

ALI WORLD

ITALIA

LA RIVISTA DEL GRUPPO ALI

NUMERO 10 | GENNAIO 2023

PAROLA D'ORDINE ESCLUSIVITÀ
Rosinox protagonista
del ristorante stellato Vistas
Rui Silvestre in Portogallo

BENVENUTO WELBILT
WELBILT, INC. ENTRA
A FAR PARTE DI ALI GROUP

DOLCI STELLARI
NIKO ROMITO E CARPIGIANI:
UNA PARTNERSHIP CONSOLIDATA



2023

ALI WORLD | EDIZIONE ITALIANA | NUMERO 10



Per il rinnovamento del Ristorante stellato Vistas Rui Silvestre presso il Monte Rei Golf & Country Club in Portogallo, Rosinox ha lavorato a stretto contatto con lo chef e il consulente



Sono lieto di darvi il benvenuto alla decima edizione italiana di *Aliworld*

Spero che stiate bene e che le cose possano andare sempre meglio in questi tempi difficili che continuano a metterci alla prova.

Il nostro settore continua ad affrontare sfide significative su diversi fronti, ma ognuna di esse ci consente di osservare le nostre aziende da un nuovo punto di vista e adottare approcci sempre più innovativi.

Il design sostenibile è solo uno degli strumenti attraverso cui gli operatori della ristorazione possono contribuire alla crescita della propria attività tutelando, al tempo stesso, il pianeta. Nell'articolo sulle tendenze scopriamo in che modo progettisti, consulenti e operatori si stiano spostando verso una progettazione sostenibile e come i produttori di attrezzature stanno rispondendo a questa esigenza.

Ancora una volta abbiamo realizzato molti articoli che spero possano ispirarvi con nuove idee per far crescere la vostra attività. Nella storia di copertina vi raccontiamo di uno chef che sta raccogliendo i risultati di una collaborazione durata diversi mesi: il tempo necessario a realizzare, insieme a un consulente e all'azienda Rosinox, un locale di alto livello che è già diventato una nuova

meta gastronomica per gli appassionati.

Scoprirete anche come una catena di supermercati italiana è riuscita ad emergere puntando su alimenti freschi e di alta qualità, molti dei quali sono preparati internamente. Vi mostreremo, poi, come una catena di hotel ha rinnovato un immobile del XVIII secolo con una cucina e spazi nuovi, funzionali e dal design accattivante, preservando il fascino originale dell'edificio.

Il 2023 sarà un anno ricco di celebrazioni, così come lo è stato il 2022. Vorrei infatti congratularmi con sette nostre aziende: Cleveland, Bongard, Mareno e Metos che nel 2022 hanno celebrato il loro 100° anniversario, mentre Olis, Wexiödisk e Grandimpianti ILE hanno festeggiato il traguardo dei 50 anni di attività. Ognuna ha costruito un successo duraturo dedicandosi costantemente all'innovazione e all'assistenza clienti.

Dall'ultimo numero della rivista, Ali Group è cresciuta ulteriormente con l'ingresso di nuovi membri. In particolare, sono lieto di accogliere il Gruppo Welbilt (a pag. 6), che comprende brand noti come Convothem, Frymaster e Merrychef. È entrata a far parte di Ali Group anche The Montague Company, azienda produttrice di una vasta gamma di attrezzature di alta qualità per la cottura e la frittura (a pag. 12). Grazie alle nuove aziende, saremo in grado di fornire ai nostri clienti un ventaglio ancora più ampio di prodotti top di gamma. È un momento davvero entusiasmante per noi. Sono molto soddisfatto di vedere questi marchi e queste aziende eccezionali entrare a far parte di Ali Group, rafforzando la nostra presenza su scala globale. Voi, nostri fidati partner, potete avere la certezza di ricevere sempre lo stesso straordinario livello di supporto che vi aspettate dalle nostre aziende.

Non vedo l'ora di incontrare molti di voi in occasione dei prossimi eventi in programma: il SIGEP a Rimini a gennaio, il NAFEM Show a Orlando a febbraio, il National Restaurant Association Show a Chicago a maggio e HostMilano a ottobre 2023.

Concludo augurandovi a nome di tutti noi di Ali Group un 2023 ricco di successi e salute.

Filippo Berti
Presidente e Amministratore Delegato,
Ali Group

01

Crescita

6 Welbilt

Kevin Clark, CEO di Welbilt, ci racconta l'ingresso in Ali Group



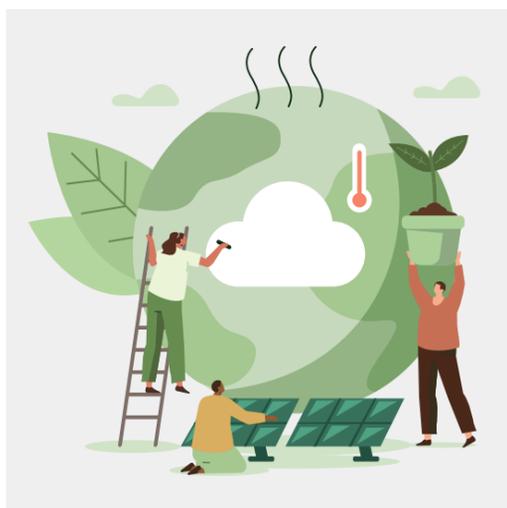
10 Kold-Draft

Jeff Biel di Scotsman/Kold-Draft illustra come l'ingresso dell'azienda ampli il portafoglio marchi Ali Group



12 Montague

Joe Deckelman di The Montague Company spiega come il brand riesce a stare al passo con l'evoluzione di format e menu



02

Tendenze

14 Design sostenibile

Jim Banks analizza il modo in cui la sostenibilità sta guidando la progettazione nel mondo della ristorazione

03

Storie di successo

20 Cibo per la mente

Pasti di qualità anche a lavoro grazie alle cucine Ambach

24 L'arte della stagionatura

L'armadio refrigerato Williams consente un pieno controllo del processo

28 Storia di copertina

Le cucine Rosinox nel ristorante stellato Vistas Rui Silvestre in Portogallo



34 Grandi progetti

Il progetto realizzato da Grandimpianti per Hotel de la Ville

40 Un anno da celebrare

Bongard festeggia il suo centenario di innovazioni

44 Osteria Via Emiliana

Con le attrezzature Proxy, l'Osteria Via Emilia punta sulla qualità italiana

46 Dolci stellari

La lunga collaborazione tra lo chef Niko Romito e Carpigiani



In copertina: il bellissimo progetto di Rosinox per il pluripremiato Vistas Rui Silvestre

04

Innovazione

50 Merrychef®

Il brand leader a livello mondiale entra in sinergia con Ali Group

52 Sempre connessi

La cucina connessa di Grandimpianti per la catena di supermercati Il Gigante

56 L'innovazione DIHR

Un aiuto concreto per ridurre i costi legati alle lavastoviglie

58 Igiene firmata Kromo

Il design innovativo che garantisce igiene e risparmio

60 Connessioni cool

La nuova app di Icematic aiuta a gestire il business del ghiaccio

64 Oltre la cottura

Prestazioni ed efficienza con Tecnomac

66 Testando il meglio

BLUE CHEF di CFI garantisce condizioni ottimali per gli operatori

68 Il futuro è green

Alla scoperta dei prodotti Falcon alimentati a idrogeno

72 Forma e funzione

La nuova gamma M1 Mareno su misura dei diversi business

76 Parola d'ordine: risparmio

Il forno ventilato a piani e doppia camera MONO fa risparmiare tempo e risorse

78 Il gusto perfetto

Rancilio Specialty RS1 è la nuova macchina per caffè espresso certificata dalla SCA

80 Dal bello nasce il buono

Il forno OEM Helios 530 può sfornare 70 pizze all'ora

82 Cucina sincronizzata

La cucina Oils dell'Hotel Ludwigshof combina funzionalità e design

84 Questione di dettagli

Le proposte di Baron pensate a partire dall'ascolto dei clienti

86 Consapevolezza green

Le soluzioni per la gestione di stoviglie e rifiuti Rendisk forniscono soluzioni smart e sostenibili

88 Un secolo di cambiamenti

Da un piccolo business di famiglia a leader di mercato, Metos festeggia 100 di innovazione in cucina

05

Ali Group

92 Le ultime novità

Notizie e curiosità da tutto il mondo

96 I nostri marchi

I marchi Ali Group nel mondo e i settori in cui operano

98 Contatti

I nostri uffici nel mondo

01 Crescita

AVANTI
TUTTA

A luglio 2022, Ali Group ha ufficialmente concluso l'acquisizione di Welbilt, Inc. consolidando una potenza globale nel settore della ristorazione



L'acquisizione di Welbilt, Inc. da parte di Ali Group si è conclusa dopo più di un anno di negoziazioni e approvazioni da parte degli enti regolatori.

Un viaggio iniziato il 28 maggio 2021, grazie al quale Ali Group rafforza la sua presenza nel mercato mondiale delle attrezzature per la ristorazione.

Oggi fanno parte del portafoglio marchi Ali Group brand Welbilt ben noti sul mercato come Merrychef® e Convotherm®. In totale, Ali Group conta 113 brand in 34 Paesi, 75 stabilimenti produttivi in 17 Paesi (compresi gli stabilimenti principali situati negli Stati Uniti, in Messico e in Cina) e società controllate che si occupano di vendita e assistenza in Europa,

Medio Oriente, Africa, Nord America, Sud America e Asia Pacifica. In concomitanza con l'accordo, Kevin Clark, ex-presidente di ACP, Inc. con ben 39 anni di esperienza nel mondo delle attrezzature per la ristorazione, è diventato il nuovo CEO di Welbilt.

"Welbilt ha brand molto noti, soprattutto nel mercato nordamericano; va quindi ad ampliare la presenza di Ali Group in quest'area, non solo in termini di volume d'affari, ma anche di settori di business. Si tratta di un'unione strategica a lungo termine per entrambe le aziende", aggiunge Clark.

L'acquisizione evidenzia i punti di forza dei due Gruppi, afferma Andrea Cocchi, Amministratore Delegato Ali Group EMEA-APAC.

"È uno scenario vantaggioso per tutti", afferma. "Welbilt porta esperienza in ambito tecnologico, come ad esempio con la cottura accelerata di Merrychef® e quella a induzione di Induc's®. La tecnologia a induzione è uno dei punti di forza di Welbilt e un tema importante in Europa". Clark concorda sul fatto che la cottura a induzione sia una grande opportunità di crescita. "È una tecnologia unica in un settore in crescita a livello globale". Un ulteriore vantaggio è una più ampia copertura dei settori di business nella ristorazione professionale. "Le due realtà si completano a vicenda", afferma Cocchi. "Welbilt è nota nelle catene e nei 'convenience store', dove l'interlocutore diretto è l'operatore. Ali Group è storicamente

più forte in quello che definiamo il mercato generale. La fusione delle due culture e delle due reputazioni porta indiscusso valore in tutto il mondo".

Dal punto di vista geografico, Ali Group ha ora una portata globale ancor più ampia. In molte aree, afferma Cocchi, questo "può accelerare la crescita e la presenza di alcuni marchi Ali più piccoli e privi della forza necessaria per entrare in alcuni mercati". Se brand come Carpigiani, Scotsman e Rancilio hanno già business significativi in tutto il mondo, questa operazione consentirà a un maggior numero di marchi di diventare davvero globali. È indubbio il vantaggio per gli utenti finali, "perché si aspettano una sorta di

fornitore globale", afferma.

L'acquisizione avrà ricadute positive anche per i partner, compresi rivenditori e consulenti, che ora collaborano con i due gruppi. "Sicuramente ci sono dei vantaggi sul piano dell'offerta prodotti: da un lato diamo il nostro contributo, mentre dall'altro possiamo aggiungere pezzi del puzzle che Welbilt non aveva a disposizione e viceversa. In questa acquisizione c'è una sovrapposizione davvero minima, il che significa che entrambe le aziende continueranno a crescere e innovare".

Secondo Clark, l'accordo funziona perché rappresenta l'unione di due aziende "speciali". "Osservando il portfolio Welbilt, spiccano marchi come: Delfield®, che si occupa



In alto: il nuovo CEO di Welbilt, Kevin Clark, ritiene che l'acquisizione da parte di Ali Group sia stato un passo importante per entrambe le parti

di refrigerazione (per il Nord America), Garland", specializzato in cottura, passando per Frymaster", uno dei marchi top per la frittura non solo in Nord America, ma nel mondo. Sono tutte aziende note e con un solido posizionamento di mercato. Tutti i brand Welbilt acquisiti sono leader nelle rispettive categorie", spiega.

Condivisione di sinergie e innovazioni

Clark pensa che entrambe le organizzazioni trarranno vantaggio anche dalla condivisione delle loro best practices. "Ci sono sicuramente sinergie legate al rapporto con il cliente che possiamo condividere. Welbilt può contare su diverse solide relazioni commerciali che non si sovrappongono con quelle di Ali Group: possiamo quindi coinvolgere alcune delle aziende che fanno già parte di Ali Group per discutere di come servire al meglio il loro mercato. Questo vale anche in senso opposto: nel mondo Ali ci sono alcune relazioni e sinergie da cui Welbilt può trarre beneficio. Noi acquistiamo importanti quantità di acciaio inossidabile, perciò il nostro potere contrattuale in questo caso è destinato a crescere".

Clark è inoltre certo che le aziende non finiranno per scontrarsi e distruggersi tra loro per risparmiare. "Non è così che funziona Ali Group. Metteremo in atto le nostre sinergie nel rapporto con il mercato".

L'innovazione resterà fondamentale nell'offerta di Welbilt e di Ali Group, afferma Clark. "Si tratta di due gruppi fortemente orientati in questa direzione. Ali Group ha al suo interno aziende vicine ai propri mercati. L'innovazione nasce spesso dalle esigenze del

mercato, quindi penso che questo approccio potrebbe diffondersi anche in Welbilt".

L'acquisizione porterà a un'unione delle diverse culture aziendali, con "l'approccio top-down ridimensionato rispetto agli input del mercato e all'innovazione guidata dai bisogni locali", spiega Clark.

Clark è entusiasta delle opportunità che l'acquisizione porterà alle persone nelle aziende e, soprattutto, ai clienti. "Sono grato a Filippo Berti per avermi dato fiducia", dichiara Clark. "Ho lavorato per molte società in questo settore. Dal 1992 sono nel mercato delle attrezzature per la ristorazione e spesso le persone mi chiedono quali sono i miei posti di lavoro preferiti. Ali Group è in cima alla lista, ma segue da vicino Delfield, con cui ho collaborato quando era ancora parte di Enodis. Quindi è un po' come tornare a casa. Conosco bene queste aziende, per questo il nuovo ruolo è ideale per me, ma sono anche emozionato all'idea di scoprire com'è cambiata Welbilt negli ultimi 12 anni prima di guidarla verso una nuova fase di crescita".



“Dobbiamo trovare un equilibrio per prepararci al prossimo decennio, ma allo stesso tempo risolvere subito i problemi dei nostri clienti. Continueremo a fare tutto il possibile per investire nel nostro settore”

Kevin Clark
CEO, Welbilt



Le sfide da affrontare

Il settore oggi sta affrontando alcune sfide significative, tra cui l'impennata dell'inflazione, i fornitori sotto pressione e l'aumento vertiginoso dei costi di energia e materie prime. Secondo Clark, coniugare competenze ed esperienza sarà cruciale per gli utenti finali, soprattutto per superare la crisi della manodopera.

"I clienti stanno attraversando un periodo caratterizzato da grandi difficoltà legate alla manodopera. Questo ha fatto sì che l'automazione, sia diventata una realtà concreta. Ci sono, però, innovazioni che hanno bisogno di 20 anni per dare risultati, mentre ad altre basta una settimana. Dobbiamo trovare un equilibrio per prepararci al prossimo decennio, ma allo stesso tempo risolvere subito i problemi dei nostri clienti. Talvolta per farlo bisogna innovare un passo

per volta, piuttosto che procedere a gran velocità. Continueremo a fare tutto il possibile per investire nel settore. Il nostro obiettivo è continuare a innovare, crescere e trovare nuovi mezzi affinché i marchi di Welbilt proseguano sulla loro strada".

Secondo Clark, la vicinanza al mercato, la flessibilità e la versatilità pongono Ali Group, insieme a Welbilt, nella posizione ideale per fronteggiare le sfide del settore e per adattarsi a un futuro in continua evoluzione. "Se la pandemia ci ha insegnato qualcosa sul settore è che, soprattutto qui in Nord America, ci sarà sempre bisogno di consumare pasti fuori casa e il mondo della ristorazione, grazie alla sua resilienza e creatività, saprà dimostrarsi all'altezza della sfida e rispondere a questa esigenza. Il futuro delle attrezzature per la ristorazione continua a essere radioso". ■

BRAND FOCUS



1929

anno di fondazione come Welbilt Stove Company

27

marchi

13

Numero di anni consecutivi in cui Welbilt ha ottenuto il premio ENERGY STAR® Partner dell'anno

4.000+

Dipendenti nel mondo

welbilt.com



"Welbilt porta esperienza in ambito tecnologico, come ad esempio con la cottura accelerata di Merrychef e quella a induzione di Inducis", afferma Andrea Cocchi (a sinistra), Amministratore Delegato Ali Group EMEA-APAC



01 Crescita



Ali Group dà il benvenuto a Kold-Draft



Nota per le macchine per il ghiaccio di alta qualità, Kold-Draft International è entrata a far parte di Ali Group. “Gli utenti finali potranno toccare con mano la qualità per la quale Ali è conosciuta”, afferma **Jeff Biel**, vicepresidente marketing e sviluppo prodotti di Scotsman/Kold-Draft



Le macchine Kold-Draft sono diventate una risorsa preziosa per i mixologist

La storia di Kold-Draft® inizia con la sua fondazione nel 1920 come azienda produttrice di pompe idrauliche. Nel 1955, lancia sul mercato le prime macchine automatiche per il ghiaccio che, grazie agli innovativi evaporatori orizzontali “capovolti”, diventano le prime macchine in grado di produrre cubetti di ghiaccio perfettamente quadrati di grandi dimensioni. Per i successivi 50 anni, Kold-Draft ha prodotto macchine per il ghiaccio di dimensioni standard sino a presentare nel 2016 SC201, la prima macchina sottobanco diventata rapidamente il suo modello più venduto. Oggi, Kold-Draft offre una linea completa di macchine in grado di rispondere a qualsiasi esigenza.

L'arte incontra la scienza

La tecnologia di produzione del ghiaccio utilizzata da Kold-Draft è stata definita come “l'equilibrio perfetto tra arte e scienza”. Contrariamente ai sistemi che utilizzano evaporatori verticali, quello a evaporatori orizzontali Kold-Draft consente di eliminare le impurità che possono compromettere la consistenza e il sapore del ghiaccio, producendo cubetti puri che si sciolgono più lentamente.

I cubetti da 31,75 mm sono più grandi di quelli ottenuti con altre macchine e

sono gli unici del settore ad avere una forma perfettamente quadrata. Questa caratteristica contribuisce a mantenere la carbonatazione e permette una diluizione delle bevande più lenta rispetto a quella di altri cubetti.

I cubetti Kold-Draft, puri e a lento scioglimento, sono da sempre la scelta preferita di barman e mixologist. Nel 1999, lo scrittore e mixologist Dale DeGross, noto anche come “King Cocktail”, ha dichiarato al periodico The New Yorker: “Per me c'è solo un tipo di ghiaccio: quello Kold-Draft”. Oggi, con il crescente interesse verso i drink artigianali e l'importanza attribuita alla qualità del ghiaccio al loro interno, le macchine Kold-Draft sono diventate una risorsa preziosa per i mixologist.

Jeff Biel, vicepresidente marketing e sviluppo prodotti di Scotsman/Kold-Draft ritiene si tratti di un grande vantaggio per i clienti. “Gli utenti finali possono toccare con mano la qualità per la quale Ali Group è conosciuta nel mondo: dalla produzione alla vendita, dal servizio tecnico all'assistenza clienti”.

“Siamo estremamente felici dell'ingresso di Kold-Draft nel Gruppo Ali”, ha dichiarato Filippo Berti, Presidente e Amministratore delegato di Ali Group. “È un'acquisizione strategica per il nostro gruppo, perché ci permette di rafforzare la nostra posizione di leader mondiale nella ristorazione e di disporre di una delle forme di ghiaccio più iconiche e conosciute del settore, arricchendo ulteriormente il nostro portfolio nel segmento delle macchine per il ghiaccio”. ■

BRAND FOCUS

KOLD-DRAFT

Kold-Draft produce le prime macchine automatiche per il ghiaccio

1955

Introduzione del modello sottobanco

2016

Grado di purezza dei cubetti prodotti dalle macchine Kold-Draft

99,9%

Lunghezza di ogni lato di un cubetto Kold-Draft perfettamente cubico in 31,75 mm

31,75

kold-draft.com

01 Crescita

Joe Deckelman, Presidente di The Montague Company, spiega la sintonia con Ali Group e come il brand riesce a stare al passo con l'evoluzione del concept e del menu

THE MONTAGUE COMPANY ENTRA NEL MONDO ALI

The Montague Company affonda le proprie radici nel luogo e nell'epoca della corsa all'oro: la San Francisco del 1857. È qui che il giovane Wilfred Weed Montague mise in piedi un'azienda che vendeva pentole, padelle e utensili vari. Wilfred ampliò l'attività aggiungendo anche la produzione di forni in acciaio: gli antenati dei prodotti che Montague propone oggi.

Circa 50 anni dopo, nel 1910, la W.W. Montague, Inc. era già nota per essere la principale azienda produttrice di cucine della costa occidentale degli Stati Uniti; di lì a poco, iniziò a produrre anche boiler. Come molte altre aziende, attraversò un periodo di difficoltà economiche durante la Grande Depressione e venne acquistata da Joseph Whalen, un dipendente assunto da Montague negli anni '20



Montague è nota in tutto il mondo per la produzione di un'ampia gamma di attrezzature da cucina di alta qualità

come metalmeccanico specializzato nella lavorazione di lastre, che divenne poi caporeparto. Nel 1936, il ramo dell'azienda dedicato ai boiler venne scorporato e Whalen continuò a occuparsi del resto della produzione. Trasferì la sede in Mission Street, a San Francisco, e iniziò a operare sotto il nome di The Montague Company.

Negli anni seguenti, l'azienda ampliò la propria offerta e divenne nota in tutto il mondo per la produzione di una vasta gamma di attrezzature da cucina di alta qualità. Nel 2022, gli eredi di Joseph Whalen hanno venduto l'azienda e Montague è entrata a far parte della grande famiglia Ali Group.

Focus sulla qualità

Joe Deckelman, presidente di The Montague Company, afferma "non abbiamo mai aspirato a essere semplicemente l'azienda più grande e con il catalogo più ampio al mondo. Al contrario, abbiamo cercato di concentrarci su quello che sappiamo fare meglio, ovvero fornire prodotti di alta qualità". Per realizzare un prodotto che attiri l'attenzione degli chef occorre un'approfondita conoscenza del loro settore, spiega. "I nostri prodotti sono ideati pensando a chi li utilizzerà".

Ancora oggi, Montague resta fedele alle proprie radici: le attrezzature da cucina rappresentano tuttora il cuore del suo business. Consapevole della varietà di metodi di preparazione utilizzati oggi nelle cucine dei ristoranti, Montague propone forni per pizza, standard o a convezione, grill e friggitorici, oltre a una vasta gamma di piani cottura. I piani cottura studiati per le isole sono un

elemento fondamentale in molte cucine. L'azienda produce inoltre attrezzature da cucina specializzate, come cuocipasta e wok. Più di recente, Montague ha introdotto una linea di attrezzature per la refrigerazione, che comprende celle e tavoli per la preparazione.

Per rispondere ai cambiamenti del settore, Montague tiene d'occhio come lavorano i ristoranti oggi. Ad esempio, i suoi piani cottura per le isole sono noti per la lunga durata; secondo Deckelman arrivano facilmente a 20 anni di vita. Tuttavia, i ristoranti cambiano menu e concept più rapidamente di quanto abbiano mai fatto e le attrezzature necessarie oggi potrebbero essere diverse da quelle che serviranno fra 5 o 10 anni. Per agevolare questa evoluzione, Montague ha sviluppato la suite modulare e plug-and-play UDC. "La struttura è sempre la stessa", spiega Deckelman, "basta semplicemente scollegare le attrezzature dalle fonti di alimentazione, estrarle e collegare gli strumenti da includere nella nuova cucina. Abbiamo portato su un altro piano la nostra idea di piani per isole per adattarli alle nuove modalità di lavoro e ai rapidi cambiamenti in corso".

Un nuovo inizio

In passato Deckelman ha lavorato per Champion, altra azienda Ali Group, dunque conosce bene il gruppo e la sua struttura decentralizzata. Ogni azienda Ali porta avanti la propria attività come business indipendente: un approccio perfetto per Montague, secondo Deckelman. "Siamo liberi

di fare tutto ciò che serve per avere successo, ma operiamo sempre in linea con gli obiettivi del gruppo". Deckelman ha conosciuto sia la gestione del fondatore di Ali Group, lo scomparso Luciano Berti sia, oggi, dell'attuale Presidente e Amministratore Delegato Filippo Berti. "Filippo Berti e suo padre sono accomunati dalla straordinaria capacità di garantire la coerenza tra tutti i brand Ali. Chiedono molto alla loro squadra, ma sono decisi, onesti ed etici. È tutto ciò che si può desiderare da una capogruppo: sapere in che direzione si muove il gruppo per capire il tuo ruolo nel raggiungimento degli obiettivi su larga scala".

Cosa vede nel futuro di Montague? "È una domanda facile", dichiara Deckelman. "Il mondo sta passando all'elettrico. Attualmente oltre il 95% delle attrezzature sono alimentate a gas. Nell'arco di cinque anni, le percentuali saranno 50 e 50. Tra 10 anni, il 95% sarà elettrico e il 5% a gas. Siamo i pionieri di un grande cambio di paradigma nel nostro settore e saremo noi a guidarlo". ■

BRAND FOCUS

1857

L'inizio dell'attività di Montague risale al 1857, oltre 150 anni fa

20+

I blocchi cottura possono durare sino a 20 anni

24/7/365

La linea ad alte prestazioni di Montague è pensata per resistere ad un utilizzo intenso e continuativo

montaguecompany.com



02

Tendenze



INNOVAZIONE

Progettazione sostenibile

Nel mondo della ristorazione la sostenibilità è la forza trainante della progettazione. Jim Banks analizza le innovazioni e le attività che consentono agli operatori del settore di utilizzare responsabilmente le risorse energetiche risparmiando

In un periodo in cui i prezzi delle materie prime e i costi energetici salgono vertiginosamente, mentre la crisi climatica incombe, gli operatori della ristorazione devono lavorare sodo per massimizzare i guadagni e preservare il pianeta. Fortunatamente, la crescente importanza attribuita a prodotti e attività sostenibili permette di risparmiare sui costi grazie all'utilizzo responsabile delle risorse nel lungo periodo.

Sempre più spesso, i progettisti e i consulenti della ristorazione propongono attrezzature efficienti dal punto di vista energetico, anche se non è sempre facile trovare il giusto equilibrio tra investimenti e costi di gestione. Tuttavia, il settore della ristorazione comincia progressivamente a comprendere i vantaggi della sostenibilità, che si tratti dell'elettificazione delle attrezzature da cucina, di sistemi di refrigerazione più efficienti o di lavastoviglie che consumano meno acqua. "Gli operatori guardano alla



Eric E. Norman FCSI, vicepresidente di Clevenger Associates



sostenibilità, anche se, visto l'aumento dei costi delle attrezzature, considerano anche i costi iniziali e quelli a lungo termine", afferma Eric E. Norman FCSI, vicepresidente di Clevenger Associates, la società americana di progettazione di cucine professionali. "Progettare e lavorare in modo sostenibile consente di risparmiare a lungo termine sui costi di elettricità, acqua e altre risorse".

