ALIWORLD

FRANCE

LA REVUE D'ALI GROUP

NUMÉRO 11 | OCTOBRE 2023

UNE RÉELLE COLLABORATION ET LE RÊVE DEVIENT RÉALITÉ

Moffat et Green Design Group redonnent vie au Balgownie Estate

VERS L'INFINI ET AU-DELÀ
LE TORRE DEL SARACINO A TROUVÉ EN COMENDA UN PARTENAIRE À LA HAUTEUR DE SON PERFECTIONNISME

LUXUEUX, ÉTHIQUE, DURABLE
GRANDIMPIANTI SE PLIE EN QUATRE POUR HORTO

ALI GROUP

Pour sa « renaissance », le Balgownie Estate a pu s'appuyer sur l'entreprise d'Ali Group Moffat et sur le cabinet Green Design Group, qui conçoit des cuisines commerciales et des bars

Bienvenue dans cette 11e édition d'*Aliworld*

J'espère que vous allez bien et que vos entreprises sont prospères. Bien que la route vers le retour à « la normale » d'avant la pandémie puisse parfois sembler longue, nous constatons de nombreux signes encourageants. Dans l'ensemble, les problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement s'atténuent, les opérateurs continuent de déployer des trésors de créativité avec des menus et des concepts innovants, mais surtout, les consommateurs reprennent l'habitude de manger à l'extérieur et de voyager. Malgré la persistance de vents contraires, comme la difficulté à recruter et à garder une main-d'œuvre qualifiée, les perspectives s'annoncent plus clémentes que ces dernières années.

Dans ce numéro, nous nous sommes une fois de plus efforcés de vous donner des informations utiles et des exemples inspirants pour vous aider à gérer votre entreprise au mieux. L'intelligence artificielle et les robots étant les deux sujets brulants du moment pour notre secteur, ce numéro fait dialoguer certains de nos principaux dirigeants sur la façon dont l'IA et la robotique impactent le secteur (et nos produits), et sur les évolutions à venir.

L'article présenté en couverture vous emmènera en Australie et vous racontera comment un restaurant chic a dû se remettre à la fois de la pandémie et d'un incendie dévastateur... L'histoire vraie d'un phœnix qui renaît de ses cendres. Les autres pages de ce numéro vous donneront un avant-goût de la façon dont les entreprises d'Ali Group réussissent dans les différents segments de l'industrie de la restauration. Par exemple, les chefs de demain sont formés à la Food School Bangkok, tandis que la prochaine génération de boulangers fait ses gammes au sein de la Claire Clark Academy, en Angleterre. En Italie, une cuisine de haut niveau est concoctée par un chef qui a installé son restaurant dans une tour vieille de 1 300 ans. Aux Pays-Bas, un hôpital devient plus durable écologiquement tout en réduisant ses dépenses, simplement parce qu'il a choisi le bon équipement. Et enfin en Israël, la pandémie a été l'occasion pour un restaurant de repenser entièrement ses procédés et ses équipements de cuisson.

Cela fait un an que le groupe Welbilt a rejoint Ali Group. Je suis fier de dire qu'au cours de cette année, de plus en plus de nos entreprises ont travaillé main dans la main pour offrir à nos clients les ensembles d'équipements les plus complets qui soient. À titre d'exemple, l'entretient avec Leonard Lam, page 6, détaille différentes facettes de cet effort de collaboration en Asie-Pacifique.

J'aimerais également féliciter sept de nos entreprises, qui fêteront des anniversaires marquants en 2023 et 2024. Delfield fête ses 75 ans d'activité, tandis que Friginox, OEM et Rendisk ont toutes 50 ans. Inducs, Kromo et Koldtech fêteront quant à elles leur 25e anniversaire. Toutes ces entreprises ont réussi à rester à l'écoute de leurs clients et à leur proposer des solutions pour les aider à prospérer.

J'ai été ravi de renouer avec nombre d'entre vous lors des différents salons et foires qui se sont tenus l'année dernière, notamment le Sirha à Lyon, Internorga à Hambourg, en Allemagne, et le NAFEM Show à Orlando, en Floride. Je suis impatient de vous retrouver nombreux lors des événements qui nous attendent l'année prochaine, dont le HostMilano, en Italie, le National Restaurant Association Show à Chicago et le FHA à Singapour.

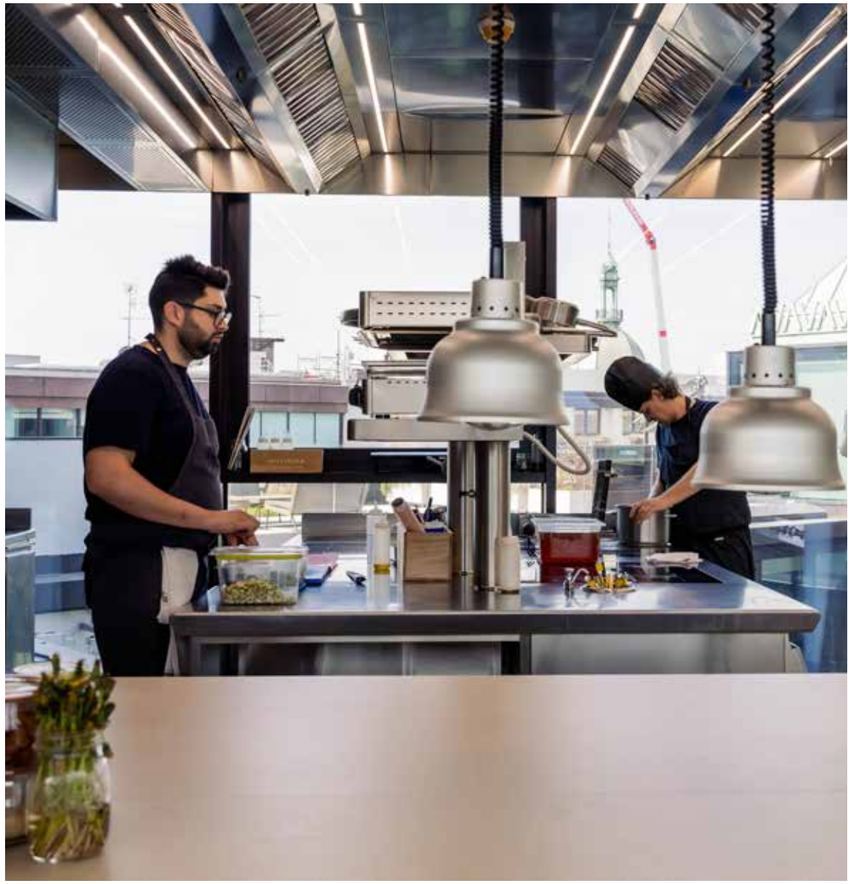
Au nom de toute l'équipe d'Ali Group, je vous souhaite une année 2024 heureuse et prospère. Bonne lecture de ce numéro d'*Aliworld*.

Filippo Berti
Président et PDG d'Ali Group

01
Croissance

6 Changer d'échelle
Leonard Lam, directeur général de Welbilt Asie-Pacifique, explique comment l'expérience de son entreprise peut aider les chaînes nationales à se développer à l'international

10 Priorité à la qualité
Andrea Occari, PDG de V AIR, présente ses machines à granité et Clark Associates, distributeur américain d'équipements de restauration, souligne leur qualité



02
Tendances

12 L'automatisation dans la restauration
Les dirigeants des marques Ali Group Convotherm, Rendisk et Merrychef expliquent en quoi la robotisation et l'automatisation changent la donne pour le secteur

03
Histoires de succès

18 Nouvelle école
La Food School Bangkok est soutenue par cinq marques d'Ali Group

22 Frire de plus belle
Welbilt soutient la croissance de la chaîne indonésienne de poulet frit Richeese Factory

26 Proximité totale
Grandimpianti conçoit la cuisine du restaurant milanais hyper-local Horto

30 Le rêve de Toto
Un bloc de cuisine Ambach transforme le restaurant Toto de Tel Aviv

32 Un matos de pro
La solution de Metos pour le projet durable Project EDGE Amsterdam West

36 La force du phœnix
Le rôle de Moffat dans la reconstruction du Balgownie Estate, en Australie

40 Pause café
Rancilio et son partenariat avec le podcast *A History of Coffee*

44 Une collaboration sur mesure
La chaîne italienne La Piadineria doit à Silko une part de son succès

46 Promouvoir la durabilité
L'hôpital néerlandais BovenIJ réduit son impact écologique avec Wexiödisk

50 Fidélité indéfectible
Burlodge Canada et Trillium Health Partners, deux partenaires de longue date

54 Dîner en front de mer
Baron participe à la réalisation du concept unique du restaurant Sala, à Sydney

58 Formation culinaire
Gambero Rosso Academy se fie à l'expertise technique et pédagogique d'Hiber

60 Promouvoir les bonnes pratiques
Iceteam 1927 et Gambero Rosso font équipe

62 Chocolat glacé
Polaris, la solution parfaite pour Barry Callebaut

66 Torre del Saracino
Le modèle Infinity de Comenda installé dans le restaurant étoilé

70 Susciter des vocations
Convotherm convient parfaitement à la Claire Clark Academy

04
Innovation

74 Flocons parfaits
Scotsman Ice a dévoilé sa nouvelle génération de machines à glace en flocons, avec de nouvelles caractéristiques techniques

78 Portée mondiale
La technologie de lave-vaisselle DIHR est utilisée et appréciée dans le monde entier

80 Puissance et robustesse
Reconnus pour leur efficacité énergétique, les modèles de Kromo font la différence

81 Efficacité tout en élégance
WMAXX, la nouvelle marque de lave-vaisselle de Welbilt, est aussi esthétique qu'économe en énergie

82 Commande Wavy
WashCo, un distributeur d'équipements de blanchisserie au Royaume-Uni mise sur la connectivité avec Grandimpianti ILE

84 À la vanille
Alberto Marzocchi de Friulinox présente les nouvelles armoires réfrigérées Vanilla et leurs impressionnantes avancées

86 L'Oracle qui a tout bon
Le nouveau four compact Oracle de Lainox, à la technologie avancée, est facile à utiliser et cuit les aliments rapidement. Tour d'horizon de ses caractéristiques impressionnantes alliant vitesse et qualité

En couverture :
Moffat a aidé le Balgownie Estate en Australie à se réinventer avec style

05
Ali Group

90 Dernières nouveautés
Brèves internationales des entreprises d'Ali Group

96 Nos entreprises
Découvrez toutes les entreprises d'Ali Group et leurs différents secteurs d'activité

98 Contacts
Nos bureaux dans le monde

01
Croissance

WELBILT FAIT TILT

De nombreuses chaînes de restaurants en Asie souhaitent s'étendre au-delà de leurs frontières, mais ne savent pas par où commencer. **Leonard Lam,** directeur général de Welbilt pour la région Asie-Pacifique, explique comment son entreprise peut servir d'intermédiaire pour aider les opérateurs nationaux à se développer, tout en maîtrisant les coûts de location, d'utilisation et de main-d'œuvre

L'Asie-Pacifique est une région pleine d'opportunités pour les restaurateurs.

La classe moyenne étant en forte croissance en Inde, le marché de la restauration devrait bondir de plus de 11 % dans les cinq prochaines années, d'après Francorp et restaurantindia.in. En Chine, le gouvernement mise davantage sur l'innovation locale et le développement du marché intérieur, à travers sa stratégie économique de « double circulation ». Parallèlement, les marchés d'Asie du Sud-Est comme la Thaïlande et l'Indonésie, qui dépendent fortement du tourisme, rebondissent après la pandémie et sont avides de nouveaux concepts de restauration.

Les chaînes nationales de la région souhaitent profiter des opportunités offertes au-delà de leurs frontières. Mais beaucoup ne connaissent que le marché sur lequel elles opèrent, et c'est là qu'intervient un partenaire comme le fabricant d'équipements de restauration Welbilt®.

« De nombreuses chaînes de restaurants locales connaissent une croissance très rapide », explique Leonard Lam, directeur général de Welbilt pour la région Asie-Pacifique. « Elles sont prospères dans leur pays d'origine, mais ne savent pas tirer parti de leur succès national pour se développer à l'international. »

Avec des bureaux et des centres de démonstration à Singapour, en Inde et en Chine et toute une gamme de marques mondiales d'équipements de restauration, la société Welbilt est fière de pouvoir être un intermédiaire pour aider les chaînes à s'étendre. La chaîne Jollibee, originaire des Philippines, par exemple, s'est développée en Europe, au Moyen-Orient et aux États-Unis, tandis que la marque indonésienne de ▸

« De nombreuses chaînes de restaurants locales connaissent une croissance très rapide. Elles sont prospères dans leur pays d'origine, mais ne savent pas tirer parti de leur succès national pour se développer à l'international »

Leonard Lam

poulet frit Richeese™ (voir page 22) est en plein processus d'expansion en Malaisie et en Chine.

« Au moment où elles décident de se développer dans de nouveaux pays, ces marques ont besoin d'un partenaire réputé avec lequel travailler », observe L. Lam. « Nous disposons d'un réseau de partenaires de distribution dans toute la région, de sorte qu'elles n'ont pas besoin de réinventer la roue chaque fois qu'elles abordent un nouveau marché. »

Un package complet

L'un des principaux arguments de vente de Welbilt est l'exhaustivité de son offre : la société fournit des équipements fiables pour tous les besoins en matière de restauration, des fours mixtes aux congélateurs et refroidisseurs rapides en passant par les fours à grande vitesse, les friteuses et les fours à pizza. Même si, pour tout dire, s'amuse L. Lam, l'offre est devenue vraiment complète après l'acquisition par Ali Group en 2022, et l'ajout de cinq marques Ali : Ambach, DIHR, Icematic, Tecnomac et Silko.

« Nous étions fiers de notre offre complète, mais en réalité, elle ne l'était pas tout à fait », reconnaît-il. « Nous n'avions ni lave-vaisselle, ni refroidissement rapide ou glace, car nous avions vendu Manitowoc Ice. Nous manquions aussi de cuisine horizontale à l'européenne. Ces cinq marques ont vraiment comblé les lacunes de notre portefeuille et nous pouvons maintenant affirmer que nous couvrons toutes les facettes d'une cuisine. »

En 2022, Welbilt a aussi transféré la fabrication et la distribution de tous ses produits destinés au marché chinois, y compris les marques Crem® et Frymaster®, dans une nouvelle usine à Hangzhou. « Il était important pour nous de produire les équipements pour le marché asiatique sur place », déclare L. Lam. « Nous voulons être proches du marché. Cette approche limite aussi les questions liées au fret et à la logistique. »

Les clients ont d'abord craint que ce changement perturbe les projets et les livraisons en cours, mais l'équipe de projet commune créée pour gérer le transfert a fait en sorte que la transition soit aussi fluide que possible. « Les clients ne s'inquiétaient pas du changement d'usine. Ils voulaient juste être sûrs de recevoir leurs produits », explique L. Lam. « Malgré une situation complexe entre les conséquences du Covid, les incertitudes autour de l'approvisionnement et un calendrier serré, nous y sommes arrivés, quasiment sans aucune perturbation pour nos clients. »

Répondre aux problématiques des opérateurs

Les marques sont sélectionnées pour offrir un service complet, mais aussi pour s'assurer que les produits – qu'ils soient utilisés séparément ou non – répondent aux principales problématiques qui se posent aux restaurateurs de la région : l'augmentation des loyers et des factures associée à une pénurie de main-d'œuvre.

« Les opérateurs disposent d'un espace limité, donc au lieu de quatre équipements, ils veulent savoir si un ou deux peuvent faire l'affaire », observe L. Lam. « Il est donc important de proposer un équipement multifonctionnel : la cuisine doit prendre le moins de place possible, pour que les clients en aient davantage. »

« Les opérateurs disposent d'un espace limité. Au lieu de quatre équipements, ils veulent savoir si un ou deux peuvent faire l'affaire. Il est important de proposer un équipement multifonctionnel »

Leonard Lam

Welbilt recherche également des marques misant sur l'automatisation afin d'aider les opérateurs à limiter la quantité de main-d'œuvre nécessaire. « Nous souhaitons qu'ils emploient du personnel pour des processus à valeur ajoutée, plutôt que pour des tâches qui peuvent très bien être automatisées », note L. Lam.

L'utilisation efficace des ressources est un autre aspect extrêmement important. « Les restaurateurs veulent connaître les performances de leur cuisine afin de contrôler leurs coûts de fonctionnement, qu'il s'agisse d'énergie, d'eau, de produits chimiques ou d'huile », explique L. Lam.

La majorité de l'équipement Welbilt est conçu pour pouvoir se connecter à la plateforme KitchenConnect® de Welbilt, qui regroupe toutes les données des différents équipements et fournit aux responsables un aperçu de ce qui fonctionne ou non, afin qu'ils sachent où économiser des ressources, du temps et de l'argent. « S'ils connaissent leurs coûts de fonctionnement et savent quand leur équipement est défaillant, cela répond à leurs problématiques. C'est ce que nous appelons la FitKitchen® », explique L. Lam.

Avec une gamme de produits complète et un centre de production en Asie, Welbilt est mieux positionnée que jamais pour aider les chaînes de restauration à fonctionner efficacement sur un marché difficile, mais aussi à tirer parti de l'essor de la région. ■

Ci-dessus : Welbilt dispose de bureaux et de centres de démonstration à Singapour, en Chine et en Inde

WELBILT

LA MARQUE

WELBILT

1929
Welbilt connaît le secteur depuis près d'un siècle, depuis la création de la Welbilt Stove Company par les frères Hirsch en 1929

28
marques dans le monde entier

+ de 4 000
employés dans le monde

5
Après son acquisition par Ali Group en 2022, Welbilt a développé cinq marques Ali en Asie-Pacifique : AMBACH, DIHR, ICEMATIC, TECNOMAC et SILKO

welbiltasia.com

LA VENTILATION VERTICALE : UNE VALEUR AJOUTÉE

L'innovation technologique, le design soigné, la fiabilité et l'excellence du service client aident V AIR à se dépasser dans l'évolution de la machine à granité

Clark Associates est le plus grand distributeur d'équipements de restauration aux États-Unis. Mais ce qui le rend unique, c'est que plus de 90 % de ses ventes se font sur son site Internet, webstaurantstore.com. Au fil des ans, cette plateforme est devenue pour les professionnels de la restauration la première source d'équipements, de fournitures et d'informations en ligne. Clark Associates travaille avec V AIR depuis deux ans.

