studiata per migliorare il flusso di lavoro e rendere l'esperienza dello chef più piacevole. Completa la cucina un forno combinato a cinque griglie, dotato di un supporto rotante per permettere allo staff di orientare l'apparecchio in modo diverso a seconda delle necessità.
www.baronprofessional.com



HIBER SEMPRE AL FIANCO DELLE SCUOLE DI CUCINA

Hiber rinnova la collaborazione con alcune tra le più importanti scuole in Italia per chi opera nel mondo della pasticceria e della gelateria: **La Nuova Scuola di Cucina TuChef** di Roma, **L'Accademia Italiana Dolce Arte** (A.I.D.A.) di Riccione e **La Scuola di Cucina CASTAlimenti** di Brescia. L'azienda, specializzata nella fornitura di apparecchiature per l'abbattimento e la conservazione degli alimenti, è attenta all'efficienza energetica e alla riduzione dei costi. La partnership prevede la fornitura delle attrezzature e l'organizzazione di corsi per formare nuovi talenti e promuovere la cultura del settore.
www.hiber.it



BEVERAGE-AIR CELEBRA PIÙ DI 30 ANNI DI PARTNERSHIP CON MCDONALD'S

Beverage-Air, azienda leader per la produzione e commercializzazione di apparecchiature per la refrigerazione, è un fornitore ufficiale di McDonald's da più di 30 anni. In questo periodo ha fornito a McDonald's **più di 150.000 prodotti**, di cui 45.000 unità solo negli ultimi 5 anni. Beverage-Air si differenzia dai competitor per l'offerta di soluzioni innovative, più efficienti ed ergonomiche. I suoi prodotti sono ideali per tutti i tipi di ristorazione veloce (Quick Service Restaurants) e per le grandi comunità come scuole e università.
www.beverage-air.com

NOVITÀ DA TUTTO IL MONDO

Le ultime notizie dal Gruppo Ali.
Diamo uno sguardo ai progetti
più interessanti!



BURLODGE PROIETTA NEL FUTURO IL ROYAL NORTH SHORE DI SYDNEY

L'ospedale Royal North Shore di Sidney ha deciso di intraprendere un grande progetto di rinnovamento del valore di 1,1 miliardi di dollari e d'**investire in prodotti di nuova generazione**. L'apparecchiatura più innovativa è il **Bpod Meal Delivery System di Burlodge**, dotato di un robot senza fili che permette di trasportare i pasti attraverso l'ospedale fino alle corsie dei pazienti. Grazie a questi veicoli automatici si aumenta l'efficienza, consentendo allo staff dell'ospedale di concentrarsi su nuovi servizi più utili a migliorare la qualità del ricovero.

www.burlodge.it

IN POCHI MINUTI TANTISSIMI DONUTS, TUTTI PERFETTAMENTE UGUALI!

Da più di 15 anni, Belshaw Adamatic fornisce le apparecchiature per creare le ciambelle più buone del mondo: gli inconfondibili donuts! Nel principale centro di produzione **Dunkin' Donuts**, ha creato un grande laboratorio che comprende diversi panifici e produce fino a **600 dozzine di donuts all'ora**. E quest'anno ha ampliato la fornitura con 6 nuove linee di produzione per la cucina più grande, che da Chicago fornirà **400 punti vendita**. Belshaw Adamatic è leader di mercato e continua a investire per migliorare ancora le performance.

www.belshaw.com www.adamatic.com



È SILKO LA NUOVA CUCINA DEL **CELEBRE CHEF POLACCO ROBERT SOWA**

Silko, azienda specializzata nella produzione di sistemi per la ristorazione, ha progettato la nuova cucina di Robert Sowa nel ristorante **Owl Restaurant & Friends** di Varsavia, meta preferita di tutti i gourmet della città. Il piano di lavoro è stato disegnato su misura per contenere i diversi apparecchi e soddisfare meglio le esigenze della brigata in cucina. Robert Sowa, protagonista di diversi programmi televisivi e riconosciuto nel Guinness World Record, è in assoluto lo chef più amato in Polonia.

www.silko.it



UNA CUCINA OLIS PER **LA MENSA DEI DIPENDENTI FIAT IN SERBIA**

Ben **3.500 commensali** a pasto per 2 turni e oltre **2.500 mq** di superficie. Ecco i numeri della nuova mensa per lo stabilimento Fiat in Serbia, la fabbrica dove viene prodotta la mitica 500. Olis ha fornito un progetto chiavi in mano che prevede tutto l'occorrente per la cucina, la mensa e l'area lavaggio. L'azienda ha persino creato una pizzeria e una pasticceria per offrire un servizio moderno e completo a tutti i dipendenti.

www.olis.it



MARENO NELL'OASI DI BENESSERE DELLO CHEF ANTONELLO COLONNA

Nel parco naturale di Labico, a pochi chilometri da Roma, sorge il **resort di lusso Antonello Colonna**, un'oasi di pace dove lasciarsi viziare dalla sofisticata cucina dello chef e rigenerarsi nella natura. Nel ristorante è stata installata una cucina Mareno che comprende un blocco cottura della serie **Nuova Protagonista 90**, le aree per la preparazione dei pasti e tutti i prodotti necessari per la conservazione dei cibi. Colonna, chef di fama internazionale e maestro dell'arte di accogliere i propri ospiti, ha puntato sulla solidità, robustezza e flessibilità delle cucine Mareno, senza trascurare le linee eleganti e l'attenta cura dei dettagli.