"Molto dipende dal tipo di intervento", aggiunge Norman. Per la sede di un'azienda, un centro congressi o un progetto su larga scala si adatterà una visione più a lungo termine,

considerato che queste strutture saranno operative per 10 o 20 anni, mentre è più difficile per un operatore indipendente".

Una delle principali tendenze del settore soprattutto in Europa e, in misura minore, in Asia, Africa e Stati Uniti, è l'elettificazione. I piani cottura a induzione stanno lentamente sostituendo i piani e le cucine a gas, anche se sono meno adatti alla cottura con il wok e spesso osteggiati dagli chef di alto livello.

"Energia è la parola d'ordine e in alcune parti del mondo si sta passando a cucine completamente elettriche", afferma Norman. "Negli Stati Uniti centrali non c'è una spinta in tal senso, ma il nostro ufficio di Seattle lo ha riscontrato in diversi progetti. Sulla costa occidentale, alcuni governi statali e locali stanno iniziando a imporlo". "La maggior parte delle attrezzature è già elettrica", aggiunge. "L'induzione presenta una curva di apprendimento rispetto alla fiamma libera. Dopo l'energia, la priorità è l'acqua. In tutti i settori, i produttori hanno fatto un ottimo lavoro per migliorare l'efficienza e innovare". ▶

“Energia è la parola d’ordine più importante e in alcune parti del mondo è in atto il passaggio a cucine completamente elettriche”

LA LOTTA AGLI SPRECHI D'ACQUA

Molte aziende Ali Group sono all'avanguardia grazie all'innovazione e all'impegno per la sostenibilità, che si tratti di progettare dispositivi che consumano meno energia, di minimizzare il consumo di acqua o di ridurre l'uso di prodotti chimici.

Ne è un esempio Wexiödisk AB, l'azienda svedese di lavastoviglie professionali. Magnus Titusson, managing director, spiega che la sostenibilità è da sempre al centro dell'etica dell'azienda perché il lavaggio delle stoviglie ha un impatto potenzialmente elevato sull'ambiente, sia per l'utilizzo di acqua, sia per il rilascio di sostanze chimiche.

“Per molti anni la nostra filosofia è stata quella dell'eco-design, dove il costo del ciclo di vita di una lavastoviglie, l'ergonomia e la sostenibilità vanno di pari passo”, osserva. “Pertanto, ciò che è vantaggioso per il cliente o l'operatore lo sarà indubbiamente anche per l'ambiente”.

L'azienda punta anche sull'ergonomia. “Le nostre macchine devono essere facili da usare per l'operatore e i tecnici

dell'assistenza. Siamo attenti alle prestazioni: consumo di acqua, energia e sostanze chimiche. Ci concentriamo sulla qualità e sulla robustezza delle macchine, sulla loro progettazione e sulla scelta di componenti di alta qualità”.

“La sostenibilità fa parte del nostro DNA dal 1972, anno di inizio della nostra attività. Da allora l'azienda è cresciuta ponendo sempre grande attenzione a questo aspetto”, afferma Titusson. “Secondo la nostra filosofia, le lavastoviglie devono durare a lungo, almeno 20 anni. Dal punto di vista della sostenibilità, la cosa peggiore che si possa fare è acquistare una macchina e buttarla via dopo pochi anni”.

“Questo approccio ci impone la necessità di garantire pezzi di ricambio per tutte le nostre linee per molti anni e di essere



Magnus Titusson, managing director di Wexiödisk AB

“Ciò che è vantaggioso per il cliente o l'operatore lo sarà anche per l'ambiente”



molto accurati nella scelta di componenti essenziali come pompe, valvole ed elettronica”, aggiunge. “Inoltre, riduciamo al minimo l'uso di componenti in plastica nelle nostre macchine utilizzando invece, laddove possibile, l'acciaio inossidabile”.

Tra le recenti innovazioni dell'azienda c'è il dispositivo PRM che rende il prelavaggio più efficiente e veloce. Funziona in combinazione con una lavastoviglie a traino o capote e consente di ridurre notevolmente i costi di gestione e migliorare la qualità.

“Il PRM riutilizza l'acqua della lavastoviglie, che altrimenti

finirebbe nello scarico; ciò significa che l'acqua è “priva di costi” e, da un punto di vista ergonomico, la doccetta manuale può essere rimossa, riducendo così la quantità di lavoro umano”, spiega Titusson.

“Dal punto di vista della qualità, il processo di prelavaggio viene eseguito in modo controllato, dall'alto e dal basso, utilizzando l'acqua della lavastoviglie”, aggiunge. “I costi di gestione complessivi si ridurranno in modo significativo grazie all'eliminazione della doccetta manuale. Lo sporco rimane nel PRM e di conseguenza non è

necessario cambiare l'acqua della lavastoviglie con la stessa frequenza di prima. Inoltre, consente di ridurre i tempi di lavaggio e l'uso di prodotti chimici nella lavastoviglie”.

RIDURRE L'IMPATTO DELLE ATTREZZATURE PER LA REFRIGERAZIONE

Quando si parla di costi delle risorse e di impatto ambientale, la refrigerazione è uno dei principali obiettivi in materia di innovazione. Ancora una volta, le aziende del Gruppo Ali sono all'avanguardia nel design dei prodotti. Non solo le apparecchiature sono sempre più efficienti dal punto di vista energetico, ma utilizzano anche ▶

“I costi di gestione si ridurranno in modo significativo grazie all'eliminazione della doccetta manuale”



refrigeranti meno dannosi per l'ambiente.

“Beverage-Air e Victory Refrigeration si impegnano a produrre macchine efficienti dal punto di vista energetico senza compromettere le prestazioni”, afferma Oscar Villa, presidente della divisione refrigerazione di Ali Group Nord America.

“Abbiamo dotato tutte le nostre attrezzature di refrigerante R290”. Quest'ultimo è naturale, atossico e non ha proprietà lesive dell'ozono. Inoltre, ha eccellenti performance termodinamiche e può ridurre il consumo energetico complessivo fino al 30%.

“I nostri marchi hanno eliminato gli idrofluorocarburi (HFC) sia nei refrigeranti sia nelle schiume per offrire prodotti con meno potenziale



“I nostri marchi hanno eliminato gli idrofluorocarburi sia nei refrigeranti sia nelle schiume per offrire prodotti con meno potenziale di impoverimento dell'ozono e meno potenziale di riscaldamento globale”



Oscar Villa, presidente della divisione refrigerazione di Ali Group Nord America

di impoverimento dell'ozono (ODP) e meno potenziale di riscaldamento globale (GWP)”, afferma Villa.

Inoltre, le aziende utilizzano la tecnologia di azionamento a velocità variabile del compressore. Beverage-Air è stata la prima a ricevere il premio Emerging Technology Award for Adaptive Commercial Refrigeration Equipment dell'Environmental Protection Agency, grazie all'utilizzo di un compressore a velocità variabile abbinato a un controllo guidato da sensori, in grado di regolare la temperatura in risposta a un carico termico variabile e di garantire un risparmio energetico fino al 25%.

Beverage-Air ha ottenuto due volte il riconoscimento ENERGY STAR Excellence in Product Design Award e si impegna ad avere il maggior numero di modelli certificati nella categoria refrigerazione.

Indipendentemente dal settore, dal mercato o dal tipo di attrezzatura, le aziende Ali dettano il passo in materia di sostenibilità. ■

PENSIERO LOGICO

Il problema del “greenwashing” è diffuso da molti anni nel settore della ristorazione. Si tratta della tendenza di un'azienda a pubblicizzare il proprio impegno ambientale per ottenere copertura mediatica senza, in realtà, fare alcun passo concreto per agire in modo sostenibile.

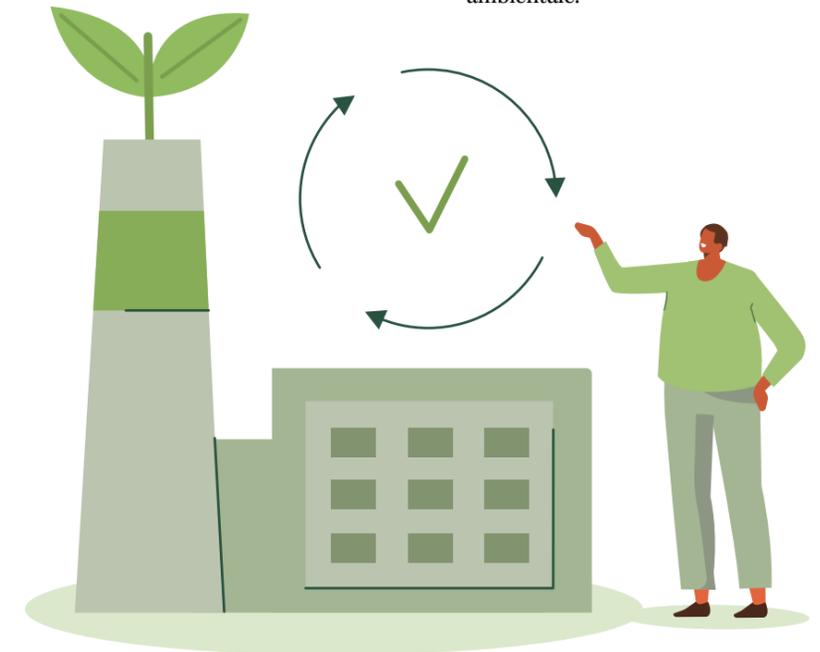
Williams Refrigeration si pone ben distante da questa tendenza. È ormai da decenni, infatti, che l'azienda ha a cuore il problema dell'impatto ambientale.

Il suo impegno a sostegno di una refrigerazione rispettosa dell'ambiente risale agli anni '80, quando diventò la prima azienda a sviluppare un isolamento privo di CFC. Negli anni '90, ha lanciato le prime attrezzature che utilizzano refrigeranti ecologici

con un potenziale di riduzione dell'ozono (ODP) pari a zero.

Da allora, l'azienda continua a sperimentare tecnologie sempre più green: dagli smart controller a risparmio energetico a sistemi che utilizzano refrigeranti ecologici, tra cui gli idrocarburi naturali.

Williams continua a essere un pioniere nell'utilizzo sistematico di refrigeranti naturali ecologici per tutti i suoi prodotti. Il suo CoolSmart Controller riduce al minimo il consumo energetico grazie al funzionamento a impulsi di ventole e riscaldatori, allo sbrinamento intelligente e alla gestione indipendente delle ventole dell'evaporatore e del condensatore. Inoltre, l'innovativo sistema di isolamento fa sì che la macchina abbia una buona resistenza strutturale e ottime proprietà termiche, con minimo impatto ambientale.



03

Storie di successo



Cibo per la mente

Secondo un vecchio detto 'un esercito marcia sul suo stomaco': ovvero, il lavoro di squadra funziona meglio quando tutti hanno a disposizione buon cibo. Ambach e Niederbacher hanno posto la soddisfazione dei dipendenti come obiettivo cruciale dell'ultima cucina realizzata, come spiega **Thomas Krismer** di Niederbacher a Vicky Coulthard

Sono sempre più le aziende consapevoli del ruolo chiave dei pasti nell'ambiente di lavoro. Avere un luogo accogliente in cui godersi un pasto sano con i colleghi può contribuire a migliorare il benessere e persino la produttività.

Quando PROGRESS, leader nella produzione di prefabbricati in calcestruzzo per l'edilizia, ha progettato la nuova sede di Bressanone in Alto Adige, voleva creare un luogo diverso dalla solita mensa aziendale. Il risultato è un vero e proprio ristorante con un ampio menu di piatti di alta qualità in un ambiente raffinato e rilassante.

Con 160 coperti e 500 pasti serviti ogni giorno tra ristorante e mensa self-service, la cucina è il cuore della struttura, un vero e proprio 'centro di comando' a prova di uso intenso, in grado di unire prestazioni e design accattivante. Nata dalla collaborazione tra Ambach e Niederbacher, società

specializzata in progettazione, consulenza e installazione, la cucina è anche in linea con la filosofia architettonica della sede di PROGRESS.

Ambach e Niederbacher hanno alle spalle una storia di collaborazione lunga 30 anni. Per il progetto di PROGRESS, le due aziende sapevano di dover creare una soluzione completa. Thomas Krismer, consulente e senior partner di Niederbacher, spiega: "obiettivi del progetto erano



l'ottimizzazione dei processi di lavoro, dell'igiene e il risparmio energetico. Ma l'obiettivo principale era portare la ristorazione aziendale a un livello superiore, affinché i dipendenti potessero consumare piatti di alta qualità in un ambiente confortevole.

"Per me è stata un'esperienza incomparabile lavorare al progetto di un luogo in cui i dipendenti possano sentirsi bene. Penso che i dipendenti siano la risorsa più preziosa di un'azienda, e l'investimento che ha scelto di fare PROGRESS è davvero ammirevole".

Un ambiente migliore

La sede di PROGRESS è stata progettata tenendo conto dei più recenti studi sull'ambiente di lavoro. Sia la forma dell'edificio sia la disposizione degli interni creano un ambiente di lavoro pensato per i dipendenti. Gli interni sono disposti per semplificare gli spostamenti tra le zone di lavoro, le sale riunioni e le aree di passaggio. Le pareti sono state realizzate su misura nello stabilimento PROGRESS e sono pensate per garantire condizioni di lavoro ottimali e lasciare spazio sufficiente per la crescita e l'innovazione.

In omaggio al settore in cui l'azienda opera, alcuni elementi della cucina sono stati realizzati in cemento, affiancato a materiali più tradizionali come l'acciaio inossidabile con l'aggiunta di ▶



La sede di PROGRESS è stata progettata tenendo conto dei più recenti studi sull'ambiente di lavoro. Sotto, a sinistra: Thomas Krismer, consulente e senior partner Niederbacher



Il progetto di PROGRESS è un perfetto esempio della capacità di Ambach di coniugare produzione industriale e cura artigianale



“La cucina ha un aspetto minimal e un profilo pulito che segue la conformazione irregolare della parete laterale della stanza”

Stefano Tommasini
Ambach

finiture in marmo e legno nella zona buffet. Tenendo conto della forma e delle caratteristiche architettoniche dell'edificio, è stata sviluppata una soluzione su misura: un'unica isola con tutte le apparecchiature per la cottura integrate, comprese due brasiere elettriche a pressione basculanti Ambach controllabili mediante schermo IQ Touch e un piano di lavoro unico per garantire la massima igiene.

Stefano Tommasini, area sales manager Ambach, racconta: “la richiesta era specifica in termini di design. La cucina ha un aspetto minimal, con linee eleganti e un profilo pulito che segue la conformazione irregolare della parete laterale della stanza. Inoltre, le superfici con finitura spazzolata e le speciali manopole in acciaio inossidabile conferiscono all'ambiente un look moderno”.

Più impegnativa, secondo Tommasini, è stata l'integrazione delle diverse apparecchiature di cottura nell'isola monoblocco, in cui sono state inserite le due brasiere, lo schermo IQ Touch di comando, un bollitore da 90 litri, un cuocipasta, una griglia, una friggitrice e due piani cottura a induzione a tutta superficie.

“Siamo riusciti a integrare con successo le brasiere nel piano unico dell'isola. Non ho mai visto nulla di simile sul mercato. Si tratta di una soluzione a metà tra un'isola di cottura tradizionale e un blocco per la grande produzione: una combinazione tra cucina back e front of the house”.



“Per risolvere il problema della distribuzione del peso”, aggiunge Tommasini, “abbiamo installato un robusto telaio e uno speciale zoccolo rinforzato”.

La linea Ambach System 900 è pensata per massimizzare le prestazioni e ridurre al minimo il consumo energetico: un equilibrio necessario per garantire la lunga durata e l'efficienza di una cucina professionale. Le apparecchiature permettono di risparmiare energia in modo significativo per ridurre i costi di gestione della cucina, garantendo un buon ritorno sull'investimento e un minore impatto ambientale. C'è un altro aspetto ancora più importante: il sistema è stato progettato dando priorità all'igiene. I componenti sono pensati per ridurre al minimo residui di grasso e sporco e rendere la pulizia più semplice e veloce. Tutti gli angoli hanno ampie raggiature, mentre le giunture e i bruciatori sono resistenti all'acqua. Le piastre di cottura sono inoltre dotate di un vaso perimetrale per far defluire grasso e liquidi in eccesso.

“Dovevamo garantire anche l'affidabilità, la sicurezza e la facilità di manutenzione di una cucina così potente e complessa”, aggiunge Tommasini. “Per questo, l'abbiamo dotata di un sistema di raffreddamento aggiuntivo e abbiamo studiato una configurazione che consentisse ai tecnici di accedere facilmente a componenti interni e collegamenti”.

Il lavoro di squadra

Il progetto di PROGRESS è un perfetto esempio della capacità di Ambach di coniugare produzione industriale e cura artigianale. “Dimostra che siamo in grado di fornire la soluzione migliore per soddisfare le esigenze dei clienti: un mix di tecnologia, personalizzazione e progettazione attenta al design che rappresenta perfettamente il pay-off della nostra azienda: ‘You, your kitchen’”, afferma Tommasini.

“Tutto questo è stato possibile grazie al solido rapporto di collaborazione che lega Ambach e Niederbacher e a un lungo percorso fatto di diverse fasi di confronto e modifiche”.

La partnership tra Ambach e Niederbacher rende più semplice per le due aziende portare avanti i progetti in cui sono coinvolte. Tra i progetti completi di cucine che hanno realizzato insieme ci sono moltissime strutture in Trentino Alto Adige, tra cui: Hotel Gasthof Steinegger, Adler Lodge Ritten e Hotel Mezdi Adler Lodge, Amonti



& Lunaris Wellnessresort, Hotel Winkler, Hotel Feldhof DolceVita, Wellness Resort Quellenhof Hotel Park, Piz Boè Alpine Lounge Mountain Hut, Emma Hellensteiner Hospitality e Catering College.

“Grazie alla costante collaborazione, abbiamo costruito un patrimonio condiviso di competenze e know-how che rappresenta il vero fattore chiave del successo sul mercato”, afferma Tommasini. “Gli alti standard di qualità e l'ampia gamma di soluzioni che contraddistinguono Ambach, uniti alla posizione di leadership di Niederbacher sul mercato locale, fanno il resto.”

“Niederbacher è una partner esigente e questo ci spinge a sviluppare e migliorare incessantemente le nostre soluzioni per essere all'altezza delle richieste e restare al passo con le più recenti tendenze del mercato. Inoltre, entrambe le aziende hanno sede a Caldaro; possiamo quindi sederci attorno a un tavolo e analizzare nel dettaglio ogni progetto”.

Krismer aggiunge: “le due realtà si conoscono molto bene, come una coppia sposata da tempo”.

L'esperto di Niederbacher è però consapevole che il successo di ogni collaborazione lo decreta soltanto la soddisfazione del cliente.

“Sappiamo che la risposta dei dipendenti al nuovo ristorante della sede di PROGRESS è stata estremamente positiva: ne sono stati entusiasti”, aggiunge Krismer. ■

BRAND FOCUS

ambach
You, your kitchen

1953

Ambach vanta 70 anni di esperienza nella progettazione e realizzazione di cucine professionali

100%

L'azienda produce piani cottura ergonomici, utilizzabili per l'intera superficie e con pieno controllo della temperatura

40%

Le brasiere a pressione con riscaldamento rapido di Ambach riducono i tempi di cottura del 40%

ambach.com

Va in scena l'arte della stagionatura

La carne stagionata è sempre più popolare, ma per ottimizzarne consistenza e sapore è necessario controllare la temperatura. L'armadio per la stagionatura della carne di Williams è diventato un 'must have' per macellerie e ristoranti

Arthur Howell, macellaio di lunga esperienza, ha un debole per la stagionatura a secco, che migliora sapore e consistenza dei prodotti. Oggi questo trattamento della carne è di tendenza e tutti, dagli chef stellati ai semplici appassionati di barbecue, ne decantano le virtù.

La storia del cosiddetto "dry-aging" ha inizio secoli fa, quando si scoprì che la carne aveva un sapore migliore se lasciata appesa per un certo periodo, anziché consumata fresca. La stagionatura della carne dà agli enzimi il tempo di degradare il tessuto muscolare, rendendolo più morbido, mentre l'evaporazione dell'umidità durante il processo di essiccazione ne intensifica il sapore. Tuttavia, questa antichissima pratica non è priva di rischi: se la temperatura non è stabile possono verificarsi contaminazioni e formarsi muffe.

Per Howell, è stato l'armadio per la stagionatura della carne di Williams a rivoluzionare la procedura a secco: la cella mantiene la temperatura nel range ottimale, tra 1 °C e 6 °C, e l'umidità tra il 60% e il 90% per garantire una stagionatura perfetta ed evitare contaminazioni. Howell non ha esitato a scegliere questo prodotto per la sua macelleria di famiglia, fondata nel 1889 a Wells-next-the-Sea, nella contea di Norfolk nel Regno Unito.

"Quando lo abbiamo installato, per settimane non si parlava d'altro; ha scatenato la curiosità delle persone", afferma Howell. "Ai clienti

piace ciò che si fa notare ed è diverso dal solito. L'armadio Williams fa sicuramente questo effetto. Ha un aspetto fantastico e il risultato sulla carne non è da meno. Non ci sono dubbi sull'impatto positivo che ha avuto sull'attività", aggiunge.

Un prodotto da esibire

L'armadio Williams per l'invecchiamento della carne è pensato per farsi notare: realizzato in acciaio inossidabile con sportello in vetro a tutta altezza, è dotato di LED interni a risparmio energetico, perfetti per esporre la carne in modo accattivante. "Per sviluppare e perfezionare i suoi armadi frigoriferi, Williams ha collaborato per oltre un decennio con macellai, chef stellati e operatori della ristorazione che propongono carne stagionata", spiega Malcolm Harling, direttore vendite e marketing di Williams.

"Era importante che il prodotto avesse un aspetto straordinario", aggiunge. "Eravamo consapevoli che, indipendentemente dal cliente, l'armadio potesse diventare un punto di interesse per l'attività. Il design elegante e la robusta struttura in acciaio inossidabile ne fanno l'elemento perfetto per la vetrina e consentono di integrarlo facilmente in molti contesti diversi".

Andando oltre il lato estetico, Harling afferma che un aspetto critico di cui tenere conto era il fatto che ciascuna unità doveva essere sufficientemente grande per accogliere qualsiasi taglio di carne ed avere una serie di ripiani o binari di aggancio. "Altre caratteristiche importanti sono il filtro ai carboni attivi per eliminare qualsiasi



“Abbiamo le attrezzature più straordinarie mai viste da queste parti. Williams Refrigeration ha ascoltato le nostre esigenze e ha superato le nostre aspettative”



La tecnologia Williams per la stagionatura della carne (a sinistra, al centro) è una soluzione smart: anche il macellaio Arthur Howell (sopra) ha toccato con mano i vantaggi dell'armadio vetrina Williams

odore dall'aria che circola all'interno dell'armadio e la robusta maniglia a tutta altezza in acciaio inossidabile ad alta resistenza per facilitare l'apertura dell'anta", aggiunge.

Qualità che ripaga

Howell lascia invecchiare la carne almeno 28 giorni per ottenere un cambiamento significativo di gusto e consistenza, oltre a stagionare a secco anche l'agnello per un massimo di 21 giorni.

Stephen Hill, a capo della macelleria Perrys of Eccleshall situata nello Staffordshire in UK, si spinge oltre con la sperimentazione della stagionatura a secco affermando che l'armadio Williams si sta rivelando perfetto anche per cervo, oca e chorizo.

"La carne di cervo tende a seccarsi durante la stagionatura, ma qui si mantiene perfetta", spiega Hill, che ha acquistato il suo armadio nel 2019.

Entrambi i macellai concordano sul fatto che i prodotti Williams hanno fatto la differenza per la loro attività. "La carne stagionata ha riscosso grande successo tra i clienti, al punto che dobbiamo aumentare la capacità per soddisfare la domanda", racconta Hill.

"Ad esempio, a Natale abbiamo venduto il 50% in più di costate di manzo. Possiamo quindi aumentare i prezzi di vendita al dettaglio di 5 sterline al kg".

"Una costata intera, dalla sesta alla dodicesima costola, stagionata per circa 28 giorni può essere venduta a 75-80 sterline, mentre dopo 4 mesi si parla di circa 130 sterline. Il processo di

essiccazione determina una perdita di volume di circa il 5%, ma il miglioramento del sapore compensa abbondantemente la riduzione".

Howell aggiunge: "La carne stagionata ha un valore aggiunto, per il quale i clienti sono disposti a pagare. Al momento applichiamo un sovrapprezzo di 4 sterline al kg".

"Siamo solo all'inizio, ma penso che i clienti siano disposti a pagare un prezzo più alto per la carne pur di averla straordinariamente tenera e saporita", spiega.

La tenerezza fa tendenza

Il trend della carne stagionata a secco si è diffuso negli ultimi anni grazie al numero crescente di clienti che preferiscono prodotti di qualità. L'investimento fatto da Hill è stato così proficuo che il macellaio ha acquistato altri tre armadi.

Harling aggiunge: "Uno dei motivi per cui il dry-aging è così popolare è senza dubbio Internet: sono molti i canali YouTube di cucina dedicati alla stagionatura a secco", afferma.

Ristoratori e macellai hanno risposto al crescente interesse dei consumatori cercando attrezzature che permettessero di soddisfare il boom di richieste.

"È una tendenza in crescita. I clienti delle macellerie e dei ristoranti sono molto più aperti a nuove esperienze culinarie e la tenerezza e il sapore della carne stagionata sono caratteristiche che aiutano a vendere bene", spiega Harling. ■



“ La carne stagionata ha riscosso grande successo tra i clienti, al punto che dobbiamo aumentare la produzione per soddisfare la domanda ”



Grazie all'armadio Williams per la stagionatura, la macelleria Perrys of Eccleshall può aumentare il prezzo di vendita al dettaglio dei prodotti stagionati di 5 sterline al kg



CARATTERISTICHE TECNICHE

I vantaggi dell'armadio Williams per la stagionatura delle carni:

- Blocchi di sale dell'Himalaya per la gestione dell'umidità e il miglioramento del sapore
- Ripiani perforati in acciaio inossidabile con guide anti-ribaltamento o robusti binari per agganciare i tagli di carne
- Filtro ai carboni attivi per eliminare gli odori nell'armadio
- Illuminazione interna con LED a bassa dispersione termica per risparmiare energia e rendere i prodotti ben visibili
- Guarnizione magnetica in PVC ad alta resistenza per garantire una tenuta al 100% con minore ingresso di calore e migliore efficienza energetica
- Allarme visivo che segnala eventuali fluttuazioni di temperatura potenzialmente dannose per la sicurezza alimentare
- Refrigerante a base di idrocarburi naturali con GWP ridotto e indice ODP pari a zero, per una migliore efficienza termica
- Anta a chiusura automatica con robusta maniglia in acciaio inossidabile a tutta altezza
- Angoli interni della base arrotondati per eliminare i punti di accumulo della sporcizia e semplificare la pulizia
- Interno ed esterno in acciaio inossidabile per l'industria alimentare, per garantire una pulizia semplice e una maggiore durata
- Rotelle girevoli antigraffio ad alta resistenza per assicurare mobilità e stabilità
- Pannello di controllo CoolSmart per una migliore refrigerazione

BRAND FOCUS



1980
Williams Refrigeration è stata fondata 43 anni fa

400+
Una gamma standard con oltre 400 prodotti a catalogo

100%
Tutti gli armadi alimentari utilizzano refrigeranti naturali

williams-refrigeration.co.uk



UN GIOIELLO DI CUCINA

La tanto attesa riapertura del ristorante stellato Vistas Rui Silvestre è il risultato di mesi di duro lavoro portato avanti con dedizione dallo chef, dal progettista e da Rosinox. Jim Banks ha cercato di scoprire perché una cucina personalizzata può risultare fondamentale per conferire un fascino esclusivo al ristorante



“ Il ristorante ha un’ampia terrazza da cui si può ammirare il tramonto sullo sfondo di una vista che comprende i campi da golf, una foresta e, all’orizzonte, il mare ”

Ricardo Martins
 NX Hotelaria (sotto insieme a Rui Silvestre)



Aluglio 2022 il noto chef Rui Silvestre ha aperto le porte del ristorante Vistas, appena ristrutturato, presso il Monte Rei Golf & Country Club. Il locale, che vanta già una stella Michelin, propone un menu mediterraneo contemporaneo arricchito con un tocco esotico e moderno.