« Nous avons vu le potentiel de croissance de ces machines sur le segment des boissons glacées. Aujourd'hui encore, nous sommes impressionnés par la qualité des produits et du service V AIR », déclare Reeves Connolly, directeur de l'approvisionnement, du mobilier et des accessoires chez Clark Associates. « La qualité et la conception des machines V AIR sont exceptionnelles. Depuis que nous travaillons avec V AIR, les retours des clients sont extrêmement positifs. »

Fiabilité et performances

R. Connolly apprécie beaucoup l'équipe V AIR. « Ils sont compétents, responsables et serviables. »

Andrea Occari, PDG de V AIR, reconnaît fièrement que l'écoute des clients est centrale. « Nous avons mis au point un système de ventilation verticale pour optimiser l'espace disponible de n'importe quelle entreprise. »

La machine à granité CLASSIC s'est progressivement imposée sur le marché grâce à sa fiabilité et à ses performances. « Nous avons commencé à installer une ventilation verticale sur les autres machines complétant notre gamme : la DREAM, notre machine à granité à large capacité ; la COOL, notre ligne de glacières ; et la machine à granité SMART, améliorée par rapport au modèle précédent », explique A. Occari.

CLASSIC est la première gamme dotée de la ventilation verticale de V AIR, qui fait évoluer la machine à granité. « Cela nous a permis non seulement de résoudre le problème du manque de place, mais aussi d'améliorer les performances d'un type de machine qui semblait au point mort », déclare A. Occari. « Par exemple, cela a permis d'améliorer les performances des moteurs, en réduisant le nombre de problèmes techniques, de réduire le délai de congélation du produit, entraînant de considérables économies d'énergie, mais aussi de concevoir des machines plus faciles à utiliser et à nettoyer. »

Les produits du futur

V AIR continue d'innover en développant une machine pouvant fonctionner avec des produits gazeux. « Depuis le début, notre objectif est de fabriquer toute la gamme de machines dont une entreprise spécialisée dans les boissons fraîches et glacées peut avoir besoin (boissons fraîches, granités non gazéifiés et cocktails glacés) », explique A. Occari. « Nous voulons être la première entreprise capable de couvrir tous les besoins d'une société dans ce secteur. » ■

Ci-dessus : Reeves Connolly, directeur de l'approvisionnement, du mobilier et des accessoires chez Clark Associates
Ci-contre : Andrea Occari, PDG de V AIR

> « La qualité et la conception des machines V AIR sont exceptionnelles. Les retours des clients sont extrêmement positifs »
> **Reeves Connolly, Clark Associates**

LE GRANITÉ AU PAYS DU FROID

Laguna Produkter AS est une société de boissons glacées et de granités basée en Norvège. Elle produit du concentré de granité sous la marque BrainCooler®. La réputation et la qualité de ses produits sont telles qu'en Norvège, on ne boit pas un granité, mais un BrainCooler.

« Être un acteur du secteur, originaire d'un des pays les plus froids du monde, est plutôt unique », déclare Christian A. Faureng, PDG de Laguna Produkter. « Nous avons découvert la machine CLASSIC en 2018/2019, lorsque nous avons eu l'occasion de tester quelques prototypes de machine en interne. Pour nous, c'était une révolution. L'aspect le plus intéressant de la machine CLASSIC est la réduction du délai de congélation. »

Pour C. A. Faureng, travailler avec l'équipe V AIR est « à la fois gratifiant et inspirant ».

« Bien que nous représentions un petit marché, nos préoccupations et nos suggestions sont prises au sérieux. Nous apprécions la capacité de l'entreprise à réagir rapidement, en s'adaptant aux imprévus ou aux souhaits du client », ajoute-t-il. « Participer à des événements organisés par V AIR nous a aidés à devenir leader du secteur sur notre marché, grâce au partage des bonnes pratiques, à l'interaction avec d'autres clients de V AIR et aux visites de l'équipe V AIR ici, en Norvège. »

LA MARQUE V AIR

75 %
le dégivrage est désormais 75 % plus rapide

1re
entreprise à breveter le système de ventilation verticale dans le secteur des boissons

100 %
la totalité de l'espace disponible est utilisée : aucun espace de dégagement n'est nécessaire

v-air.es

La robotisation au service des gens

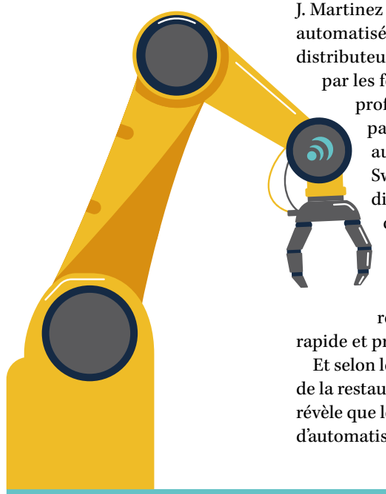
Le salon de la National Restaurant Association aux États-Unis comptait cette année plus de robots et de systèmes automatisés que jamais. Elly Earls a rencontré **Juan Martinez,** consultant FCSI, ainsi que des cadres de marques Ali Group telles que Convotherm, Merrychef et Rendisk pour parler de la façon dont l'automatisation, qui est loin d'être un simple effet de mode, change la donne pour leurs clients

L'automatisation dans le secteur de la restauration n'a rien de nouveau. Avant même que l'Internet à bas débit devienne la norme, Juan Martinez, devenu depuis consultant FCSI, planchait avec ses collègues de Burger King sur la rédaction d'un brevet pour « doter les fast-foods drive d'un système de communication vidéo », combinant moniteurs vidéo, miroirs et borne de commande à distance. Le projet est toujours dans les archives 1992 du bureau américain d'enregistrement des brevets.

Environ 30 ans plus tôt, les ingénieurs de l'AMF (l'American Machine and Foundry's) à Stamford, dans le Connecticut, avaient publié une vidéo détaillant leur système de restauration rapide entièrement automatique. Cela marqua le début de l'automatisation des commandes et de la gestion des stocks, mais aussi du contrôle électronique des machines pour préparer, cuire et emballer les aliments, y compris les hamburgers, les frites et les boissons gazeuses.

« La vidéo [visible sur YouTube en cherchant « Automatic Hamburger machine »] fait sourire aujourd'hui, mais elle est la preuve que ce n'est pas un concept nouveau », explique J. Martinez, qui, avant de lancer son propre cabinet de conseil Profitality, dirigeait l'équipe de recherche et développement de Burger King. « Aujourd'hui, la technologie est plus intelligente, mais il y a 30 ans, chez Burger King, nous travaillions sur des dispositifs automatisés, notamment des friteuses, des postes d'assemblage et des bornes de commande », explique-t-il.

Ce qui a changé, poursuit-il, c'est l'équation du retour sur investissement. Il y a 30, 40 ou 50 ans, le salaire moyen d'un employé de la restauration était nettement inférieur à aujourd'hui, il était donc beaucoup plus difficile d'obtenir un retour sur investissement. Maintenant que les coûts de main-d'œuvre sont montés en flèche, c'est plus simple. « À l'époque, nous nous sommes arrêtés, pour de bonnes ou de mauvaises raisons », se souvient J. Martinez. « Mais cette tendance existe depuis longtemps. »



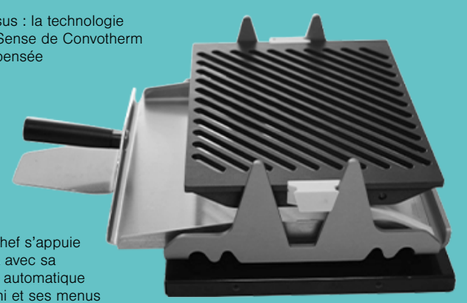
UN TOURNANT PROPICE

Cette année, au salon de la National Restaurant Association (NRA), le plus grand rassemblement de professionnels de la restauration en Occident, J. Martinez a remarqué plus de systèmes automatisés et robotiques que jamais, des distributeurs de boissons aux friteuses, en passant par les fours combinés. Récemment, les professionnels du secteur ont beaucoup parlé du restaurant entièrement automatisé Infinite Kitchen, lancé par Sweetgreen, qui, selon l'entreprise, va diviser les coûts de main-d'œuvre par deux tout en augmentant le rendement. Les bols se déplacent sur un tapis roulant et la sélection du client est ajoutée au fur et à mesure, ce qui rend ce processus « sans contact » plus rapide et précis.

Et selon le rapport 2023 de la NRA sur l'industrie de la restauration, ce n'est qu'un début. Ce rapport révèle que les restaurants rapides prévoient d'automatiser 51 % de leurs tâches d'ici 2025. Même les établissements plus traditionnels et haut de gamme pensent déléguer 27 % de leurs tâches à la technologie d'ici là. Dans l'ensemble, 58 % des opérateurs sont convaincus que l'automatisation se diffusera dans leur segment cette année, tandis que 64 % des opérateurs de restaurants rapides haut de gamme et 59 % des opérateurs de fast-food affirment que cela les aidera à pallier la pénurie de main-d'œuvre.

« Beaucoup affirment qu'ils n'utiliseront pas l'automatisation pour remplacer du personnel, mais pour améliorer les tâches demandées aux employés et fournir un meilleur service », explique J. Martinez. « C'est une réponse politiquement correcte. Mais la réalité, c'est qu'aux États-Unis, il est devenu très difficile de trouver des employés ayant les qualités recherchées, et en plus, cela revient très cher. L'automatisation doit assurer un retour sur investissement et à mesure que les coûts de main-d'œuvre augmentent, il se fait de plus en plus vite. C'est le tournant qu'il fallait pour généraliser l'automatisation. »

Ci-dessus : la technologie ConvoSense de Convotherm récompensée



Merrychef s'appuie sur l'IA avec sa presse automatique à panini et ses menus programmables

« Beaucoup d'opérateurs vont utiliser l'automatisation pour améliorer les tâches »

Juan Martinez

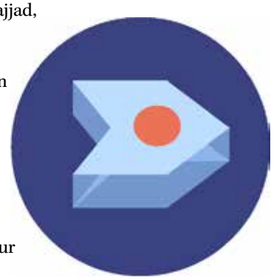
ACCÉLÉRER LE DÉBIT

L'automatisation ne consiste pas uniquement à réduire les coûts de main-d'œuvre. Comme les patrons de Sweetgreen espèrent le démontrer, elle peut aussi aider à augmenter le débit de production. « Si vous ajoutez un distributeur automatique de boissons à un drive, par exemple, vous pourrez servir plus de clients sans augmenter la main-d'œuvre », explique J. Martinez. « Au lieu de 60 voitures par heure, vous pourrez peut-être en servir 70, ce qui est énorme. Le meilleur moyen d'accroitre les résultats nets est d'augmenter les ventes. Bien sûr, tout le monde veut réduire les coûts, mais il ne faut pas le faire au détriment des ventes. Il y a aussi d'autres avantages, comme la sécurité des employés, la qualité des aliments et la régularité. Il y a tellement de variables qui entrent en jeu. » C'est sans aucun doute l'idée qui a présidé au développement de la technologie ConvoSense de Convotherm, qui a reçu le prix Kitchen Innovations au salon de la NRA cette année. Ce prix récompense les innovations internes qui améliorent les opérations et génèrent de la croissance grâce aux progrès en matière d'automatisation, de durabilité, d'efficacité ou d'économie d'espace.

Le four combiné Maxx Pro de Convotherm est le premier à être équipé de capteurs de vision utilisant l'intelligence artificielle : les employés ont juste à mettre la nourriture dans le four. C'est tout. Comme l'explique Arndt Manter, chef de produit chez Convotherm, « l'IA reconnaît le plat, comprend quel élément a été introduit dans le four et à quel niveau, choisit le bon réglage de cuisson et, dès que la porte est fermée, démarre la cuisson ».

« Pour nous, automatiser les tâches, c'est soulager l'utilisateur de tout effort. Les opérateurs gagnent en efficacité en accélérant les processus et en garantissant des résultats optimaux de façon constante, jour après jour. Les clients ont noté que grâce à la fraîcheur et à la qualité constante des plats, les ventes avaient augmenté de 25 % au moins. »

Merrychef s'appuie sur l'IA avec sa presse automatique à panini et ses menus programmables qui changent la donne pour ses clients. « Aller plus vite, c'est toute l'ambition de Merrychef, mais cela ne se résume pas à de simples bras robotiques », explique Adam Sajjad, chef de produit chez Merrychef. « L'automatisation des processus et des tâches laborieuses accélère la livraison : c'est une véritable valeur ajoutée pour nos clients. »



« La précision du système réduit les coûts associés aux ruptures »

Art Huisjes, Rendisk

TRAVAILLER AVEC DES ROBOTS

Les opérateurs de la restauration réclament aussi plus de systèmes automatisés en coulisses, après le service. Rendisk, qui fournit des solutions pour la vaisselle et les déchets alimentaires, a sorti son système Flex TrayBot il y a environ deux ans. Il est maintenant prêt à être présenté au HostMilano.

C'est un système à convoyeur « cobotique », c'est-à-dire qu'il fait appel aux capacités combinées des humains et des robots. Les plateaux de vaisselle sale sont extraits du chariot par un bras robotisé avant d'être automatiquement transportés vers la zone de tri. Là, les membres du personnel mettent la vaisselle sale dans des paniers, qu'ils poussent ensuite sur le convoyeur et ils sont acheminés vers les lave-vaisselle. Les couverts restent sur le plateau et sont automatiquement retirés grâce à des aimants.

Rendisk enregistre une demande croissante de la part des restaurants d'entreprise, des universités et des hôpitaux. Selon Art Huisjes, directeur des ventes internationales chez Rendisk, de plus en plus d'opérateurs cherchent à améliorer l'organisation des tâches répétitives en cuisine. Les avantages sont triples. « Les meilleures conditions pour le personnel réduisent les risques d'accident, le système réduit les coûts associés aux ruptures et sa plus grande efficacité réduit les heures de travail nécessaires. »

J. Martinez recommande des systèmes robotiques à ses clients pour le débarrassage, juste avant que Rendisk n'intervienne pour transporter les assiettes sales dans l'espace de nettoyage. « Les employés n'ont plus besoin de quitter la salle à manger, ce qui leur permet d'interagir davantage avec les clients. En libérant le personnel des tâches ne concernant pas directement le service, on peut le positionner auprès du client pour générer plus de ventes », explique-t-il.

Le Flex TrayBot de Rendisk est doté d'un convoyeur à bandes cobotique

Juan Martinez pense que l'adoption de systèmes automatisés de pointe va se faire lentement

LENTEMENT MAIS SÛREMENT

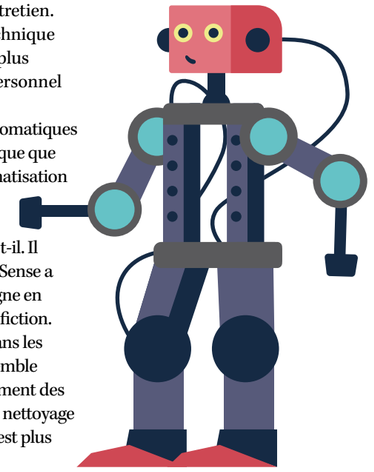
La question qu'il pose aux clients souhaitant investir dans n'importe quel type de système automatisé – robotique, cobotique ou autre – est toujours : pourquoi ? Que voulez-vous améliorer ? Quelles sont les options possibles ? Quel travail cela demande-t-il ? Y aura-t-il un retour sur investissement ? « Le retour sur investissement est essentiel, sinon, on devient un organisme caritatif », prévient J. Martinez. Et il ne faut jamais perdre de vue les bases. « Pour être efficace, il faut des menus et des processus aussi simples que possible. »

« Si vous voulez être efficace, il faut garder des processus aussi simples que possible »

Juan Martinez

Selon lui, l'adoption de systèmes automatisés de pointe va se faire lentement. « Les fournisseurs qui réussiront les premiers à en faire profiter les grandes chaînes voudront s'associer avec des marques ayant les moyens, les capacités et le financement », prédit-il. « Les petites entreprises familiales devront s'y mettre en cours de route. » Il pense que le plus gros enjeu sera le coût des réparations et de l'entretien. De plus, il faudra prévoir une formation technique plus poussée du personnel. « Il faudra être plus performant technologiquement, avec du personnel de maintenance essentiellement », dit-il.

Cependant, les avantages des systèmes automatiques sont tels, selon A. Manter, qu'il n'y a aucun risque que cette tendance s'essouffle. « Accélérer l'automatisation est essentiel, car elle répond à des questions cruciales, des problèmes de personnel à la consommation d'énergie et d'eau », souligne-t-il. Il se souvient que lorsque la technologie ConvoSense a été déployée pour la première fois en Allemagne en 2020, les clients l'ont comparé à de la science-fiction. Ajourd'hui, dit-il, c'est accepté et apprécié. Dans les années à venir, selon lui, l'IA va intégrer l'ensemble des processus en cuisine – depuis l'acheminement des denrées jusqu'à l'élimination des déchets et le nettoyage des couverts. La technologie existe déjà, ce n'est plus qu'une question de temps. ■



Une école alléchante

Comme le soulignent **Laurent Casteret,** son directeur, et **Kurniadi Setiono** d'Allied Metal, la collaboration est au cœur de la Food School Bangkok, une école unique qui a ouvert ses portes l'an dernier

À la croisée de plusieurs pays et différentes entreprises, la Food School Bangkok combine formation et esprit entrepreneurial, grâce à un écosystème permettant aux étudiants de se former, puis de tester leurs concepts sur le public.

Laurent Casteret, directeur de la Food School Bangkok, a supervisé le projet et ses collaborations multidimensionnelles. « Nous travaillons avec trois écoles différentes : une en Italie, une au Japon et une en Thaïlande », explique-t-il.

Le partenariat avec Alma, l'école italienne d'arts culinaires, le Tsuji Culinary Institute, situé au Japon, et le Dusit Thani College, l'une des principales écoles hôtelières de Thaïlande, est une proposition totalement nouvelle dans le monde de la formation hôtelière. « C'est un projet stimulant et une très belle école », poursuit-il.

Ce qui a complexifié ce projet déjà multilatéral, c'est que le bâtiment n'a pas été construit dans l'optique d'y installer des cuisines commerciales.

« Le plus gros problème au départ a été de réunir trois acteurs mondiaux de la formation hôtelière dans un espace limité qui n'avait pas été conçu pour des cuisines. C'est un complexe proche de l'université, conçu pour des bureaux, et nous l'avons transformé pour en faire une école », déclare Kurniadi Setiono, concepteur chez Allied Metals et responsable de la cuisine professionnelle de l'école. « Nous avons dû réfléchir à la façon de gérer le flux des étudiants et des employés, mais aussi celui des matières premières. »

L'école a ouvert à l'automne dernier, d'abord pour des cursus de courte durée, puis pour accueillir la première promotion d'élèves inscrits pour trois sessions, de 200 heures chacune.

L'école s'est associée à plusieurs fabricants d'équipements, dont Ambach, Carpigiani, Eloma, Olis et Williams, d'Ali Group.

« Ce fut un honneur d'aider l'équipe de conception d'Allied Metals, un partenaire de longue date d'Eloma, ainsi que leur consultant, dès le début du projet », explique Volkmar Rau, responsable des ventes d'Eloma GmbH. « Notre four combiné Multimax nous a paru idéal pour la Food School, car c'est un four combiné à hautes performances conçu pour les chefs professionnels. Associé à notre hotte à condensation Multi-Eco et à notre armoire inversée, c'était la meilleure solution pour leurs cuisines et nous en sommes fiers. »

Trois étages, trois cuisines

L'école est installée sur trois étages, qui comptent chacun 1 000 mètres carrés et ont leur propre spécificité culinaire.