www.mareno.it



I NOSTRI MARCHI

 COTTURA	 PANIFICAZIONE	 PREPARAZIONE E DISTRIBUZIONE DEI PASTI	 REFRIGERAZIONE	 LAVAGGIO E GESTIONE DEI RIFIUTI	 GELATERIA E BAR	 FABBRICATORI DI GHIACCIO	 MACCHINE PER IL CAFFÈ	 CONTRACT, DISTRIBUZIONE E SERVICE
             	      	      	       	           	       	     	  	         

I VOSTRI PARTNER IN TUTTO IL MONDO

AFRICA | AMERICA | ASIA | AUSTRALIA E NUOVA ZELANDA | EUROPA

Ali Group Ufficio Centrale

Via Gobetti, 2a | Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio
Milano | Italia
Telefono +39 02 921991
italy@aligroup.com

Ali Group Francia

17-19 Avenue Gaston Monmousseau
93240 Stains | Francia
Telefono +33 1 48216325
france@aligroup.com

Ali Group Nuova Zelanda

16 Osborne Street Phillipstown
Christchurch
Nuova Zelanda
Telefono +64 3 3891007
newzealand@aligroup.com

Ali Group Africa e Medio Oriente

P.O.Box 354 Amman
11623 Giordania
Al Quds St. | Al mugabaleen
Telefono +962 6 5736912/13
africa@aligroup.com

Ali Group Germania

Lochfeldstraße 28
76437 Rastatt
Germania
Telefono +49 7222 1597740
germany@aligroup.com

Ali Group Russia

Skladochnaja Str. 1 St. 18 | Off. 101
127018 Mosca
Russia
Telefono +74 955 803360
russia@aligroup.com

Ali Group Australia

740 Springvale Road | Mulgrave
Melbourne Vic. 3170
Australia
Telefono +61 3 95183888
australia@aligroup.com

Ali Group Hong Kong

4a Harrington Building
36-50 Wang Wo Tsai St.
Tsuen Wan | Hong Kong
Telefono: +86 852 2407 5422
hongkong@aligroup.com

Ali Group Singapore

1 Commonwealth Lane
#09-22 One Commonwealth
Singapore 149544
Telefono +65 6738 5393
singapore@aligroup.com

Ali Group Brasile

Av. Dom Pedro I, 513
Vila Monumento
São Paulo-SP | CEP. | 01552-001
Telefono +55 11 20618207
brazil@aligroup.com

Ali Group Giappone

Setagaya-ku
1540005 Tokyo
Giappone
Telefono +81 3 5779 8850
japan@aligroup.com

Ali Group Sud Africa

p.o. Box 44 | Riverclub
2149 Lakeview Business Park | Unit 4,8
10 Yaldwyn Road | Jetpark | Boksburg
Telefono + 27 11 826 6742
southafrica@aligroup.com

Ali Group Canada

2674 North Service Rd.
Jordan Station | Ontario
IOR 1S0 Canada
Telefono +1 905 5624195
canada@aligroup.com

Ali Group America Latina

Balcarce 355 – PB
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Argentina
Telefono +54 11 4331 0550
latinamerica@aligroup.com

Ali Group Gran Bretagna

Wath Road | Elsecar | Barnsley
South Yorkshire, S74 8HJ
Gran Bretagna
Telefono +44 1226 350450
uk@aligroup.com

Ali Group Cina

B3 1/F Block North
No 361 Hong Zhong Road
Shanghai 201103 | Cina
Telefono +86 21 51098033
china@aligroup.com

Ali Group Medio Oriente

18th Floor Crown Plaza Commercial Tower
Sheikh Zayed Road
Dubai | Emirati Arabi Uniti
Telefono +971 4 311 7145
middleeast@aligroup.com

Ali Group USA

3765 Champion Boulevard
Winston-Salem
NC 27105 | USA
Telefono +1 336 661 1556
usa@aligroup.com

Coordinamento editoriale

Elena Faccio
Anna Lisa Scarano

Giornalista

Giovanna Thorausch

Progetto grafico

Karim Azzabi Architects, Milano

Stampa

Arti Grafiche Colombo

Fotografie

Didier Barthelemy, Claudio Sforza, Kelly Campel,
Seth Chandler, Getty Images, Shutterstock

Redazione

Ali S.p.A
Via Gobetti, 2A - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (Milano) – Italia
Telefono: +39 02 921991
www.aligroup.com



UN LEADER GLOBALE

Ali Group è uno dei principali leader globali nel mercato dell'ospitalità e della ristorazione professionale. Il Gruppo opera da oltre 70 anni in Italia, ma molte delle sue attività risalgono a un secolo di storia e sono tra i marchi più conosciuti e apprezzati sul mercato.

Il Gruppo Ali Group progetta, produce e commercializza un'ampia gamma di attrezzature per il business, con investimenti in **14 paesi** e **76 marchi**.

Il Gruppo Ali Group copre tutti i segmenti del mercato: dalla commercializzazione di prodotti, dalla panificazione alla pasticceria, dalle stoviglie alla refrigerazione, dalla galassia all'arredamento di ghiaccio, fino alle macchine per il caffè. Grazie a consistenti investimenti in ricerca e sviluppo, Ali Group produce prodotti innovativi e robusti, che rispettano i più elevati standard e soddisfano meglio tutte le esigenze dei clienti: dalle attrezzature di hotel e ristoranti, così come per le mense scolastiche, le mense aziendali e istituti di ricerca.

L'eccellenza è il cuore della filosofia Ali, una filosofia che è fonte d'ispirazione per il Gruppo e le sue aziende. La ricerca dell'eccellenza è visibile in ogni fase del processo, dal design del prodotto alla produzione, dalla distribuzione all'installazione, dall'installazione all'assistenza post vendita. Non di un semplice fornitore, il Gruppo Ali vuole essere un partner che assicura ai propri clienti soluzioni su misura di altissima qualità.