“I piatti di mare sono un elemento importante della mia cucina”, afferma Silvestre. “Siamo nel cuore dell’Algarve a 10 minuti dal mare, serviamo quindi tutto ciò che l’oceano offre. Interpreto i vari elementi unendoli alle mie radici. La mia famiglia è un crocevia di culture diverse; quello che faccio è trovare l’equilibrio perfetto tra le diverse influenze e la cucina locale”.

La riconferma della stella Michelin di Silvestre per il terzo anno consecutivo ha contribuito a fare della zona orientale dell’Algarve una destinazione gastronomica gettonata e, grazie alla cucina appena rinnovata, non escludiamo che arrivi presto una seconda stella.

“Si tratta di un contesto ricettivo diverso dal solito, con ville di lusso in affitto o di proprietà, e con l’accesso al ristorante consentito solo ai soci o ai membri residenti del club”, spiega Ricardo Manuel, amministratore delegato della società di progettazione NX Hotelaria. “Il locale che ospita il ristorante ha un’ampia terrazza e un panorama straordinario, con vetrate che permettono di ammirare il tramonto sullo sfondo di una vista che comprende i campi da golf, una foresta e, all’orizzonte, il mare. È davvero stupendo”.

Una cucina esclusiva

La cucina, prima condivisa fra i tre ristoranti presenti in loco, è stata ristrutturata inserendo uno spazio di lavoro esclusivamente dedicato al ristorante Vistas. La nuova cucina a vista doveva essere all’altezza delle esigenze dello chef, sia dal punto di vista estetico sia della funzionalità. Per questo, Manuel non ha avuto dubbi nella scelta di Rosinox.

“Creare nuovi concept per le cucine è la nostra specialità e sappiamo che Rosinox condivide la nostra filosofia basata sulla creazione di soluzioni ▶

La nuova cucina a vista del ristorante Vistas di Rui Silvestre è stata riprogettata con uno spazio di preparazione esclusivo e attrezzature interamente rinnovate



“In cucina lavorano 12 persone pronte in ogni momento ad assisterne 26. L'isola è il cuore di tutto. È una gemma incastonata in una cucina-gioiello”

Rui Silvestre
Vistas Rui Silvestre



innovative”, dichiara Manuel. “Silvestre desiderava una cucina che sostenesse la sua idea a livello tecnico ed estetico: quando gli ho mostrato il progetto si è commosso”.

“Lo chef aveva bisogno di prodotti di altissima qualità: abbiamo quindi coinvolto Rosinox, che ha realizzato l'isola di cottura, cuore della cucina”, aggiunge. “Sebbene il marchio non fosse distribuito in Portogallo prima d'ora, Rui ha esaminato le attrezzature utilizzate da altri chef e si è innamorato di ogni dettaglio, dall'aspetto alla funzionalità”.

Un gioiello nel cuore della cucina

L'isola è interamente personalizzata. È dotata di un piano cottura a gas tradizionale, che consente di cucinare a fuoco vivo nella zona centrale e a fuoco lento sul lato esterno. Ha inoltre una friggitrice elettrica a due vasche per utilizzi diversi (ad esempio permette di cucinare tempura in piccole porzioni). Sono presenti anche una salamandra, delle plance cromate e un ampio forno a carbone che può essere utilizzato come grill.

“L'idea è unire soluzioni per la cucina a gas, a carbone ed elettriche in modo tale che lo chef abbia tutti gli elementi necessari per dare ai piatti il gusto e il sapore desiderati”, spiega Giuseppe Politi, export manager di Rosinox. “La vera sfida era lavorare a stretto contatto con Ricardo per capire il suo approccio e proporre le soluzioni che desiderava”.

“L'isola non è un elemento modulare che può essere modificato a piacere, ma è stata pensata per rispondere interamente alle esigenze di Rui”, aggiunge. “Il mio obiettivo era vedere la soddisfazione sul volto dello chef. Per farlo, è stato necessario confrontarsi su tutto, comprese manutenzione preventiva, pulizia e sicurezza”.

L'isola è personalizzata anche per integrare la palette colori del ristorante, con toni bianchi, marroni e dorati. Abbiamo quindi utilizzato ottone, rame e rivestimenti a smalto personalizzati. Ogni caratteristica, dalla posizione delle attrezzature alla resa estetica, è unica ed esclusiva.

Per Rosinox questo è solo il primo passo per entrare stabilmente nel mercato locale. “Alcuni consulenti credono fermamente nei nostri prodotti esclusivi, e il team di Ricardo ha iniziato ad apprezzare Rosinox alcuni anni fa. Ci siamo conosciuti in occasione di un evento: loro sono

poi venuti a trovarci per vedere come realizziamo i nostri prodotti e noi siamo andati a trovare loro a Lisbona. Il Portogallo sta diventando un mercato di fascia alta e, anche se partiamo da zero, abbiamo già al nostro fianco un partner affidabile, NX Hotelaria”, afferma Politi.

“Per noi questo brand è associato a una qualità davvero superiore”, spiega Manuel. “Siamo molto soddisfatti del lavoro di Rosinox. Abbiamo avuto la possibilità di confrontarci con loro su ogni nostra esigenza, portando avanti un rapporto di collaborazione estremamente dinamico”.

Indubbiamente, la qualità della collaborazione tra le parti è stata essenziale per il successo del progetto. “In cucina lavorano 12 persone pronte in ogni momento ad assisterne 26”, dichiara Silvestre. “L'isola è il cuore di tutto. NX Hotelaria ha creato il resto della cucina in funzione dell'isola. Esteticamente è bella, aspetto fondamentale per una cucina a vista. È come un'enorme gemma incastonata al centro di una cucina-gioiello”.

“Rapportarsi con il team è stato molto semplice”, aggiunge lo chef. “Fanno il loro lavoro con passione, come me. Realizzano i prodotti mettendoci il cuore”.

Anche se i primi progetti e il concept, nati lo scorso novembre, ispiravano già grande fiducia, solo otto mesi dopo Silvestre ha cucinato sull'isola per la prima volta e toccato con mano la qualità Rosinox.

“Quando abbiamo iniziato a progettare l'isola, ho pensato a tutto ciò che mi serviva e mi sono chiesto se fosse davvero possibile averlo”, racconta. “Non so come ci siano riusciti. Non cambierei neanche una virgola. È esattamente quello che volevo, tutto è andato nel migliore dei modi e sono molto soddisfatto”. ■

BRAND FOCUS **ROSINOX**
GRANDES CUISINES

Rosinox produce attrezzature da cucina di alto livello pensate per gli chef.

1837

La storia di Rosinox inizia 186 anni fa

24 anni

Rosinox è entrata a far parte di Ali Group nel 1999

2013

Rosinox si è trasferita nella nuova sede a Bourges, in Francia

rosinox.com

L'isola di cottura Rosinox è personalizzata per integrare la palette colori del ristorante caratterizzata da toni bianchi, marroni e dorati

03 Storie di successo

Grandi progetti

L'offerta ristorativa di Hotel de la Ville a Roma riflette la poliedrica storia culinaria della Città Eterna. Elly Earls ha incontrato lo chef **Fulvio Pierangelini** e **Alessandro D'Andrade** di Grandimpianti e ha scoperto come il dialogo costante si sia rivelato essenziale per la riuscita del progetto

Con le sue magnifiche viste panoramiche sulla Città Eterna, il palazzo del XVIII secolo che ospita l'Hotel de la Ville era inizialmente una fermata d'obbligo per i nobili europei che attraversavano il continente per ampliare i propri orizzonti culturali.

Facciamo un salto nel tempo sino al 2019, quando il gruppo alberghiero britannico Rocco Forte Hotels, che conta 14 hotel a cinque stelle sparsi in tutta Europa, ha unito le forze con il designer Tommaso Ziffer per rinnovare l'iconica proprietà ricreando l'atmosfera dei "Grand Tour" nel XXI secolo. Il vero punto forte della struttura sono le numerosissime terrazze, che offrono una vista a 360° sulla città e offrono un angolo di pace lontano dal caos cittadino.

L'offerta ristorativa, pensata dallo chef stellato Fulvio Pierangelini, riflette il diversificato passato culinario di Roma: affonda le radici nella cucina italiana, ma la arricchisce con sapori e consistenze di altre culture. Questo approccio trova la sua massima espressione in "Mosaico", l'elegante ristorante da 100 coperti collocato nel chiostro interno che ricorda una piccola piazza di Trastevere.

"Sono convinto che il cibo debba essere condiviso ▶



“ La mia cucina si basa sulla semplicità. Il mio motto è: ‘non è importante cosa cucini ma come lo prepari’ ”



e apprezzato insieme ad altre persone, non da soli”, afferma Pierangelini, anche direttore creativo della ristorazione nella struttura. “La mia è una cucina ‘libera’, che vuole raccontare una Roma fuori dagli schemi. Propongo un menu vario fatto di piatti italiani tradizionali e suggestioni provenienti da Medio Oriente, Asia e Mediterraneo”.

‘Caput mundi’ è l'appellativo latino della città, che la descrive come capitale del mondo. Per Pierangelini è una definizione che ben si addice a Roma, che lui vede come un crocevia di culture e influenze senza confini, ma sempre nel rispetto delle tradizioni italiane. “Per questo motivo la mia cucina, anche se creativa e innovativa, si basa sulla semplicità”, spiega. “Il mio motto è: ‘non è importante cosa cucini ma come lo prepari’. Il menu di “Mosaico” può sembrare insolito per un ristorante romano, ma propone solo il meglio del giardino, del forno in pietra, del mare e dei campi”.

Un dialogo costante fin dal primo giorno

Negli otto piani dell'hotel ci sono diversi locali oltre a “Mosaico”. “Da Sistina” è ispirato alle tipiche trattorie romane, “Julep Herbal e Vermouth Bar” serve drink creativi ispirati alla via delle spezie del XIII secolo, mentre “Cielo”, sull'esclusiva terrazza principale, serve pasti leggeri e cocktail sullo sfondo dello straordinario panorama della Città Eterna.

Grandimpianti aveva già collaborato in passato sia con la squadra di Rocco Forte sia con lo chef Pierangelini. Quando è stato pubblicato il bando di gara, l'azienda è stata quindi invitata a presentare un progetto. Ha così ottenuto l'opportunità di fornire attrezzature professionali di alta qualità e ad alte prestazioni per l'intera struttura, rispettando le severe linee guida di Pierangelini e del consulente Andrea Viacava.

Dalla progettazione all'installazione sono stati necessari due anni per portare a termine i lavori, da eseguire nel rispetto dei severi vincoli architettonici a cui è soggetto l'edificio storico.

Era dunque necessario da subito un dialogo costante tra l'ufficio tecnico di Grandimpianti, lo chef e Viacava. Un tecnico di Grandimpianti è sempre stato presente in loco durante lo sviluppo dell'intero progetto.

“Era l'unico modo per raggiungere gli ambiziosi obiettivi qualitativi che contraddistinguono tutte le strutture del gruppo Rocco Forte”, spiega Alessandro D'Andrade, direttore di Grandimpianti. “L'obiettivo era creare cucine e lounge bar che rispondessero esattamente alle aspettative del cliente in termini di qualità, prestazioni, design e tecnologia”.



Fulvio Pierangelini (a destra) propone un menù vario, che unisce piatti italiani tradizionali e suggestioni provenienti da Medio Oriente, Asia e Mediterraneo





“ È stato un progetto impegnativo, ma il risultato finale ha ampiamente ricompensato gli sforzi di tutto il team ”



Un risultato gratificante

Tutti i soggetti coinvolti sono particolarmente orgogliosi del risultato finale del ristorante “Mosaico”. Gli ospiti possono cenare all’aperto nello splendido cortile o all’interno, dove nella cucina a vista si fa notare l’imponente forno stand-alone.

Secondo Pierangelini, è proprio il forno il protagonista della scena: “il forno si è guadagnato un’ottima reputazione grazie al pane fragrante e alle deliziose focaccine che sforniamo”, afferma sorridendo.

Progettato da Ziffer, il ristorante si distingue anche per i piani dei tavoli in rame, perfetti per una cena a lume di candela e in grado di riflettere la luce naturale esterna, creando un contrasto con il pavimento dai toni del bianco e nero.

Sono stati realizzati blocchi cottura Ambach posizionati su muretti con piano unico igienico, piani di lavoro custom made per tutti i ristoranti e bar e un impianto di refrigerazione centralizzato per gestire tutte le cucine.

“È stato estremamente impegnativo gestire il layout e le fasi di realizzazione, ma il risultato finale ha ampiamente ricompensato gli sforzi di tutto il team”, afferma D’Andrade.

Pierangelini sostiene che alla base del successo di questo progetto ci sia il fatto che tutte le persone coinvolte hanno dimostrato attitudine all’ascolto e piena comprensione delle reciproche esigenze. “Il team di Grandimpianti ci ha sempre aiutato fornendoci le attrezzature che più facevano al caso nostro. La squadra è stata sempre disponibile e molto proattiva nel proporre soluzioni,” ha dichiarato. “Il rapporto diretto, la flessibilità, i tempi di risposta brevi e la predisposizione ad ascoltare le nostre esigenze semplificano il nostro lavoro e sono fattori indispensabili per una collaborazione proficua e duratura”.

Grandimpianti ha in corso diversi altri progetti con Rocco Forte Hotels, tra cui Villa Igiea a Palermo, completata di recente, e l’Hotel de Russie a Roma; ma queste due strutture non saranno di certo le ultime. ■

BRAND FOCUS

GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING

200+
Grandimpianti ha lavorato a oltre 200 progetti nel mondo dell’hotellerie

1965
L’azienda è stata fondata oltre 50 anni fa

5
Grandimpianti si rivolge a cinque principali categorie di clienti

grandimpianti.it



La chiave del successo del progetto realizzato per l’Hotel de la Ville è stata la “propensione di tutte le persone coinvolte a comprendere le esigenze reciproche”



Cottura a puntino

Le innovazioni introdotte delle attrezzature Bongard, marchio centenario di Ali Group, offrono molti motivi per festeggiare. Lo dimostra non solo il successo del brand, ma anche un importante evento organizzato al Palazzo dell'Eliseo, come racconta **Benoît Sévin**, managing director di Bongard



La Francia è nota per i suoi prodotti da forno: friabili croissant al burro, macaron che si sciolgono in bocca, baguette dorate e croccanti e molto altro ancora. Una qualità sublime che, ovviamente, tra i suoi ingredienti fondamentali annovera l'efficienza delle macchine utilizzate dietro le quinte.

In un mercato dai volumi elevati e con un'ampia gamma di prodotti, è inevitabile registrare un crescente interesse per attrezzature sempre più innovative e in grado di soddisfare le esigenze di tutti.

Panettieri, pasticceri e società di ristorazione sono alla ricerca sia di aziende che sappiano fornire innovazione e know-how, sia di partner che sappiano ascoltare le loro esigenze, per ottenere prodotti personalizzati e consigli su come migliorare la produttività ottimizzando gli spazi disponibili.

Questo è esattamente ciò che l'azienda francese Bongard si impegna a fare. Il suo managing director Benoît Sévin ha dichiarato: "oggi le panetterie propongono la varietà di prodotti più ampia di sempre. Questo rappresenta una vera sfida per i forni che, da un lato devono assicurare la tradizionale cottura del pane, dall'altro, devono offrire più varietà a ritmi più elevati".

Oscar Bongard fondò la sua azienda nel 1922. Inizialmente, si occupava della riparazione e manutenzione dei forni danneggiati durante la Prima guerra mondiale; poi, nel corso degli anni, decise di sfruttare il suo background ingegneristico per spingersi oltre e cominciare a progettare forni da zero.

I risultati del duro lavoro

Nel corso del '900, l'azienda ha puntato molto all'innovazione arrivando a sviluppare alcune tra le attrezzature più moderne del mercato.

Dal 2007 Bongard è "entrata a far parte di Ali Group, leader mondiale nel mercato delle attrezzature per la ristorazione", come ha sottolineato Sévin. Pur continuando a crescere, il brand rimane concentrato sui suoi valori chiave: qualità e flessibilità della cottura in forno. "I nostri forni elettrici a camere sovrapposte sono pensati per affrontare questa sfida. Le camere sovrapposte tradizionali continuano a garantire la tradizionale cottura in forno, mentre la tecnologia facilita la



gestione delle ricette e dei consumi".

Oggi il 60% delle panetterie d'Oltralpe ha investito nei prodotti Bongard e le esportazioni hanno raggiunto le 150.000 unità, con circa 40.000 forni distribuiti a livello mondiale. "Pensate per soddisfare le richieste del mercato francese, le nostre attrezzature oggi sono note in tutto il mondo per la loro qualità e sono adatte a prodotti da forno di qualsiasi tipo, anche di origine internazionale", ha proseguito Sévin.

Alla luce di questi traguardi, sembra ancor più appropriata la scelta di inaugurare il 2022, l'anno del centenario, con l'esposizione di una selezione di prodotti in un allestimento temporaneo nel giardino del Palazzo dell'Eliseo. Il 12 gennaio 2022, Bongard ha infatti preso parte a un'iniziativa organizzata dalla Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie Française per permettere all'iconica baguette di essere riconosciuta dall'UNESCO e inserita nella lista del patrimonio culturale immateriale delle Nazioni Unite. Persino il Presidente francese Emmanuel Macron ha presenziato all'evento per mostrare il proprio supporto a un'arte trasmessa di generazione in generazione. ▶

Innovazioni smart

I nuovi controlli touch screen Intuitiv'2 e Sensitiv'2 rendono le attrezzature ancora più smart e semplici da usare. I panettieri hanno così la possibilità di monitorare il consumo energetico, memorizzare le ricette e condividerle tra più siti produttivi.

Con 640 combinazioni possibili, la linea di forni elettrici a camere sovrapposte Soleo EVO permette grande modularità.

Il processo per la spezzatura e formatura Paneotrad® consente di produrre 340 baguette all'ora.

LE TAPPE FONDAMENTALI



Nel 1955, Oscar Bongard Jr. assume il controllo dell'azienda dopo suo padre. I forni diventano più accessibili e la qualità di cottura migliora.

1955



Nel 1966, Oscar Bongard Jr. viene affiancato dal fratello.

Lo stesso anno, il forno Cervap ottiene un brevetto mondiale: con i suoi tubi a vapore disposti ad anello intorno a una camera di combustione in acciaio inossidabile refrattario, coniuga silenziosità e convenienza.

1966-67



Nel 1996 Oscar, il forno rotante a cremagliera, omaggio a Oscar Bongard, si aggiudica il premio Janus per il design e la sua capacità di migliorare la qualità di vita degli utenti.

1996

1956-58

Tra il 1956 e il 1958, la sede centrale e, in seguito, lo stabilimento vengono trasferiti a Holtzheim, nei pressi di Strasburgo.

1986-98

Tra il 1986 e il 1998, miscelazione, divisione, formatura, lievitazione, fermentazione, conservazione e congelamento dell'impasto arricchiscono l'offerta Bongard.

2007

Nel 2007, Paneotrad® introduce un processo brevettato unico per la separazione e la formatura dei pezzi di impasto che limita le emissioni di polvere di farina.

Dal 2007, Bongard entra a far parte di Ali Group.

1922



Dal 1922, anno di fondazione da parte di Oscar Bongard, l'azienda ha sviluppato una grande esperienza nel campo delle attrezzature per la lievitazione, fermentazione, conservazione e cottura in forno.



Viene istituita la sede centrale di Bongard a Holtzheim, in Francia. L'affidabilità dell'azienda e i suoi servizi sono particolarmente apprezzati dai clienti internazionali.

2006



L'esperienza dell'utente

Interrogato su quale fosse uno degli ingredienti chiave del successo di Bongard, Sévin ha sottolineato il ruolo fondamentale dell'esperienza utente. "Nel nostro hub di sviluppo commerciale presso la sede centrale di Holtzheim abbiamo una panetteria dimostrativa e un laboratorio di preparazione", ha precisato. Qui i potenziali acquirenti possono testare le macchine prima dell'acquisto grazie a un allestimento esclusivo, che i distributori dell'azienda offrono anche a livello regionale.

I tecnici addetti all'installazione, formati a 360°, possono accedere a una piattaforma online con tutte le specifiche tecniche e a un sistema di ordini che spedisce i pezzi di ricambio entro 48 ore. "Ogni progetto è seguito per intero, sia che si tratti di una nuova panetteria sia che si tratti di sostituzione di attrezzature". L'azienda punta a offrire i suoi servizi 7 giorni su 7.

I clienti francesi possono usufruire anche di un'opzione di leasing finanziario. Con l'aumentare dell'inflazione e degli affitti, le macchine sono diventate più compatte e modulari. "Le nostre attrezzature sono pensate e personalizzate in base ai processi e agli spazi disponibili", ha aggiunto Sévin. I nuovi forni "permettono di inserire svariati prodotti in una superficie ristretta" e, allo stesso tempo, i componenti visibili riprogettati "rispondono all'ultimo trend che predilige la visibilità delle attrezzature".

Il recente lancio di HERA, l'armadio fermalievitazione smart per una crescita dell'impasto rapida o rallentata, è più adatto a spazi contenuti, mentre i retailer su vasta scala tendono a preferire una soluzione roll-in modificabile secondo necessità. I feedback dei clienti sono positivi, ne apprezzano i "tempi ridotti" e la "maggiore affidabilità".

Perfetta per prodotti a base di zucchero, crema e uova, l'ultima impastatrice planetaria Saturne EVO è dotata di una copertura removibile trasparente, adatta ai preparati più appiccicosi e lavabile a parte.

Secondo Sévin, creare attrezzature user-friendly significa garantire anche il necessario comfort per chi le utilizza, riducendo soprattutto il rischio di disturbi muscolo-scheletrici associati al lavoro. "Oltre a essere ergonomici, molti dei nostri prodotti limitano i problemi respiratori legati alle emissioni di farina", ha aggiunto.



“L'azienda punta a offrire i suoi servizi 7 giorni su 7”

Benoît Sévin
managing director Bongard

Una prospettiva sostenibile

La gamma prodotti Bongard volta a limitare il consumo energetico e l'impatto ambientale comprende forni riciclabili al 90%, dotati di un eccellente isolamento. "I nostri forni elettrici a camere sovrapposte hanno un rapporto superficie-potenza superiore alla media. Consentono di cuocere lo stesso volume di impasto in un'area ridotta e raggiungono il tempo di riscaldamento più velocemente rispetto ad altri modelli meno potenti".

L'azienda sta inoltre pensando di aggiungere controlli digitali a tutti i forni per ottimizzare i consumi grazie a una gestione automatica e indipendente, alla modalità di risparmio energetico e a partenze posticipate. Come sottolineato da Sévin, l'azienda punta a sviluppare ulteriormente le attrezzature in chiave ecologica, attraverso un design eco-friendly.

In futuro, l'azienda collegherà i forni e le attrezzature di fermentazione e conservazione al suo cloud. Gli utenti potranno collegarsi con i propri collaboratori, permettendo così ai proprietari delle panetterie di condividere informazioni con i loro team e di segnalare eventuali interventi di manutenzione.

Un sistema da remoto permetterà di ottimizzare l'uso delle attrezzature mettendo in contatto i dispositivi installati, gli utenti e le ricette. "Il cloud è uno spazio collaborativo che permette lo scambio di informazioni tra i panettieri e la loro squadra", ha aggiunto Sévin.

Forte del segno indelebile lasciato nei suoi primi cento anni, Bongard sembra pronta ad affrontare un altro secolo con la sua infallibile ricetta fondata sull'adattamento e su una visione avanguardistica. ■



BRAND FOCUS



Le attrezzature ad alte prestazioni Bongard fanno dell'azienda un partner d'eccellenza nel settore dei prodotti da forno e da pasticceria

150.000

Le attrezzature Bongard installate nel mondo sono oltre 150.000 (di cui 40.000 forni)

4

L'azienda può contare su quattro stabilimenti produttivi nell'Europa continentale

60%

Circa il 60% delle panetterie francesi ha almeno una macchina Bongard

bongard.fr

03 Storie di successo

Il gusto della semplicità

Con le attrezzature da cucina firmate Proxy, l'Osteria "Via Emilia" di Monza punta sulla qualità italiana per la sua ricchissima proposta culinaria. Il proprietario **Andrea Fumagalli** ne parla con **Victoria Green**



“**U**no scrigno pieno di tesori”: è così che Andrea Fumagalli descrive la cucina tradizionale dell'Emilia Romagna. Per colmarne l'assenza nella zona di Monza, ha deciso di aprire proprio qui la sua Osteria "Via Emilia".

“Siamo partiti dall'esperienza di mia madre e delle mie zie, di origini emiliane, autentiche custodi della tradizione”, spiega. “Insieme a loro, abbiamo formato il personale che oggi lavora in cucina, tramandando gli antichi sapori”.

Il risultato è la cucina emiliana classica: pasta fatta in casa, gnocco fritto, tigelle, piatti tipici dell'Appennino reggiano: “il cuore gastronomico dell'Italia”, afferma Fumagalli.

Quando è arrivato il momento di progettare la cucina, la cosa migliore era affidarsi a un marchio sinonimo di italianità. È per questo che la scelta è ricaduta su Proxy: un brand che realizza l'intera produzione nel nostro Paese. Oltre al pedigree “made in Italy”, Proxy è orgogliosa di proporre prodotti “facili da installare, usare, integrare e anche da pulire”.

Indubbiamente, come conferma Fumagalli, “rendono il lavoro molto più semplice e rapido. Nelle ore di punta possiamo contare su attrezzature veloci e facili da usare. Il personale può affrontare con serenità anche i momenti di picco del servizio”.

Ordine a portata di click

Per essere certi di avere anche un servizio di qualità, Proxy ha investito nel sito web, sviluppando un sistema per gli ordini online riservato ai partner dell'azienda. L'intera gamma prodotti è infatti disponibile online e i partner possono verificare la disponibilità dei macchinari, leggere la documentazione ed effettuare gli ordini per creare una cucina professionale in pochi, semplici passi.

Alberto Pirovano, titolare dell'azienda partner di Proxy “Pico Service”, descrive il sito come “una vetrina efficace e ben studiata, che garantisce ordini rapidi quasi sempre in pronta consegna. Vista la situazione attuale, è un aspetto da non sottovalutare”.

Pico Service, con sede poco più a nord di Monza, progetta e installa cucine professionali

“**Proxy ci sostiene con la sua offerta di prodotti realizzati in Italia ponendo attenzione a ogni dettaglio”**”

Clienci come l'Osteria “Via Emilia” di Monza apprezzano sia la linea Proxy a gas sia quella elettrica, entrambe interamente configurabili

da 30 anni. Grazie alla lunga esperienza, spiega Pirovano, l'azienda “offre competenza, passione e professionalità al servizio di uno dei settori che più caratterizzano l'ospitalità italiana”.

Pico Service “ha capito sin da subito cosa cercassimo”, spiega Fumagalli. “Oltre ad affiancarci nella fase di progettazione iniziale, ci ha consigliato quali attrezzature utilizzare per le attività quotidiane, ad esempio mettendoci a conoscenza della possibilità di avere diverse configurazioni per le macchine a gas”.