Le rez-de-chaussée sert d'incubateur, avec huit cuisines entièrement équipées et un espace boulangerie. « Il est dédié au développement de concepts, avec une salle à manger où le public peut venir tester de nouvelles propositions culinaires. Nous allons aussi y organiser des formations pour les jeunes chefs et les entrepreneurs : cet espace est donc ouvert à ceux qui souhaitent louer nos cuisines », explique L. Casteret.

« C'est ici qu'Olis a installé son équipement le plus emblématique : les brûleurs à gaz. Ils permettent aux chefs de laisser libre cours à leur créativité, avec la garantie des performances constantes d'Olis », explique Luca Calgaro, directeur régional des ventes chez Olis.

Le deuxième étage est dédié aux cuisines asiatiques – japonaise et thaïlandaise – tandis que le troisième étage est consacré à la cuisine italienne. C'est là que les étudiants trouveront les machines à crème glacée Carpigiani.

La ReadyChef de Carpigiani a été choisie pour sa polyvalence, car elle permet à Enrico Nativi, professeur de pâtisserie, de produire des glaces, mais aussi d'autres desserts.

« C'est une machine fabuleuse qui permet de préparer des glaces, mais aussi beaucoup d'autres choses comme de la crème pâtissière, des sauces, des nappages ou du yaourt. Et concernant la glace, il y a un programme pour chauffer puis congeler et un autre pour chauffer, faire reposer et congeler », explique Antonello Ugliono, responsable du développement commercial chez Carpigiani.

À la fin de leur formation, les élèves peuvent tester leurs idées au rez-de-chaussée. « C'est tout simplement unique », conclut L. Casteret. « Ce qui est fantastique, c'est qu'au rez-de-chaussée, les étudiants sont en contact direct avec des chefs professionnels. »

Des partenaires impliqués

K. Setiono raconte que la cuisine a délibérément été conçue différemment de ce qui se fait d'habitude. « Normalement, chaque étudiant a son propre bloc de cuisson », explique-t-il. « Ici, nous avons choisi un agencement qui apprend aux étudiants à collaborer. Nous avons conçu un grand bloc de cuisson pour que les étudiants travaillent ▸

« C'est tout simplement unique. Ce qui est fantastique, c'est qu'au rez-de-chaussée, les étudiants sont en contact direct avec des chefs professionnels »

Laurent Casteret
The Food School Bangkok

En haut : Antonello Ugliono, responsable du développement commercial, Carpigiani. Ci-dessus : Volkmar Rau, directeur des ventes, Eloma

« Nous avons choisi un agencement qui apprend aux étudiants à collaborer. Nous avons conçu un grand bloc de cuisson pour que les étudiants travaillent ensemble et qu'ils apprennent en équipe »

Kurniadi Setiono
Allied Metals

Avec ses huit incubateurs, la Food School Bangkok propose une formule unique, n'existant qu'au sein de quelques universités prestigieuses. Une cuisine fonctionnelle est accessible sur de courtes périodes à un prix modeste à tous ceux qui souhaitent tester leur projet avant d'investir dans un restaurant.
En bas à gauche : Hunter Reynolds, directeur régional APAC et Australie, Ambach

ensemble et qu'ils apprennent en équipe plutôt qu'individuellement. À la fin de leurs études, ils n'auront pas toujours leur propre équipement. Ils devront collaborer avec leurs collègues et c'est exactement ce que nous leur enseignons ici. »

Chaque détail de l'aménagement a été pensé. En plus de vastes salles d'apprentissage, la Food School Bangkok dispose aussi d'espaces communs pour les travaux de groupe, de cuisines de démonstration équipées pour la cuisine asiatique et occidentale, de capacités d'enregistrements vidéo en direct, de cours enregistrés à télécharger et d'une ferme hydroponique verticale.

K. Setiono explique que les équipements des fournisseurs ont été minutieusement sélectionnés, avec pour priorité les économies d'énergie. « Sur le long terme, c'est l'énergie qui revient le plus cher dans le fonctionnement d'une cuisine. Dans dix ans, 64 % des coûts concerneront uniquement l'énergie. Avec des équipements moins chers, l'investissement est moindre, mais les coûts énergétiques seront bien plus élevés », dit-il.

« Nous voulions des conseils pour faire des économies d'énergie et Williams nous a beaucoup aidés. Nous collaborons aussi avec Ambach, qui nous soutient beaucoup, et Olis, qui a fait du beau travail sur les blocs de cuisson asiatiques.

Carpigiani a assuré des cours de confection de crème glacée dans la section pâtisserie. La collaboration s'est très bien passée. Tous nous aident énormément. »

Allied Metals Thailand recherchait un bloc de cuisson sans soudure, opérationnel des deux côtés. Comme l'entreprise travaille avec Ambach depuis plus de 20 ans, elle connaissant les blocs de cuisson à double service d'Ambach », raconte Hunter Reynolds, directeur régional APAC et Australie chez Ambach.

« Alma avait des exigences spécifiques, avec des équipements traversants, comme les fours et les cellules de refroidissement sous-comptoir, tous accessibles sur deux côtés. Cela a été possible grâce au Double Modular Design (la conception modulaire double) d'Ambach. Ce système permet à nos clients de choisir les équipements et la disposition qu'ils veulent en cuisine. »

Avec de plus en plus d'inscrits et la progression des premières promotions, on peut dire que la Food School Bangkok est déjà une réussite. « Le fait d'être une école internationale réunissant plusieurs marques nous rend très attractifs. En Europe, il y a surtout des écoles de cuisine française. Ici, c'est le seul endroit d'Asie où vous pouvez avoir un cursus de cuisine italienne et de cuisine japonaise. À moins d'aller à Osaka au Japon, nous sommes la seule école de la région à proposer ce type de cuisines », explique L. Casteret.

Et il se trouve que les cuisines italienne et japonaise sont très populaires actuellement en Thaïlande. « Beaucoup de gens souhaitent se former à ces cuisines », ajoute L. Casteret, qui espère élargir l'offre par la suite.

« Nous fonctionnons comme une plateforme. Pour le moment, nous collaborons avec trois écoles, mais on aimerait élargir notre réseau, avec par exemple une école spécialisée en cuisine espagnole », dit-il.

Ce projet ambitieux est déjà un succès, comme s'en félicite K. Setiono. « Cette collaboration est très réussie. Des gens de trois régions différentes du monde – l'Italie, le Japon et la Thaïlande – travaillent ensemble », dit-il. « Et nous avons la chance d'avoir le soutien de fournisseurs intéressés par ce projet. »

Il va sans dire que les fournisseurs partenaires sont eux aussi enthousiastes de participer à un tel projet. « Ce fut un vrai plaisir de travailler en étroite collaboration avec Alma, Allied Metals et la Food School pour offrir aux élèves d'Alma une cuisine bien conçue et polyvalente », raconte H. Reynolds d'Ambach. ■

LES MARQUES

ambach
ambach.com

CARPIGIANI
carpigiani.com

eloma
eloma.com

OLIS
we innovate cooking
olis.it

williams
williams-refrigeration.co.uk

Lorsque la chaîne indonésienne de poulet frit Richeese a décidé qu'il était temps de s'aventurer à l'étranger, elle a immédiatement demandé l'aide du fournisseur d'équipements de cuisine Welbilt. **Kenny Chong,** chef des opérations chez Richeese, explique à Elly Earls comment l'étroite collaboration avec Welbilt a facilité l'expansion de la marque en Malaisie. Un partenariat que les deux sociétés prévoient d'intensifier dans les années à venir

Friture de haut vol

Depuis le lancement du premier restaurant Richeese™ dans un centre commercial de Java en 2011, la chaîne de restauration rapide a connu un essor rapide en Indonésie. De 49 établissements en 2015, elle est passée en 2019 à 162 établissements, répartis dans ce vaste archipel, de la très touristique Bali à la ville de Banda Aceh, surnommée la « véranda de La Mecque » et située à l'extrémité ouest de l'île la plus occidentale d'Indonésie, Sumatra.

Richeese est loin d'être la seule chaîne de restauration rapide spécialisée en poulet frit du pays, mais elle se distingue de ses concurrents grâce à ses cinq variétés de sauce BBQ, plus ou moins épicées, à ses sauces au fromage, que peu de chaînes proposent dans la région, et dernièrement, grâce à son tout nouveau plat : les frites à la crème glacée.

L'objectif de la chaîne est de compter 259 établissements d'ici fin 2023, pas seulement en Indonésie, mais aussi en Malaisie, où trois points de vente ont déjà ouvert, tandis que sept autres doivent le faire dans les mois qui viennent. « Nos restaurants ont toujours été très fréquentés et nous avons dû faire face à une forte demande », explique Kenny Chong, chef des opérations chez Richeese. « Cela a suscité de l'intérêt et nous avons reçu de nombreuses demandes d'opérateurs étrangers souhaitant franchiser notre marque. » Ces trois prochaines années, Richeese prévoit de se développer en Chine, aux Philippines et à Singapour, à raison de 100 nouveaux restaurants par an.

Une solution complète

Depuis six ans, le fabricant et fournisseur d'équipements de cuisine Welbilt®, qui bénéficie d'une forte présence dans la région Asie-Pacifique, avec des bureaux et des centres de démonstration en Chine, en Inde et à Singapour, accompagne Richeese et son essor en Indonésie.

« Nous avons commencé à travailler avec eux pour leur fournir des friteuses Frymaster® », se rappelle William Fletcher, vice-président des ventes Welbilt dans la région. « Ils avaient réalisé que s'ils voulaient développer leur activité, ils avaient besoin d'une friteuse qui puisse frire de façon homogène et fournir chaque fois les mêmes résultats. Après de nombreux essais, la ▸

Kenny Chong, chef des opérations chez Richeese, supervise le développement de la chaîne qui vise 259 établissements en Indonésie et en Malaisie d'ici fin 2023

« Nous sommes fiers de notre capacité à communiquer avec les différentes cultures d'Asie du Sud-Est »

William Fletcher

marque Frymaster s'est imposée. Nous avions ce produit, mais nous disposions aussi du réseau dans la région pour les accompagner dans leur croissance. Ce n'est pas surprenant qu'ils aient pris rapidement de l'essor. »

À présent que Richeese tâte le terrain au-delà de ses frontières, en commençant par la Malaisie, le partenariat s'est intensifié. Grâce à la marque Fabristeel® de Welbilt, Richeese a décidé d'ajouter à ses cuisines des machines à crème glacée Carpigiani, des plaques à snacker Mareno et des armoires de stockage Fabristeel, afin de rationaliser les agencements et de gagner en efficacité.

« Lorsque vous vous développez à l'étranger, vous devez vous familiariser avec la chaîne d'approvisionnement du nouveau site », affirme W. Fletcher. « Dans un contexte de perturbation des chaînes d'approvisionnement et de délais rallongés en raison du Covid, nous avons fait affaire en partie parce que Richeese n'a eu qu'un interlocuteur en Malaisie, qui a livré toute la cuisine dans les délais prévus. »

Assistance locale

La qualité, la fiabilité et le service après-vente ont été d'autres facteurs essentiels, d'après K. Chong. « Les marques de Welbilt nous ont donné l'assurance de la sécurité : l'équipement était efficace, facile à utiliser et produisait des résultats constants. Welbilt dispose également d'un large réseau de services là où nous souhaitons nous développer, ce qui est un gros avantage pour nous », ajoute-t-il.

Welbilt a fourni bien plus qu'un simple équipement. Son équipe connaît bien les différents marchés de la région, ce qui a convaincu Richeese de lui faire confiance pour mener des discussions qui n'auraient pas été évidentes sans cette aide.

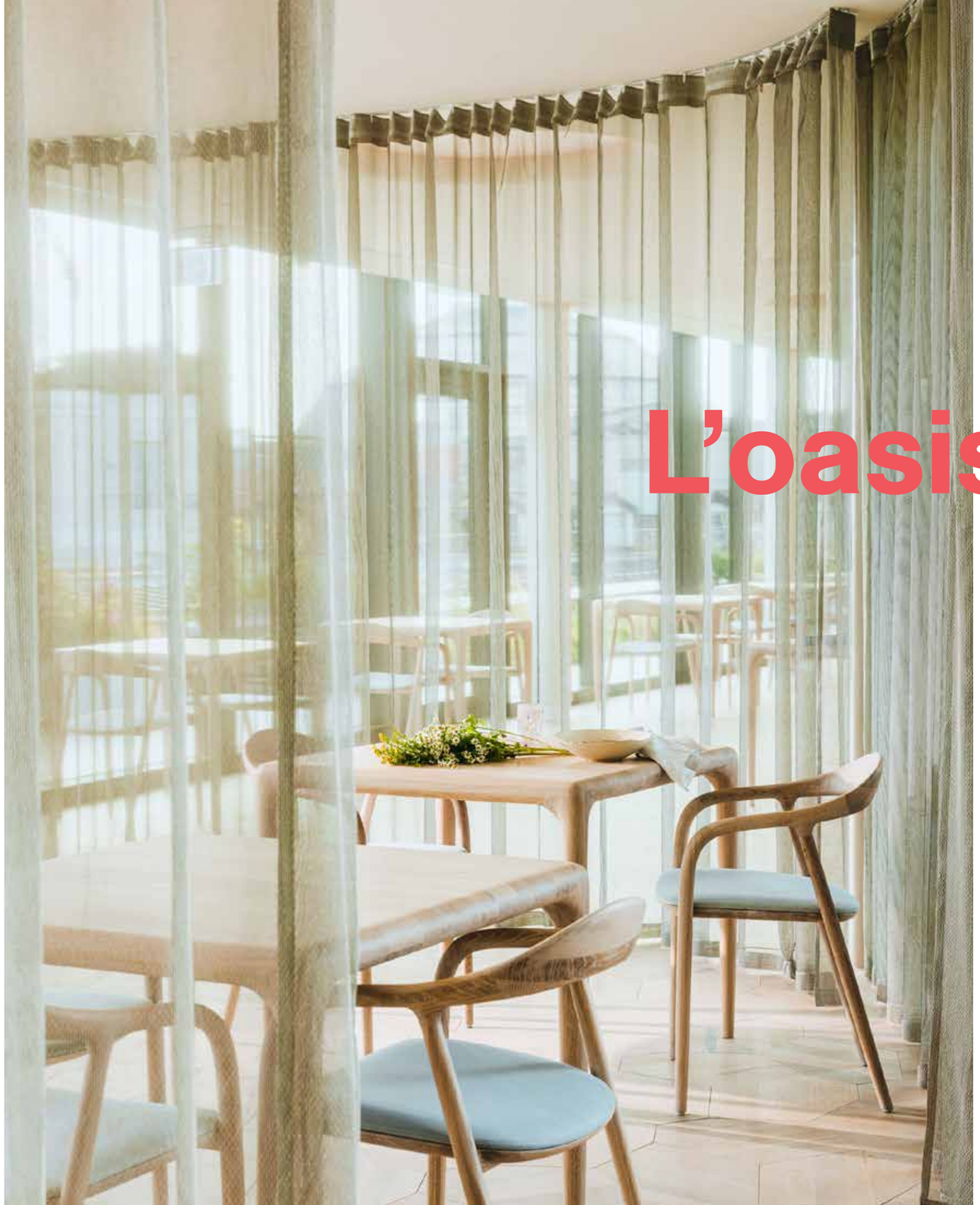
W. Fletcher poursuit : « Nous sommes fiers de notre capacité à communiquer avec les différentes cultures d'Asie du Sud-Est. C'est une nécessité absolue pour se développer dans la région. Une fois que vous avez gagné la confiance d'un client, il reviendra vers vous lorsqu'il cherchera à s'installer dans d'autres régions. Comme nous disposons aussi de ressources physiques, en termes de personnel et de sites de production, nos clients ont un interlocuteur physique, ce qui n'est pas le cas lorsqu'ils traitent avec les États-Unis ou l'Europe. Nous pouvons leur fournir une assistance locale. »

Welbilt dispose également de chefs cuisiniers à Singapour, en Indonésie, en Malaisie et en Chine, qui travaillent avec des marques de restauration rapide pour s'assurer que leurs menus répondent aux exigences des nouveaux marchés. « Les profils de goût doivent parfois être ajustés selon les différentes régions d'Asie », note W. Fletcher.

Avec la centaine d'établissements que la chaîne prévoit d'ouvrir l'an prochain, Richeese souhaite garder Welbilt à ses côtés. « Avec un plan de croissance ambitieux pour les trois prochaines années, il va sans dire que nous tenons à intensifier notre collaboration », conclut K. Chong. ■

William Fletcher, vice-président des ventes Welbilt dans la région, est convaincu qu'il est essentiel de gagner la confiance d'un client, car « il reviendra vers vous lorsqu'il cherchera à s'installer dans d'autres régions »

Le bâtiment The Medelan, à Milan, qui abrite Horto, obtiendra bientôt la certification de haute qualité environnementale LEED Platine



L'oasis urbaine

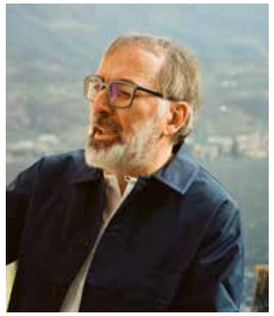
Luxueux et éthique, le restaurant Horto, à Milan, est le jardin secret de la cuisine durable, comme le racontent **Diego Panizza,** son cofondateur, et **Alessandro D'Andrade,** de Grandimpianti, à Tina Nielsen

Pensé pour offrir aux Milanais et aux touristes de passage un havre de paix dans la ville, Horto a ouvert en septembre 2022 sur l'impressionnant toit-terrasse du Medelan, un lieu prestigieux au cœur de Milan, comprenant bureaux et espaces de vente. Horto offre une vue à 360 degrés sur la ville et une approche singulière de la restauration durable. The Medelan recevra bientôt la certification de haute qualité environnementale LEED Platine de l'U.S. Green Building Council, en parfait accord avec la philosophie éthique et responsable de Horto.

C'est le chef Norbert Niederkofler, originaire du Tyrol du Sud et détendeur de trois étoiles Michelin et de l'étoile verte Michelin pour la durabilité, qui décide de la stratégie culinaire, tandis qu'Alberto Toé, chef résident, est aux commandes derrière les fourneaux.

« Nous avons conçu Horto comme un projet culturel qui nous invite à repenser notre relation au temps. Je crois qu'aujourd'hui, surtout dans une ville comme Milan, nous avons besoin de redéfinir notre conception du temps pour développer une meilleure qualité de vie », explique le cofondateur Diego Panizza. « Nous voulions faire en sorte d'influencer positivement l'avenir, en commençant par le respect, et pour nous, être respectueux signifie être éthique. »

La journée du restaurant suit le cycle du soleil, en commençant par le service du petit-déjeuner à l'aube, suivi du déjeuner puis, en fin de journée, d'un service gastronomique. L'idée est d'inviter les clients à s'évader momentanément de leur quotidien. ▸



En haut : Alessandro D'Andrade de Grandimpianti ;
au centre : Norbert Niederkofler ;
en bas : Diego Panizza

« Milan est une ville marquée par la vitesse, les affaires et le travail, mais le centre-ville manque d'un espace où reprendre son souffle. Se reconnecter à la nature peut offrir ce sentiment d'évasion qui permet de retrouver la paix, et c'est ce qu'offre notre terrasse », explique D. Panizza.

Un menu durable

L'objectif dès le début était de créer un écrin de verdure en plein centre-ville, avec un menu basé sur des pratiques durables. La cuisine travaille exclusivement avec des producteurs situés à moins d'une heure du restaurant : c'est un travail de proximité basé sur la synergie entre cuisine de saison et terroir. Cela implique par exemple que le menu ne propose pas de poisson de mer, uniquement du poisson d'eau douce.

Grandimpianti a rejoint le projet pour concevoir la cuisine dans le respect du concept unique proposé par le chef N. Niederkofler.

« Nous avons proposé un équipement basé sur la flexibilité et la modularité, parmi les marques Ali Group. Nous avons aussi créé un agencement de cuisine permettant au chef de créer un menu basé sur la durabilité », explique Alessandro D'Andrade, directeur général de Grandimpianti. « Nous nous efforçons toujours de fournir des produits écologiques et des solutions économes en énergie, c'est pourquoi nous adhérons totalement à la philosophie de Horto axée sur la durabilité. »

La durabilité est au cœur de tout le projet, depuis l'aménagement de l'espace – d'anciens fûts de vinaigre utilisés pour les sols – jusqu'aux tenues, réalisées en tissus recyclés. Le restaurant est fermé le dimanche, jour de repos des employés. « Nous essayons vraiment d'avoir une vision globale et cette philosophie éthique va aussi guider nos choix futurs », ajoute D. Panizza.

Un service à 360 degrés

À chaque étape du processus, des discussions initiales à la conception en passant par la logistique, l'installation et le service après-vente, Grandimpianti offre un service à 360 degrés, fort de 50 ans d'expérience sur le marché de l'hôtellerie et de la restauration, y compris auprès d'entreprises, d'hôpitaux, de restaurants rapides ou de boulangeries. « Nous pouvons dire à nos clients que nous créons leur cuisine, de la conception jusqu'à la réalisation », affirme A. D'Andrade.

D. Panizza décrit la relation avec Grandimpianti comme un rapport « de confiance et de respect mutuels. Ils sont toujours présents et nous aident à développer notre philosophie », déclare-t-il.

Être situé au sommet d'un bâtiment central implique certaines contraintes. « La localisation en plein cœur de Milan sur le toit-terrasse du Medelan a nécessité une organisation millimétrée », explique A. D'Andrade. « La livraison de l'équipement s'est faite au lever du soleil, avec une grue mobile pour monter les machines. »

La livraison de la cuisine Ambach, composée de monoblocs extrêmement lourds, s'est révélée très difficile, mais l'équipe n'a jamais baissé les bras. « L'équipe a travaillé sans relâche pour créer une cuisine à la fois fonctionnelle, esthétique et élégante. Nous sommes fiers d'avoir contribué à la réussite du projet Horto et d'avoir relevé tous les défis qui se sont présentés en cours de route », déclare-t-il.

L'équipe de Grandimpianti a écouté avec attention les besoins du personnel pour créer la cuisine idéale. « Nous avons rassemblé une équipe de professionnels, à même de comprendre les demandes et de les interpréter de la meilleure façon qui soit pour la satisfaction du personnel », affirme-t-il. « La collaboration a été fondamentale et l'échange de connaissances, de savoir-faire et de professionnalisme a été très utile. »

Bien que le lieu soit ouvert, le développement est en cours, explique D. Panizza. « C'est un long parcours qui nous oblige à être constants et fidèles à nos valeurs jour après jour », conclut-il. « Je crois que cette constance et cet engagement ont permis à Horto de devenir un exemple de durabilité dans le domaine de la gastronomie et l'une des adresses incontournables de la ville. » ■

LA MARQUE

GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING

+ de 200
Grandimpianti a travaillé sur plus de 200 projets hôteliers

1965
L'entreprise a été créée il y a plus de 50 ans

5
Grandimpianti travaille pour cinq catégories de clients

grandimpiantiali.it

Les marques Ali Group chez Horto

En tant que coordinateur de l'ensemble de la cuisine, Grandimpianti a fourni :

- des équipements de cuisine **Ambach**
- des équipements de réfrigération **Hiber**
- des équipements de lavage **Comenda**
- des machines à crème glacée **Carpigiani**

Les plans de travail ont été faits sur mesure pour s'adapter à la cuisine, qui a été équipée d'un extracteur au plafond avec éclairage, tandis que les espaces de préparation ont été dotés d'un équipement dynamique d'Ali Group.
La cuisine est également équipée de machines dédiées à la cuisson accélérée, sous vide et à basse température. Toutes les machines sont très innovantes et bénéficient d'une technologie de pointe pour aider les chefs à travailler au mieux.

L'équipe de Grandimpianti a travaillé sans relâche « pour créer une cuisine fonctionnelle, esthétique et élégante », affirme Alessandro D'Andrade

« Un rêve devenu réalité »

Le Covid-19 a donné l'occasion au chef **Yaron Shalev** de faire ce dont il rêvait depuis presque 20 ans : démolir l'ancienne cuisine de son restaurant Toto pour repartir de zéro. La seule option possible à ses yeux était d'installer un bloc de cuisson Ambach sur mesure. Il nous explique comment cette nouvelle cuisine a transformé le fonctionnement de son restaurant, situé à Tel-Aviv, en Israël

Lorsque le chef Yaron Shalev (photo en haut à droite) a rejoint le restaurant italien Toto il y a 19 ans, la réputation de ce restaurant de Tel-Aviv était faite, mais pas dans le bon sens. Il a immédiatement amélioré l'offre gastronomique, en la réduisant à cinq entrées et cinq plats principaux, mais cela n'a pas tout de suite suffi, à cause du style froid et peu accueillant du restaurant.

Après quelques années passées à renouveler le style, faire évoluer les menus et améliorer la cuisine, Toto avait finalement trouvé sa place parmi les adresses les plus réputées du pays. Le restaurant étant situé au cœur du centre économique de Tel-Aviv, hommes politiques et cadres venaient y déguster les spécialités italiennes de Y. Shalev, comme le tartare ou les gnocchis au bar. Pourtant, ni la cuisine ni le design ne satisfaisaient pleinement le chef.

Comme tous les autres restaurants du monde, lorsque le Covid-19 a frappé au printemps 2020, Toto a dû fermer ses portes. Mais lorsqu'il a réouvert en mars 2022, les choses avaient bien changé, aussi bien en salle qu'en cuisine. Y. Shalev a profité de cette pause pour faire ce dont il rêvait depuis presque 20 ans. Grâce à l'aide financière des propriétaires de la Museum Tower, où le restaurant est situé, il a pu repartir de zéro en démolissant complètement l'ancien restaurant.

Le restaurant a doublé de taille et le style sombre et lourd a fait place à une ambiance moderne et lumineuse, dans un style aéré et minimaliste. Quant à la cuisine, désormais visible depuis tout le restaurant, elle est méconnaissable, grâce à une solution sur mesure fournie par des marques telles qu'Ambach, Williams UK et Metos, par l'intermédiaire du distributeur local d'équipements de cuisine Nyga Chef. « L'ancienne cuisine était un ensemble d'équipements que j'avais assemblés au fil des ans et qui n'étaient pas toujours les meilleurs », raconte Y. Shalev. « Dans la nouvelle cuisine, chaque chose est à sa place et chaque plat suit son propre parcours, de la matière première jusqu'à la table du chef. »

Ambach : le point d'ancrage du projet

Gilad Moscowitz, directeur des ventes et du marketing chez Nyga Chef, a joué le rôle d'intermédiaire tout au long de la rénovation. Depuis le début, il était convaincu que c'était Ambach qui devait créer le bloc de cuisson constituant le point d'ancrage du projet. « Il ne s'agissait pas d'une commande sur catalogue, où vous choisissez juste quelques équipements », explique-t-il. « Il nous fallait vraiment un partenaire à l'écoute du client, à même de comprendre ses besoins et de trouver les bonnes solutions pour que tout fonctionne. »

Au final, se souvient-il, il y a eu un nombre incalculable de réunions. Chaque centimètre carré du bloc de cuisson a été examiné et Ambach a proposé plus de 10 versions légèrement différentes. « Nous n'avons pas été faciles », admet Y. Shalev. « Nous voulions changer telle ou telle fonction ou déplacer tel ou tel équipement de quelques centimètres. L'équipe Ambach a été très coopérative et a répondu rapidement à nos demandes. Ils n'ont pas hésité non plus à proposer d'autres solutions lorsqu'ils n'approuvaient pas nos suggestions. Comme ils ont l'habitude de gérer des cuisines partout dans le monde, nous les avons écoutés. »

Dépasser les attentes

Le cœur de la cuisine, autour duquel tout le reste a été conçu, est donc un monobloc de cuisson massif de 5,5 mètres sur 2, comprenant des appareils électriques et à gaz. Il a été monté et précâblé dans l'usine d'Ambach, de façon à être raccordé rapidement une fois installé.

« Il est rare d'avoir des raccordements centraux pour l'eau et le gaz en Israël. D'habitude, chaque appareil est raccordé individuellement », fait remarquer Y. Shalev. « Lorsque les gens ont su ce que nous faisions, ils ont dit que ça ne fonctionnerait jamais. Mais le premier jour, quand nous avons tout raccordé, tout était parfaitement réglé, comme du papier à musique. »

Parmi les détails sur mesure du bloc de cuisson, citons des puits munis de drains pour les brûleurs à gaz, facilitant le nettoyage, et des armoires chauffantes accessibles sur trois côtés. Les panneaux de commande en acier inoxydable ont été spécialement traités pour une plus grande résistance à la chaleur et aux rayures. Côté design, Ambach a conseillé une solution combinant robustesse, puissance et esthétisme, sur laquelle les logos des deux sociétés sont joliment gravés.

« Le design était si intuitif et les dessins et rendus en 3D si faciles à comprendre que lorsque le bloc est arrivé, il n'y a pas eu de surprise », déclare Y. Shalev.

> « Les cuisiniers disposent d'un meilleur espace de travail, ce qui leur permet de faire plus avec moins »
> **Yaron Shalev**

Ce qui se fait de mieux

Georg Dissertori, le directeur commercial chargé du projet chez Ambach, se souvient de ce qu'il a fallu faire pour fluidifier le processus, notamment avec des délais non négociables. « C'était un projet accéléré », explique-t-il. « Nous avons reçu le premier modèle d'agencement du bloc de cuisson en novembre 2020 et, malgré toutes les modifications demandées, il a été commandé en février 2021 et livré en mai. »

Si le calendrier était aussi serré, c'est parce que le bloc de cuisson devait être posé en une pièce, avant même la construction des murs du restaurant. « Ce fut une longue journée », se souvient G. Moscowitz. « Nous avions une grue extérieure qui devait faire descendre le bloc de cuisson, pesant environ une tonne et demie, dans la cuisine qui se trouvait un étage sous le niveau de la route. Ce fut un sacré défi technique, mais le soir même, tout était parfaitement en place. »

À présent, Toto est équipé d'une cuisine unique en Israël. G. Moscowitz doute qu'il y en ait beaucoup de semblables en Europe ou au Moyen-Orient. « C'est une cuisine unique dans un environnement unique : chaque élément est ce qui se fait de mieux au monde, du sol au plafond », affirme Y. Shalev. « Les cuisiniers disposent d'un meilleur espace de travail, ce qui leur permet de faire plus avec moins, de travailler efficacement, sans avoir à subir de pannes d'équipement. Dans l'ancienne cuisine, le niveau de stress était élevé. »

Alors que la nouvelle cuisine pourrait fonctionner au moins 20 ans, d'autant qu'elle a été conçue en anticipant la future expansion du restaurant, Y. Shalev envisage de travailler avec Ambach plus tôt que cela. « Peut-être pour le prochain restaurant, dans quelques années », pense-t-il. « J'ai envie de tout recommencer maintenant. C'était un rêve, devenu réalité. » ■

Ci-contre : le bloc de cuisson a dû être installé avant la construction des murs du restaurant

LA MARQUE

ambach®
You, your kitchen

1953
Fondée en Italie dans la région du Haut-Adige en 1953, Ambach est devenue leader dans la fourniture de cuisines professionnelles partout dans le monde

+ de 70
Spécialiste de la fabrication d'équipements de cuisson horizontale, Ambach exporte dans plus de 70 pays

1989
Ambach est membre d'Ali Group depuis 34 ans

ambach.com

Metos contribue à la durabilité d'un bâtiment de pointe à Amsterdam

Après des travaux qui ont duré presque trois ans, Project EDGE Amsterdam West a été achevé fin 2021. Ces nouveaux bureaux de la capitale néerlandaise ont été pensés de façon durable, avec le concours de nombreuses marques d'Ali Group, dont Metos

Project EDGE Amsterdam West est un projet qui ne passe pas inaperçu dans la richesse architecturale de la capitale néerlandaise. Conçu pour abriter des bureaux agréables et durables, au design biophilique, EDGE représente la toute dernière version du concept de bâtiment intelligent, doté des meilleures technologies, dont les dispositifs IdO et l'intelligence artificielle, pour permettre la personnalisation des espaces de travail et l'optimisation de l'efficacité énergétique.

Le bâtiment de 60 000 m², conçu avant la pandémie, a été livré à son propriétaire, Hana Alternative Asset Management, en octobre 2021, après trois ans de travaux. Il incarne totalement les tendances dominantes de ces dernières années : importance du bien-être, de la durabilité et de la neutralité carbone.

Son architecture est impressionnante, notamment le dôme en verre de 3 000 m² de l'atrium, qui procure lumière naturelle et air frais et qui incarne des valeurs essentielles pour EDGE : la connectivité, la créativité et le bien-être. Mais une architecture spectaculaire se doit de respecter les principes du développement durable, essentiels pour le développeur, mais aussi pour les locataires du bâtiment.

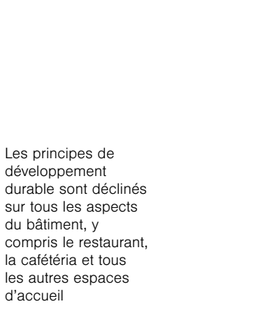
On compte parmi ces prestigieux locataires APG, ABP, Alliander, Intertrust, Signify et Boehringer Ingelheim. Le développement durable, qui est au cœur de l'éthique de EDGE en tant qu'entreprise de construction, est décliné sur tous les aspects du bâtiment, y compris le restaurant, la cafétéria et tous les autres espaces d'accueil.

« L'entreprise de construction a embauché HTC Advies pour créer un concept de restauration moderne », explique Jos Sauer, directeur du développement commercial chez Metos Pays-Bas, fournisseur d'équipements de cuisine. « Ce bâtiment regroupe de nombreuses entreprises, donc l'offre de restauration doit être très attrayante et correspondre aux principes fondamentaux qui ont guidé la conception du bâtiment. Après tout, les gens ont le choix et ne sont pas tenus d'utiliser l'offre de restauration interne. »

Bien-être, durabilité et innovation

EDGE est connu pour créer des bureaux qui privilégient le bien-être, la durabilité et l'innovation. Ces valeurs sont essentielles dans les nouvelles pratiques professionnelles qui ont évolué très rapidement depuis la pandémie. Les travailleurs sont de plus en plus connectés et travaillent de manière plus flexible, ce qui contribue à créer des synergies et à faire naître des idées innovantes.

La durabilité est au cœur du projet : l'accent a été mis sur la certification BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method), la gestion grâce à l'analyse de données et aux dispositifs IdO et l'utilisation de matériaux durables, y compris dans les cuisines et les bars. ▸



« L'offre de restauration doit être très attrayante et correspondre aux principes fondamentaux qui ont guidé la conception du bâtiment. Après tout, les gens ont le choix »

Jos Sauer

Les principes de développement durable sont déclinés sur tous les aspects du bâtiment, y compris le restaurant, la cafétéria et tous les autres espaces d'accueil

En effet, passer d'une performance énergétique classée G à l'un des bâtiments de bureaux les plus durables d'Europe a été le principal moteur du projet, et le concept de circularité sous-tendait chaque idée, avec, par exemple, la réutilisation d'éléments de l'ancienne façade et d'une partie de la structure en béton existante, ce qui a aidé le bâtiment à obtenir le certificat de durabilité BREEAM.

Le bâtiment dispose également de plus de 6 000 m^2 de panneaux solaires, et de capacités de stockage d'énergie thermique souterraine. Résultat : EDGE Amsterdam West produit plus d'énergie qu'il n'en consomme. L'efficacité énergétique et la durabilité étant cruciales dans la conception du bâtiment, les cuisines et les espaces d'accueil se devaient de suivre la même ligne.

Conçus pour accueillir 1 100 personnes par jour à l'heure du déjeuner et pour nourrir environ 700 personnes au niveau d'occupation actuel, le restaurant et la cafétéria doivent être efficaces, tout en proposant des plats de haute qualité pour convaincre les travailleurs de déjeuner sur place.

« Le menu est très végétal et très sain, avec beaucoup d'options végétariennes », déclare Ali Fatih, directeur général de l'entreprise de restauration Sodexo. « Metos a été choisi pour fournir l'équipement de cuisine parce que la rénovation du bâtiment a été pensée pour réduire l'impact sur l'environnement, y compris dans les cuisines, et nous avons toujours mis l'accent sur des produits durables et modernes. »

L'influence d'Ali Group

Metos fabrique et commercialise des équipements de cuisine professionnels et est leader du marché en Scandinavie, dans les pays baltes et au Benelux. L'entreprise a une solide réputation en Hollande et a récemment travaillé pour le siège social local de Facebook et de Google.

« Nous venons également d'achever avec succès un beau projet pour le siège social de Booking.com, accueillant 5 000 personnes », explique J. Sauer. « Pour EDGE, nous avons fourni tous les équipements de production, dont des fours mixtes, des sauteuses, des marmites, des cuisinières à induction, un système de lave-vaisselle, etc. La cuisson devait être électrique, car il n'y a pas d'arrivée de gaz dans le bâtiment. »

Les équipements conseillés par Metos sont issus d'entreprises d'Ali Group, parmi lesquelles les spécialistes du lavage et de la gestion des déchets Wexiödisk et Rendisk, le fournisseur de solution de cuisson modulaire Ambach et les spécialistes en réfrigération Polaris et Friulinox.

« L'aménagement de la cuisine a pris près d'un an. HTC s'est occupé de la conception, puis nous avons discuté avec l'équipe de construction pour concevoir les connexions : nous avons été impliqués tôt sur les aspects techniques », explique J. Sauer.