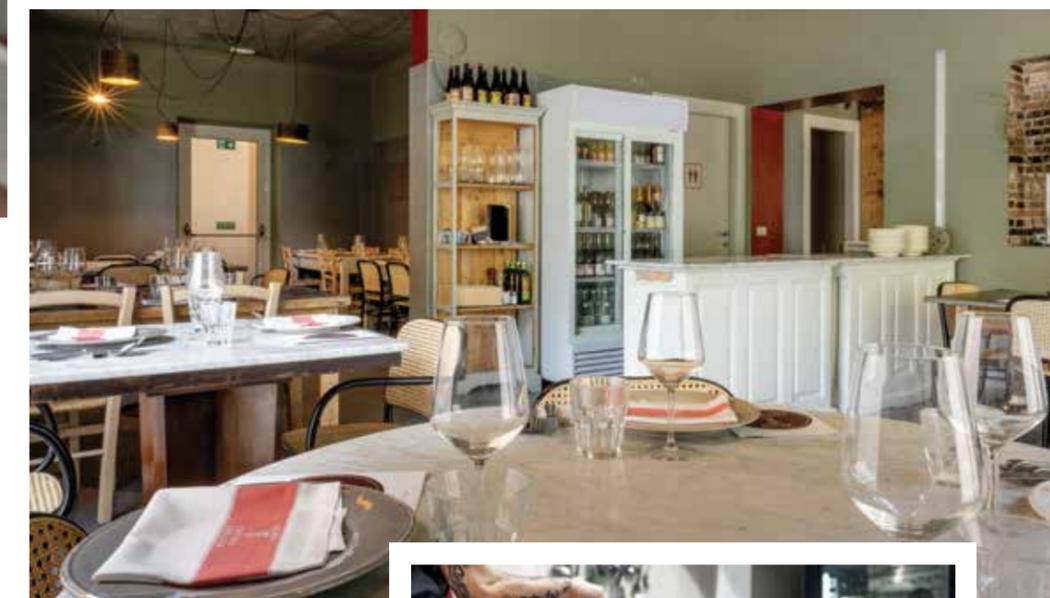
Made in Italy

La gamma di attrezzature elettriche e a gas Proxy è interamente configurabile, con moduli autonomi per piano cottura e basi disponibili da 40 a 120 cm e fuochi con potenza fino a 7,7 kW. Il design modulare rende più semplice sostituire un pezzo o integrare nuove apparecchiature in caso di ampliamento della cucina. Sono inoltre disponibili

friggitrici elettriche con elementi riscaldanti rimovibili e friggitrici a gas con bruciatori esterni al recipiente per semplificare le operazioni di pulizia: ancora una volta, l'azienda pone l'accento sulla facilità di utilizzo, dall'inizio alla fine.

“Apprezzo davvero la realizzazione italiana, con prezzi che ci consentono di soddisfare anche i clienti più esigenti restando comunque competitivi sul mercato”, dichiara Pirovano. “Proxy ci sostiene con la sua offerta di prodotti ad alte prestazioni, prestando attenzione a ogni dettaglio per garantire un eccellente rapporto qualità/prezzo”.

All'Osteria “Via Emilia”, le attrezzature ad alte prestazioni vanno di pari passo con i metodi tradizionali: ad esempio, la pasta è fatta a mano e lasciata riposare su un telo, mentre il menu comprende piatti dai nomi evocativi come le “polpette della nonna Emma”. Per ricreare in un ristorante gli autentici sapori casalinghi sono sicuramente necessarie attrezzature professionali impeccabili. ■



BRAND FOCUS
PROXY
PROFESSIONAL FOR YOU

2019

Proxy è stata fondata quattro anni fa, nel 2019

90+

L'azienda conta oltre 90 prodotti disponibili con consegna rapida

100%

I prodotti Proxy sono interamente progettati e fabbricati in Italia con certificazione CB

proxy.alibelluno.it

Dolci stellari

Per Niko Romito il gelato è una cosa seria. Lo chef collabora da tempo con Carpigiani e racconta a Tina Nielsen come il gelato ricopra un ruolo di primaria importanza nella sua cucina

La fama di Niko Romito va ben oltre i confini italiani. Lo chef è proprietario di diversi locali, tra cui il ristorante tre stelle Michelin "Reale" a Castel di Sangro e i ristoranti "Spazio" a Roma e Milano; collabora inoltre con Bulgari Hotels. Prima di dedicarsi alla cucina all'età di 25 anni, Romito studiava economia e sognava di diventare architetto. "Dopo la scomparsa di mio padre, ho abbandonato gli studi per gestire il ristorante di famiglia insieme a mia sorella Cristiana", racconta. "Abbiamo attraversato momenti difficili, sino a quando ho deciso di passare dalla cucina tradizionale a uno stile più moderno e creativo".

Nonostante tutto, Romito è andato avanti insieme a sua sorella e in sette anni è riuscito a ottenere uno dei più grandi riconoscimenti assegnati dalla Guida Michelin.

"Ho studiato molto, ho incontrato persone straordinarie, sono cresciuto in fretta e in pochi anni ho ottenuto grandi soddisfazioni" spiega, aggiungendo che il ricordo della sua prima stella Michelin è ancora vivo nella sua memoria. Descrive quel momento come la combinazione del raggiungimento di un traguardo e di un nuovo punto di partenza.

Da tempo il gelato ricopre un ruolo centrale nella cucina di Romito, che ha investito molto tempo nell'apprendimento di tecniche che gli permettessero di ottenere i migliori risultati. "Un buon gelato si distingue per il sapore e la consistenza. Generalmente lavoro su un solo ingrediente principale per estrarre i sapori

rendendoli più puri e intensi", spiega.

"Amo la versatilità del gelato, il fatto che con temperature diverse si possano creare esperienze diverse per il palato. Se abbinato alla frutta, ne esalta la freschezza. Si può accompagnare a ingredienti con consistenze e temperature differenti per ottenere un incredibile equilibrio di gusti".

La creatività ha un ruolo di primo piano nei suoi ristoranti; per questo, il gelato non trova posto solo tra i dessert. Nel ristorante dello chef la sezione del menu dedicata alle verdure inizia con un gelato di piselli, servito con una goccia di olio extra-vergine di oliva. "L'essenza più profonda del legume, intensa e riconoscibile, viene preservata in modo autentico", afferma.

"L'obiettivo è risaltare l'ingrediente, qualunque esso sia, per esprimerne al massimo il sapore. Abbiamo studiato come ridurre in modo significativo gli zuccheri e i grassi animali per creare un gelato a base acquosa con la stessa consistenza e morbidezza. Il risultato ha superato le mie aspettative".

Una collaborazione vincente

Romito collabora da tempo con Carpigiani: tutto è iniziato quando era alla ricerca di un partner tecnico per la sua Accademia Niko Romito, una scuola professionale di alta formazione accreditata dalla regione Abruzzo e gestita in collaborazione con l'Università di Scienze Gastronomiche targata Slow Food. ▶



Niko Romito (in alto) è chef di diversi ristoranti di alto profilo e ideatore dell'iconica e omonima "Bomba Niko Romito" (sopra)



A TU PER TU CON MATTEO ANDREOLA DI CARPIGIANI

Com'è iniziata la collaborazione con Niko Romito?

Nel 2016 abbiamo ricevuto una richiesta di partnership con la scuola di cucina Accademia Niko Romito. Insieme alla nostra Carpigiani Gelato University abbiamo sviluppato un corso di produzione del gelato adatto al programma didattico di Romito. Da allora è nata una collaborazione che si è estesa a molti altri progetti, dai Bulgari Hotels in tutto il mondo al ristorante Spazio a Milano. Proponiamo un'ampia gamma di macchine adatte a ogni esigenza e all'altezza delle aspettative dello chef.

Perché questa collaborazione è così importante?

Abbiamo avuto l'opportunità di lavorare con un grande professionista e con la sua eccezionale squadra. Le persone sono sempre il fattore più importante in una collaborazione; siamo lieti di condividere così tanti progetti e siamo lusingati dal fatto che il gelato è diventato un elemento essenziale in diversi format. L'aspetto più importante è forse il fatto che lo chef Niko Romito è un vero appassionato di gelato e ne ha saputo cogliere il potenziale.

Quali sono i prossimi passi di questa collaborazione?

Portare avanti le attività di formazione per la prossima generazione di professionisti della ristorazione, perché la richiesta di chef e pasticceri di alto profilo è molto elevata. Inoltre, stiamo esplorando il potenziale del gelato nel settore alberghiero. Dalla colazione alla cena, sono molti i momenti in cui si può fare la felicità degli ospiti offrendo loro un dessert freddo. Siamo anche partner del progetto 'Bomba', che verrà sviluppato ulteriormente con una nuova soluzione per la distribuzione.

Matteo Andreola è business unit manager della divisione Foodservice Professionals & Pastry di Carpigiani



La nota Bomba Niko Romito ideata dallo chef, servita ripiena di gelato, è diventata uno dei piatti più richiesti



Le innovative macchine Carpigiani consentono di lavorare gli ingredienti ottenendo una consistenza morbida e cremosa

“Carpigiani è leader indiscusso nel settore del gelato. Per questo, la nostra partnership continua a crescere e prevede un grande lavoro di ricerca per capire come continuare a migliorare il gelato e i processi per ottenere un prodotto che unisce gusto, leggerezza e alimentazione sana”, spiega lo chef.

La collaborazione tra Romito e Carpigiani si spinge oltre il normale rapporto tra cliente e azienda; anche i professionisti e gli esperti di Carpigiani tengono corsi e lezioni all'Accademia, insegnando agli studenti come utilizzare le loro tecnologie e spiegando il loro approccio.

Secondo lo chef, le innovative macchine Carpigiani consentono di lavorare gli ingredienti ottenendo una consistenza morbida e cremosa. “In tutte le mie proposte gastronomiche, il gelato viene servito in modo classico, in omaggio alla sua lunga tradizione, ma presentato nella più contemporanea delle vesti”, dichiara. “L'idea è creare esperienze diverse associate al gelato. Ad esempio, la mia Bomba Niko Romito, che serviamo anche ripiena di gelato, in breve tempo è diventata uno dei piatti più richiesti”.

Nuovi progetti

Oltre a gestire i suoi ristoranti in Italia, nel 2017 Romito ha stretto una collaborazione con Bulgari Hotels, con la prima apertura a Pechino. Nel 2019 è arrivata una stella Michelin, seguita dall'apertura del locale di Dubai (che ha ottenuto due stelle nel 2022), di Shanghai (a sua volta insignito di una stella) e poi di Milano e Parigi. Presto arriveranno anche i locali di Roma, Tokyo, Miami e Los Angeles.

“ In tutte le mie proposte gastronomiche, il gelato viene servito in modo classico, in omaggio alla sua lunga tradizione, ma presentato nella più contemporanea delle vesti ”

Niko Romito



Si tratta di un progetto che richiede una ricerca continua di nuove ricette. “È un viaggio senza fine nella tradizione gastronomica italiana, che comprende un'infinità di piatti in tutte le loro varianti regionali. Menu diversi, che seguono però sempre le stesse linee guida e la stessa ispirazione di base: cucina italiana autentica con sapori puri e senza compromessi: eleganza e piacere per il palato”, spiega lo chef.

“Voglio che i clienti che entrano nei Bulgari Hotels per mangiare al Ristorante Niko Romito, che si trovino a Mosca, in Cina, a Dubai, a Parigi o in qualunque altro luogo al mondo, escano con la sensazione di essere stati in Italia, anche se non ci sono mai stati”.

Romito ha altri piani ambiziosi per il futuro. “Sono impaziente di assistere all'apertura del Campus Niko Romito, un hub universitario internazionale in Abruzzo unico nel suo genere e dedicato al cibo nella sua declinazione più ampia: nutrizione, cucina, gestione e industria alimentare”, racconta.

“Ho già creato un'Accademia in cui insegno i nuovi paradigmi della cucina moderna, ma il Campus mi permetterà di fare un passo avanti nella diffusione e nella creazione di competenze relative non solo alla cucina ma all'intero settore della ristorazione”. ■

BRAND FOCUS



1946

Fondata nel 1946, Carpigiani celebra 77 anni di attività

180

Una rete di vendita internazionale con 180 distributori

500+

L'azienda vanta una vasta rete di oltre 500 centri di assistenza

carpigiani.com

04

Innovazione



Merrychef® entra in sinergia

L'ingresso di Welbilt in Ali Group apre nuove opportunità per un brand leader su scala mondiale come Merrychef, dichiara Colin Lacey, vicepresidente e amministratore delegato dell'azienda

Per Merrychef®, la connettività è un elemento essenziale. La recente linea conneX® proposta dall'azienda rende la personalizzazione dei menu semplice e veloce

Aluglio 2022 Ali Group ha ufficialmente acquisito Welbilt, azienda specializzata in apparecchiature per la ristorazione. Tra i suoi marchi, c'è Merrychef®, leader nella produzione di forni ad alta velocità. "L'acquisizione favorisce le sinergie: noi possiamo contribuire ad accrescere la presenza di Ali Group grazie ai nostri clienti locali e internazionali", spiega Colin Lacey, vicepresidente e amministratore delegato di Merrychef. "Al tempo stesso, Ali Group ha molte aziende complementari alla nostra, a cui possiamo rivolgerci per fornire soluzioni complete anziché singoli prodotti. Lo abbiamo sempre fatto, ma adesso possiamo arricchire la nostra offerta".

Welbilt ha 27 brand e, con l'ingresso nel Gruppo Ali, vede numerose nuove opportunità di collaborazione con aziende specializzate nel lavaggio, nella refrigerazione, nella cottura, nello stoccaggio, preparazione e distribuzione dei pasti.

"Ali Group ci permette inoltre di sfruttare una struttura di distribuzione, assistenza e supporto ben consolidata", aggiunge Lacey.

"I clienti ci conoscono da anni. Le soluzioni sono il nostro pane quotidiano e il nostro obiettivo è risolvere i loro problemi: condividiamo in pieno l'approccio di Ali Group".

"Lavoriamo sempre a stretto contatto con i clienti per assicurarci che abbiano le attrezzature giuste, una formazione adeguata e il necessario supporto nell'elaborazione dei menu, ma collaboriamo anche fianco a fianco con gli chef, per garantire qualità e consistenza", spiega Lacey. "Ciò che ci contraddistingue è proprio questo. Non ci limitiamo a vendere attrezzature: sosteniamo i clienti aiutandoli ad aumentare i profitti e a ridurre le spese".

Costruire un legame con i clienti

Welbilt e Ali Group sono perfettamente allineate in termini di cultura aziendale. Un esempio è l'adozione di una strategia comune per i comandi, che sono gli stessi per tutte



"LAVORIAMO A STRETTO CONTATTO CON I CLIENTI PER ASSICURARCI CHE ABBIANO LE ATTREZZATURE GIUSTE E UNA FORMAZIONE ADEGUATA"

Colin Lacey



con Ali Group

le apparecchiature Merrychef. "Questa scelta garantisce ai clienti un'esperienza semplice, soprattutto per quanto riguarda la formazione e la pulizia", dichiara Lacey. "Saper utilizzare un prodotto Welbilt significa saperli usare tutti, perché i simboli e la logica sono sempre gli stessi".

Per Merrychef®, anche la connettività è un fattore centrale nello sviluppo delle attrezzature e la nuova gamma conneX® rende la personalizzazione dei menu semplice e veloce. "Ora possiamo inviare un menu a un forno quasi istantaneamente utilizzando le apparecchiature connesse. È facilissimo e costa poco: è come aggiornare il software dello smartphone e risolve un problema cruciale per i nostri clienti", spiega Lacey.

Questo approccio fa di Merrychef® il partner ideale sia per i grandi marchi sia per le start up. Nel Regno Unito molti suoi prodotti sono utilizzati nelle caffetterie interne ai negozi Marks & Spencer (M&S, box in alto) e in nuove realtà come Kudos Coffee.

"Anche se inizialmente una spesa così ingente ci spaventava, ora è chiaro che ne è valsa la pena e nel prossimo punto vendita inseriremo due forni Merrychef", racconta Rob Good, titolare e fondatore di Kudos.

"Il forno ci permette di evitare errori nelle attività quotidiane. Basta mettere il piatto nel forno e il risultato è lo stesso ogni volta, soprattutto se tutti i forni sono uguali e programmati allo stesso modo. Quando il personale ha iniziato a usare queste apparecchiature, i dipendenti sono rimasti a bocca aperta per la velocità e la facilità d'uso. Usare questi forni è un piacere".

Secondo Lacey, Merrychef® ha senza dubbio i migliori forni ad alta velocità del mercato. "I nostri prodotti vengono usati da Subway e Starbucks, ma applichiamo la stessa filosofia basata sull'assistenza per sostenere anche le start up", aggiunge.

"Proprio come gli altri brand di Ali Group, puntiamo a costruire un rapporto solido con i nostri partner". ■

MERRYCHEF® E M&S

M&S, uno dei giganti della vendita al dettaglio in UK, collabora con Merrychef® sin dall'apertura della prima caffetteria interna, nel 1998.

"Lavorare con Welbilt ci ha permesso di massimizzare il potenziale delle attrezzature utilizzate nei nostri locali e di migliorare il servizio", spiega Sam Watts, responsabile delle caffetterie di M&S. "Ad esempio, la possibilità di cuocere contemporaneamente diversi prodotti nello stesso forno ci ha consentito di aumentare il numero totale di prodotti preparati e di ridurre i tempi di attesa per i clienti. ConneX® calcola la combinazione dei tempi di cottura rapida semplificando la procedura per gli utenti, oltre a offrire la possibilità di aggiornare istantaneamente i file dei menu via Wi-Fi", aggiunge.

La collaborazione è partita in sordina ma si è rafforzata anno dopo anno e dimostra come la strategia di Merrychef® si basi sulla creazione di solide relazioni con i clienti. "Tutto è iniziato con un paio di apparecchiature, poi è nato il resto", racconta Lacey. "Una volta trovato il cliente, sappiamo che tornerà se l'assistenza è all'altezza delle aspettative e il fornitore è in grado di fare la differenza per la sua attività"

BRAND FOCUS

MERRYCHEF®

1950

L'azienda inizia a progettare forni a microonde professionali e lancia il primo forno combinato nel 1968

2000

I forni ad alta velocità arrivano sul mercato nel 2007 corredati dalla prima e unica tecnologia planare per lo scarico dei fumi

2022

Merrychef®, del Gruppo Welbilt, entra a far parte di Ali Group

Da sempre Merrychef® lavora con l'obiettivo di dar forma al futuro

merrychef.com

04 Innovazione

Sempre
connessi



Forte di una lunga storia e di un'attenzione d'altri tempi al servizio e alla genuinità delle materie prime, la catena di supermercati Il Gigante è una realtà innovatrice, alla continua ricerca di prodotti freschi e di alta qualità per i clienti. La nuova cucina connessa di Villasanta ne è la dimostrazione, come spiega a Victoria Green **Andrea Brunu**, responsabile tecnico e acquisti della catena

Secondo Andrea Brunu, responsabile tecnico e acquisti de Il Gigante, la qualità è "la priorità quotidiana" della nota catena di supermercati

Sono passati 50 anni da quando Giancarlo Panizza ha inaugurato il primo store Il Gigante a Sesto San Giovanni. Da allora, la catena ha ampliato la presenza nel nord Italia, arrivando a contare oltre 5.000 dipendenti suddivisi tra 61 punti vendita, 12 negozi in franchising e la catena di bar "A Modo Mio".

Panizza, tuttora Presidente del gruppo, ha contribuito alla nascita dell'ipermercato moderno introducendo, nel primissimo store, la vendita di generi alimentari affiancati da prodotti di altro genere. Oggi, i supermercati Il Gigante offrono decine di migliaia di articoli, compresa una linea di prodotti a marchio proprio come miele, patatine e, ovviamente, pizza. Circa il 90% degli articoli è prodotto in Italia.

"La qualità è la nostra priorità quotidiana", afferma Andrea Brunu, responsabile tecnico e acquisti della catena. "Credo che sia proprio la qualità dei nostri prodotti a distinguerci dalla concorrenza. Il nostro obiettivo è proporre prodotti genuini e di nicchia dal sapore autentico, come quelli di una volta".

Oltre ai bar, gli store Il Gigante ospitano al loro interno panetterie, pasticcerie e angoli gastronomia dove trovare prodotti sempre freschi preparati al momento. Per un'azienda da sempre fiera della qualità e della freschezza dei suoi prodotti, la sfida consisteva nel distribuirli ai punti vendita che non avevano spazio a sufficienza per una cucina.

"L'obiettivo era far sì che gli store più piccoli potessero vendere prodotti freschi, fatti da noi, anche in assenza di uno spazio per la produzione", precisa Brunu. "Concentrandoci su questo aspetto, abbiamo capito che avevamo bisogno di una cucina centrale dove preparare e cuocere le carni e i prodotti da forno da consegnare ai punti vendita".

Un progetto chiavi in mano

Individuata la sede per la cucina nel centro commerciale di Villasanta, nei pressi di Monza, Il Gigante aveva bisogno di un partner che lo aiutasse a realizzare il suo progetto. La scelta è stata immediata: Grandimpianti. "Collaboriamo con l'azienda da oltre 20 anni", spiega Brunu. "Abbiamo sempre avuto un rapporto eccellente con tutte le figure dell'azienda con le quali ci siamo interfacciati".

Con più di 50 anni di esperienza nel settore contract

"ABBIAMO CAPITO CHE AVEVAMO BISOGNO DI UNA CUCINA CENTRALE DOVE PREPARARE E CUOCERE LE CARNI E I PRODOTTI DA FORNO DA CONSEGNARE AI PUNTI VENDITA"

Andrea Brunu

& engineering, Grandimpianti offre servizi e progetti chiavi in mano in tutti i settori della ristorazione.

"Lazienda può fornire un'ampia gamma di marchi e attrezzature del Gruppo Ali per dare vita a progetti realmente "chiavi in mano", afferma Brunu. "Per noi, è assolutamente un plus".

Da parte sua, Grandimpianti apprezza l'approccio innovativo de Il Gigante. "La catena di supermercati è sempre alla ricerca di soluzioni per migliorare la produzione e l'efficienza energetica dei propri store", spiega Andrea Furfaro, sales e after sales manager di Grandimpianti.

Il punto non era semplicemente fornire le attrezzature necessarie alla preparazione di pasti di qualità, ma individuare soluzioni innovative in grado di standardizzare l'offerta gastronomica in ogni store. "Il cliente aveva bisogno di





L'obiettivo di Grandimpianti era monitorare l'uso delle macchine da remoto, controllando al tempo stesso le ricette e i tempi di cottura

una cucina connessa per semplificare la gestione di tutte le attrezzature, contare quindi su un miglior controllo da remoto e una più completa gestione della manutenzione predittiva. Questo consente di ottimizzare la produzione con un miglior monitoraggio di tempi e costi per garantire un'offerta completa, diversificata e omogenea ovunque", ha spiegato Furfaro. Grandimpianti ha fornito attrezzature di diversi marchi Ali Group tra cui Ambach, Aurea, Comenda, Hiber, Lainox e Mareno. La sfida principale era realizzare una piattaforma comune attraverso cui collegare e gestire i software di tutti questi brand.

Per questo, afferma Furfaro, è stato fondamentale contare su un team interno dotato di competenze tecniche e informatiche che hanno permesso di gestire ogni aspetto in modo efficace.

"La grande esperienza dell'ufficio tecnico Grandimpianti è stata fondamentale per identificare i prodotti delle aziende Ali con cui lavorare. In primis, per noi era fondamentale la flessibilità, ovvero uffici tecnici in grado di analizzare e studiare soluzioni idonee in poco tempo. Siamo estremamente grati a tutte le aziende Ali coinvolte nel progetto. Gli sforzi compiuti dimostrano ancora una volta che possiamo sempre contare sulla loro esperienza e disponibilità".

Prestazioni potenziate

La nuova cucina connessa ha portato innumerevoli vantaggi per Il Gigante. Automatizzando una serie di processi manuali, l'errore umano è ridotto al minimo con un maggior livello di sicurezza.



"Ma il vantaggio principale è che, attraverso un'unica interfaccia cloud, il cliente può accedere a tutte le macchine Ali installate, semplificando il lavoro in cucina", aggiunge Furfaro. "In questo modo, sia il cliente sia Grandimpianti possono avere il controllo totale della cucina in tempo reale, 24 ore su 24".

"L'obiettivo era monitorare l'uso delle macchine da remoto, controllando al tempo stesso le ricette e i tempi di cottura", sottolinea Brunu. "Ovviamente, un migliore controllo delle apparecchiature si traduce in un maggiore controllo dei consumi energetici e tutti sappiamo quanto sia importante, soprattutto oggi", aggiunge Furfaro. Attraverso un'ottimizzazione delle performance, la cucina connessa consente di risparmiare su costi e consumi energetici, aiutando inoltre a ridurre l'impatto ambientale.

"I risultati della nuova cucina sono eccellenti", conclude

“UN MIGLIORE CONTROLLO DELLE ATTREZZATURE SI TRADUCE IN UN MAGGIORE CONTROLLO DEI CONSUMI ENERGETICI E TUTTI SAPPIAMO QUANTO SIA IMPORTANTE”

Andrea Furfaro



Brunu. "Siamo in grado di sfruttare al massimo i forni e gli abbattitori, anche per sfruttare al massimo la cottura sottovuoto e a bassa temperatura e i risultati sono eccellenti". Lo stesso Brunu elogia la professionalità di Grandimpianti: "con questo progetto, il nostro rapporto si è consolidato".

Dopo molti anni, questa partnership continua a trovare soluzioni innovative per risolvere insieme i problemi. "Il Gigante ha trovato in Grandimpianti il partner che stava cercando", riassume Furfaro. "Sono davvero orgoglioso e soddisfatto della nostra collaborazione". ■

BRAND FOCUS

500+
Ogni anno, Grandimpianti lavora a oltre 500 progetti "chiavi in mano" in diversi settori

GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING

100+
L'azienda può attingere a più di 100 marchi del Gruppo Ali

50+
Grandimpianti è stata fondata oltre 50 anni fa in Italia

grandimpiantiali.it

Sempre più green



La gamma di lavastoviglie e lavaoggetti DIHR combina soluzioni all'avanguardia per una pulizia profonda e una perfetta asciugatura con l'obiettivo dell'efficienza energetica



“LE TECNOLOGIE INTEGRATE NEL NOSTRO SISTEMA PLURIBREVETTATO HDR CONSENTONO DI RIDURRE FINO AL 50% LA QUANTITÀ DI DETERGENTE NORMALMENTE IMPIEGATA PER IL LAVAGGIO”

Giovanni Bianco

BRAND FOCUS

DIHR

30+ anni

di esperienza nel settore alberghiero e della ristorazione in tutto il mondo

35.000

unità prodotte all'anno e 20 linee di prodotti

105

paesi serviti a livello globale ogni anno da DIHR

DIHR è leader a livello internazionale nella produzione di macchine per il lavaggio di bicchieri, piatti e stoviglie

dihr.com

Le cucine professionali utilizzano elevate quantità di energia.

Giovanni Bianco spiega a Vicky Coulthard come l'innovativa tecnologia di DIHR, azienda produttrice di lavastoviglie, può aiutare i ristoratori a ridurre l'impatto ambientale della propria cucina, risparmiando

Parallelamente alla crescente consapevolezza green, cresce l'attenzione verso i consumi legati alle attività di ristorazione.

Ad esempio, si stima che oltre il 60% del consumo di acqua nelle cucine di hotel e ristoranti sia imputabile alle lavastoviglie. Per questo, è importante scegliere la soluzione giusta per garantire alte prestazioni e ridurre l'acqua e l'elettricità utilizzate in ogni ciclo.