« Nous avons dû concevoir un système de refroidissement spécifique, correspondant à la certification BREEAM du bâtiment », ajoute-t-il. « Nous avons utilisé du CO_2, un réfrigérant de plus en plus courant dans la restauration. Il a un potentiel d'appauvrissement de la couche d'ozone nul et un faible potentiel de réchauffement climatique, ce qui est très avantageux. »

La cuisine est équipée d'une connectivité IdO. Les données provenant des équipements de cuisine sont collectées dans Ali Cloud où elles sont accessibles à distance. Les opérateurs peuvent vérifier automatiquement les températures, l'utilisation de l'équipement et bien d'autres paramètres pour planifier le nettoyage et l'entretien, ou pour identifier comment utiliser la cuisine plus efficacement.

Grâce à Metos, les cuisines sont modernes, durables et à la pointe de la technologie, conformément à l'ambition de EDGE. ■

« Nous avons dû concevoir un système de refroidissement spécifique, correspondant à la certification BREEAM du bâtiment. Nous avons utilisé du CO_2, un réfrigérant de plus en plus courant dans la restauration. Il a un potentiel d'appauvrissement de la couche d'ozone nul et un faible potentiel de réchauffement climatique »

Jos Sauer

La cuisine de EDGE Amsterdam West est équipée de l'IdO, ce qui permet une gestion basée sur les données des appareils. Les données provenant des équipements de cuisine sont collectées dans Ali Cloud où elles sont accessibles à distance

Conçus pour accueillir 1 100 personnes par jour et pour nourrir environ 700 personnes au niveau d'occupation actuel, le restaurant et la cafétéria doivent être efficaces

LA MARQUE

metos

101 ans

Metos, qui a fêté ses 100 ans en 2022, fabrique et commercialise des équipements de cuisine professionnels de pointe

+ de 25 000

Afin de fournir les meilleurs résultats et d'améliorer le flux de travail et la rentabilité de ses clients, Metos fabrique plus de 25 000 produits chaque année

10

Leader du marché en Scandinavie, dans les pays baltes et au Benelux, Metos est présent dans 10 pays européens

metos.com

MOFFAT

Balgownie Estate, des cendres aux sommets

Quand un établissement de luxe au beau milieu d'un paysage magnifique est gravement endommagé par les flammes, il faut une reconstruction qui réponde aux attentes, voire qui les dépasse. Moffat et Green Design Group ont brillamment relevé ce défi pour le Balgownie Estate

Le Balgownie Estate est réputé pour son restaurant, son spa et ses hébergements de luxe. Ci-dessus : Grant Flack, chef des opérations du Balgownie Estate

Situé à moins d'une heure de route de Melbourne, en Australie, le Balgownie Estate est niché au cœur de la Yarra Valley, connue pour être l'une des principales régions productrices de vin au monde. Il s'agit avant tout d'un domaine viticole, mais outre sa cave, c'est son restaurant, son spa et ses hébergements de luxe qui ont fait sa réputation.

Cette destination tout-en-un pour s'évader et s'aérer l'esprit comprend 70 chambres et suites modernes, le Restaurant 1309, un superbe bar à cocktails, une terrasse extérieure couverte, une cave proposant des dégustations, des espaces de réception et un spa, le tout devant de vastes pelouses, avec une vue panoramique sur la vallée.

Le Restaurant 1309, adresse gastronomique incontournable de la région qui tire son nom de sa position sur la Melba Highway, est un phœnix qui a vu plusieurs millions de dollars partir en fumée. Au milieu de la pandémie, un incendie dévastateur a ravagé le restaurant, qui s'est relevé de ses cendres en 2021 avec un nouveau nom, une nouvelle façade et un intérieur lumineux et moderne.

« Début 2020, nous projetions de rénover nos salles à manger et notre cuisine, mais tout s'est écroulé après l'incendie dévastateur de juin 2020 qui a endommagé la structure du bâtiment et a durement impacté le moral de l'équipe, déjà ébranlée par les conséquences du Covid-19 sur l'industrie hôtelière », explique Grant Flack, chef des opérations du Balgownie Estate.

Les projets de rénovation ont été abandonnés : le domaine devait soudainement réfléchir à la reconstruction complète de l'entrée de la cave, de la cuisine, du bar, du restaurant et des arrière-cuisines. « Réaliser tout ça pendant le Covid a été un défi majeur », explique G. Flack.

« Tout en réfléchissant à la nouvelle configuration du lieu dans son ensemble et en discutant avec les fabricants, concepteurs, chefs de projet, assureurs et experts, nous faisions tout pour maintenir l'activité de l'hôtel et de ses 70 chambres, en assurant un service de restauration dans une tente provisoire, le tout en plein milieu d'une pandémie ponctuée de confinements qui nous retenaient loin du site. » ▸

L'empreinte originale du bâtiment devant être conservée, il fallait faire preuve d'une certaine créativité. Ci-dessus : Brigette Green, directrice de Green Designs

Se hisser à la hauteur du défi

Pour surmonter les nombreuses difficultés liées à la reconstruction et à la pandémie, G. Flack et son équipe avaient besoin d'une bonne expertise technique. Les concepteurs de cuisines commerciales Green Designs ont été parmi les premiers à proposer leur aide après l'incendie et le fournisseur d'équipements de cuisine Moffat a rapidement recommandé une équipe de conception. Le cuisiniste Inzitari Commercial Kitchens, partenaire de distribution de Moffat, a contribué à la réalisation du projet.

« Comme l'empreinte originale du bâtiment et la dalle en béton devaient être conservées, il fallait faire preuve d'une certaine créativité pour améliorer le site et donner au Balgownie Estate une seconde vie », raconte Brigette Green, directrice de Green Design Group. « Les cuisines et les bars devaient être assez flexibles pour répondre à la fois aux besoins du restaurant et à ceux de l'espace de réception pouvant accueillir 200 personnes. »

« Nous avons opté pour la création de quelque chose de nouveau plutôt que de reconstruire à l'identique. Nous avons donc créé une pièce modulable », ajoute-t-elle. « Il fallait un espace adaptable, pouvant être reconfiguré pour créer des espaces plus intimes si nécessaire. »

L'équipe du projet était composée de différents spécialistes, qui ont tous travaillé dans un esprit collaboratif, à l'écoute des objectifs de chacun pour que le projet final réponde aux attentes. Moffat fut l'un des piliers de cette équipe, au vu de l'importance de la qualité de la restauration.

Une cuisine tournée vers l'avenir

Green Design Group a conseillé Moffat pour la vaste gamme de produits de l'entreprise, adaptés aussi bien aux cuisines ouvertes qu'aux arrière-cuisines. La gamme Waldorf Bold avec sa magnifique finition noire convenait parfaitement à la cuisine ouverte.

« Avec son esthétique étonnante, cette gamme est aussi d'une grande efficacité pour la cuisine ouverte, tandis que Waldorf et Convotherm® ont fourni l'équipement ayant la capacité requise pour les réceptions et l'événementiel », explique B. Green.

« Nous avons recommandé à Green Design Group de voir le projet dans son ensemble et d'identifier l'équipement qui fournirait la solution la plus complète pour pérenniser l'entreprise et lui permettre d'atteindre son plein potentiel », explique Perry Peters, directeur régional de Moffat pour Victoria.

« Brigette était consciente de l'importance de la performance d'une part, mais aussi de l'esthétique, pour mettre en valeur la cuisine ouverte. Waldorf Bold s'est imposé naturellement. »

Waldorf a une excellente réputation, comme ligne de cuisson premium incontournable en Australie, grâce à ses performances, sa fiabilité et sa longévité. La possibilité de créer une ligne de cuisson élégante et sans jointure, et d'y ajouter de la couleur en fait une combinaison parfaite.

De nouveau pleinement opérationnel, le domaine s'est remis de la pandémie de Covid-19 et de l'incendie et il revendique à nouveau son statut de destination parmi les plus prestigieuses de la région.

« J'avais de grandes attentes, mais je dois dire que le site est magnifique », conclut B. Green. « Cette vallée est magnifique, nous devions donc respecter un certain niveau esthétique, et nous sommes vraiment satisfaits du résultat. Le cadre est exceptionnel et le flux de travail en cuisine répond parfaitement aux besoins. »

Mais en définitive, c'est au client de dire si le projet est réussi ou non. Sa réponse est sans équivoque : « Dès les premières heures passées en cuisine, nous avons vu que rien n'avait besoin d'être modifié, l'équipe avait tout ce dont elle avait besoin pour créer des événements incroyables », explique G. Flack. « C'était formidable de voir l'équipe s'approprier les espaces. Dans l'ensemble, ce fut une période incroyablement difficile, mais le professionnalisme et l'engagement de Brigette, ICK, Perry et l'équipe de Moffat, ainsi que la compréhension de nos besoins spécifiques ont été essentiels. »

Le Balgownie Estate démarre sa seconde vie plus haut que jamais. ■

LA MARQUE

+ de 90 ans

Les entreprises du groupe Moffat opèrent dans la majorité des secteurs industriels, riches d'un savoir-faire s'appuyant sur plus de 90 ans d'activité

1981

C'est en 1981, à l'hôtel Olympia au Royaume-Uni, que Moffat Appliances présente le premier four à convection portable, doté d'une alimentation à 13 ampères et d'un élément de cuisson et de maintien au gril

4

Moffat Australie/Nouvelle-Zélande opère dans quatre secteurs clés du marché : la restauration, la boulangerie, la distribution de repas en établissements de santé et la crème glacée

moffat.com

Podcast caféiné

Jonathan Morris, l'un des deux animateurs du podcast *A History of Coffee* et Simona Sordelli, de Rancilio, qui sponsorise la deuxième saison du podcast, nous parlent du succès de leur collaboration, entre deux anecdotes sur l'univers du café

Jonathan Morris (à gauche) et James Harper, animateurs du podcast *A History of Coffee*

De ses origines arabes et de la traite des esclaves aux cafés d'aujourd'hui, en passant par les nouveaux marchés émergents, le podcast *A History of Coffee* réunit une foule d'informations et nous montre à quel point cette graine psychoactive a changé le monde et façonné nos vies. « Le podcast est devenu très populaire. C'est le meilleur moment de s'y mettre, surtout pour une entreprise B2B telle que Rancilio, pour accroître la notoriété de la marque et créer un nouveau marché », déclare Simona Sordelli, responsable marketing chez Rancilio.

Créé par le documentariste James Harper après avoir lu le livre de l'historien Jonathan Morris, *Coffee: A Global History,* le podcast nous explique pourquoi le monde entier aime le café, alors qu'il a un goût si différent à travers le monde.

« James allait partir en voyage, pour enregistrer le podcast au milieu des plantations, mais le Covid est arrivé. Finalement, après avoir lu mon livre, il a décidé d'en faire un point de départ pour discuter avec moi de l'histoire du café », explique J. Morris.

La première saison s'est concentrée sur l'aspect historique, du colonialisme et de l'esclavage jusqu'aux inégalités de la chaîne des prix et aux manières modernes de le consommer et de le distribuer. Le podcast a eu beaucoup de succès, aussi bien auprès des connaisseurs et de l'industrie que du grand public.

Toucher un nouveau public

Le podcast a tout particulièrement retenu l'attention du fabricant de machines à café expresso, Rancilio, qui fait partie d'Ali Group. Lorsque James et Jonathan ont lancé l'idée que la marque fasse partie de l'aventure en sponsorisant la deuxième saison consacrée aux tendances qui ont marqué l'histoire du café, la marque a sauté sur l'occasion. « Je connais James et Jonathan parce que j'ai toujours aimé leurs podcasts, donc lorsqu'ils nous ont demandé de les soutenir, je savais que c'était une belle opportunité éditoriale d'étendre notre stratégie marketing et de toucher un nouveau public », raconte S. Sordelli.

La réputation et l'expertise de Rancilio – qui compte presque 100 ans d'existence – se sont avérées extrêmement précieuses. Les machines à café et les technologies brevetées de la marque sont mentionnées par J. Harper et J. Morris tout au long du podcast. Ils ont même pu enregistrer le troisième épisode depuis le musée Rancilio, en explorant l'évolution de l'entreprise et son importance dans l'histoire et la culture du café.

« Rancilio a été formidable. Pour l'épisode sur l'importance du café en Italie, nous étions dans leur impressionnant musée et nous avons récolté un tas d'informations sur l'aspect technique des machines à café, mais aussi sur le développement de l'industrie et les modes de consommation », explique J. Morris. « L'épisode parle de la consommation d'expresso, d'abord réservée à une élite, dans les bars à expresso et les hôtels, puis il aborde l'évolution de la technologie et des habitudes, en prenant Rancilio comme exemple. »

« Ce qui compte, c'est le contenu du podcast. Pour construire une communauté, il faut parler des sujets qui intéressent le public. Il n'est pas nécessaire de parler des machines à café que nous vendons. Il faut aller vers ce qui nous intéresse, nous et notre communauté », explique M. Sordelli.

« Grâce au podcast, nous pouvons promouvoir un contenu de qualité en lien avec notre marque et accessible à tous gratuitement. Nous pouvons potentiellement toucher des millions de personnes, partout dans le monde. C'est un excellent moyen d'établir de nouveaux liens, de toucher un public bien ciblé ne connaissant pas forcément notre marque. Le podcast nous aide à toucher un nouveau public, à raconter l'histoire de notre marque, à assoir notre expertise et à faire du marketing par bouche-à-oreille. » ▸

Le vaste réseau de contacts de l'entreprise s'est également révélé utile pour J. Harper et J. Morris, en leur permettant de faire certaines rencontres, dont celle de Nicole Battefeld, qui a remporté en 2018 la German Barista Championship et a fondé la Female Barista Society. Elle a été interviewée à la BER Rancilio Station, une nouvelle boutique située à Berlin.

« On ne pouvait pas faire cette série sans Rancilio », s'enthousiasme J. Morris. Il précise que le contenu du podcast a été créé sans aucun contrôle éditorial de la part de l'entreprise. Rancilio a même encouragé un épisode particulièrement sombre du podcast sur la révolution des esclaves en Haïti. « Nous expliquons qu'au XVIII[e] siècle, Haïti, qui était alors une colonie française connue sous le nom de Saint-Domingue, était la plus grande région productrice de café au monde, en profitant du travail des esclaves. Une révolution a renversé le pouvoir français, mais l'indépendance a eu un prix, car les fermiers haïtiens devaient s'acquitter d'une taxe de « réparation » aux Français. Le pays est alors devenu un acteur mineur sur le marché du café. »

Le quatrième et dernier épisode de la deuxième saison se concentre sur la passion des Américains pour le café, en prenant pour exemple la célèbre série *Friends*. Les deux acolytes osent même s'attaquer à l'épineuse question de savoir si ce sont les premiers colons qui ont introduit le café dans le pays ou s'il s'agissait d'une boisson noire similaire, préparée par les peuples autochtones à partir d'une plante indigène.

Ci-dessous : Nicole Battefeld, invitée du podcast, est la barista spécialiste du café la plus récompensée d'Allemagne

« Le podcast nous aide à toucher un nouveau public, à raconter l'histoire de notre marque, à assoir notre expertise et à faire du marketing par bouche-à-oreille »

Simona Sordelli

Développement durable et café

Le développement durable et le changement climatique sont abordés dans le podcast. Rancilio prend ces sujets très au sérieux. « Nous développons des produits de pointe et des technologies brevetées dans un souci de durabilité. Nous encourageons les entreprises à adopter les meilleures pratiques pour réduire leur consommation quotidienne », explique S. Sordelli. Citons notamment un système d'isolation, une microchaudière avec élément chauffant permettant aux baristas de réguler les températures, des économiseurs d'eau, ainsi que la technologie Steady Brew de Rancilio.

« Nous calculons l'empreinte carbone de tous nos produits et allons publier notre rapport environnemental », explique S. Sordelli, dont l'équipe s'occupe de promouvoir le podcast. Ils ont mené une importante campagne numérique, notamment sur les plateformes comme Instagram et via des envois massifs de mails. S'ajoute à tout ça une promotion au London Coffee Festival, où J. Harper et J. Morris ont prolongé leurs échanges dans le style du podcast, et avec le public.

Gardez vos oreilles ouvertes pour la saison trois, qui pourrait bien être sur le feu. ■

LA MARQUE RANCILIOGROUP

115
Rancilio Group produit et vend des machines à café professionnelles dans plus de 115 pays

7
Rancilio Group compte sept filiales, deux centres de R&D, un laboratoire d'extraction et un réseau mondial de ventes et de services

4
Avec ses quatre marques, Rancilio propose une large gamme de produits

ranciliogroup.com

L'avenir du marché du café

Jonathan Morris, professeur chargé de recherche à l'Université du Hertfordshire

« Nous assistons à une énorme croissance de la consommation de café sur les marchés non traditionnels. J'étais récemment en Indonésie et j'ai été stupéfait par le nombre de cafés. Le pays produit du café depuis des années, mais maintenant, il en consomme aussi, dans l'esprit branché des cafés de spécialité, cette « troisième vague » qui est à l'origine de la croissance de la production.

Cela se reflète également dans le reste de l'Asie, et avec un démarrage plus modeste, en Afrique. C'est une nouvelle page qui s'ouvre. De plus, différentes variétés et de nouvelles utilisations du café viennent répondre au changement climatique. Il y aura plus de croisements pour créer des plantes plus résistantes aux températures élevées, car c'est une plante tropicale qui conserve une bonne saveur. Cela promet d'être vraiment intéressant. »

Silko et La Piadineria : une collaboration sur mesure

Vendre des produits de qualité à un prix attractif, c'est la recette qui a fait de La Piadineria l'une des offres de restauration rapide les plus populaires d'Italie, dont Silko est un des piliers du succès

La *piadina* ou *piada* est une fine galette de pain réalisée à partir de farine, d'huile d'olive ou de saindoux, de sel et d'eau. Depuis son ouverture en 1994, La Piadineria propose une variété de *piadine* salées et sucrées, dans des combinaisons traditionnelles ou plus originales, mettant à l'honneur les spécialités italiennes comme le gorgonzola, le grana padano, le jambon, le vinaigre balsamique ou le Nutella.

Industrie et artisanat

Les plus de 350 restaurants La Piadineria offrent le meilleur de la restauration rapide à un coût abordable, avec des ingrédients de qualité, fraîchement préparés et servis dans une ambiance chaleureuse et décontractée. « Notre argument de vente est de conjuguer l'efficacité opérationnelle des processus industriels et la production artisanale », explique Alessandro Pietroboni, spécialiste de la gestion des installations.

La Piadineria entretient d'excellentes relations de travail avec Silko. Pour l'installation de sa cuisine de formation au sein de son académie, La Piadineria savait à qui s'adresser. « Nous apprécions la capacité de Silko à concevoir notre cuisine idéale, grâce à leurs efforts et à leur longue expérience dans le domaine des cuisines professionnelles », déclare A. Pietroboni. « Nous avons eu le même référent pendant tout le projet, depuis les études d'aménagement jusqu'à la réalisation de la cuisine. »

Un partenariat efficace

Silko collabore avec La Piadineria depuis 2009. « La réussite de ce partenariat repose sur un échange permanent, une recherche constante d'amélioration et la capacité à satisfaire toutes les exigences du client », explique Elisa Simoni, responsable grands comptes (Italie) chez Silko. « C'est ce qui nous a permis d'obtenir de belles réussites avec La Piadineria. »

La plaque de cuisson sur mesure est le résultat d'une étroite collaboration avec La Piadineria et de la connaissance de ses processus

« Nous apprécions la capacité de Silko à concevoir notre cuisine idéale, grâce à leurs efforts et à leur longue expérience dans le domaine des cuisines professionnelles »

« Pour nous, Silko n'est pas un simple partenaire commercial, c'est un collaborateur important, qui nous aide dans notre développement et sait faire face aux imprévus, même dans les situations difficiles », ajoute A. Pietroboni. « Les cuisinières Silko sont complètes et fiables, un atout important dans la création d'un produit sur mesure. »

Des performances sur mesure

En ce qui concerne les projets en cours, La Piadineria a ouvert plus de 200 restaurants partout en Italie avec des cuisines 100 % Silko. « L'objectif était de créer une cuisine évolutive respectant un processus de production fiable et de faciliter et sécuriser le travail des opérateurs », déclare E. Simoni. « Le défi de ce projet était de créer un bloc de cuisine personnalisé, totalement adapté aux besoins du client afin d'offrir les meilleures performances. »

Silko a étudié en détails le travail des opérateurs pour l'optimiser, en préparant et en utilisant tous les ingrédients de façon séquentielle, afin de réaliser plus rapidement la piadina idéale.

« Le personnel de La Piadineria a accueilli avec enthousiasme ce nouveau bloc de cuisson », ajoute A. Pietroboni. « Cela a facilité le processus de cuisson, tout en améliorant les conditions de travail. » ■

Des innovations sur toute la ligne

C'est l'innovation qui a guidé le développement de la nouvelle plaque de cuisson Silko.

« Les exigences de départ étaient la précision de la température, l'uniformité de la cuisson, le maintien de la température et la réduction des temps morts », déclare Elisa Simoni, responsable grands comptes (Italie) chez Silko. « Conjugué à l'utilisation de composants innovants, c'est ce qui a fait la différence dans le résultat final. »

Pour l'équipe culinaire de La Piadineria, les principaux avantages de cette nouvelle plaque de cuisson Silko sont sa fonctionnalité et sa facilité d'utilisation.

« La facilité d'utilisation, l'assistance rapide en cas de panne, l'uniformité de la cuisson et l'ergonomie des commandes sont quelques-uns des principaux avantages. Cette plaque de cuisson offre une véritable valeur ajoutée », affirme Alessandro Pietroboni, spécialiste de la gestion des installations de La Piadineria.

LA MARQUE

SILKO 1980 Fondation de Silko

100 % Toutes les machines Silko sont fabriquées en Italie

silko.it

Un hôpital néerlandais lance le programme durabilité intensive sur ses lave-vaisselle

L'hôpital BovenIJ, aux Pays-Bas, a fait de la durabilité une priorité absolue. Ayant signé le Pacte vert dans le cadre de son développement à long terme, il fait tout pour améliorer son efficacité énergétique, notamment en installant un nouveau lave-vaisselle révolutionnaire de la marque Wexiödisk. Jim Banks s'entretient avec **Arch Prins,** du BovenIJ, pour comprendre en quoi ce choix fait toute la différence en termes d'empreinte environnementale

L'hôpital BovenIJ, situé à Amsterdam-Nord, dans un bassin de population d'environ 100 000 habitants, jouit à la fois de l'aspect accueillant d'un hôpital régional et d'un équipement moderne digne d'une grande capitale européenne. Avec ses 200 lits, il accueille en moyenne 130 patients et emploie jusqu'à 300 personnes : un grand nombre de repas y est donc préparé chaque jour.

Cela nécessite un équipement fiable et de haute technologie en cuisine, d'autant que l'hôpital accorde une grande importance à la durabilité environnementale.

« Actuellement, on se concentre de plus en plus sur la rentabilité et l'efficacité pour éliminer le gaspillage alimentaire et augmenter la productivité, tout en économisant de l'énergie », explique Arch Prins, directeur commercial du service des équipements au BovenIJ. « L'hôpital utilise un système de cuisine hybride, en combinant aliments préparés et ingrédients faits maison, ce qui rend le processus de cuisson plus efficace et réduit les coûts de main-d'œuvre. »

L'hôpital a signé la version 3.0 du Pacte vert, conformément à l'Accord de Paris sur le climat, et vise à atteindre la neutralité climatique d'ici 2050. Avec le vieillissement de la population, de plus en plus de personnes ont besoin de soins et les services médicaux utilisent de plus en plus de médicaments et de technologies de pointe, ce qui entraîne une augmentation de la pollution, de la consommation d'énergie et de la production de déchets.

« Actuellement, on se concentre de plus en plus sur la rentabilité et l'efficacité »

Arch Prins, directeur commercial du service des équipements au BovenIJ

« Par conséquent, la durabilité pèse de plus en plus lourd dans nos opérations commerciales », ajoute M. Prins. « Ces dernières années, des mesures importantes ont été prises, pour une gestion plus durable de l'énergie et pour réduire nos émissions de CO_2. Cela compte naturellement dans chaque investissement, y compris dans le choix d'un tout nouveau lave-vaisselle à convoyeur. »

Une solution toute scandinave

Fourni par RHIMA et Wexiödisk, le nouveau lave-vaisselle à convoyeur est arrivé début 2020. L'ancienne machine, du même fournisseur, avait tourné intensivement pendant 19 ans.

« Le fait que l'ancienne machine ait fonctionné si longtemps en dit long sur sa qualité », remarque A. Prins. « Elle aurait pu être utilisée encore longtemps, mais l'hôpital souhaitait ne plus avoir de centrale à vapeur pour chauffer l'eau de lavage du lave-vaisselle. On voulait un nouveau lave-vaisselle qui récupère mieux la chaleur et qui puisse laver et sécher le plastique dur avec peu de ▸

produits chimiques, car l'hôpital s'oriente vers une politique zéro déchet. »

« Nous savions que l'hôpital BovenIJ souhaitait rendre ses processus plus durables et nous étions heureux de pouvoir l'y aider », ajoute Gert Jansen, directeur général du fournisseur de systèmes de lavage RHIMA, distributeur de Wexiödisk aux Pays-Bas. « BovenIJ est pour nous un partenaire fiable depuis des années. Nous avons immédiatement compris que c'était l'endroit idéal pour installer le premier lave-vaisselle WD-BS aux Pays-Bas. »

Le WD-BS est l'aboutissement d'un processus de conception qui remonte au début des années 70, lorsque Wexiödisk construit la première machine à convoyeur pour les services de restauration et les hôpitaux. S'inspirant du sérieux scandinave en matière de durabilité et de fiabilité, ces machines supportent un fonctionnement intensif tout en étant faciles à charger et décharger.

Depuis, la fiabilité, l'ergonomie et l'efficacité sont restées les principes directeurs de l'entreprise et les machines sont devenues essentielles à la transition vers une économie circulaire.

« Certaines de nos machines installées dans des hôpitaux à la fin des années 70 fonctionnent encore », déclare Magnus Ericsson, responsable R&D au sein de la société suédoise Wexiödisk

« Nous savions que l'hôpital BovenIJ souhaitait rendre ses processus plus durables »

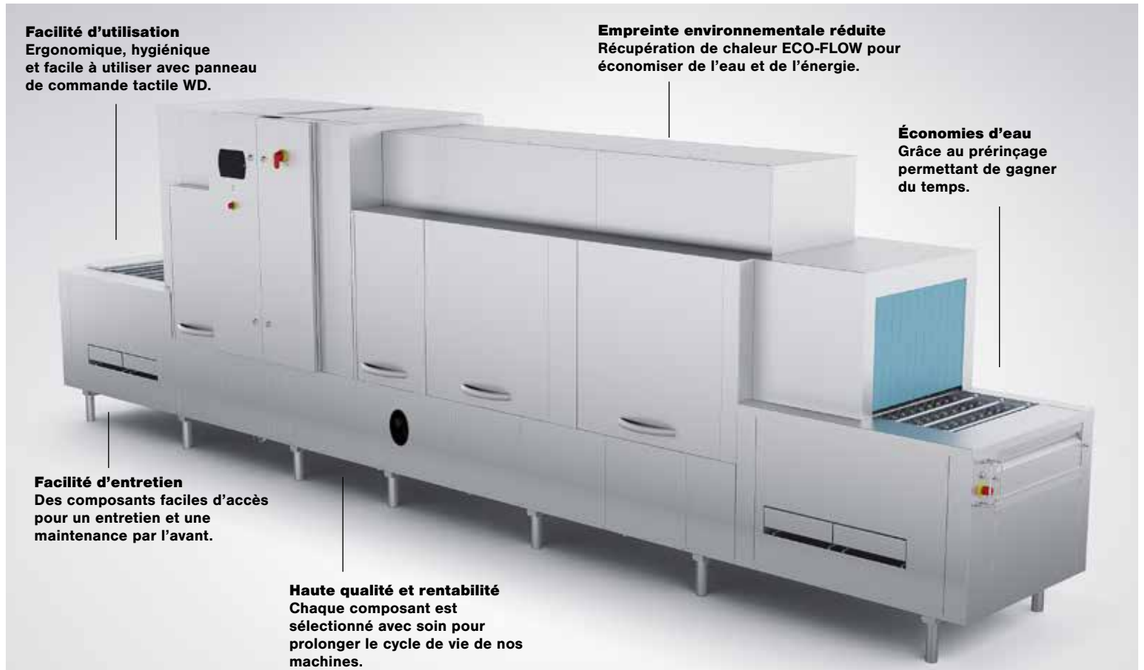
Gert Jansen,
directeur général,
RHIMA

spécialisée dans les lave-vaisselle. « En ce qui concerne l'impact environnemental, la récupération de la chaleur est devenue standard sur toutes les machines à convoyeur en Occident, et notre société a été la première à lancer cette technologie dans les années 70. De plus, un lave-vaisselle entièrement isolé crée un meilleur environnement pour l'utilisateur final, et l'énergie est récupérée au lieu d'être gaspillée. »

Efficace dès la conception

L'hôpital témoigne de l'énorme impact environnemental du WD-BS, bien qu'il soit difficile à quantifier précisément. L'efficacité énergétique s'améliore, la consommation d'eau a diminué de 30 % et la quantité de détergent utilisée a été considérablement réduite. Et pour le personnel, la pièce est moins chaude et moins humide et le lave-vaisselle est plus facile à utiliser. En effet, cette machine dégage bien moins de chaleur que la précédente, mais elle est aussi plus silencieuse.

« Nous étions convaincus de la fiabilité et de la facilité d'utilisation du lave-vaisselle, mais le principal atout de ce modèle est que l'énergie reste à l'intérieur, sans faire trop monter la température de la zone de prélavage », explique M. Ericsson. « Il est très facile de faire quelque chose de compliqué,



« Notre esprit scandinave n'aime pas la surenchère technologique qui rend les choses coûteuses et difficiles à utiliser »

Magnus Ericsson,
responsable recherche et développement, Wexiödisk

mais il peut être compliqué de faire quelque chose de facile à utiliser. Notre esprit scandinave n'aime pas la surenchère technologique qui rend les choses coûteuses et difficiles à utiliser et à entretenir. »

« L'élément clé consistait à réduire la consommation d'eau, d'énergie et de produits chimiques, les trois principaux éléments utilisés par le lave-vaisselle », ajoute-t-il. « Il faut beaucoup d'énergie pour augmenter la température de l'eau, il est donc essentiel de maintenir cette énergie à l'intérieur du lave-vaisselle. Mais la zone de prélavage ne doit pas être trop chaude, pour éviter de brûler l'amidon ou les protéines, ce qui les colle à l'assiette ou à la casserole. »

C'est là que le système breveté de double récupération de chaleur entre en jeu. Il ne récupère pas seulement l'énergie qui sort de la machine à travers la ventilation de l'air chaud, mais il réutilise aussi l'énergie de l'eau qui s'écoule, tout en maintenant la première zone de lavage à une faible température grâce à un échangeur de chaleur, qui maintient une température élevée dans la zone de lavage et de rinçage.

En gardant une touche de simplicité scandinave et un œil attentif sur la durabilité, un lave-vaisselle peut offrir une efficacité énergétique sans faire aucun compromis sur les normes de propreté. ■

LA MARQUE Wexiödisk

30 %
Réduction de la consommation d'eau

1972
Création de la société à Växjö, en Suède

9001 et 14001
Certifications ISO obtenues par l'entreprise

wexiodisk.com

Investir sur le long terme

Burlodge défend une approche très avenante et pragmatique des relations avec la clientèle. « Nous maintenons une certaine ouverture avec nos clients », déclare **Paul Gauntley,** président de Burlodge North America

À une époque où les relations commerciales reposent de plus en plus sur les résultats uniquement, certaines entreprises misent davantage sur la loyauté d'une collaboration active et ses bénéfices à long terme. C'est le cas de Burlodge Canada et Trillium Health Partners, qui collaborent depuis plus de 25 ans. Trillium gère trois sites hospitaliers prodiguant une multitude de soins intensifs, à Mississauga et Toronto Ouest, en Ontario.

Le succès de cette relation s'explique par un partenariat actif et ancien entre Burlodge Canada et les responsables des services hospitaliers d'alimentation et de nutrition, Gina Carvalho de l'hôpital de Mississauga et Carol Steffler de l'hôpital Credit Valley. La collaboration dure depuis plus de 25 ans.

Chaque jour, ces professionnelles de la restauration sont confrontées à une foule de défis. La plupart sont modestes, certains sont capitaux, mais quel que soit l'enjeu, elles adhèrent à la philosophie de Burlodge qui tient en deux mots : « Réussir, ensemble. »

La confiance au-delà des mots

Promesses, intentions, garanties : tous les fournisseurs d'équipements s'empressent de les mettre en avant lors d'une vente. Mais au-delà des mots, ce qui compte, c'est l'action concrète et c'est ce qui est apprécié chez Burlodge.

La production d'équipements de pointe pour les cuisines industrielles n'est qu'une pièce du puzzle. Ce qui fait la différence, selon Paul Gauntley, président de Burlodge North America, c'est de suivre cet équipement et d'aider les clients à tout moment.

« Je n'ai jamais peur de soulever une pierre pour voir ce qu'il y a dessous », déclare-t-il.

Concernant le service client, les défis vont de pair avec le territoire. L'important est d'apporter une réponse et cette approche basée sur l'action est ancrée dans la culture de Burlodge.

« Nous maintenons un esprit d'ouverture avec nos clients », explique P. Gauntley. « Ils savent que nous sommes à leurs côtés. »

Une connaissance du terrain

Carol Steffler supervise un système de remise à température décentralisé. Son établissement a été équipé de plusieurs générations d'appareils Burlodge, dont Alphagen et Novaflex, avant d'adopter récemment le système RTS.

Pour chaque installation, l'équipe Burlodge était à ses côtés pour développer le projet puis pour accompagner le personnel, jusqu'à ce qu'il soit formé et que le système soit opérationnel.

« Je n'ai jamais peur de soulever une pierre pour voir ce qu'il y a dessous. Nous maintenons un esprit d'ouverture avec nos clients. Ils savent que nous sommes à leurs côtés »

Paul Gauntley

« Personne d'autre ne faisait ce que faisaient les chariots de Burlodge », explique-t-elle. « Ils nous ont aidés à surmonter les difficultés qui accompagnent tout changement. »

La plupart des formations sur site sont limitées par rapport à ce que propose Burlodge, notamment si les fournisseurs d'équipements s'appuient sur des revendeurs tiers : leur service après-vente est rarement suffisant. Burlodge se targue de savoir nouer d'étroites collaborations, mais aussi de recruter au sein de l'industrie alimentaire. Cette connaissance du terrain est indispensable.

« Ils connaissent le secteur, ils y ont travaillé », déclare Gina Carvalho. « C'est inestimable, car ils peuvent s'adresser au personnel en disant : "Oui, j'ai déjà fait ça." Beaucoup d'entreprises n'ont pas cette expérience. » Pour résoudre les problèmes, Burlodge a donc une longueur d'avance.

Responsabiliser le client

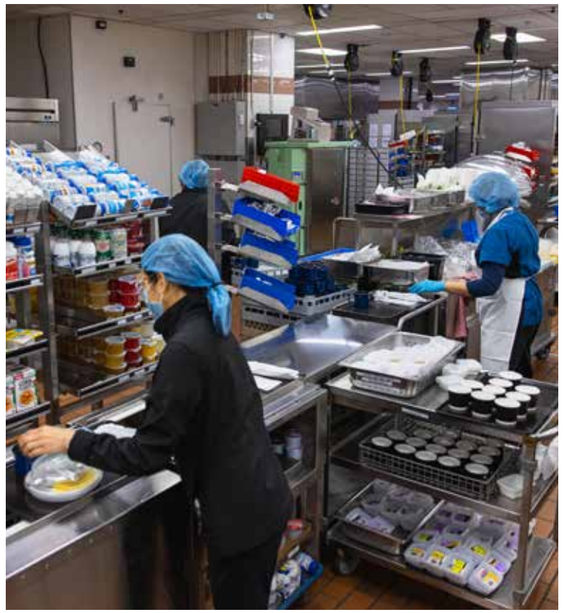
L'un des systèmes adoptés par tous les sites Trillium est l'assemblage de plateaux B-Lean, un système de cellule de travail qui peut être rapidement configuré et personnalisé dans différents formats.

Burlodge a travaillé avec l'équipe de G. Carvalho pour créer un espace permettant d'assembler 700 plateaux par repas. L'équipement en tant que tel était important, mais c'est la façon dont Burlodge a impliqué les employés qui a fait la différence.

« Mon équipe a appris grâce à celle de Paul », souligne G. Carvalho. « Ils expliquent bien ▸

Les solutions Burlodge aident à améliorer l'hygiène. Par exemple, la machine à emballer les couverts permet à une personne d'effectuer cette tâche avec un minimum de contact

À gauche, photo du haut : Carol Steffler, deuxième en partant de la gauche, avec les membres de son équipe de direction. Photo du bas : Gina Carvalho, deuxième en partant de la gauche, avec les membres de son équipe de direction



les choses. Je pense que ça a responsabilisé le personnel. Transmettre cette expertise aux employés réduit énormément la pression qui pèse sur moi en tant que responsable. »

Ce qui a séduit C. Steffler, c'est la capacité à faire plus sans augmenter les coûts ni allonger les temps de repas. « Le système d'assemblage de plateaux B-Lean a résolu un gros problème, car les budgets de santé sont limités. Nous servons aujourd'hui 200 patients de plus qu'il y a quelques années : nous sommes passés de 340 à 540 patients en très peu de temps. Grâce à l'efficacité du système B-Lean, nous n'avons pas eu besoin de faire appel à du personnel d'assemblage supplémentaire, tout en conservant nos heures de repas habituelles. »

Optimiser les ressources en personnel

La question du personnel est devenue cruciale pendant la pandémie. Partout, les établissements ont lutté pour maintenir leur niveau de personnel : les responsables des services de restauration ont donc cherché comment faire plus avec moins. C'est l'avantage du système de surveillance à distance BCloud HACCP. Cette technologie révolutionne le contrôle de la flotte, puisque les responsables peuvent tout programmer depuis un seul point. Il permet de suivre le fonctionnement des chariots et d'archiver les informations, et donc

« Si vous vous interrogez sur une solution, adressez-vous à eux. Ils ont des yeux, des oreilles et des contacts partout dans le pays, et ils n'éludent pas les problèmes »

Carol Steffler

de disposer de rapports HACCP améliorés et d'une conformité garantie.