DIHR propone soluzioni all'avanguardia per una pulizia

profonda e un'asciugatura perfetta. Lavastoviglie e lavaoggetti che coniugano efficienza energetica e convenienza, riducendo i consumi di energia elettrica, acqua e sostanze chimiche. DIHR produce oltre 35.000 unità all'anno e le distribuisce in 105 Paesi a clienti del calibro di Airbus, Accor Hotels, Banca d'Italia, Zoo di Londra, Carlsberg Group, Four Seasons Hotels and Resorts, Atelier Louis Vuitton e IKEA.

Giovanni Bianco, area sales manager DIHR, dichiara che l'azienda ha "adottato una filosofia green", scegliendo di utilizzare energia da fonti rinnovabili (idroelettrica, eolica, solare e da biomasse) per ridurre l'impatto dei processi di produzione in termini di emissioni di carbonio e

tutelare le risorse ambientali.

I sistemi HDR e HDRF (recuperatore termico e asciugatura combinati) sono tecnologie che permettono a DIHR di fornire soluzioni rispettose dell'ambiente. "Abbiamo sviluppato il sistema combinato di recupero del calore e asciugatura per dar vita a una soluzione che permettesse di risparmiare contemporaneamente acqua ed energia", spiega Bianco.

"Le tecnologie integrate nel nostro sistema pluribrevettato HDR consentono di ridurre fino al 50% la quantità di detergente normalmente impiegata per il lavaggio. Il sistema riduce anche l'acqua fredda in ingresso necessaria per mantenere la temperatura corretta nelle

vasche di prelavaggio", prosegue.

"Non viene sprecato un solo litro d'acqua, con una conseguente riduzione del 50% del consumo di detergente. È possibile alimentare la lavastoviglie anche con acqua fredda riducendo i costi di funzionamento. Per riscaldare l'acqua utilizzata per il risciacquo occorre meno potenza. Anche la condensazione del vapore e la temperatura dell'aria diminuiscono, garantendo il benessere di chi lavora in cucina", afferma Bianco.

Il risparmio energetico si ottiene dall'isolamento termico, che permette di recuperare il vapore prodotto all'interno della lavastoviglie, e dalla minore potenza assorbita. Da tempo DIHR ha ridotto la potenza installata

nei propri sistemi mantenendo le prestazioni di asciugatura.

Monitoraggio delle prestazioni

"Il sistema HDR sfrutta il calore che verrebbe altrimenti disperso nell'ambiente di lavoro per preriscaldare l'acqua e l'aria in ingresso utilizzate, rispettivamente, per il risciacquo e l'asciugatura. Il sistema utilizza l'energia prodotta dalla macchina quando in funzione, comportandosi quasi come un'unità ad alimentazione autonoma", afferma Bianco.

L'opzione Connectivity, inoltre, consente ai clienti di monitorare le prestazioni delle macchine, anche a distanza. "La connettività è un fattore trainante per le cucine

professionali", spiega Bianco.

"I clienti possono accedere a un portale web sicuro che permette di visualizzare le attrezzature connesse e di controllarle e monitorarne lo stato in tempo reale.

"È possibile esaminare un report giornaliero dell'attività, con tutti gli eventi relativi alla lavastoviglie indicati in una scheda dettagliata. Il tecnico e l'utente finale possono tenere sotto controllo ogni aspetto della macchina, compresa la data della prossima manutenzione ordinaria. È inoltre possibile personalizzare il sistema di connettività DIHR e integrarlo negli eventuali sistemi centralizzati utilizzati per la gestione delle cucine". ■

Ambiente pulito, stoviglie brillanti

Il lavaggio in lavastoviglie è più efficiente e meno dannoso per l'ambiente rispetto al lavaggio a mano. Al meglio delle sue performance, una lavastoviglie professionale di ultima generazione ha tutte le carte in regola per diventare una risorsa, come dimostra l'ultima novità Kromo. **Rafaëlle Allot** ne parla con Isobel Clark



TECNOLOGIA INNOVATIVA
La possibilità di controllare impostazioni e funzioni a distanza semplifica la vita degli operatori, afferma Rafaëlle Allot, area sales manager di Kromo

Una lavastoviglie che assicura bicchieri brillanti e stoviglie splendide è essenziale in ogni attività ristorativa. Ma basta andare più a fondo nei meccanismi di questo ingegnoso macchinario per scoprire come, in realtà, faccia molto più che lavare e risciacquare. Kromo, azienda produttrice di lavastoviglie e lavaoggetti parte del Gruppo Ali, è tra i pionieri del settore e ha dedicato gli ultimi 30 anni a costruire la propria reputazione su scala mondiale. Oggi, infatti, l'azienda esporta in circa 100 paesi e tutti i suoi prodotti sono realizzati in Italia all'insegna dell'innovazione e dell'intensa attività di R&D.

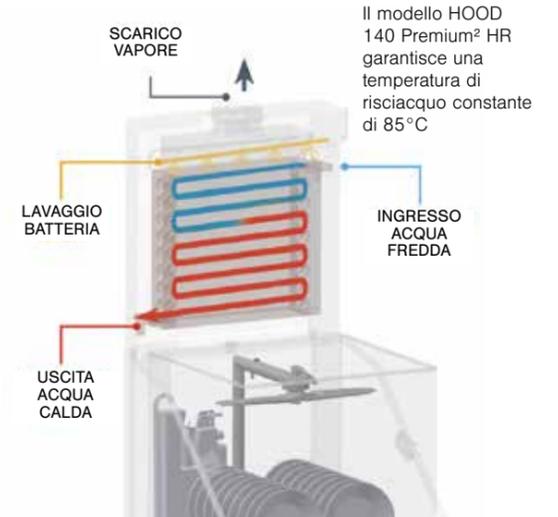
Nuova e migliorata
Il modello Kromo Hood 140 Premium² HR, da poco lanciato sul mercato, rappresenta l'evoluzione del modello standard proposto dall'azienda grazie a miglioramenti come: la riduzione della dispersione termica oraria e l'abbassamento della temperatura dell'aria in uscita fino a 25 °C (contro i precedenti 55 °C), che contribuiscono a garantire una maggiore vivibilità dell'ambiente di utilizzo.

Rafaëlle Allot, area sales manager di Kromo, spiega inoltre che, se si alimentano entrambi i modelli con acqua fredda, l'HD 140 Premium² HR "è in grado di sfruttare il vapore prodotto dalla macchina per preriscaldare l'acqua prima che arrivi nel boiler". Riesce quindi a "raggiungere la temperatura giusta più rapidamente di quanto possa fare un modello base alimentato con la stessa acqua". Questo aumenta il rendimento, permettendo di passare da 34 a 55 cesti all'ora.

L'azienda ha deciso di affrontare il problema dell'aumento dei costi energetici muovendosi verso una maggiore sostenibilità. Secondo Allot, "risparmiare 6 kW per ogni ora di utilizzo significa risparmiarne centinaia ogni settimana e migliaia ogni anno: l'investimento si ammortizza quindi nel giro di pochi mesi".

A tutto ciò si aggiunge il sistema di risciacquo brevettato Plus. "Quest'ultimo preleva acqua dal boiler e, grazie a una pompa di risciacquo, garantisce una pressione corretta per il normale funzionamento e per i getti di risciacquo, indipendentemente dalla pressione e dalla temperatura dell'acqua di alimentazione". Allot aggiunge che il boiler si riempie nuovamente solo al termine del ciclo di risciacquo per evitare la miscelazione di acqua fredda e riscaldata garantendo, così, una temperatura uniforme di 85 °C.

In base allo standard europeo EN 1717, questo sistema è classificato come "sistema a massima efficacia, di categoria AA", e impedisce la contaminazione dell'acqua potabile in seguito a fenomeni di reflusso nella rete idrica principale.



Il modello HOOD 140 Premium² HR garantisce una temperatura di risciacquo costante di 85 °C

“L'INVESTIMENTO SI AMMORTIZZA NEL GIRO DI POCHI MESI”

Rafaëlle Allot

Il feedback dei clienti

Allot sottolinea che la comunicazione con i clienti e l'attenzione con cui questi ultimi condividono le proprie esperienze sono cruciali per il successo dell'azienda. "Gli eventi di formazione nella nostra sede, sia sul fronte delle vendite sia su quello tecnico, sono un ottimo momento per confrontarci e capire cosa si aspettano i clienti". È un esercizio che aiuta Kromo a rivalutare il livello delle prestazioni e dell'assistenza tecnica.

La possibilità di controllare impostazioni e funzioni da remoto grazie a una tecnologia all'avanguardia semplifica il lavoro dei tecnici. L'assistenza tramite il portale online permette ai tecnici di controllare un allarme, impostare le temperature, i tempi dei cicli e le dosi dei detergenti senza eseguire un sopralluogo. "I tecnici evitano così di percorrere centinaia di chilometri per una semplice verifica allarmi o una lieve modifica al sistema di dosaggio", dichiara la responsabile vendite.

Inoltre, accedendo al portale online i clienti possono avere la certezza che i loro dati sono al sicuro, poiché la policy di riservatezza copre i loro nominativi, i numeri di serie e i dati relativi a interventi di assistenza e ricambi.

Guardando al futuro, Kromo è pronta a continuare a investire in R&D per soddisfare le aspettative in continua evoluzione dei clienti: un programma che finora ha sicuramente dato ottimi risultati. ■

BRAND FOCUS



3
Grazie all'alto livello di automazione delle linee di produzione, Kromo produce una macchina ogni tre minuti

100+
Le lavastoviglie Kromo sono distribuite in oltre 100 Paesi in tutto il mondo

148
Kromo produce 148 modelli, dalle lavabicchieri compatte alle grandi macchine a nastro

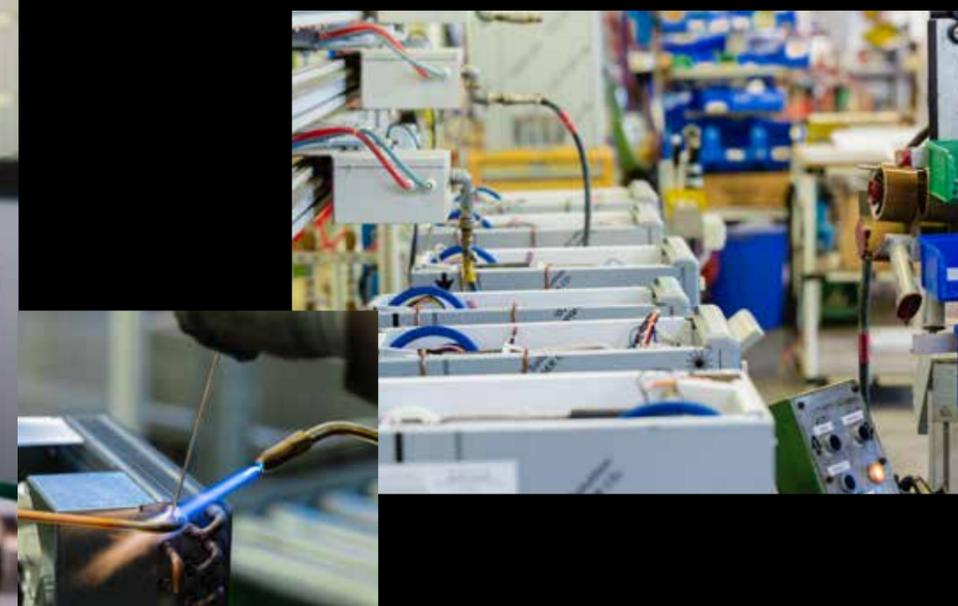
kromo-ali.com

Connessioni "cool"

Gli operatori della ristorazione in cerca di soluzioni smart per la produzione di ghiaccio resteranno colpiti dall'ultima linea Icematic e dalla sua nuova app pensata per rispondere alle esigenze diversificate di un ampio ventaglio di operatori, come spiega **Paolo Dalla Tor** a Isobel Clark



Paolo Dalla Tor di Icematic (a sinistra) afferma che l'intuitiva interfaccia dell'app My Ice rappresenta un grande vantaggio per gli operatori di settore



Due anni fa Icematic, azienda produttrice di macchine per il ghiaccio del gruppo Castel MAC, ha ripensato le sue linee puntando sulla tecnologia di ultima generazione.

Grazie agli oltre quarant'anni di presenza nel settore, la notorietà e il successo del brand non sono mai stati in discussione; anzi, proprio grazie all'esperienza, l'azienda ha compreso la necessità di ripensare le macchine partendo dalle esigenze del cliente. "Dovevamo trovare una nuova idea che permettesse al cliente di adattare la macchina alle proprie esigenze stagionali di produzione, in base a consumi e utilizzo", spiega Paolo Dalla Tor, responsabile R&D Icematic.

È così che abbiamo iniziato a pensare come raggiungere i nuovi obiettivi: una delle prime sfide era sostituire le diverse piattaforme elettroniche esistenti con una soluzione unica. Il team R&D ha quindi lavorato alla creazione di una nuova app e un nuovo software, elaborando, parallelamente, i progetti dei modelli revisionati e avviando le procedure relative ai brevetti e alle certificazioni dei prodotti.

Grazie alle tecnologie più innovative, le macchine per il ghiaccio sono ora disponibili anche con il più ecologico gas R-290. La gamma prodotti si è ampliata con soluzioni che permettono di ridurre i consumi con performance di produzione invariate, se non addirittura migliorate.

Oltre al rinnovamento del

design, laddove possibile, sono stati anche unificati i componenti delle diverse linee, riducendo così i costi di assistenza. Ad esempio, gli evaporatori sono ora protetti da una nuova applicazione dotata di certificazione NSF per contribuire a ridurre eventuali contaminazioni da metalli.

"I macchinari con raffreddamento ad acqua sono provvisti di condensatori ad alta efficienza, che riducono il consumo di acqua rispetto ai vecchi modelli", spiega Dalla Tor.

I componenti chiave delle macchine per il ghiaccio sono protetti dall'accumulo di calcare così come dai più aggressivi prodotti anticalcare grazie all'applicazione dell'innovativo trattamento nanotecnologico firmato Rainbow tech.

"IL VANTAGGIO STA NEL FATTO CHE LE SOLUZIONI A CUI LA NUOVA APP APRE LA STRADA SONO AMPIE E ACCESSIBILI A TUTTI, SIA ALLE ATTIVITÀ PIÙ GRANDI, SIA A QUELLE PIÙ PICCOLE"

"Quest'ultimo ha anche un'azione antibatterica, riducendo il rischio di contaminazione del ghiaccio", prosegue il responsabile R&D.

Il modello italiano di Industria 4.0, che si riscontra soprattutto in realtà come le catene della grande distribuzione, può trainare un "aumento dell'efficienza, che nasce dalla riduzione degli sprechi di risorse e prodotti", aggiunge Dalla Tor.

"Le soluzioni a cui la nuova app apre la strada sono ampie e accessibili a tutti, sia alle attività più grandi, sia a quelle più piccole". Ci impegniamo ad ascoltare e soddisfare ogni richiesta dei nostri clienti, che spaziano dai piccoli bar ai grandi ristoranti, dai panifici locali alle catene della grande

distribuzione", aggiunge.

Dopo due anni di duro lavoro, Dalla Tor ha rivelato la vera grande novità del 2022: quattro nuove linee di fabbricatori di ghiaccio.

Un'app per soddisfare ogni esigenza

L'app My Ice permette di collegarsi alle macchine di tutte le nuove linee e di eseguire alcuni interventi senza l'intervento di un tecnico. Basta un tocco per impostare dimensione dei cubetti, livello di umidità e quantità di scorte o per avviare un ciclo di sanificazione o lavaggio specificando la durezza dell'acqua. "Grazie all'interfaccia intuitiva, l'app diventa un valido assistente che affianca quotidianamente l'utente",

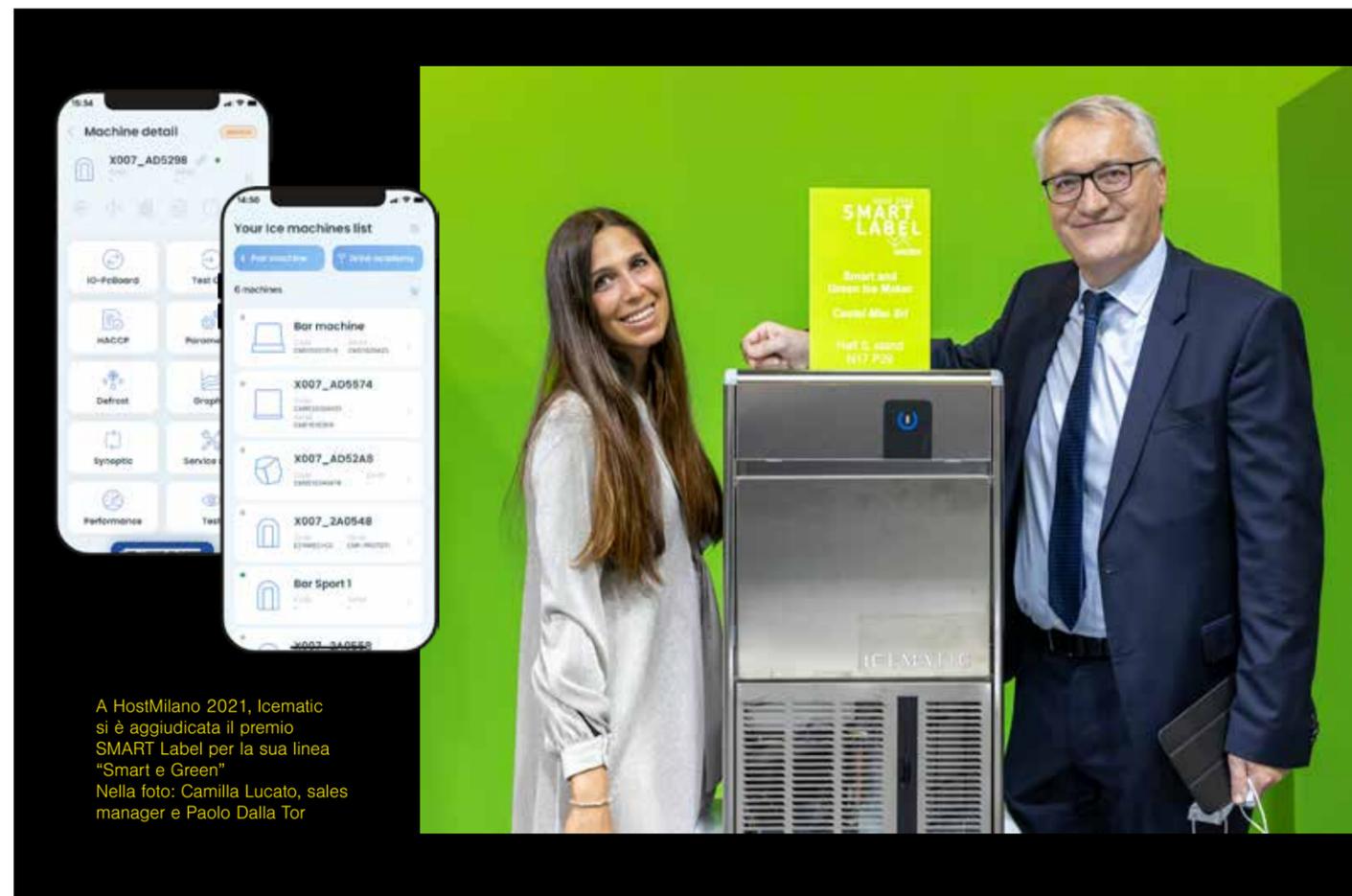
"OFFRIAMO LA POSSIBILITÀ DI CONNETTERE LE MACCHINE ATTRAVERSO BLUETOOTH E CLOUD PER MONITORARNE LO STATO, ANCHE A DISTANZA"

aggiunge Dalla Tor.

Non preoccuparsi del costo del tecnico o cercare soluzioni alternative per gestire problemi come allarmi e interventi di manutenzione permette di risparmiare tempo e denaro.

"I clienti non dovranno più adattarsi alla macchina, sarà la macchina ad adattarsi alle loro esigenze", spiega il responsabile R&D.

La nuova macchina è pensata all'insegna della sostenibilità ed è in grado di "produrre una quantità predefinita di ghiaccio a una data ora e giorno, consente di risparmiare energia e acqua e migliorare la qualità del ghiaccio impedendo che si verifichino fenomeni di fusione". Produzione del ghiaccio programmabile, ghiaccio più sicuro grazie ▶



A HostMilano 2021, Icematic si è aggiudicata il premio SMART Label per la sua linea "Smart e Green". Nella foto: Camilla Lucato, sales manager e Paolo Dalla Tor



Il trattamento nanotecnologico Rainbow tech® protegge le macchine per il ghiaccio Icematic dall'accumulo di calcare



UNO STRETTO RAPPORTO CON I CLIENTI

Alberto Canton, chef e proprietario del famoso ristorante Bocon Divino a Camposampiero nei pressi di Padova, ci parla della sua lunga collaborazione con Icematic.

Ci parli della sua attività: cosa lo distingue dalla concorrenza?

Lavoro con Icematic da più di 30 anni e ho avuto macchine di diverse dimensioni (a seconda della quantità di ghiaccio necessaria) in ogni tipo di attività, dal bar alla birreria, persino a casa, e naturalmente, anche oggi nel mio ristorante.

Cosa apprezza di più dei prodotti Icematic? Perché sono la scelta giusta per i suoi locali?

Perché ha sempre le macchine giuste per ogni esigenza, durano nel tempo e producono ghiaccio cristallino perfetto da utilizzare nei cocktail, nella glacette o persino da immergere in un pregiato vino frizzante.

Quali sono nello specifico le caratteristiche della nuova linea di prodotti Icematic che le interessano di più e in che modo tornano utili alla sua attività?

Ritengo che la nuova gamma Icematic sia frutto di anni di esperienza. Si tratta di macchine veloci ed efficienti che non ti abbandonano mai. Un elemento davvero cruciale è il fatto che sono facili da utilizzare, sia per me sia per i miei collaboratori.

Perché Icematic è l'azienda giusta da scegliere?

Perché è affidabile: è un marchio storico e destinato a lunga vita.



alla sanificazione con ozono, riduzione degli sprechi e dei consumi di energia e acqua: attraverso queste novità, Icematic è in grado di soddisfare le esigenze di piccoli ristoranti, supermercati, hotel e aziende della grande distribuzione.

Inoltre, grazie all'appartenenza ad Ali Group, Icematic può beneficiare di una piattaforma cloud condivisa tra le aziende del Gruppo, il cui ulteriore sviluppo futuro consentirà l'integrazione di molti dispositivi diversi. "Offriamo contemporaneamente la possibilità di connettere le macchine attraverso bluetooth e cloud, così da poterle monitorare costantemente lo stato, anche a distanza", spiega Dalla Tor. "Il sogno di una cucina connessa non è lontano".

Un evento improntato allo scambio di idee

La fiera internazionale HostMilano è organizzata da Fiera Milano e ospita una serie di espositori, eventi e contest dedicati al settore della ristorazione e dell'ospitalità. Offre ai professionisti un quadro delle tendenze del settore e rappresenta un punto d'incontro e confronto per tutta la filiera.

"Il motivo principale che ci ha spinto a partecipare è l'occasione di presentare a un pubblico ampio idee e soluzioni basate sul risparmio energetico e sulla sostenibilità ambientale", racconta Dalla Tor.

Il design e l'innovazione sono tenuti in grande considerazione a HostMilano, al punto che gli organizzatori, in collaborazione

"IL PREMIO RAPPRESENTA UNA CONFERMA CHE ARRIVA DALLE VOCI PIÙ AUTOREVOLI DEL SETTORE E CI DICE CHE ABBIAMO PRESO LE DECISIONI GIUSTE"

con POLL.design, mettono in palio una serie di riconoscimenti denominati SMART Label.

Prodotti e progetti vengono premiati per la funzionalità, le tecnologie utilizzate, la sostenibilità o le implicazioni sociali ed etiche. Lo scorso anno Icematic è salita sul podio portando a casa il premio SMART Label per la sua macchina "Smart e Green".

Dalla Tor riflette sulla conclusione di un progetto portato a termine nel modo migliore, pur consapevole del lavoro da continuare a fare: "il premio è importante, ma è anche il primo passo di un lungo viaggio e rappresenta una conferma che arriva dalle voci più autorevoli del settore; ci dice che abbiamo preso le decisioni giuste". ■

BRAND FOCUS

ICEMATIC
BE COLD WITH STYLE

1963

Icematic è una divisione di Castel MAC Srl fondata nel 1963

107

L'azienda esporta in oltre 100 Paesi

ISO 9001

Icematic ha ricevuto nel 1995 la certificazione ISO 9001, a testimonianza del suo impegno sul fronte della qualità

icematic.eu

04 Innovazione

Chiara Favero, general manager, e Paolo Dalla Tor responsabile R&D, raccontano a Victoria Green come le soluzioni per la refrigerazione, l'abbattimento e le celle fermalievitazione targati Tecnomac stiano aprendo le porte a nuovi mercati grazie alla loro versatilità e alla connettività



Parola d'ordine: versatilità



Tecnomac è specializzata in sistemi di refrigerazione e fermalievitazione: soluzioni ad alte prestazioni che uniscono efficienza e ridotto consumo energetico. L'azienda, entrata a far parte di Ali Group nel 2013, esporta in oltre 100 Paesi. "Dalle Americhe all'Estremo Oriente, sono migliaia i clienti che apprezzano la qualità dei nostri prodotti e vedono in noi un partner affidabile", afferma il general manager Chiara Favero.

In occasione di HostMilano 2021, Tecnomac ha presentato il nuovo logo. La "E" nel nome è stata modificata per richiamare la scala graduata di un termometro: una nota che riflette l'attenzione al dettaglio dell'azienda. "Molte nostre macchine abbinano un comando per impostare la temperatura del freddo desiderata con un comando per il caldo", spiega Favero. "Questa versatilità ci permette di soddisfare le aspettative degli operatori in qualsiasi settore e di personalizzare i prodotti".

"La flessibilità è il nostro punto di forza", aggiunge. "Ci rende il partner ideale per progetti complessi e in ogni contesto in cui la qualità del prodotto è fondamentale. Ogni giorno ci impegniamo ad ottenere il meglio in termini di innovazione e qualità. La soddisfazione del cliente è la nostra priorità".

Connettività di ultima generazione

Il nostro approccio si riflette nell'ultima novità: la nuova linea di celle fermalievitazione "Planner Lev". Il pannello comandi touch da 7" permette di regolare il processo di fermalievitazione attraverso un'unica scheda di controllo.

"Tutti i componenti dei nuovi macchinari consentono di regolare il raffreddamento, il riscaldamento, l'umidità e la velocità dell'aria, che nei modelli precedenti era possibile solo attivare o disattivare", dichiara il responsabile R&D Paolo Dalla Tor. "La regolazione personalizzata favorisce anche il risparmio energetico e idrico durante la fase di umidificazione".

Inoltre, questo sistema può essere adattato ad applicazioni diverse dalla pasticceria e panificazione, come l'essiccazione della frutta,



La testimonianza di un cliente: Perotti Forneria

A Brescia, Perotti Forneria utilizza da 30 anni i prodotti Tecnomac. Ha iniziato utilizzando abbattitori e congelatori quando l'elevata richiesta dei clienti rendeva impossibile soddisfare la domanda.

"I prodotti Tecnomac sono estremamente intuitivi", dichiara Roberto Perotti, proprietario della panetteria e presidente dell'associazione di panificatori e pasticceri Richemont Club Italia. "Sono di grande aiuto per la mia attività, perché la tecnologia del freddo mi permette di organizzare in modo efficiente il lavoro notturno". Perotti aggiunge che, senza le macchine Tecnomac, dovrebbe assumere altre persone per i turni di notte.