« BCloud est essentiel pour les chefs d'équipe, ils l'adorent », affirme G. Carvalho, dont l'équipe utilise des modèles de remise en température centralisés et décentralisés. « Ils marchaient tout le temps, maintenant ils observent. Cette technologie nous a aidés à nous améliorer. »

La pandémie a révélé la fiabilité et la réactivité de Burlodge. Trillium a dû ouvrir une unité Covid de 200 lits pour se préparer à la vague de patients. G. Carvalho se rappelle combien l'anxiété était palpable, mais Burlodge a rapidement rassemblé une flotte de B-Pods supplémentaires. « Nous avons tout fait pour garantir la sécurité. La pandémie nous a propulsés en terre inconnue. »

Un autre exemple de la ténacité de Burlodge pour satisfaire les besoins du client est la machine à emballer les couverts, la Cutlery Wrapper, de fabrication allemande. Pour C. Steffler, cela a permis d'accélérer l'emballage des couverts tout en allégeant la pression sur le personnel. La Cutlery Wrapper résout également un problème crucial de la pandémie : l'hygiène. Une seule personne insère les couverts dans la machine sans toucher la serviette, ce qui est plus rassurant et plus hygiénique.

Construire des liens plus forts

« Si vous vous interrogez sur une solution, adressez-vous à eux », déclare C. Steffler. « Ils ont des yeux, des oreilles et des contacts partout dans le pays, et ils n'éludent pas les problèmes. »

Dans un contexte de pénurie généralisée de personnel, l'équipement Burlodge permet à Trillium Health Partners d'en faire plus avec moins

P. Gauntley insiste sur l'importance de puiser dans l'expérience et le savoir-faire de l'entreprise. Sa philosophie, qu'il a baptisée les 5-C, s'appuie sur cinq piliers, garantissant de bonnes relations :

- En premier lieu, il y a le service Client. « Les clients savent que chez nous, ils auront accès à une équipe travaillant dur pour répondre à leurs besoins. »
- La Communication. « On ne communique jamais assez. »
- La Confiance. « Pour moi, elle dépend de notre engagement à tenir nos promesses. C'est ça, l'intégrité. »
- La Créativité, qui montre combien nous pouvons être innovants, sans jamais nous reposer sur nos lauriers.
- « Enfin, le Courage. D'être un leader et de tenter de nouvelles choses avec conviction. Même si ça peut se révéler risqué, les clients savent que le courage est essentiel pour aller de l'avant. »

Conjuguées les unes aux autres, ces valeurs sont incarnées par la devise « Réussir, ensemble ». Il ne s'agit pas seulement d'un slogan : c'est une philosophie, un principe directeur qui s'exprime chaque jour de multiples façons. ■

LA MARQUE

burlodge
TOGETHER, WE WORK.

1990
Burlodge a été créée il y a 33 ans au Royaume-Uni

6
Burlodge est implantée dans six pays en Europe et en Amérique du Nord

2023
Burlodge souhaite mettre en place une feuille de route pour la neutralité carbone d'ici la fin de l'année

burlodge.com

Réinventer la cuisine de bord de mer

Situé sur le célèbre quai Jones Bay à Sidney, le Sala est un nouveau concept qui mise sur son exceptionnel emplacement en front de mer. Jim Banks a rencontré le chef **Danny Russo** et **Craig Connor,** spécialiste de l'équipement commercial chez Scots Ice Australia Foodservice Equipment, pour discuter du concept même de ce restaurant et de la place particulière de Baron Professional dans ce projet

Situé dans un lieu prestigieux au bout du quai Jones Bay sur la péninsule de Pyrmont Point, dans le port de Sydney, le Sala propose une nouvelle expérience de restauration de bord de mer, marquée par une combinaison unique de fruits de mer australiens et d'authentique cuisine italienne.

Avec ses deux salles à manger privées, dont l'une dispose d'un accès direct au front de mer et d'une terrasse, et sa cuisine conçue pour l'accueil des bateaux dans le port de Sydney, le Sala est une idée originale du chef multiprimé Danny Russo, du groupe Russolini.

« Nous voulions faire du Sala un lieu unique, car il est situé face à la mer, au bout d'un quai qui fait partie du patrimoine d'une ville mondialement connue. Nous avons donc opté pour une cuisine italienne moderne axée sur les fruits de mer, avec un accueil traditionnel », explique Danny Russo. « Nous apportons une touche de modernité à un lieu historique. »

« Notre accueil se veut impeccable et audacieux, pour aller au-delà des habitudes d'accueil », ajoute-t-il. « Le client est notre priorité absolue, c'est ce que nous inculquons à nos chefs et à l'ensemble de notre personnel. »

Un partenariat au service de la perfection

Le Sala dispose de deux cuisines : la principale, à l'étage, pour la préparation des huîtres et des ▸

Danny Russo, chef exécutif, groupe Russolini

« J'ai choisi Baron parce que j'ai de bonnes relations avec eux, mais aussi en raison de la qualité de leur travail »

Danny Russo
Chef exécutif, groupe Russolini

autres produits de la mer, et celle du bas, gérée par une équipe de neuf personnes, tandis que cinq autres personnes s'occupent de la pâtisserie dans un espace dédié. Tout ce monde gère une salle à manger privée, pouvant accueillir 30 personnes, et sert environ 150 couverts par jour.

La très belle cuisine principale est ouverte, conformément au souhait de D. Russo pour qui le lien entre chefs et clients est primordial. Comme il souhaite que les clients voient la façon dont les aliments sont cuisinés, l'équipement en cuisine est exposé et doit toujours être étincelant.

Mais si l'esthétique a joué un rôle fondamental dans le choix de l'équipement, le plus important reste la performance. D. Russo a travaillé avec Scots Ice Australia, partenaire d'Ali Group et distributeur de systèmes et d'équipements de restauration de haute technologie, qui met en avant les marques de première qualité, la technologie de pointe et les designs ergonomiques les plus innovants.

Scots Ice ne se limite pas à fournir un équipement haut de gamme, puisque son sens de la qualité s'étend à un service de conseil afin que les produits fournis soient les plus adaptés aux besoins.

« Ils s'impliquent dans la conception de la cuisine et nous proposent différentes solutions sans rien nous imposer », affirme D. Russo.

« En Australie, nous représentons des marques italiennes et allemandes, mais nous distribuons nos produits à travers notre réseau de distribution », explique Craig Connor, directeur des ventes et des projets nationaux chez Scots Ice. « Nous travaillons depuis longtemps avec Danny, qui est ambassadeur pour Baron Professional et Scots Ice. Il est venu nous demander quelles étaient les dernières nouveautés. L'équipement de Baron dont nous lui avons parlé était leader du marché en termes de conception et développement, et répondait parfaitement aux besoins des restaurants en vogue. »

Une plateforme pensée pour la réussite

La marque Baron, réputée pour sa qualité, son efficacité et son design soigné, conçoit et fabrique des équipements de cuisine professionnelle depuis 1995, en misant à la fois sur l'esthétique et l'innovation technologique.

« En Australie, Baron Professional est la marque européenne la plus vendue dans le secteur de la cuisson horizontale », déclare C. Connor. « Danny s'est appuyé sur une marque de haute volée et le restaurant a obtenu de très bons résultats en très peu de temps. »

Le Sala utilise les grandes friteuses de Baron, qui offrent un contrôle précis de la température et permettent de préparer des mets délicats.

« Pour créer des plats de qualité, les friteuses et les cuiseurs à pâtes me sont d'une grande aide », explique D. Russo.

Comme Sala est situé sur un quai, le gaz n'est pas le plus simple à utiliser : toutes les friteuses et les marmites sont donc électriques. D. Russo sait que chaque élément doit être durable, fiable et flexible. Avec Baron, même la façon dont les brûleurs sont structurés permet de chauffer et saisir les ingrédients plus rapidement.

« J'ai choisi Baron parce que j'ai de bonnes relations avec eux, mais aussi en raison de la qualité de leur travail », déclare D. Russo. « Il y a de nombreuses années, j'ai utilisé leur gril chromé et j'ai été époustouflé par sa qualité. Le chrome était plus épais, je pouvais contrôler la température avec plus de précision et l'uniformité de la cuisson était excellente. Désormais, ce gril chromé est toujours le deuxième élément que je place dans la cuisine après les cuiseurs à pâtes. »

« Nous n'avons jamais été déçus par les grils, je peux servir 150 couverts jour après jour et ils sont comme neufs », ajoute-t-il. « Tout est une question de détails et de durabilité. Les grils sont solides, on le sent lorsqu'on les soulève. »

« De plus, nos partenaires se demandent toujours ce qu'ils peuvent faire pour nous aider et ils cherchent toujours à innover, sans compromettre la qualité. Ils pensent à l'avenir. »

Le succès du Sala repose sur l'approche innovante de D. Russo en matière de menu et sur la créativité de ses partenaires quant aux équipements. La synergie ainsi créée implique que tous les éléments mobiles du restaurant s'imbriquent les uns avec les autres comme les rouages d'une machine bien huilée.

« La qualité du produit est ce qui distingue Baron et Scots Ice », déclare D. Russo. « Ce sont des relations professionnelles qui durent, car les produits sont exceptionnels, tout comme la valeur ajoutée qu'ils apportent. » ■

LA MARQUE

1995
Baron conçoit et fabrique des cuisines professionnelles depuis 1995

+ de 70
pays d'exportation dans le monde

+ de 1 400
produits du catalogue Baron sont fabriqués dans l'usine de Belluno, en Italie

baronprofessional.com

Nourrir la réussite

La Gambero Rosso Academy, une célèbre école de cuisine située en Italie, s'est tournée vers Hiber pour construire sa cuisine de formation et profiter aussi bien de son offre technologique que de son expertise pédagogique. Le résultat est inspirant pour les futures générations de restaurateurs

Dans l'univers de la gastronomie et du vin, l'académie Gambero Rosso est une référence, avec une offre de formation multidisciplinaire comprenant des cours à destination des amateurs, des professionnels ou des dirigeants du secteur hôtelier. Forte de 20 ans d'expérience dans l'enseignement culinaire, elle s'enorgueillit de sélectionner les meilleurs enseignants et les technologies les plus innovantes pour ses modules de formation. Elle a bâti une relation fructueuse avec Hiber, grâce à Christian Sebastiani, son directeur commercial, qui a su identifier les besoins de l'académie et proposer la meilleure approche parmi la gamme de solutions offertes.

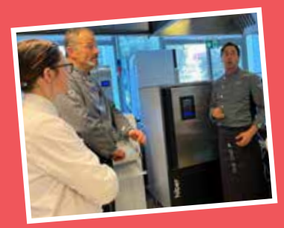
« Hiber est partenaire officiel de l'académie Gambero Rosso, non seulement pour ses technologies de refroidissement (cellules de refroidissement rapide et armoires réfrigérées), mais aussi pour ses formations sur ce sujet spécifique, dans le cadre de nos modules d'enseignement », explique Serena Maggiulli, directrice générale de l'académie Gambero Rosso de Naples. « Son personnel enseignant hautement qualifié transmet avec passion des concepts complexes à nos étudiants. »

Le partenariat est efficace, car Hiber est conscient des différents besoins de formation qui peuvent apparaître au fil du temps. Outre le fait de fournir les solutions technologiques les plus avancées, Hiber est une référence dans ce secteur en matière de technologies, de service et de savoir-faire.

Une valeur ajoutée

« Nous aimons travailler avec Hiber, car ils apportent une valeur ajoutée à nos formations, dans les modules qui impliquent notre personnel enseignant et parce que ce partenariat nous permet d'utiliser des technologies de pointe dans nos cours professionnels et nos formations », déclare S. Maggiulli, avant de louer la technologie, la fiabilité et l'assistance d'Hiber, qui en font un partenaire idéal.

« Le secteur s'intéresse de plus en plus aux nouveaux produits, aux services et à tout ce qui permet d'anticiper les besoins du marché. Les clients choisissent des machines efficaces et durables, mais qui permettent aussi une excellente gestion de la nourriture », explique C. Sebastiani.



L'académie Gambero Rosso apprécie la contribution de l'équipe de formation d'Hiber

« L'académie Gambero Rosso s'est tournée vers nous en raison de la solide réputation commerciale d'Hiber. Pour nous, créer un partenariat avec la plus grande plateforme œnologique internationale et organiser des voyages d'affaires gastronomiques est apparu comme une opportunité unique. »

C. Sebastiani a identifié les principaux besoins et les préoccupations du client. L'académie était inquiète de la répartition géographique des sites opérationnels en Italie et à l'étranger et les délais pour la livraison de l'équipement étaient serrés. « La disponibilité géographique et la rapidité de livraison ont joué en faveur d'Hiber dès le début », déclare C. Sebastiani.

L'inspiration en cuisine

« L'innovation et la durabilité sont des éléments clés de cette cuisine inspirante, à l'image des valeurs fondamentales promues par nos deux sociétés lorsqu'il s'agit d'offrir la meilleure expérience à l'utilisateur final, qu'il s'agisse d'un apprenti ou d'un professionnel du secteur », ajoute-t-il. « Une croissance constante au service de l'innovation et de la technologie fait de notre partenariat une collaboration exemplaire que nous continuerons de développer. »

L'équipement installé par Hiber enrichira l'offre culinaire de l'académie. « Notre cellule de refroidissement rapide multifonction, The One Pro, par exemple, présente un large éventail de cycles conçus pour respecter les qualités organoleptiques de chaque type d'aliments », explique C. Sebastiani.

Cap sur l'avenir

En tout, le projet a duré 12 mois. C'est une collaboration réussie pour les deux partie, grâce à une communication ouverte, efficace et opportune. Les retours de la part de l'académie Gambero Rosso ont confirmé un niveau de satisfaction exceptionnel.

Après cette collaboration si fructueuse, Hiber se tourne vers l'avenir avec la création de nouvelles possibilités d'apprentissage pour les étudiants. « Favoriser l'essor professionnel des jeunes est un moyen formidable de créer de la valeur sociale tout en assurant l'avenir de notre activité », conclut C. Sebastiani. ■

La One Pro permet d'optimiser l'organisation en cuisine

« The One Pro, notre cellule de refroidissement rapide multifonction, présente un large choix de cycles conçus pour respecter les qualités organoleptiques de chaque type d'aliments »

Christian Sebastiani
Directeur de marque

LA MARQUE

hiber
COOL EXPERIENCE

24
Hiber opère dans 24 pays

200
L'entreprise dispose de plus de 200 distributeurs dans le monde

Focus
Hiber est spécialisée dans les secteurs de la crème glacée et de la pâtisserie

hiber.it

Un partenariat d'égal à régal

En unissant ses forces à celles de Gambero Rosso, la société Iceteam 1927 d'Ali Group s'associe à un autre grand nom de la gastronomie italienne. **Serena Maggiulli** et **Giovanni Galli** nous parlent de la synergie de ce partenariat et de la façon dont il influence positivement tout le secteur

Les partenariats les plus efficaces sont ceux qui naissent d'une convergence de vues : ils se basent sur un but commun plus que sur une simple opportunité d'accroître la visibilité de deux entreprises. Celui qui unit Gambero Rosso et Iceteam 1927 allait de soi : les deux marques, aux racines profondes tout en étant tournées vers l'avenir, représentent toutes les deux le meilleur de la gastronomie italienne. Leur collaboration pour promouvoir l'innovation et l'excellence culinaire italienne apparaît comme une évidence.

Gambero Rosso, éditeur et diffuseur de contenu multimédia sur la gastronomie et l'œnologie, a récemment publié son septième guide annuel *Gelaterie d'Italia* qui recense les meilleurs glaciers du pays. Lors de la sortie du guide 2023 au salon Sigep en janvier dernier à Rimini, Iceteam 1927, qui a sponsorisé le guide, a reçu le prix de l'innovation en matière de glace.

« Le partenariat avec Iceteam 1927 nous montre combien il est important de promouvoir la qualité, y compris indirectement par l'intermédiaire d'entreprises spécialisées dans la production d'équipements et qui accordent une importance particulière au respect des matières premières et du savoir-faire traditionnel », déclare Serena Maggiulli, responsable commerciale chez Gambero Rosso pour la Campanie. « Ce partenariat démontre l'engagement de Gambero Rosso pour faire reconnaître l'excellence de la cuisine italienne, mais aussi pour soutenir l'innovation technologique et les nouvelles avancées du secteur. »

La durabilité, un enjeu crucial

Lors de la sélection du lauréat du prix de l'innovation, la durabilité environnementale a été un critère fondamental, explique S. Maggiulli. « Ce prix se concentre sur les pratiques innovantes et durables et récompense chaque année la créativité et l'engagement d'un glacier en matière de durabilité », ajoute-t-elle. À ce titre, le partenariat avec Iceteam 1927 « démontre à quel point la collaboration et l'innovation peuvent apporter des changements positifs ».

« La durabilité est devenue un thème incontournable et la reconnaissance du mérite des glaciers allant dans ce sens permet de promouvoir les pratiques durables dans l'ensemble du secteur », observe S. Maggiulli. Cela peut aller de l'utilisation des ingrédients aux emballages en passant par les équipements pour réduire l'impact sur l'environnement.

Les entreprises de tous les secteurs réalisent que ce qui est bon pour l'environnement l'est aussi pour l'avenir de la société. Par la promotion des pratiques durables, Gambero Rosso affirme sa conviction qu'elles « sont essentielles à la santé à long terme de l'environnement et que l'industrie a un impact significatif sur les ressources naturelles, notamment sur l'eau ».

« Les pratiques durables peuvent aider les entreprises à réduire leurs coûts, à augmenter leur efficacité et à attirer une clientèle de plus en plus consciente de l'impact environnemental de ses choix alimentaires », explique S. Maggiulli. « En ce sens, Iceteam 1927 est un excellent partenaire : ces dernières années, la société a beaucoup investi dans le développement de machines consommant moins d'eau et d'énergie. »

Confiance et respect réciproques

Pour Giovanni Galli, directeur commercial chez Iceteam 1927, le partenariat avec Gambero Rosso est « une formidable collaboration basée sur la confiance et le respect ».