La nuova linea di celle fermalievitazione si distingue soprattutto per "il touch screen davvero intuitivo e facile da usare", spiega Perotti. "Le opzioni sono così tante che si trova sempre quella giusta per ogni prodotto".

"Anche l'assistenza clienti dell'azienda è un punto di forza", aggiunge Roberto. "È disponibile a qualsiasi ora per risolvere qualunque problema: in questo lavoro è un fattore molto importante".

"ABBIAMO INTRODOTTO UN MAGGIOR NUMERO DI FUNZIONI DI PROGRAMMAZIONE PER AMPLIARE IL CAMPO DI UTILIZZO ED ENTRARE IN NUOVI MERCATI"

Paolo Dalla Tor

la produzione di yogurt o la stagionatura degli insaccati.

"Abbiamo introdotto un maggior numero di funzioni di programmazione per ampliare il campo di utilizzo ed entrare in nuovi mercati", afferma Dalla Tor. "Le innovative funzioni di connettività ci permetteranno di promuovere i nostri prodotti su scala globale e di integrarli in sistemi più complessi".

Dalla Tor è orgoglioso di come questa multifunzionalità anticipi le esigenze dei clienti. "Le soluzioni precedenti non hanno mai anticipato i bisogni del mercato", spiega. "Hanno avuto successo nel settore della panificazione e pasticceria, ma non potevano affermarsi in altri settori". ■

Controllo totale a portata di mano

La linea Planner Lev ha una serie di funzioni gestibili da un unico pannello comandi da 7".

"Le principali innovazioni introdotte nella linea sono due", spiega Dalla Tor. La connettività per l'Industria 4.0 consente l'integrazione con un'ampia gamma di sistemi per la gestione della cucina, mentre la programmazione flessibile permette di utilizzare i macchinari per fare molto più che arrestare semplicemente la lievitazione dell'impasto.

"Il controllo di temperatura, umidità e ventilazione sta assumendo una rilevanza sempre maggiore anche in altri settori, come i processi di stagionatura di insaccati e formaggi", dichiara Dalla Tor. "La nuova scheda di controllo consente all'utente di programmare cicli personalizzati, ampliando così gli orizzonti d'uso dei macchinari".



BRAND FOCUS
TECNOMAC
our technology, your taste

35+ Tecnomac supporta i suoi clienti con oltre 35 anni di esperienza

2013 Tecnomac è entrata a far parte di Ali Group dieci anni fa, nel 2013

ISO 9001 L'impegno di Tecnomac nel fornire prodotti di qualità è stato riconosciuto a livello globale con il rilascio della certificazione ISO 9001

tecnomac.eu

04 Innovazione

Sapori perfetti



Secondo il pluripremiato pastry chef **Frédéric Hawecker**, BLUE CHEF, l'ultimo abbattitore firmato CFI, aiuta i produttori artigianali a preservare i sapori migliorando la sicurezza alimentare

Frédéric Hawecker è un noto pasticciere e cioccolatiere francese. Nel 2019, la sua azienda è stata premiata con l'Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), un riconoscimento con cui la Francia premia le aziende che si sono distinte per l'eccellenza del loro know-how in termini di tradizione e innovazione. Hawecker utilizza la tecnologia di CFI, a suo avviso perfetta per esaltare sapore e consistenza di prelibatezze come praline, macaron, pasticceria mignon, crostate, gelati e torte.

“La ventilazione è ideale”, spiega, entusiasta di avere la certezza che i prodotti non si deterioreranno né seccheranno. Anche l'uniformità della temperatura è all'altezza delle aspettative. “Non si forma ghiaccio, la temperatura è omogenea e priva di fluttuazioni, non secca i prodotti. Abbiamo visto che con alcune macchine, se utilizzate spesso, la temperatura sale fino a -15°C. Con BLUE CHEF, invece, resta a -19,5°C, anche se apriamo spesso lo sportello. Al mattino, quando estraiamo i prodotti, bastano 10 minuti e tutto funziona regolarmente: la macchina non ha problemi a tornare alla giusta temperatura”.

Dal punto di vista estetico, il nuovo design facilita la pulizia e Hawecker apprezza l'intuitività del nuovo comando V-TOUCH. “Serve a gestire il ciclo e ha il vantaggio di offrire una visualizzazione immediata: si vede subito a colpo d'occhio la temperatura”, afferma.

Reagire alla pandemia

Il progetto per lo sviluppo dell'ultimo abbattitore CFI è iniziato a giugno 2020, pochi

mesi dopo la prima ondata di COVID-19. Sébastien Audras, marketing manager dell'azienda (sotto), spiega come la pandemia abbia influito sullo sviluppo di BLUE CHEF. L'azienda si è infatti trovata alla prese con non poche sfide: dall'assenza del personale alla difficoltà nel reperire componenti elettronici provenienti dal mercato asiatico.

“La fase di R&D è durata sei mesi e ad aprile 2021 è stato lanciato il primo prototipo”, racconta. “Il prodotto è stato installato dal primo cliente a luglio 2021; abbiamo eseguito un test prima di avviare la produzione in serie. Prima del lancio (a febbraio 2022) anche altri due modelli sono stati testati 'sul campo' dagli utenti. Il progetto si è quindi concluso dopo un anno e mezzo: un risultato soddisfacente, considerando tutto ciò che è accaduto nel mondo in questo arco di tempo”.

Il team è orgoglioso di BLUE CHEF. Sono stati introdotti miglioramenti al comando touch e al sistema di ventilazione, oltre che sul piano della costruzione e dell'ergonomia. L'evaporatore è più efficiente e compatto, mentre la nuova struttura consente di accedere più facilmente ai componenti fondamentali. I pannelli sono progettati per migliorare i punti di collegamento ed evitare quindi le perdite, rendendo la macchina più efficiente del 10% e riducendo il consumo energetico. Il touch screen permette di accedere alle funzioni di manutenzione o supervisione con tutti i vantaggi della connettività.

Come Hawecker (in alto a destra) ha potuto verificare in prima persona, BLUE CHEF è un ottimo prodotto per il settore a cui è destinato.

“BLUE CHEF è pensato per i pastry chef, i quali sanno



“I PASTRY CHEF SANNO BENE COME UN BUON CICLO DI ABBATTIMENTO POSSA AIUTARE A PRESERVARE IL GUSTO E L'ASPETTO DELLE LORO CREAZIONI”

Sébastien Audras

bene come un buon ciclo di abbattimento possa aiutare a preservare al meglio il gusto e l'aspetto delle loro splendide creazioni”, dichiara Audras. “I professionisti del settore sanno che l'aspetto dei loro dolci influenza le vendite. Preservarne quindi l'aspetto e il gusto ed essere in grado di produrli in anticipo rappresentano indiscussi vantaggi.

Un aspetto importante del successo di BLUE CHEF è il design che coniuga forma e funzione. La struttura esterna è la stessa del modello BLUE MOON, la linea di armadi ferialievitazione di CFI”, spiega Audras.

“Abbiamo scelto con attenzione forme e colori, ma volevamo che fosse evidente la robustezza della struttura, per cui abbiamo optato per cerniere metalliche e maniglie resistenti. Sappiamo che questi componenti sono quelli più sollecitati e i clienti non vogliono che gli elementi di uso quotidiano sembrino fragili”.

Audras è entusiasta dei feedback del mercato. “Abbiamo presentato il prodotto durante la fiera parigina dedicata al mondo della pasticceria e della panificazione: i visitatori hanno apprezzato molto BLUE CHEF”, racconta. “Le prospettive sono ottime. È un prodotto che contribuirà a rendere i prodotti artigianali più sani, più sicuri e anche più redditizi”. ■

BRAND FOCUS



1979

CFI è stata fondata nel 1979 in Francia, a Lavaveix-les-Mines

2004

L'azienda si è unita a Pavailler e Bertrand Puma nel 2004

2007

Tre anni dopo l'intero gruppo, denominato SEBP, è entrato a far parte di Ali Group froid-cfi.fr



Falcon



Il futuro green della ristorazione

Con una nuova linea di forni a convezione, un piano a induzione e una serie di prodotti alimentati a idrogeno, Falcon Foodservice Equipment è all'avanguardia nel campo della sostenibilità. **Douglas MacLachlan** spiega perché l'approccio green è un valore fondamentale per l'azienda

Le origini di Falcon Foodservice Equipment risalgono a oltre 200 anni fa. Fondata nel 1819 a Falkirk, in Scozia, con il nome di Falkirk Iron Company, l'azienda nacque come fonderia per la realizzazione di svariati prodotti in ghisa, dai lampioni alle ringhiere. A metà '800, con la produzione del primo piano cottura, diede inizio a una lunga storia di innovazione che continua tuttora.

Oggi, parte di AFE Group, a sua volta parte di Ali Group, l'azienda ha sede nella località di Stirling, nel cuore della Scozia.

"Per rimanere nel mercato per ben due secoli, ci siamo evoluti per soddisfare le esigenze dei clienti di oggi e di domani", afferma Douglas MacLachlan, direttore tecnico di Falcon. "Abbiamo ascoltato i nostri clienti lavorando a stretto contatto con gli organismi del settore per continuare a realizzare prodotti innovativi,

affidabili, ad alte prestazioni e convenienti per l'utilizzo attuale e futuro".

Comprendere le necessità dei clienti oggi significa mettere la sostenibilità al primo posto, ed è esattamente ciò che ha fatto Falcon con la sua nuova gamma di forni a convezione, un nuovissimo piano a induzione e una serie di prodotti alimentati a idrogeno.

"I nostri nuovi prodotti nascono dalla consapevolezza che l'efficienza energetica e la riduzione dell'impatto ambientale sono temi di importanza ormai imprescindibile in ogni settore. Avevamo quindi bisogno di un maggior numero di prodotti che aiutassero gli operatori desiderosi di migliorare le performance in questo ambito", spiega MacLachlan.

Oltre le convenzioni

La cucina di Falcon dedicata allo sviluppo dei prodotti è stata utilizzata per testare i quattro nuovi modelli di forni ▶

"I NOSTRI NUOVI PRODOTTI NASCONO DALLA CONSAPEVOLEZZA CHE L'EFFICIENZA ENERGETICA E LA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE SONO TEMI DI IMPORTANZA ORMAI IMPRESCINDIBILE IN OGNI SETTORE"

Douglas MacLachlan

A sinistra: Douglas MacLachlan, direttore tecnico di Falcon Foodservice Equipment

a convezione, caratterizzati da due diverse dimensioni, comandi manuali e digitali e una serie di caratteristiche che li rendono adatti a qualsiasi cucina, a vista o nascosta.

“La continua evoluzione del settore della ristorazione e dell’ospitalità aumenta la domanda di cucine e servizi”, afferma MacLachlan. “L’integrazione della nostra gamma esistente di forni a convezione sembrava la strada migliore per aiutare il settore ad affrontare queste sfide a testa alta. I nuovi modelli hanno dimensioni ridotte, sono più flessibili e possono essere posizionati ovunque”.

“Abbiamo un team di ingegneri che lavora fianco a fianco con il nostro chef responsabile dello sviluppo prodotti per ideare forni

efficienti, sia dal punto di vista delle prestazioni, sia da quello dei consumi energetici”, aggiunge.

Due modelli sono dotati di un sistema di comando digitale per un controllo più preciso della temperatura: uno è dotato di una ventola bidirezionale per distribuire il calore in modo più uniforme all’interno della camera, mentre l’altro ha una camera più piccola con un deflettore migliorato per creare una distribuzione del calore uniforme. I modelli FE3D e FE4D possono essere inoltre collegati alla “Connected Kitchen” di Falcon, che consente di monitorare il consumo di energia e le modalità di utilizzo. Anche il nuovo piano a induzione fa parte della Connected Kitchen e coniuga l’usabilità, la versatilità e la

“L’INTEGRAZIONE DELLA NOSTRA GAMMA ESISTENTE DI FORNI A CONVEZIONE SEMBRAVA LA STRADA MIGLIORE PER AIUTARE IL SETTORE AD AFFRONTARE QUESTE SFIDE A TESTA ALTA”

Douglas MacLachlan

potenza di un solido piano cottura a gas con l’efficienza energetica, il maggiore controllo, la facilità di pulizia e la sicurezza della tecnologia a induzione. È caratterizzato da molteplici zone con forme e dimensioni diverse, con potenze nominali da 7,5 kW a 3 kW, per consentire l’uso di ogni tipo di recipiente: da una pentola grande da 49 litri e 400 mm di diametro fino a una piccola casseruola da 0,5 litri e 140 mm di diametro.

“Le zone hanno livelli di potenza regolabili per riscaldare rapidamente il cibo nelle zone più grandi e quindi trasferire la pentola o la padella in una zona più piccola mantenendolo in caldo”, afferma MacLachlan. “Questo consente più flessibilità e meno consumi di energia”.

“L’induzione è la tecnologia più efficiente dal punto di vista energetico, ma i tradizionali modelli a zone circolari presentano limiti e non assicurano la flessibilità necessaria di cui molti ristoranti affollati hanno bisogno”, aggiunge.

L’idrogeno all’orizzonte

Per Falcon, sostenibilità non significa soltanto perfezionare le tecnologie esistenti, ma anche compiere passi coraggiosi verso il futuro. Nel Regno Unito, circa l’80% del calore viene prodotto dal gas e la rete elettrica esistente non ha la capacità necessaria per assorbitare il passaggio su larga scala dal gas all’elettrico. Oggi, le aziende nel campo della ristorazione hanno la possibilità di passare a un gas a zero emissioni di carbonio - l’idrogeno - con interruzioni minime della loro attività.

Falcon ha creato una nuova gamma di prodotti alimentati a idrogeno, tra cui una variante della pluripremiata serie Dominator Six Burner G3101, oltre a piastre, griglie e friggitorici, tutti progettati per essere utilizzati con o senza collegamento alla rete elettrica.

Gli operatori della rete del gas stanno ora collaborando con il governo inglese e l’autorità di regolamentazione OFGEM per decarbonizzare la rete del gas; stanno inoltre istituendo reti pilota di idrogeno parallelamente all’aumento della produzione di idrogeno a basse emissioni di carbonio.

“La disponibilità di attrezzature a idrogeno in questa fase iniziale è essenziale per il proseguimento dei progetti pilota”, afferma MacLachlan. “Sono molti i vantaggi per le attrezzature destinate alla ristorazione. Si tratta infatti di un metodo di cottura a umido, a differenza della cottura elettrica che avviene a secco”.



BRAND FOCUS



200+ anni

Falcon è stata fondata nel 1819 a Falkirk, in Scozia, con il nome di Falkirk Iron Company

ISO 9001: 2015

I prodotti Falcon sono realizzati nel rispetto della certificazione ISO 9001:2015 riconosciuta a livello internazionale

ISO 14001

Falcon è stata tra le prime aziende produttrici di attrezzature a ricevere la prestigiosa certificazione ISO 14001

falconfoodservice.com

“LA DISPONIBILITÀ DI ATTREZZATURE A IDROGENO IN QUESTA FASE INIZIALE È ESSENZIALE PER IL PROSEGUIMENTO DEI PROGETTI PILOTA”

Douglas MacLachlan

Rendere la tecnologia esistente più ecologica guardando al futuro è ciò che Falcon sa fare meglio

“Durante la cottura su un piano a idrogeno a 6 fuochi, si è visto immediatamente come la distribuzione del calore sia più uniforme e i tempi di riscaldamento e di ebollizione ridotti”, aggiunge. Inoltre, l’idrogeno è particolarmente comodo per brasare o arrostitire, perché introduce umidità nella camera.

L’introduzione di attrezzature a idrogeno garantirà che la produzione e la fornitura di prodotti a gas non siano esposte a forze di mercato dirimpenti, come ad esempio la preoccupazione degli utenti finali che il gas non sia più disponibile in futuro.

Falcon è certa che questa tecnologia giocherà un ruolo importante nel futuro della ristorazione.

Rendere la tecnologia esistente più ecologica guardando al futuro è ciò che Falcon sa fare meglio e lo dimostra la sua offerta. ■

04 Innovazione



Nel design delle cucine non esistono soluzioni universali. Infatti, la nuova linea M1 Mareno può essere personalizzata in base alle diverse esigenze, come spiega **Adriano Cenedese** a Vicky Coulthard

Una moderna cucina professionale deve essere funzionale per chi la utilizza, ovvero avere una configurazione in grado di seguire il flusso di lavoro, dalla preparazione al servizio, garantendo prestazioni al top. Ovviamente, non esistono due cucine uguali; qualsiasi attrezzatura installata deve essere adattabile oltre che funzionale, soprattutto se lo spazio è limitato.

La linea M1 dell'azienda veneta Mareno è una soluzione di cucina completa, che riunisce forni, attrezzature per la refrigerazione e preparazione in unità modulari adattabili alle esigenze della

cucina stessa. La nuova linea, frutto di test rigorosi e dell'analisi dettagliata dei feedback forniti dai clienti, combina funzionalità, tecnologia e un'eccellente ergonomia.

"Mareno non lancia spesso nuovi prodotti," afferma Adriano Cenedese, general manager di Mareno.

"Pensiamo sia utile lanciare un nuovo prodotto solo dopo averne verificato funzionalità, affidabilità e usabilità dopo molte ore di test. Abbiamo pensato la linea M1 ascoltando i feedback dei nostri clienti in tutto il mondo. Il risultato è interessante sotto diversi punti di vista: sul piano

“PENSIAMO SIA UTILE LANCIARE UN NUOVO PRODOTTO SOLO DOPO AVERNE VERIFICATO FUNZIONALITÀ, AFFIDABILITÀ E USABILITÀ DOPO MOLTE ORE DI TEST”

La linea M1 di Mareno è una soluzione per cucine completa adattabile alle diverse esigenze degli utenti

della funzionalità, abbiamo utilizzato nuovi modelli in grado di fornire prestazioni superiori; sul piano tecnologico abbiamo reso più semplici l'installazione e la manutenzione dei prodotti, proteggendo il più possibile i componenti interni da potenziali sollecitazioni. Infine, per quanto riguarda l'ergonomia, abbiamo reso le nostre cucine belle, comode e facili da pulire", spiega.

Igiene e flessibilità

Il piano di lavoro della linea M1 è studiato ponendo l'igiene al primo posto: è infatti dotato di ▶

ADRIANO CENEDESE FESTEggia 100 ANNI DI STORIA DI MARENO

Le origini di Mareno risalgono al lontano 1922, quando l'azienda venne fondata a Torino dall'imprenditore Domenico Gribaudo con il nome "Gribaudo Domenico Cucine". Nel 1962 la famiglia Gribaudo decise di trasferire l'intera società in una cittadina veneta, Mareno di Piave, da cui prese anche il nuovo nome: "Mareno Industriale".

Il trasferimento si rivelò un importante punto di svolta per la produzione dell'azienda. Fu proprio in quell'anno, infatti, che Mareno decise di dedicarsi interamente al settore delle cucine professionali per la ristorazione.

Negli anni '70 nacquero le divisioni dell'azienda dedicate alle cucine per imbarcazioni (Mareno Marina) e alle cucine da campo e prefabbricate (Mareno Pre-fab System). Dopo un periodo di espansione commerciale, prima in Italia e poi all'estero, nel 1996 Mareno venne acquisita da Ali Group: un momento di trasformazione, caratterizzato da un aumento degli investimenti nella produzione e nel rinnovamento delle linee di prodotti. Si arrivò così alla nascita della linea di cucine modulari Star. Nell'ottobre del 2021 è stata invece lanciata la M1.

"Se dovessi individuare una caratteristica che ha sempre caratterizzato il DNA dell'azienda in un secolo di storia, non avrei dubbi sul fatto che sia la vocazione nel progettare cucine complete: dalle attrezzature di refrigerazione a quelle per la preparazione, dalla cottura alla distribuzione. Inizialmente Mareno produceva un ventaglio completo di prodotti indispensabili per il lavoro degli chef: dai forni ai frigoriferi alle varie attrezzature per cucine modulari. Anche se oggi Mareno non realizza più prodotti così diversi per motivi di specializzazione ed efficienza della produzione, grazie all'aiuto delle altre aziende del Gruppo Ali, l'azienda riesce a imporsi sul mercato con la stessa forza di 100 anni fa, portando a termine ogni progetto con l'affidabilità e la competenza che da sempre caratterizzano il brand Mareno", conclude Cenedese.



ANDREA BORGHI DI "BEBI" RACCONTA UNA PARTNERSHIP VINCENTE

Abbiamo deciso di iniziare a collaborare con Mareno quando, alcuni anni fa, ci siamo trovati di fronte a un bivio: continuare la nostra attività come rivenditori multimarca di cucine professionali di medio livello oppure cambiare strada per dedicarci a impianti e attrezzature di alta gamma, lavorando con standard di qualità superiori? Abbiamo scelto la seconda opzione, una strada che si è rivelata ricca di opportunità.

Fin dall'inizio, Mareno ha formato il nostro personale e ci ha aiutato a sviluppare e progettare layout e proposte dando sempre la priorità alle reali esigenze dei clienti in termini di qualità, flessibilità, redditività e prestazioni, nonostante le attività si trovino a dover sfruttare spazi sempre più limitati e la disponibilità di energia elettrica sia in continua diminuzione.

Il punto di forza di Mareno negli ultimi anni è stato l'abbinamento Power Guardian-MyTutor. Le nostre cucine utilizzano il 50% in meno di energia rispetto a prima, e le performance non deludono mai: le attrezzature comunicano tra loro e le prestazioni sono ottimizzate. Le cucine vengono costantemente monitorate dai nostri tecnici e dal personale della cucina, inviano avvisi per la manutenzione e registrano le temperature utilizzate. La sezione di archiviazione dati HACCP è particolarmente utile e i clienti sono estremamente soddisfatti.

Oltre ai vantaggi già elencati, gli utenti in Italia hanno accesso ad agevolazioni fiscali e possono risparmiare cifre considerevoli recuperando il 40% dell'investimento compiuto e riducendo drasticamente i consumi energetici.



un bordo rialzato anti-fuoriuscite che trattiene eventuali liquidi o residui, impedendo che gocciolino sulle apparecchiature e i relativi comandi. Inoltre, le speciali guarnizioni impediscono la penetrazione dei liquidi e dei residui tra un blocco cottura e l'altro. "Il progetto M1 è costruito intorno a due concetti semplici quanto fondamentali e universalmente apprezzati nella ristorazione: igiene e flessibilità", afferma Cenedese.

"Un elemento importante è indubbiamente il piano di lavoro con bordo anti-fuoriuscite. Le guarnizioni sagomate svolgono una funzione analoga. Sebbene

siano soluzioni semplici, risolvono problemi all'ordine del giorno nelle cucine di tutto il mondo, tornando a valorizzare le soluzioni per cucine modulari, troppo spesso lasciate in disparte a favore di configurazioni monoblocco o piani di lavoro unici, proprio per il timore di un'igiene insufficiente".

I piani di lavoro hanno l'altezza standard di 900 mm e una superficie di preparazione più ampia, senza però ridurre lo spazio disponibile in cucina. Un vano tecnico posteriore accoglie cavi elettrici e tubature di gas e acqua per proteggere le fonti di alimentazione delle

apparecchiature da sporco e danni accidentali. "Il design è stato rivisitato in chiave moderna e minimalista, ma sempre all'insegna della funzionalità", spiega Cenedese.

I vantaggi garantiti della linea M1 a livello tecnico possono essere ulteriormente potenziati con i sistemi per il controllo energetico della cucina Power Guardian e MyTutor. "Il primo consente di ridurre l'energia utilizzata dalle apparecchiature elettriche fino al 43%, mentre il secondo ne monitora il funzionamento, avvisa il centro assistenza in caso di guasti, programma gli interventi

“QUESTE CARATTERISTICHE RISOLVONO PROBLEMI ALL'ORDINE DEL GIORNO NELLE CUCINE DI TUTTO IL MONDO, TORNANDO A VALORIZZARE LE SOLUZIONI PER CUCINE MODULARI”

I sistemi di controllo energetico Power Guardian e MyTutor permettono di potenziare ulteriormente le prestazioni della linea M1

di manutenzione periodica e permette di visionare i dati relativi all'effettivo risparmio energetico nel tempo", dichiara Cenedese.

Visto l'elevato costo dell'energia, che influisce sui costi fissi e sul prezzo finale di ogni piatto, entrambi i sistemi possono contribuire al successo di un'attività di ristorazione. "Permettono di creare un ambiente più sano, con temperature di lavoro migliori e conseguenti risparmi sui costi di aerazione e raffreddamento della cucina stessa", aggiunge Cenedese. "Il risultato? Una cucina intelligente, connessa, sicura e più conveniente". ■

BRAND FOCUS



1922
Nel 2022 Mareno ha festeggiato il 100° anniversario dell'azienda

1996
L'azienda è entrata a far parte di Ali Group 27 anni fa

100%
I prodotti Mareno sono interamente realizzati in Italia
mareno.it



04 Innovazione



La perfezione salva tempo

Con il nuovo forno ventilato a piani e doppia camera, MONO introduce la convezione nel settore della panificazione e panetteria professionale, garantendo un notevole risparmio di tempo ed energia: **Simon Moon** e **Roy Kitley** ne parlano con **Jim Banks**

I tempo è denaro, soprattutto se il prezzo dell'energia è in crescita. La

combinazione di processi di riscaldamento più efficienti e tempi di cottura inferiori è una strategia doppiamente efficace, che riduce i costi e migliora i risultati.

È proprio quello che ha ottenuto MONO con il nuovo forno ventilato a piani e doppia camera. MONO ha una lunga esperienza nello sviluppo di forni a piani, a convezione e a carrello, con cui si è guadagnata una posizione di leadership nel settore delle attrezzature per panetterie e pasticcerie nel Regno Unito.

“Il nostro team di progettisti ha avuto questa idea alcuni anni fa”, afferma Simon Moon, direttore vendite UK di MONO.

“Ci siamo chiesti quali vantaggi avrebbe portato l'integrazione della tecnologia a convezione in un forno a piani tradizionale nell'ottica di accelerare la cottura.

Il prototipo permetteva effettivamente di ridurre i tempi. Abbiamo poi effettuato alcuni test relativi ai consumi energetici e i risultati hanno scatenato la nostra immaginazione”, spiega Moon.

Il nuovo forno è dotato di due ventole perfettamente bilanciate che fanno circolare l'aria in modo uniforme intorno ai prodotti durante la cottura. In questo modo, i tempi di riscaldamento del forno e la cottura degli alimenti sono più brevi e si ottiene un incredibile aumento dell'efficienza energetica complessiva.

Alcuni test indipendenti hanno evidenziato che in genere il forno si riscalda il 40% più rapidamente rispetto a un forno a piani tradizionale e i tempi di cottura possono diminuire anche del 25%. Il risparmio energetico può arrivare sino al 50%.

“Una pagnotta di medie dimensioni cuoce in 22 minuti anziché 35”, dichiara Roy Kitley, senior marketing manager di MONO.

“Ci aspettavamo di raggiungere livelli di qualità analoghi a quelli della concorrenza, ma non di superarli. Nei test è emerso che i prodotti cotti nel nostro forno a piani ventilato ricevevano sempre valutazioni superiori per aroma, sapore e consistenza”.



Il nuovo forno MONO è dotato di due ventole perfettamente bilanciate che fanno circolare l'aria in modo uniforme intorno ai prodotti durante il ciclo di cottura



“NEI TEST I PRODOTTI COTTI NEL NOSTRO FORNO A PIANI VENTILATO RICEVEVANO SISTEMATICAMENTE VALUTAZIONI MIGLIORI PER AROMA, SAPORE E CONSISTENZA”

Efficienza energetica significativa

Il nuovo forno è il risultato di una collaborazione durata due anni tra MONO e una delle principali catene di supermercati inglesi. L'obiettivo era ottenere livelli di efficienza energetica significativi, ridurre i tempi di cottura e migliorare la qualità complessiva del processo, incrementando così anche il rendimento.

“Abbiamo proposto l'idea ai nostri principali clienti retail e uno di loro, in particolare, ha saputo coglierne il potenziale scegliendo di collaborare con noi”, racconta Moon.

“Abbiamo offerto le nostre competenze tecniche, mentre il nostro cliente ci ha aiutato con la sua esperienza in materia di qualità dei prodotti da forno nei suoi panifici. Ad esempio, voleva evitare di ruotare i vassoi all'interno del forno durante la cottura”.

La collaborazione ci ha spinto a integrare molte nuove funzionalità nel progetto. Oggi la manutenzione è molto più semplice con un generatore di vapore aperto e si può migliorare la gestione del forno riducendo l'altezza di caricamento del piano alto e aumentando quella del piano basso.

Grazie all'interfaccia touch screen e alle impostazioni pre-programmate che rendono il forno facilmente utilizzabile anche per un utente alle prime armi, questo è il prodotto ideale per i clienti MONO della grande distribuzione.

“Lo abbiamo provato per un anno nei supermercati e ora siamo pronti a proporlo ai panifici, che si tratti di grandi catene o di piccoli forni artigianali”, dichiara Moon.

“È perfetto, chi non lo vorrebbe?”. ■

BRAND FOCUS



1947
MONO Equipment è stata fondata 76 anni fa nel Regno Unito

300+
MONO conta oltre 300 prodotti a catalogo

MONO è la principale azienda UK che si occupa di progettazione e fabbricazione di attrezzature per la panificazione
monoquip.com

04 Innovazione



In alto: Carlos González, coffee competence manager di Rancilio Group

Il gusto perfetto approvato e certificato

Rancilio Group ascolta i suoi clienti per realizzare macchine da caffè professionali sempre al top. Ne è la prova la nuova macchina Rancilio Specialty RS1, certificata dalla Specialty Coffee Association

Servire un buon caffè è sempre stato importante in Italia, anche se il resto del mondo sta iniziando ad adeguarsi a nuovi standard, inclusi i Paesi in cui tradizionalmente si beve tè, come Giappone e Cina. Ogni mattina, in tutto il pianeta ci si sveglia con la consapevolezza che non c'è niente di meglio di un buon caffè per iniziare la giornata.

L'azienda produttrice di macchine per caffè professionali Rancilio Group ha giocato un ruolo importante nella diffusione della cultura del caffè e ha un grande traguardo da festeggiare: il modello Rancilio Specialty RS1 ha infatti superato i test della Specialty Coffee Association

(SCA) ed è ora una macchina per caffè espresso ufficialmente approvata dalla SCA. Ruggero Ferrari, amministratore delegato di Rancilio Group, ha dichiarato: "Siamo orgogliosi di questo prestigioso riconoscimento".

Grazie alla tecnologia brevettata "Advanced Temperature Profiling" RS1 permette di personalizzare ogni ricetta di caffè espresso scegliendo diversi profili di temperatura e regolando i processi di pre-infusione e post-infusione. I baristi possono modificare la temperatura dell'acqua nella fase di estrazione, aumentandola o riducendola al massimo di 5 °C. La regolazione della temperatura consente di ottenere risultati diversi in termini di dolcezza, acidità, corposità e astringenza.



La Specialty Coffee Association (SCA) ha certificato la macchina per caffè espresso Rancilio Specialty RS1



BRAND FOCUS

RANCILIOGROUP

115
Rancilio Group fabbrica e vende macchine per caffè professionali in oltre 115 Paesi

7
Rancilio Group conta sette filiali, due centri di R&D, un Extraction Lab e una rete di vendita e assistenza estesa su scala globale

4
Con i suoi quattro brand, Rancilio propone un'ampia gamma di prodotti per soddisfare tutte le esigenze dei clienti

ranciliogroup.com

Carlos González è il coffee competence manager di Rancilio Group e lavora all'Extraction Lab di Milano. "Rancilio Specialty RS1 sfrutta la tecnologia "Advanced Temperature Profiling", spiega González. "Durante la fase di estrazione possiamo regolare le temperature e i processi per ottenere il profilo gustativo desiderato".

Aromi e sapori

González lavora a stretto contatto con l'area commerciale per creare nuove proposte, testare il caffè di diversi torrefattori e riuscire a esaltarne le caratteristiche sensoriali durante l'estrazione. Al termine dell'analisi, il team di laboratorio è in grado di spiegare ai clienti il modo migliore per fare il caffè abbinando i loro chicchi alle attrezzature Rancilio. "Paesi diversi apprezzano il caffè in modi diversi. Se ci spostiamo dagli Stati Uniti all'Italia, la parola 'espresso' assume significati differenti", spiega. "In Italia la tostatura e la preparazione puntano a esaltare note come vaniglia, cacao, nocciola. In altri Paesi, ad esempio in UK e in Nord Europa, si preferisce un gusto più acido e un caffè più leggero. Il profilo che va per la maggiore negli USA ha un sapore dolce e succoso".

Ciò che González ama di più del suo lavoro è incontrare i clienti per dimostrare l'affidabilità delle macchine Rancilio e spiegare come le prestazioni possono essere adattate a seconda delle esigenze. "Il momento più interessante è quello in cui un nuovo cliente, dopo la prova della tazza, è soddisfatto dei nostri prodotti", racconta. "Sono fortunato a lavorare in un campo in cui posso imparare ogni giorno qualcosa di nuovo".

Profilazione e pre-infusione

La profilazione Up (ovvero l'aumento della temperatura durante la fase di estrazione)

“REGOLANDO TEMPERATURE E PROCESSI SI PUÒ OTTENERE IL PROFILO GUSTATIVO DESIDERATO”

Carlos González

valorizza i caffè lavati e delicati. Il caffè acquisisce corpo e un sapore più deciso. La profilazione Down corrisponde, invece, alla riduzione della temperatura durante la fase di estrazione principale. In questo modo si tengono sotto controllo le note amare e astringenti.

Il barista può modificare la pressione dell'acqua durante la fase iniziale (pre-infusione) di estrazione, migliorando l'espresso sotto diversi punti di vista:

- idratare in modo capillare il pannello di caffè macinato
- ridurre il rischio di channelling
- permette di trasportare nella tazza una maggiore quantità di oli
- forma un'ottima crema sul caffè
- valorizza le capacità del barista e lo aiuta a utilizzare ogni tipo di caffè

Nella preparazione del caffè entrano in gioco molte variabili, a partire dalle circostanze in cui è cresciuta la pianta ed è stato raccolto il frutto, fino alla tostatura, alla macinatura e all'estrazione. Rancilio Specialty RS1 aiuta a controllare la fase finale del processo per garantire stabilità e precisione del risultato. Tuttavia, niente può sostituire l'importanza della mano del barista.

Come sottolinea González: "quando bevo un espresso preparato con un caffè pregiato, vorrei che il barista mi spiegasse cosa aspettarmi dalla tazza guidandomi nella degustazione di un espresso Specialty". ■

04 Innovazione



Dal bello nasce il buono



La pizza si gusta calda, appena uscita dal forno: il nuovo Helios 530 può sfornarne 70 all'ora, spiega **Michele Guccerelli** di OEM a Vicky Coulthard

La pizza perfetta, secondo lo chef Giorgio Locatelli, nasce dall'equilibrio tra la base sottile e croccante e il condimento cremoso. Il forno da pizza perfetto, invece, nasce dall'equilibrio tra estetica e prestazioni.

Nel suo viaggio alla ricerca della perfezione, l'azienda OEM Ali, con sede in provincia di Mantova, ha avviato una collaborazione con lo studio italiano Whynot Design per dare vita al nuovo Helios 530, un forno pizza elettrico professionale dotato di una piastra rotante e in grado di cuocere fino a 70 pizze all'ora. Whynot, che ha già all'attivo numerose collaborazioni con brand Ali Group, tra cui Carpigiani, Icemteam 1927 ed Esmach, ha raccolto la sfida: pensare un prodotto che coniugasse un aspetto accattivante all'impatto emotivo di un forno pizza tradizionale.

Il risultato è un prodotto modulare e ad alte prestazioni dall'identità forte e chiara.

Michele Guccerelli, direttore vendite di OEM, spiega: "Helios era il dio del sole nella mitologia greca e questa immagine ci è piaciuta per il collegamento con il calore: Helios è in grado di raggiungere 530 °C e ha una piastra rotante che ricorda la Terra nel suo giro intorno al sole".

La piastra rotante in pietra refrattaria di 19 mm garantisce una cottura efficace e uniforme senza dover mai spostare la pizza: nemmeno la sottile ma corposa pizza napoletana. Questo è possibile grazie alla singola camera di cottura a forma di prisma troncato, che ottimizza la distribuzione del calore.

La forma di Helios permette



OEM ha collaborato con il team di Whynot (sopra) per creare il forno Helios (a sinistra) e un'impastatrice a spirale (raffigurata a destra, nella fase di design)

inoltre di posizionarlo incassato in una parete o in un angolo quando lo spazio è limitato. È dunque ideale per le mense aziendali, le piccole pizzerie o per i ristoranti con un'area dedicata alla preparazione della pizza.

Guccerelli ha chiesto al team di Whynot di sganciarsi dal design tipico delle attrezzature per cucine professionali, fatto di linee essenziali e superfici in acciaio inossidabile.

Francesco Costacurta, senior industrial designer di Whynot, ha commentato: "L'idea è nata studiando il mercato dei forni pizza, in cui abbiamo notato un forte contrasto tra i prodotti interamente in acciaio inossidabile e quelli più tradizionali, realizzati artigianalmente come pezzi unici in muratura.

Sin dall'inizio l'obiettivo era chiaro: creare un prodotto in grado di unire questi due estremi.

La scelta dei materiali è stata decisiva. Partendo dall'idea di



NEL MIX

La nuova impastatrice a spirale di OEM è frutto di un'altra collaborazione con Whynot all'insegna del design flessibile. "L'idea di base è quella di fornire un'impastatrice a spirale che sia adatta a ogni tipo di impasto: da quello classico con idratazione compresa fra il 50% e il 60% a quello ad alta idratazione, che può toccare anche il 90%", ha affermato Guccerelli. "Il nostro target principale sono le pizzerie, che negli ultimi anni hanno ampliato la propria gamma di proposte. Si è quindi creata una domanda di impastatrici a spirale in grado di gestire diversi tipi di prodotti".

“OEM HA APPREZZATO SUBITO LA NOSTRA CAPACITÀ DI ASCOLTARE E ADATTARCI ALLE SUE RICHIESTE. L'UFFICIO R&D DELL'AZIENDA È MOLTO COMPETENTE E SA COMPRENDERE IL VALORE STRATEGICO DI UN PROGETTO BEN STRUTTURATO”

Francesco Costacurta

sfruttare i vantaggi del metallo in lastre, abbiamo realizzato la cupola della fornace esplorando finiture nuove e più elaborate per le superfici in metallo, allo scopo di ottenere un risultato più caldo e ricercato rispetto al più freddo impatto dell'acciaio. Questo ci ha permesso di conferire al prodotto un tocco più umano ed emotivo, che indubbiamente è alla base della forte identità e dello stile inconfondibile di Helios".

Guccerelli è soddisfatto del risultato: "le caratteristiche più apprezzate sono il design, che consente di installare Helios in ristoranti molto diversi, e le prestazioni, unite alla facilità di utilizzo", dichiara.

L'intero progetto, dalla progettazione al completamento, è durato circa otto mesi. "Un progetto di successo nasce da un mix di competenze", afferma Costacurta.

"È però necessario disporre di una squadra di professionisti affiatati, che si fidino ciecamente gli uni degli altri. Penso che OEM abbia apprezzato subito la nostra capacità di ascoltare e adattarci alle sue richieste. L'ufficio R&D dell'azienda è molto competente e sa comprendere il valore strategico di un progetto ben strutturato". ■

BRAND FOCUS

80+

I prodotti OEM sono commercializzati in oltre 80 Paesi in tutto il mondo

oem
YOUR PIZZA HUB

2.000+

I forni che vengono venduti ogni anno, oltre a 1.200 attrezzature per la preparazione

50 anni

Fondata nel 1973, quest'anno OEM festeggia il suo 50° anniversario

OEM è uno dei principali produttori mondiali di attrezzature per pizza.
oemali.com

04 Innovazione

Cucina sincronizzata

Il proprietario dell'Hotel Ludwigshof Christian Ludwig racconta a Isobel Clark come in Olis abbia trovato il partner perfetto per le sue nuove cucine all'insegna dell'innovazione, della funzionalità e del design

Situato nella splendida cornice dell'Alto Adige, sotto lo sguardo maestoso delle Dolomiti, l'Hotel Ludwigshof occupa una posizione privilegiata nel parco naturale Monte Corno. Dall'alto dei suoi 1.100 metri, attira escursionisti, scalatori, appassionati di

mountain bike e motociclisti, grazie al fascino irresistibile delle montagne che lo circondano.

Dal 1979, accoglie ospiti praticamente tutto l'anno, 10 mesi su 12. Al suo interno, l'hotel ospita anche un ristorante, che propone piatti della cucina italiana e altoatesina. Quando il proprietario dell'Hotel

Ludwigshof, Christian Ludwig, ha deciso di rinnovare la cucina, è stato particolarmente scrupoloso nella ricerca del partner giusto. Attraverso la società Novacold, è entrato in contatto con Olis, con cui è nata subito un'intesa perfetta.

"Abbiamo iniziato a discutere e perfezionare il progetto gestendo



i problemi man mano che si presentavano", afferma Ludwig.

Ascolto e analisi

Olis ha fatto del suo meglio per soddisfare le esigenze del cliente. Secondo Igor De Martin, area sales manager, la parte iniziale di studio delle richieste e di negoziazione con il cliente



IL PUNTO DI VISTA DEL SERVICE

Alessandro Stefani, service manager Olis, ha seguito da vicino l'evoluzione del sistema Olis Cloud. "Grazie alla possibilità di interagire con le attrezzature e monitorare segnalazioni provenienti dalle varie installazioni nel mondo, si intensifica la collaborazione con dealer, importatori e centri assistenza. L'obiettivo è diventare 'Customer Driven' e fidelizzare i partner con servizi e tecnologie all'avanguardia, che facilitano il lavoro e migliorano le performance", afferma.

rappresenta "il momento di maggiore crescita professionale, perché ci permette di conoscere le reali esigenze del mercato".

"In particolare, la disponibilità di attrezzature che possano essere collegate, monitorate e controllate da remoto è stata fin da subito il fulcro dell'intero progetto", aggiunge. Abbiamo definito i dettagli per vari mesi prima che i lavori iniziassero.

Sono stati utilizzati componenti e sensori per collegare Diamante90Touch, la linea di attrezzature da cucina 4.0. Pensata per l'accesso attraverso Olis Cloud, la gamma fa della sicurezza, i bassi consumi energetici e il miglioramento delle condizioni di lavoro i suoi punti di forza.

Tecnologia innovativa e controllo qualità assicurano che la temperatura e altri parametri

possano essere programmati e monitorati in modo sicuro, sia da remoto sia sulla macchina stessa. La gamma è inoltre conforme a quanto stabilito dal centro di trasferimento tecnologico Industria 4.0 del Ministero dello Sviluppo Economico italiano.

Marco D'Ambrogio, general manager di Olis, spiega perché questa certificazione è a prova di futuro. "Le possibilità offerte dalla gestione dei dati sono molteplici e i vantaggi vanno oltre le prestazioni e l'affidabilità delle attrezzature".

Il cloud non aiuta solo la manutenzione ordinaria e gli aggiornamenti del software, ma anche "il monitoraggio del lavoro e l'ottimizzazione delle risorse in cucina", mentre l'accesso al portale è di facile utilizzo anche da personale non esperto.

"LE POSSIBILITÀ OFFERTE DALLA GESTIONE DEI DATI SONO MOLTEPLICI E I VANTAGGI VANNO OLTRE LE PRESTAZIONI E L'AFFIDABILITÀ DELLE ATTREZZATURE"

Marco D'Ambrogio

La cucina che non ti aspetti

Per il team food & beverage, la facilità di pulizia e il pannello di controllo consentono di risparmiare tempo ed energia. I dati che in passato erano nascosti ora sono visibili. "Il nostro team dispone di una cucina di alta

qualità e facile da usare", afferma Ludwig. "È stata una scoperta meravigliosa che ci aiuta a lavorare in modo decisamente migliore".

Una novità significativa è l'intuitiva macchina multifunzione Fit Pan, perfetta per ogni tipo di cottura: dalla bollitura alla brasatura, fino alla cottura lenta. "Possiamo dedicarci alla cottura sottovuoto a basse temperature di notte o nei momenti morti della giornata", afferma Ludwig, che considera questa macchina un "jolly che ci supporta quando occorre fare delle preparazioni piccole e veloci: è una vera scoperta".

Con un feedback così positivo, Olis non può che essere soddisfatta della sua capacità di soddisfare le esigenze in continua evoluzione del mercato. ■

BRAND FOCUS



*we*innovate cooking

1972

Nel 2022 Olis ha celebrato il suo 50° anniversario

150+

Attrezzature 4.0 disponibili nel catalogo standard di Olis (cottura e refrigerazione)

2021

Olis lancia sul mercato una gamma completa di prodotti 4.0 per il mondo Horeca con Olis Cloud System

olis.alibelluno.it





Questione di dettagli

Marco D'Ambrogio racconta a Vicky Coulthard come, ascoltando i suoi clienti, Baron ha creato una gamma innovativa di proposte pensate per gli chef

La pulizia è una delle attività più importanti in cucina e deve essere fatta a regola d'arte. La facilità di pulizia dipende, a sua volta, dalla semplicità di pulizia delle attrezzature.

Il Fry Top di Baron è pensato proprio per facilitare l'igiene della zona di cottura e ridurre le perdite di calore dalla piastra stessa. Inoltre, con i bruciatori a gas ad alto rendimento, il rapido aumento della temperatura permette una distribuzione del calore più uniforme, anche grazie alla particolare configurazione della piastra e alla posizione dei gruppi termici.

Marco D'Ambrogio, general manager di Baron, afferma: "La cottura alla piastra è una tradizione diffusa praticamente in tutte le culture.

Il nuovo Fry Top nasce da un'esigenza del mercato, che richiedeva un prodotto con nuove caratteristiche, prestazioni elevate e maggior attenzione all'efficienza. Abbiamo ascoltato partner e chef e, in occasione di fiere ed eventi, abbiamo presentato prototipi, che sono stati successivamente migliorati

e gradualmente adattati alle reali esigenze del settore", afferma D'Ambrogio.

Regolazione della temperatura

Lo sviluppo non è stato affatto semplice, perché lo scoppio della pandemia da Covid-19 ha sospeso sino a marzo 2021 tutto quanto fatto per il progetto Fry Top. Adamo Zoccolan, operation manager e responsabile R&D di Baron, spiega: "da quella data, il nostro ufficio R&D ha iniziato a lavorare a pieno regime per sviluppare le prime macchine da testare in laboratorio da presentare alla prestigiosa fiera HostMilano 2021".

Tra gli aspetti tecnici che rendono accattivante il Fry Top ci sono la sua piastra circondata

"IL MIX DI TECNOLOGIE SEMPLICI E SOLUZIONI ESCLUSIVE PERMETTE DI OTTENERE UN PRODOTTO VERSATILE E MULTIFUNZIONE"

Marco D'Ambrogio

da un canale perimetrale, che permette di drenare grasso, salse e condimenti nell'ampio cassetto di raccolta. Nelle versioni a gas la regolazione del calore è possibile grazie a due tipologie di controllo: con rubinetto a regolazione progressiva della potenza e con termostato per una regolazione più precisa della temperatura.

Dettagli che fanno la differenza

"Queste innovazioni hanno migliorato di gran lunga l'ergonomia per l'utilizzatore finale, grazie a una diminuzione del calore trasmesso al di fuori della zona di cottura", afferma Zoccolan.

"Il canale perimetrale assicura un migliore deflusso del grasso di cottura facilitando la pulizia della piastra. Si tratta di piccoli dettagli che rendono il prodotto ideale per gli chef.

Il modo in cui è stato pensato e realizzato il Fry Top ha reso estremamente semplice qualsiasi intervento di manutenzione sulla macchina, grazie alla presenza di una piastra removibile che consente un facile accesso per la pulizia e la manutenzione", aggiunge.

D'Ambrogio afferma inoltre che sono disponibili anche opzioni personalizzate. "Proponiamo una serie di accessori che rendono il prodotto ancora più esclusivo, tra cui un kit con cui riempire d'acqua il condotto di raccolta del grasso e uno scarico continuo per i residui di cottura".

Soluzioni esclusive

Visto il successo del Fry Top, Baron sta lavorando a un forno igienico per la cottura orizzontale. Zoccolan spiega: "per la sua applicazione e le sue caratteristiche tecniche, si tratta di un prodotto innovativo, versatile e performante, con particolare attenzione agli

aspetti legati alla pulizia. Ha già attirato l'attenzione dei nostri partner, che hanno capito quanto potrà aiutare il lavoro in cucina rendendolo ancora più efficiente".

Il Super Grill è un altro progetto che ha coinvolto il team R&D di Baron negli ultimi mesi, e che secondo Zoccolan ha portato a un altro "risultato unico". Il Super Grill mette a disposizione quattro tipi di piastre (anche in ghisa e acciaio inossidabile) per cucinare carne e pesce. Su alcuni modelli può essere installato anche un sistema di affumicatura per aggiungere il sapore caratteristico del barbecue. "Si tratta di un mix di tecnologie semplici e soluzioni esclusive che ha permesso di ottenere un prodotto versatile e multifunzione", sostiene Zoccolan.

"Siamo orgogliosi di queste innovazioni, delle soluzioni che abbiamo trovato e delle nuove opportunità che offriamo al mercato. Il team di Baron si è rivelato ancora una volta unico". ■

BRAND FOCUS



1995

Baron ha iniziato a progettare e realizzare cucine professionali nel 1995

70+

Paesi del mondo in cui Baron esporta

1400+

Prodotti Baron a catalogo realizzati nello stabilimento di Belluno

baron.alibelluno.it

04 Innovazione

Consapevolezza green

Art Huisjes, international sales manager di Rendisk, racconta a Vicky Coulthard come le tecnologie per la gestione di stoviglie e rifiuti dell'azienda forniscono soluzioni smart e sostenibili ad hotel, scuole e ospedali



Le soluzioni Rendisk per la gestione dei rifiuti sono in grado di ridurre gli scarti organici delle cucine a circa il 7% del volume originale, trasformandoli in fertilizzanti o carburante



Con più di un milione di visitatori ogni anno, gli oltre 160 resort sugli atolli delle Maldive devono affrontare una sfida impegnativa per essere all'altezza delle aspettative dei turisti.

Inoltre, a causa del cambiamento climatico, la maggior parte delle isole è a rischio di inondazioni dovute al costante aumento del livello del mare. Per questo, il Governo ha messo in atto misure drastiche per garantire la sopravvivenza degli atolli, imponendo un piano di gestione sostenibile e un ambizioso obiettivo: azzerare le emissioni entro il 2030.

Rendisk, azienda dei Paesi Bassi specializzata nella gestione di stoviglie e rifiuti alimentari, sta lavorando proprio a un progetto finalizzato a risolvere il problema dei rifiuti nelle Maldive, ovvero gli scarti organici e alimentari smaltiti nelle acque turchine che circondano le isole.

Art Huisjes, international sales manager di Rendisk, spiega: "tutti gli hotel e i resort devono essere autonomi, perché non c'è un'infrastruttura di base. Nelle loro cucine vengono prodotte enormi quantità di rifiuti organici, che si aggiungono agli avanzi lasciati dai clienti degli hotel e vengono scaricati in mare,

con tutte le conseguenze del caso. Le autorità hanno dunque imposto che tutti gli hotel e i resort trovino una soluzione al problema dei rifiuti alimentari".

Ridurre l'impatto ambientale

Le soluzioni Rendisk per la gestione dei rifiuti sono in grado di ridurre gli scarti organici delle cucine a circa il 7% del volume originale e di trasformarli in qualcosa di più utile, come fertilizzanti o carburante. "La possibilità di passare da 13 container di rifiuti a un solo container pieno contribuisce incredibilmente a minimizzare l'impatto delle attività umane", afferma Huisjes.

"I sistemi Rendisk sfruttano

gli scarti alimentari tritati per produrre biogas da utilizzare nelle strutture stesse oppure, nel caso dei sistemi più piccoli, da usare per riscaldare le lavastoviglie, ad esempio".

Un resort delle Maldive per cui Rendisk ha sviluppato una soluzione completa è costituito da edifici singoli che ospitano diverse aree cucina. Qui sono presenti quattro stazioni rifiuti in cui vengono raccolti gli avanzi degli ospiti della struttura. I rifiuti organici vengono tritati e i residui vengono poi convogliati in un'unità di raccolta tramite una linea di tubature in PVC da 50 mm. Le tubature, installate lungo soffitti, pareti e pavimenti,

passano sottoterra collegando tra loro i diversi edifici. "I sistemi Rendisk utilizzano un sistema di condutture estremamente semplice, facilmente integrabile negli edifici esistenti in qualsiasi momento e in contesto", dichiara Huisjes.

Nell'unità di raccolta, i residui vengono ulteriormente disidratati fino a produrre una massa secca che viene miscelata con gli sfalci dei giardini (rami, foglie, ecc.). "Il tutto viene quindi tritato e utilizzato come fertilizzante per aiuole e bordure. "In questo modo si chiude il cerchio green", afferma Huisjes.

Le stazioni per i rifiuti Rendisk possono essere integrate in

"FLEX TRAYBOT È L'ALLEATO PERFETTO PER I SISTEMI DI RENDISK. IL PRINCIPALE VANTAGGIO È DATO DAL FATTO CHE IL PERSONALE NON DEVE PIÙ RIPETERE SEMPRE LE STESSAZIONI"

Art Huisjes

quasi tutti i sistemi di lavaggio e trasporto delle stoviglie, compresa Flex TrayBot, la soluzione automatizzata dell'azienda per gestire la movimentazione e le operazioni di carico e scarico dei vassoi per il lavaggio. È la scelta ideale per le grandi strutture come ospedali e hotel, che servono pasti tre volte al giorno.

"Flex TrayBot è l'alleato perfetto per i sistemi di Rendisk", dichiara Huisjes. "Il vantaggio principale è che il personale non è più costretto a ripetere innumerevoli volte la stessa azione e può occuparsi di altro, garantendo una migliore gestione e una maggiore efficienza". ■

BRAND FOCUS



1973

Rendisk è stata fondata 50 anni fa a Ruurlo, nei Paesi Bassi

7%

I sistemi Rendisk per la gestione dei rifiuti sono in grado di ridurre gli scarti organici delle cucine a circa il 7% del volume originale

1

La soluzione Rendisk permette di ridurre 13 container di rifiuti a un unico container pieno

rendisk.com



Lo scorso anno ha visto il 100° anniversario di Metos, azienda specializzata in attrezzature per cucine professionali. **Juha Björklund**, responsabile marketing, celebra l'evento raccontando a Victoria Green l'evoluzione del brand da piccola azienda a leader di mercato

1922

Metos viene scelta per la fornitura di attrezzature da cucina per le Olimpiadi estive di Helsinki, ma i Giochi sono annullati a causa della Seconda guerra mondiale



Aare Leikola e i suoi partner fondano Oy Metalliteos

1940



La produzione di Metos continua ad essere realizzata in due stabilimenti finlandesi: Kerava (immagine a sinistra) e Sorsakoski

Nel mondo del business cent'anni sono un periodo lunghissimo: traguardi simili non si raggiungono per caso. La lunga tradizione di Metos conferma che le aziende di maggior successo hanno le caratteristiche necessarie per restare al passo con i tempi.

La società, in seguito trasformata in Metos, nacque nel 1922, poco dopo l'indipendenza della Finlandia dalla Russia, e nei decenni successivi fu costretta ad affrontare guerre, recessioni e molte altre sfide. Con il passare del tempo, l'impresa di famiglia fondata da Aare Leikola si trasformò in società quotata in Borsa per poi entrare a far parte di Ali Group.

“Anche se, negli anni, la denominazione legale dell'azienda è cambiata”, ha dichiarato il responsabile marketing Juha Björklund, “Metos è riuscita ad affermarsi come una delle realtà europee più grandi nel mondo delle cucine professionali”. Le attrezzature continuano a essere prodotte in due stabilimenti finlandesi: Kerava,

dove sono realizzati pentoloni, pentole a pressione, carrelli da cucina, armadi e banchi refrigerati, e Sorsakoski, specializzata in cucine in acciaio inossidabile.

“I nostri prodotti principali sono i pentoloni industriali Metos Proveno con i relativi accessori, che consentono di integrare ogni pezzo in una produzione su scala più ampia”, ha proseguito Björklund. “Siamo tra i pionieri mondiali del settore e stiamo indirizzando lo sviluppo della cucina professionale moderna”.

Lo spirito pionieristico era evidente sin dagli esordi, e questo spinge Björklund a paragonare le origini di Metos a quelle delle start-up odierne. “Nel 1922, i fondatori non avevano un grosso capitale, ma non mancavano di certe idee e perseveranza”.

Il materiale più innovativo dell'epoca era l'acciaio inossidabile e Metos fu tra i primi a capire come sfruttarlo. Dopo varie specializzazioni, come la produzione di bottoni metallici per le uniformi dei soldati, a metà degli anni '20 Metos iniziò a produrre attrezzature da cucina professionale anche se, come raccontato da Björklund,

“all'epoca erano piuttosto modeste” e basate ancora su fuochi a legna.

Progressivamente, Metos è diventata la più grande azienda finlandese specializzata nella lavorazione dell'acciaio. Ne è prova l'incarico ricevuto per la fornitura delle attrezzature per le Olimpiadi di Helsinki nel 1940. Allo scoppio del conflitto mondiale, tuttavia, la commessa venne convertita nell'approvvigionamento di generatori, camini, involucri per mine, componenti di maschere a gas e altro a servizio dell'esercito (i Giochi furono posticipati al 1952, e in quell'occasione Metos si occupò della fornitura di attrezzature da cucina).

L'espansione post-bellica

I decenni successivi alla guerra furono un'epoca di ottimismo e ricostruzione, in cui Metos ha introdotto innovazioni chiave che continuano ancora oggi a plasmare la cultura aziendale.

Negli anni '50, l'azienda lanciò corsi sulla manutenzione, istituì una scuola professionale per gli operatori del settore e contribuì alla realizzazione di materiali didattici per le scuole.

All'inizio degli anni '60, creò un'unità dedicata all'assistenza, introducendo un cambiamento fondamentale nel suo modello di business.

“Siamo passati dalla vendita di singole attrezzature alla progettazione e vendita di intere cucine”, ha chiarito Björklund. “È così che Metos ha assunto il ruolo di esperto, abbandonando quello di semplice fornitore di attrezzature. Inoltre, è stata data particolare attenzione alle competenze del personale, ▶



“METOS SI È AFFERMATA COME UNA DELLE REALTÀ EUROPEE PIÙ GRANDI NEL MONDO DELLE CUCINE PROFESSIONALI”

Juha Björklund



Le operazioni di M&A hanno portato l'azienda a diventare una delle più grandi realtà del settore in Europa

1950

Si tengono, finalmente, le Olimpiadi di Helsinki: Metos fornisce le attrezzature da cucina

1959

Metos avvia la sua espansione all'estero con l'apertura di una filiale in Svezia

1982

Metos e il competitor Hackman si fondono: nasce Hackman Metos Oy

2002

Ali Group acquisisce il Gruppo Hackman e la sua controllata, Metos

Metos lancia la rivista per i clienti *Metos Uutiset (News)*, pubblicata ancora oggi

1952

Metos entra in una società quotata in Borsa in seguito all'acquisizione da parte di Instrumentarium Oy

1972

Le esportazioni superano le vendite nazionali

1994

Viene realizzato il Metos Center di Kerava

2004

investendo molto nella formazione".

Quando Metos cominciò a proporre servizi di progettazione di intere cucine, iniziò anche a sviluppare un reparto vendite molto simile a quello attuale e ad aprire uffici dedicati in tutta la Finlandia. Gli anni '70 diedero il via all'espansione all'estero di Metos, con l'inaugurazione di una filiale e l'acquisizione di un impianto di sistemi di refrigerazione in Svezia, oltre all'acquisto di quote azionarie di una società norvegese. "Nel 1982, le esportazioni erano superiori alle vendite", ha ricordato Björklund.

In quel periodo, ebbe un ruolo cruciale l'industria navale: Metos creò infatti una sezione dedicata per rispondere al crescente numero di navi da crociera luxury dotate di cucine Metos. Dopo il decollo della ristorazione finlandese, Metos aprì una divisione dedicata alla nuova categoria di clienti rappresentata da ristoranti e bar.

"Era il momento perfetto", ha proseguito Björklund. "Alla fine degli anni '80, i ristoranti finlandesi hanno avuto un rapido sviluppo". L'azienda iniziò poi a costruire cucine per il settore retail e, in particolare, per i negozi di alimentari. L'espansione si arrestò all'inizio degli anni '90, quando l'economia finlandese subì una recessione mai vista prima legata ai cambiamenti nei mercati finanziari e alla stagnazione del commercio in Unione Sovietica - un mercato chiave per Metos, che vide il calo del mercato delle attrezzature per cucine professionali parallelo al freno agli investimenti nei settori pubblico e privato.

Investire nel futuro
Una soluzione arrivò nel 1994,



Sopra: il banco refrigerato Metos Classic
Sotto: Jarkko Ahlsten, CEO del Gruppo Metos

quando dalla fusione tra Metos e un'azienda concorrente nacque Hackman Metos Oy. "La nuova società era abbastanza grande per esportare il know-how delle cucine professionali finlandesi nel mondo", ha precisato Björklund. Inoltre, una serie di acquisizioni avviate negli anni '90 ha permesso all'azienda di diventare rapidamente una delle realtà più grandi d'Europa.

Nel nuovo millennio Metos, ormai parte di Ali Group, ha investito significativamente nelle acquisizioni e nella realizzazione del Metos Center di Kerava, il più grande sito per la vendita e la formazione nel settore delle cucine professionali del vecchio continente.

Metos può contare ora su 750 dipendenti ed è leader di mercato nei Paesi nordici, nel Baltico e nel Benelux. Produzione di attrezzature, vendita, fornitura di servizi e progetti sono i tre pilastri dell'azienda, che insieme permettono di offrire soluzioni complete per cucine professionali. "Possiamo assistere i clienti lungo tutto

BRAND FOCUS



Leader di mercato in Scandinavia, nel Baltico e nel Benelux

Tra i principali brand europei specializzati nel settore dell'ospitalità, Metos vanta un secolo di esperienza nella fornitura di cucine professionali in grado di offrire i risultati migliori in termini di organizzazione del lavoro e redditività dei clienti metos.com



il ciclo di vita delle cucine", ha precisato Björklund. "I servizi di manutenzione periodica aumentano l'affidabilità della cucina aiutando a risparmiare sui costi di esercizio. I nostri sistemi IT, che fungono da servizi cloud, aiutano a gestire le attività quotidiane: basti pensare al monitoraggio digitale dell'HACCP e dei rifiuti alimentari, alla cronologia di manutenzione in tempo reale, ai video tutorial per i servizi online", ha specificato Jarkko Ahlsten, CEO di Metos.

L'innovazione di Metos va oltre le singole attrezzature, coinvolgendo processi relativi all'intera cucina. "Oltre ai prodotti, abbiamo elaborato servizi di progettazione di cucine, formazione e manutenzione; possiamo quindi proporre ai clienti un'offerta completa per una cucina sostenibile", ha dichiarato Björklund.

"Con questi investimenti vogliamo migliorare la nostra quota di mercato nel secondo secolo dell'azienda, appena iniziato". ■

“I NOSTRI SERVIZI DI MANUTENZIONE PERIODICA AUMENTANO L’AFFIDABILITÀ DELLA CUCINA AIUTANDO A RISPARMIARE SUI COSTI DI ESERCIZIO”

Jarkko Ahlsten

05

Aliworld



Ice-O-Matic HATTIE B'S: POLLO, SPEZIE E... GHIACCIO

Il pollo piccante va abbinato a una bibita ghiacciata. È per questo che Hattie B's, una piccola azienda di ristorazione a conduzione familiare di Nashville specializzata in pollo piccante, ha scelto la macchina per il ghiaccio GEM2006 Pearl Ice di Ice-O-Matic, nota come "Pearlstorm".

Con la sua linea pulita e una larghezza di poco più di 75 cm, Hattie B's può produrre circa 900 kg di ghiaccio al giorno per le sue bevande.

Secondo Brian Morris (in alto), vicepresidente responsabile di cucina, formazione e sviluppo di Hattie B's, si tratta di uno strumento straordinario che sta contribuendo alla crescita del business: "se riusciremo ad ampliare il team di Hattie B's fornendo attrezzature e tecnologie come Pearlstorm, potremo continuare a far crescere rapidamente la nostra attività", spiega con entusiasmo Morris.

iceomatic.com



In alto: grazie alla macchina Pearlstorm le bevande di Hattie B's sono sempre ghiacciate al punto giusto



Belshaw I donuts al centro del successo di Dutchman Hospitality

Con numerosi ristoranti, hotel e persino un teatro, l'azienda Dutchman Hospitality con sede in Ohio registra un'incredibile crescita della domanda di donuts, preparati utilizzando le macchine Belshaw.

Mike Miller, vicepresidente responsabile di Dutchman Hospitality, dichiara: "i clienti arrivano da tutto lo Stato e dintorni grazie alla qualità, ma anche alla generosa dimensione dei nostri donuts".

Parlando di Belshaw, il presidente dell'azienda Mike Palmer afferma: "il suo reparto assistenza ci ha fornito un ottimo servizio. Quando abbiamo avuto bisogno, siamo riusciti a contattare subito le persone in grado di aiutarci all'interno dell'organizzazione".

I donuts sono diventati così popolari al punto che l'azienda li vende anche in mercati e piccoli negozi, dando così visibilità al marchio e portando ancor più clienti alle pasticcerie e ai ristoranti che gestisce.

belshaw.com

Beverage-Air Le soluzioni Beverage-Air per El Pollo Loco

La catena di ristoranti LA-Mex El Pollo Loco sapeva esattamente a chi rivolgersi per rinnovare le sue cucine. Ma ottenere un impianto di refrigerazione personalizzato poteva rivelarsi una sfida, viste le alte temperature generate dalle griglie usate per arrostiti grandi quantità di pollo.

Ben presto è diventato evidente che Beverage-Air, oltre ad aver fornito attrezzature a El Pollo Loco nel corso dei suoi 46 anni di attività, era in grado di offrire soluzioni perfette per le sue sedi di diverse dimensioni. "Le attrezzature di Beverage-Air si adattano perfettamente alle nostre esigenze", spiega Brian Carmichall, responsabile sviluppo.

Diane Lyons, senior designer di TriMark Orange County (a cui El Pollo Loco ha affidato la progettazione delle cucine) aggiunge: "le attrezzature Beverage-Air si sono dimostrate ideali per El Pollo Loco perché garantiscono il mantenimento delle temperature necessarie".
beverage-air.com



A sinistra: le attrezzature Beverage-Air hanno le caratteristiche ideali per El Pollo Loco (in alto)

Metro REEF Technology e Metro: nella botte piccola c'è il vino buono

"Abbiamo dovuto pensare a nuove soluzioni per aiutare i clienti a inserire tutto il possibile in uno spazio limitato", dichiara Lauren Noreika, national strategic account manager di Metro, parlando delle difficoltà nella progettazione delle cosiddette ghost kitchens per REEF Technology. REEF ha aperto una serie di ristoranti che fanno esclusivamente consegne a domicilio e hanno la sede in container non più grandi di 4-6 posti auto: questi spazi vengono chiamati ghost kitchens, letteralmente "cucine fantasma".

Queste ultime riducono i costi fissi per le attività e non richiedono alcun affaccio su strada; tuttavia, gli spazi ristretti dei container rappresentano una vera sfida per i progettisti di cucine. Insieme a REEF, Noreika e il team Metro hanno sviluppato l'innovativo sistema di stoccaggio verticale SmartWall® per far sì che nessuno spazio venga sprecato e i clienti possano ricevere rapidamente ottimi piatti da gustare comodamente a casa.

metro.com



Silko UNA FINESTRA SUL MARE

A Milano Marittima, sulla costa romagnola, Raffaella Saragoni e suo marito gestiscono insieme al figlio il ristorante "Filo di Vento". La nascita di questo locale a conduzione familiare rappresenta la realizzazione di un sogno per i due proprietari, e la loro dedizione si tocca con mano nei piatti che propongono. La cucina è interamente realizzata con prodotti Silko forniti dal distributore Mazzotti. Il ristorante ha scelto Silko per tutte le attrezzature, affidandosi alla qualità, al design e all'attenzione verso l'ergonomia che caratterizza l'azienda. Ne è prova "flat ergonomi", un sistema nato ascoltando i feedback degli utenti finali che garantisce modalità di lavoro efficienti e sicure.
silko.it





Scotsman Il tè del Texas

Curt Pohlmeier, vicepresidente responsabile sviluppo progetti per la catena texana HTeaO, sa bene quando sia importante la qualità del ghiaccio per un buon tè freddo: "il ghiaccio è fondamentale per noi. Mi piace pensare al brand come una triade di elementi: tè, acqua e ghiaccio".

HTeaO è cresciuta rapidamente, conta 40 sedi in 13 Stati e ne ha in programma altre 200. Forse sono i 27 gusti diversi che fanno salire le richieste, o forse sono le macchine per il ghiaccio Scotsman scelte dall'azienda. "Sono le migliori", dichiara Justin Howe, Amministratore delegato e co-fondatore di HTeaO. "Talvolta è capitato che, all'arrivo in nuove sedi, il nostro team abbia trovato macchine per il ghiaccio di un brand diverso; le abbiamo fatte sostituire tutte".

Il ghiaccio Scotsman è così popolare che ora HTeaO lo vende ai propri clienti in sacchi da circa 5 kg. Per HTeaO, il successo non ha solo un sapore dolce... sa di ghiaccio!

scotsman-ice.com



Victory IL MEGLIO PER FORT KNOX

"Puntiamo sull'affidabilità", afferma Dana Womack, responsabile dei servizi di ristorazione a Fort Knox, in Kentucky (USA). "Per riuscire a sfamare 20.000 soldati, è importante che i prodotti siano adeguati".

Quando la base militare statunitense ha dovuto sostituire le attrezzature per la refrigerazione, si è rivolta a Victory Refrigeration. In assenza di sufficiente spazio, è stato necessario installare nove unità separate.

Erica Motes, vicepresidente vendite e marketing della divisione refrigerazione di Ali Group Nord America, spiega: "dai manager ai dipendenti in catena di montaggio, tutti nella nostra azienda sono orgogliosi che Fort Knox abbia scelto le nostre attrezzature. Tra i dipendenti abbiamo diversi veterani militari ed è fantastico poter aiutare l'esercito a sfamare le truppe. È un onore far parte di questo progetto".

victoryrefrigeration.com



Burlodge TUTTA LA POTENZA DI LOGIKO

Sin dal lancio, avvenuto a ottobre 2021 in occasione di HostMilano e seguito dall'introduzione nei mercati di tutto il mondo, il carrello per la distribuzione pasti Logiko di Burlodge è stato accolto in modo straordinariamente positivo.

Tra i clienti c'è Adef Residences, un'associazione no profit francese che ha subito compreso la capacità di Burlodge di soddisfare le sue esigenze. Anche una clinica medica per pazienti gravi di New York, che conta 361 posti letto, ha scelto di passare dalla distribuzione pasti in vassoi con coperchio isolante al sistema per la regolazione e il mantenimento della temperatura di Logiko, migliorando il servizio in camera per i pazienti.

Robert Ashe, il Direttore della sezione alimentazione e nutrizione della clinica, si è convinto immediatamente. "La nuova tecnologia Burlodge ci consente di migliorare l'esperienza dei pazienti durante i pasti", dichiara. "Il sistema di distribuzione pasti Logiko supera tutte le altre opzioni sul mercato, preservando qualità e temperatura. Anche i pasti aiutano nella guarigione e questo nuovo sistema di distribuzione ci permette di offrire un servizio migliore".

burlodge.com



In alto: il Direttore della sezione alimentazione e nutrizione Robert Ashe dichiara che Logiko migliora l'esperienza dei pazienti durante i pasti

Williams HK SanitChill distrugge il 99% dei batteri nei frigoriferi

Williams Refrigeration ha integrato la nuova tecnologia di sanificazione SanitChill in tutti i suoi prodotti. Il sistema è in funzione 24 ore su 24: permette la sanificazione di tutte le unità (dall'evaporatore ai vani di stoccaggio) e riduce al minimo la contaminazione incrociata tra una camera e l'altra, garantendo le migliori condizioni igieniche.

Il principio su cui si basa SanitChill è semplice. Ossigeno e acqua reagiscono se colpiti da luce UV con una specifica lunghezza d'onda: questa luce viene quindi prodotta dall'unità di refrigerazione per innescare una reazione a catena che danneggia rapidamente e la struttura degli agenti contaminanti impedendo la formazione e la proliferazione di muffe o lieviti nelle camere. I test hanno dimostrato che il sistema SanitChill è in grado di distruggere oltre il 99% dei virus e dei batteri conosciuti, confermando il ruolo di leader che l'azienda riveste nel settore della refrigerazione in materia di sicurezza e standard alimentari.

williams-refrigeration.com.hk

Iceteam 1927 Una collaborazione autentica

Massimiliano Zucchi, direttore generale della società "La Romana dal 1947" con sede a Rimini, aveva un sogno: ampliare la presenza del marchio e avere un laboratorio in ogni gelateria. "Cercava una macchina affidabile e ad alte prestazioni in grado di gestire l'intero ciclo di produzione del gelato", spiega Giuseppe Tonelli, distributore di Iceteam 1927.

La soluzione è arrivata nel 1995 con la macchina Compacta di Coldelite - brand di Iceteam 1927 - utilizzata nella prima gelateria di Zucchi. Da allora "La Romana dal 1947" ha aperto 51 gelaterie in tutto il mondo, e prevede di aprirne altre sette entro quest'anno. "È stimolante veder crescere così un'azienda che segui da quasi 30 anni", afferma Tonelli. "Il rapporto tra La Romana e Iceteam è solido", aggiunge Zucchi. "Iceteam è una partner su cui contare e Giuseppe è un amico oltre che un consulente. I suoi suggerimenti sono sempre ben accetti. La fiducia reciproca è la chiave del successo di questa collaborazione".

iceteam1927.it



A sinistra Massimiliano Zucchi e Giuseppe Tonelli; a destra la nuova Coldelite VariO Icona con tecnologia Hybrid

Le nostre aziende



COTTURA

- ALPHATECH
- MARENO
kitchen solutions since 1922
- AMANA
COMMERCIAL
- MENUMASTER
Commercial
- ambach
You, your kitchen
- MERRYCHEF*
- baron
- metos
- MOFFAT
- BLUE SEAL
- Cleveland*
- CONVOTHERM*
- DEAN*
- eloma
- OLIS
we innovate cooking
- PROXY
PROFESSIONAL FOR YOU
- Falcon
- Frymaster*
- GARLAND*
- INDUCS*
- LAINOX
- Lincoln*
- JEM
YOUR PIZZA HUB
- ROSINOX
GRANDES CUISINES
- SILKO
WEIL DONE
- SunFire*
- U.S. Range*
- XpressChef



REFRIGERAZIONE

- BEVERAGE-AIR
- Delfield
- FRIGINOX
LE FROID PROFESSIONNEL
- Friulinox
REFRIGERATION EXCELLENCE
- hiber
THE FUTURE OF CHILLING
- KOLDTECH*
- KOLPAK*
- POLARIS
BEHIND THE FRESHNESS
- RDI*
- TECNOMAC
our technology, your taste
- VICTORY
- williams



LAVAGGIO E GESTIONE DEI RIFIUTI

- American Dish Service
- bi-line
Conveyor Systems
- Champion
- GMA
- COMENDA
TO CLEAN. WITH CARE.
- DIHR
we mean clean
- grandimpianti
intelligent laundry equipment
- HONVED
PEOPLE - PASSION - INNOVATION
- KROMO
EXCELLENCE IN DISHWASHING
- MOYER
DIEBEL
- NORDIEN-SYSTEM
- RENDISK
- WASHTECH
- Wexiödisk^W



FABBRICATORI DI GHIACCIO

- BAR LINE
ICE - MACHINES
- CRYSTAL TIPS*
- ICEMATIC
BE COLD WITH STYLE
- Ice-O-Matic[®]
Ice. Pure and Simple
- KOLD-DRAFT
- Scotsman
- SIMAG



PANIFICAZIONE

- ADAMATIC
- Belshaw
- BERTRAND
PUMA
- BONGARD
Always by your side
- CFI
- ESMACH
- MONO
- PAVAILLER



MACCHINE PER IL CAFFÈ

- QUEEN
- crem*
- EGRO
BUILT FOR EXCELLENCE
- EXPOBAR*
- PROMAC
Espresso coffee machines
- RANCILIO
Coffeeing the World
- RANCILIO
SPECIALTY
- spengler*



GELATERIA & BAR

- BGI
CONFECTIONERY SOLUTIONS
- ICETEAM 1927
BIB
- CARPIGANI
- ICETEAM 1927
cattabriga
- ICETEAM 1927
COLDEUTE
- Electro Freeze[®]
- GBG
- McCann's*
- Multiple[®]*
- ICETEAM 1927
- PROMAG
- Sencotel
- SERVEND[®]
Ice & Beverage Systems*
- V AIR



STOCCAGGIO, PREPARAZIONE E DISTRIBUZIONE DEI PASTI

- Aladdin Temp-Rite[®]
Better by Design
- AUREA
advanced food preparation equipment
- burlodge
TOGETHER, WE WORK
- Eclund
- Kreffit
- merco*
- METRO[®]
We put space to work.
- Stierlen
- temp-rite



CONTRACT, DISTRIBUZIONE E SERVICE

- Ali GROUP
意立餐饮设备(上海)有限公司
CHINA
- Alicomenda
- Ali CONTRACT
- Fabristeel*
- GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING
- metos
marine
- metos
Kitchen Intelligence
- MILLER'S VANGUARD
- SERVICELINE
Cooking & Refrigeration Est. 1999
- WELBILT[®]
FITKITCHEN*
- WELBILT[®]
KITCHENCARE*
- WELBILT[®]
KITCHENCONNECT*

Un partner globale

Ali Group sede centrale

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

Ali Group Germania

Lochfeldstraße 30
D-76437 Rastatt
Germania
Telefono +49 7222 90470
germany@aligroup.com

Ali Group Regno Unito

Bryggen Road | North Lynn Industrial Estate
Kings Lynn, Norfolk
PE30 2HZ | Regno Unito
Telefono +44 1553 817 000
uk@aligroup.com

Ali Group Africa e Medio Oriente

Unit 607, Building 1B
Dubai Design District
Dubai, UAE
Telefono +971 4510 8200
middleeast@aligroup.com

Ali Group Giappone

1-13-1 Mishuku Setagaya-ku
154-0005 Tokyo
Giappone
Telefono +813 5779 8850
japan@aligroup.com

Ali Group Russia

Novodmitrovskaya St. 2, Building 1, Floor 8
Office LI, Room 1D
127015 Mosca, Russia
Telefono +7 495 481 60 33
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

Unit C, 12/F. | Roxy Industrial Centre
58-66 Tai Lin Pai Road
Kwai Chung, N.T. | Hong Kong
Telefono: +86 852 2407 5422
hongkong@aligroup.com

Ali Group Singapore

140 Paya Lebar Road
#08-09 AZ @ Paya Lebar
Singapore 409015
Telefono: +65 6738 5393
singapore@aligroup.com

Ali Group Canada

2674 North Service Rd.
Jordan Station | Ontario
LOR 1S0 Canada
Telefono +1 905-562-4195
canada@aligroup.com

Ali Group India

3rd Floor, Plot no-117
Sector-44, Gurgaon-122003
Haryana, India
Telefono +91 124.4763700
india@aligroup.com

Ali Group Sud Africa

P.O. Box 30072 Jetpark 1467
Unit 4 Lakeview Business Park
8-10 Yaldwyn Road, Jetpark, Boksburg, RSA
Telefono + 27 10 590 0609 / + 27 11 053 5000
southafrica@aligroup.com

Ali Group Cina

MTR Cloud Center, 3rd Floor, Suite A
619 Caoyang Road Putuo District
Shanghai 200063 | Cina
Telefono +86 21 6285 5858
china@aligroup.com

Ali Group Messico

Esfuerzo Nacional No. 12, Int. M
Col. Alce Blanco
Naucalpan, Messico
CP53370
Telefono +52.55.5357.7100
mexico@aligroup.com

Ali Group Thailandia

825 Phairojkijja Tower 11th Floor
Bangna-Trad Road km. 3.5
Bangna, Bangkok 10250, Thailandia
Telefono +66 (2) 361 4611-18
thailand@aligroup.com

Ali Group Francia

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

Ali Group Nuova Zelanda

45 Illinois Drive
Izone Business Hub | Rolleston, 7675
Nuova Zelanda
Telefono +64 3 9836600
newzealand@aligroup.com

Ali Group USA

101 Corporate Woods Parkway
Vernon Hills, IL 60061
USA
Telefono: +1 847-215-6565
usa@aligroup.com



DIRETTORE EDITORIALE
Anna Lisa Scarano

**CONSULENZA EDITORIALE
E PROGETTO GRAFICO**
Progressive Content
Londra, UK
progressivecontent.com

GIORNALISTI
Jim Banks, Isobel Clark,
Vicky Coulthard, Elly Earls,
Victoria Green, Michael Jones,
Tina Nielsen, Jacquetta Picton

FOTOGRAFIE
Archivio Carpigiani e Niko
Romito, George Anderson,
Jasmine Anwer, Reed Brown,
Dennis Burnett, Matteo
Cervati, Alex Filz, Francesco
Fioramonti, Janos Grapow,
James Merrick, Alberto
Montessor, Nashville Guru,
Slava Blazer Photography e
Pamela Jeronimo, Stefano
Pedrelli, Arnold Ritter, Tyson
Sädlo, Francesco Scipioni,
Brambilla Serrani, Andrea
Straccini, Visitfoods

STAMPA
Buxton Press, UK

REDAZIONE
Ali Group
Via Gobetti, 2 - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio
Milano - Italia
Telefono: + 39 02 921991
aligroup.com

Il ristorante Vistas Riu
Silvestre offre una
magnifica vista sul campo
da golf, la foresta e,
all'orizzonte, il mare



UN LEADER GLOBALE

Ali Group è uno dei principali leader globali nel mercato dell'ospitalità e della ristorazione professionale. Il Gruppo è stato fondato 60 anni fa in Italia, ma molte delle sue aziende hanno più di un secolo di storia e sono tra i marchi più riconosciuti e apprezzati sul mercato. Attraverso le sue aziende, Ali Group progetta, produce e commercializza un'ampia gamma di attrezzature per il foodservice.

Con 75 siti produttivi, più di 14.000 dipendenti in 34 paesi e 113 marchi, opera in tutti i segmenti del mercato offrendo il più ampio e diversificato portafoglio del settore.