Comme le suggère son nom, Iceteam 1927 regroupe quatre marques, dont Cattabriga, pionnier italien de la fabrication de glace, dont l'origine remonte à 1927. « Iceteam 1927 Cattabriga est une marque respectée dans le monde entier, synonyme de qualité, d'innovation et de fiabilité : des caractéristiques que Gambero Rosso, en tant qu'éditeur phare dans l'univers de la gastronomie, est heureux de partager », déclare G. Galli. « Il est rare de trouver un partenaire qui partage aussi fortement les valeurs que l'on souhaite véhiculer. »

Le partenariat leur permet de communiquer ces valeurs communes à travers plusieurs projets, comme le parrainage des guides Gambero Rosso des meilleurs glaciers, pâtissiers et restaurants, ou l'organisation conjointe d'événements.

Ces événements s'adressent aussi bien aux professionnels du secteur, en leur offrant la possibilité de rencontrer des experts, d'apprendre de nouvelles techniques et d'explorer de nouveaux produits, qu'aux chefs apprentis, grâce à l'implication de l'académie Gambero Rosso, qui dispense des formations partout en Italie ou dans le cadre de partenariat avec des universités et des grandes écoles, en Italie et à l'étranger.

« Les événements organisés par Gambero Rosso et l'académie Gambero Rosso nous permettent de découvrir le marché sous un angle différent du nôtre », affirme G. Galli. « Avoir été choisi comme partenaire technique et pouvoir utiliser notre technologie dans une telle institution ne peut que nous rendre extrêmement fiers. »

« Pouvoir utiliser notre technologie dans une telle institution ne peut que nous rendre extrêmement fiers »

Giovanni Galli

Dialoguer avec le marché

G. Galli ajoute qu'Iceteam 1927 s'inspire beaucoup des chefs cuisiniers. « Nous sommes à l'écoute de notre marché et améliorons notre équipement en fonction des suggestions de nos clients », explique-t-il. « Notre mission est de proposer la plus vaste gamme de machines à glace capables de satisfaire tous les besoins de nos clients. Ce partenariat nous aide à atteindre notre objectif qui est de devenir les conseillers de nos clients actuels et futurs. En effet, grâce à nos relations avec Gambero Rosso, nous avons accès à des événements qui nous permettent de rencontrer les utilisateurs les plus influents du marché, de répondre aux nouvelles tendances et d'avoir des retours sur d'éventuels nouveaux besoins. » ■

LA MARQUE

1927
Il y a près de 100 ans, le talentueux ingénieur italien Otello Cattabriga brevetait un système mécanique pour produire de la glace à l'italienne. La marque Cattabriga était née

2010
En 2010, Ali Group a incorporé Iceteam 1927 en tant que société unique, comprenant quatre marques historiques : Cattabriga, Coldelite, Promag et Ott Freezer

2023
La septième édition du guide *Gelaterie d'Italia* de Gambero Rosso, consacré aux meilleurs glaciers du pays, a décerné le prix de l'innovation en matière de glace à Iceteam 1927 lors du salon Sigep 2023

iceteam1927.it

Gambero Rosso et Iceteam 1927 sont toutes deux « engagées dans la promotion de l'excellence, de la durabilité et de l'innovation auprès des glaciers, des restaurants et des pâtisseries », déclare Serena Maggiulli

Parfaite gourmandise

Travailler le chocolat et le cacao est une tâche délicate qui nécessite un équipement de refroidissement spécifique aussi bien pour la confection que pour le stockage, explique **Axelle Jeangirard**, responsable mondiale de la marque Chocolate Academy chez Barry Callebaut

Une fève de cacao sur cinq dans le monde est achetée par le chocolatier suisse Barry Callebaut, c'est dire à quel point le groupe domine le marché mondial du chocolat.

Né en 1996 de la fusion de Callebaut® et Cacao Barry®, c'est aujourd'hui le plus grand producteur mondial de chocolat gourmet et de produits à base de cacao, employant plus de 13 000 personnes partout dans le monde, sur 65 sites de production et 25 centres d'enseignement et de formation Chocolate Academy™.

Outre les deux marques éponymes, le groupe comprend les marques Carma®, producteur suisse de chocolat de couverture, et Mona Lisa®, spécialiste des décorations en chocolat.

Avec sa large gamme de produits, Barry Callebaut fournit toute l'industrie alimentaire, des grands industriels aux artisans et professionnels du chocolat, comme les chocolatiers, les pâtissiers, les boulangers, les hôtels, les restaurants et les traiteurs.

Les producteurs de chocolat ont le souci du détail, raconte Axelle Jeangirard, responsable mondiale de la marque Chocolate Academy chez Barry Callebaut. « Le chocolat est un ingrédient très sensible, il est donc important de pouvoir compter sur un équipement dont la qualité et la fiabilité équivalent celles de notre chocolat. »

Un secteur bien spécifique

Pour l'équipement de réfrigération de ses centres Chocolate Academy, l'entreprise s'est tournée vers Polaris, spécialiste de la réfrigération commerciale depuis plus de 30 ans.

A. Jeangirard explique : « Il y a quelques années, nous avons lancé un partenariat avec Polaris au Royaume-Uni et en Grèce, et nous sommes fiers d'annoncer que notre nouveau laboratoire de formation R&D en Angleterre est doté des derniers équipements Polaris. »

Partout dans le monde, de Santiago à Tokyo, ces centres de mise en pratique organisent des formations et des journées de cocréation, en collaboration avec des universités et des instituts de recherche. C'est également là que les équipes R&D de Barry Callebaut mènent des recherches et testent les nouveaux produits.

« Ils ont besoin des meilleurs comptoirs, ▸

Ne jamais cesser d'innover

Répondre aux besoins des clients et aux exigences d'un marché en évolution est ce qui motive l'innovation constante de Polaris, explique D. Renna. Récemment, Polaris a développé deux nouvelles gammes de cellules de refroidissement rapide, deux nouvelles armoires à chariot et une nouvelle gamme d'armoires nautiques.

« Nous avons des clients partout dans le monde, avides de nouveaux produits innovants », explique D. Renna. « Nous venons de développer la nouvelle gamme de cellules de refroidissement rapide Eco Logic, qui fonctionne au gaz réfrigérant naturel R290. »

La nouvelle gamme de cellules de refroidissement rapide multifonctions Genius Logical utilise elle aussi le R290. « Cette innovation est une vraie nouveauté, grâce à sa solution logicielle de haute technologie », déclare D. Renna. « Elle nous permet de combiner les différentes phases de chaleur et de froid pour optimiser le cycle de travail. »

En fournissant l'équipement de Barry Callebaut, Polaris bénéficie de « retours constants »

« La flexibilité est devenue incontournable »

Davide Renna

congélateurs, étuves et armoires pour garantir le meilleur résultat tout au long du processus de production », déclare Davide Renna, directeur commercial de Polaris.

Les différents segments de la restauration n'ayant pas les mêmes besoins en matière de stockage et de température, Polaris dispose d'une gamme spécialement conçue pour la confiserie, comprenant des cellules de refroidissement rapide, des tables et des armoires réfrigérées ainsi que des unités de stockage.

« C'est grâce à cela que nous avons conclu ce partenariat international avec le plus grand fournisseur de chocolat du monde », poursuit D. Renna.

Cette large gamme de produits a permis de trouver la solution la plus adaptée au nouveau laboratoire de Barry Callebaut, situé dans l'usine de Banbury, en Angleterre.

« La flexibilité est devenue incontournable », affirme D. Renna. « Nous créons donc de nouveaux produits, dont beaucoup peuvent être ajustés pour s'adapter aux besoins des clients et du marché. »

« L'équipe Polaris a toujours été très attentive à nos besoins et a toujours su nous conseiller au mieux », confirme A. Jeangirard.

Des avantages mutuels

Le dernier projet en date est décrit par D. Renna comme « gagnant-gagnant », car, en fournissant l'équipement de Barry Callebaut, Polaris bénéficie de « retours constants et de tests en conditions réelles de la part de l'un des plus importants fournisseurs au monde ».

Et quels sont les retours des équipes de Barry Callebaut ?

« Nos équipes apprécient énormément la fiabilité et la durabilité de l'équipement », affirme A. Jeangirard. « Nous avons aussi eu la chance de bénéficier d'une formation spécifique, qui nous permet de tirer le maximum de toutes les fonctionnalités et de les adapter aux particularités du chocolat. »

Pour A. Jeangirard aussi, ce projet est gagnant-gagnant, grâce à un respect réciproque de l'expertise de chacun. « Comme dans tout projet, le dialogue est fondamental, ainsi que la compréhension des besoins de chacun », explique-t-elle. « L'équipe Polaris a su nous guider vers l'équipement le mieux adapté à notre Chocolate Academy et à nos laboratoires de formation. En retour, nous conseillons les produits Polaris aux clients accueillis ici. »

« Nos chefs jouent un rôle déterminant sur le marché. Nos clients sont donc désireux d'obtenir des conseils allant au-delà d'une simple liste d'ingrédients », explique-t-elle.

Pour D. Renna, le partenariat avec Barry Callebaut est particulièrement important pour la visibilité mondiale qu'il offre à Polaris. Intégrée à Ali Group depuis 2004, Polaris est devenue une marque phare dans le secteur de la réfrigération en 2018, avant d'entamer une refonte de son image de marque et de sa gamme de produits.

« Nous sommes très fiers de ce partenariat, car Barry Callebaut est reconnu dans le monde entier comme un fournisseur de première qualité, exactement comme Polaris dans son secteur », déclare D. Renna.

« Cela offre à Polaris une plus grande visibilité et un nouveau positionnement, dans la droite ligne du renouvellement d'identité entamé il y a cinq ans. » ■

LA MARQUE

POLARIS®
BEHIND THE FRESHNESS

+ de 30 ans
Depuis plus de 30 ans, Polaris aide les professionnels à relever les défis quotidiens en cuisine

1989
Polaris a été fondée à Sedico, en Vénétie, à environ 80 kilomètres au nord de Venise, en Italie

2004
Offrant une gamme complète d'équipements pour différents secteurs, Polaris a rejoint Ali Group il y a 19 ans

polarisprofessional.com

Fidèle aux traditions, tourné vers l'avenir

Le chef **Gennaro Esposito**, à la tête du restaurant Torre del Saracino qui affiche deux étoiles au Michelin, est toujours en quête de perfection, même quand il s'agit de lave-vaisselle. Grâce au modèle Infinity de Comenda, cette quête touche à sa fin, raconte Andrea Tolu

Pour décrocher une étoile au Michelin, les restaurants misent sur leur cuisine, mais aussi sur l'expérience client, qu'une myriade de détails peut améliorer.

Bien conscient que la présentation des assiettes est un facteur essentiel, le restaurant étoilé Torre del Saracino s'est adressé à Comenda pour son nouveau lave-vaisselle.

Le restaurant est situé à Vico Equense, sur la côte amalfitaine, dans une tour de guet construite il y a 1 300 ans. À sa tête, un natif de la région, le chef Gennaro Esposito, qui l'a ouvert en 1991 à l'âge de 21 ans et a obtenu sa première étoile au Michelin en 2001.

« Gennaro Esposito et son équipe savaient parfaitement ce qu'ils attendaient d'un nouveau lave-vaisselle », raconte Osvaldo Lain, directeur commercial de Comenda en Italie.

« Ils sont conscients qu'avec une offre d'un niveau aussi élevé, il est primordial d'avoir de la vaisselle lavée à la perfection », dit-il. La solution ? Un modèle à capot de la nouvelle gamme Infinity, qui offre toute la fiabilité et la durabilité qui

caractérisent les produits Comenda, mais avec des améliorations technologiques significatives. Tous les modèles Infinity peuvent se connecter au cloud via le Wi-Fi. L'application Cloud Washing de Comenda permet de télécharger les données de fonctionnement, telles que le nombre de cycles, leurs températures et leurs durées, de vérifier les défaillances, modifier les paramètres et même démarrer un cycle à distance. Ces fonctionnalités apportent plusieurs avantages, explique Antonio Di Giorgio, responsable du développement de produits chez Comenda : « Les données détaillées permettent aux opérateurs de mieux maîtriser les coûts, tandis que la fonction diagnostic aide les techniciens à évaluer l'usure des composants et même à réparer certaines pannes à distance. »

Une vision commune

Mais si Infinity convient si bien au Torre del Saracino, ce n'est pas juste grâce à son éventail de nouvelles fonctionnalités. Un lien plus profond unit Comenda et le restaurant. La marque de fabrique de G. Esposito est l'exploration. Le Guide Michelin souligne sa capacité à « créer des plats en anticipant les tendances comme seuls quelques chefs savent le faire, puis ces tendances sont reprises par d'autres ». Cependant, ses innovations sont profondément enracinées dans la tradition : « Dans mon métier, oublier ses origines est un péché mortel, un excès d'orgueil qui anéantit toute chance de découvertes futures. »

« Lorsque j'ai ouvert le Torre del Saracino, mon objectif était clair : créer une cuisine qui respecte ▸

Pour le chef Gennaro Esposito et le Torre del Saracino, avec une offre d'un niveau aussi élevé, il est primordial d'avoir de la vaisselle lavée à la perfection

« Avant, un produit aussi avancé technologiquement qu'Infinity était destiné aux restaurants gastronomiques ou aux hôtels de luxe, mais cette technologie est devenue essentielle pour un large éventail d'opérateurs »

Osvaldo Lain
Comenda

les traditions locales, tout en reflétant mes expériences à travers le monde. En dégustant un de mes plats, vous goûtez à mon histoire, mais aussi à ma quête personnelle de nouveauté. »

Avec Infinity, Comenda a suivi une démarche très similaire : « Comenda plonge ses racines dans la fiabilité et la robustesse de ses machines. Après 60 ans d'activité, ces qualités sont toujours au cœur de chaque modèle », explique Maddalena Ferrari, responsable de l'identité de marque chez Comenda.

« En même temps, nos innovations sont le fruit de notre expérience sur le marché mondial. Nous opérons et exportons dans 110 pays, pour des restaurants, mais aussi dans les secteurs manufacturier, pharmaceutique et chimique. Infinity est la synthèse entre nos valeurs traditionnelles et cette expérience. »

Les exigences du marché

Le développement d'Infinity a été mené par l'équipe d'A. Di Giorgio, avec la participation active du reste de l'entreprise : « Nous avons écouté les suggestions des autres départements, à commencer par notre service après-vente, qui nous a été très utile en précisant les améliorations nécessaires », explique A. Di Giorgio. « Nous avons également travaillé en étroite collaboration avec le département marketing, car l'un de nos principaux objectifs était d'améliorer la convivialité des nouveaux modèles. Un produit plus sophistiqué peut devenir plus complexe à utiliser, nous voulions donc nous assurer de garder une interface intuitive. » La demande pour une gamme high-tech de lave-vaisselle provenait du marché. « C'est un peu comme passer des téléphones portables aux smartphones », explique O. Lain. « Avant, un produit aussi avancé technologiquement qu'Infinity était destiné aux restaurants gastronomiques ou aux hôtels de luxe, mais au fil du temps, cette technologie est devenue essentielle pour un large éventail d'opérateurs. Par exemple, de nombreux bars et restaurants servant de bons vins ou des cocktails ont besoin de verres toujours impeccables. » Le changement générationnel explique en partie cette évolution, poursuit O. Lain. « Les jeunes sont particulièrement intéressés par les machines high-tech et la pandémie de Covid-19 n'a fait qu'accélérer cette tendance. »

Mais ce n'est pas juste pour l'amour de la technologie, précise M. Ferrari. « Cela pourrait devenir la norme dans un contexte où la durabilité, la surveillance à distance, l'efficacité, et le contrôle des coûts et des opérations deviennent incontournables. Les technologies de gestion continuent d'évoluer, ce qui aide les opérateurs à gagner en efficacité. Avec Infinity, nous nous sommes adaptés à l'évolution de l'industrie. » ■

En haut : Osvaldo Lain ;
Au centre : Antonio Di Giorgio ;
En bas : Maddalena Ferrari ;
En haut à droite : le chef Gennaro Esposito et l'Infinity de Comenda

LA MARQUE

COMENDA

60 ans
Depuis 60 ans, Comenda est synonyme d'excellence en matière de performance, de fiabilité et de sécurité pour le lavage professionnel de la vaisselle dans le monde entier

+ de 100
Avec un réseau de distribution fiable et efficace dans plus de 100 pays à travers le monde, Comenda dispose d'un service après-vente réactif

ISO 9001
Les machines Comenda sont conçues et fabriquées en Italie dans une usine certifiée ISO 9001 pour la gestion de la qualité et ISO 14001 pour la gestion de l'environnement

comenda.eu

La crème de la crème

Lorsque la grande cheffe pâtissière **Claire Clark** a décidé d'ouvrir sa propre école, elle voulait montrer à ses étudiants ce que l'on peut faire quand on travaille avec les meilleurs outils disponibles. Elle nous explique pourquoi elle a choisi les fours Convotherm pour former la prochaine génération de chefs pâtissiers

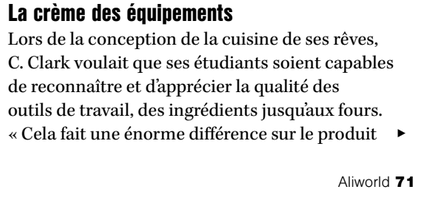
Enseigner la pâtisserie de haut niveau est un art. Les étudiants doivent apprendre comment rendre le pain bien croustillant, faire des choux parfaits ou obtenir la bonne texture de croissants, en jouant sur la vapeur et l'humidité. Il faut un four bien sec pour les meringues et uniformément humide pour les génoises. Les crèmes à base d'œufs exigent des températures basses, tandis qu'une répartition homogène de l'air est indispensable pour obtenir des macarons moelleux.

Pour ouvrir une école de pâtisserie, l'idéal est de disposer d'un seul équipement capable de faire tout ça, en veillant à ce que les étudiants diplômés, une fois lâchés dans les cuisines du monde réel, maîtrisent non seulement toutes les techniques dont ils sont susceptibles d'avoir besoin, mais sachent aussi ce qu'il est possible de faire avec le meilleur équipement disponible.

Lorsque la cheffe pâtissière Claire Clark, faite membre de l'Empire britannique (MBE) et qui a travaillé dans certains des plus prestigieux hôtels et restaurants d'Angleterre, a décidé d'ouvrir une école pour répondre à la pénurie de pâtissiers, c'était le scénario qu'elle visait.

« J'ai appris que les meilleurs résultats commencent avec les meilleurs ingrédients, le bon environnement et le meilleur équipement », dit-elle. « Il faut simplement avoir les bons outils, en particulier dans une discipline aussi précise que la pâtisserie. »

Passionnée par l'enseignement et la transmission, C. Clark savait aussi par sa propre expérience à



quel point la formation est importante et peut faire toute la différence une fois en poste. Quand elle a réalisé que l'université proche de chez elle, à Milton Keynes, disposait d'une cuisine de pâtisserie vide qui tombait en ruine, il lui a paru naturel d'y créer un centre de formation moderne pour encourager les étudiants à choisir cette voie.

Aujourd'hui, la Claire Clark Academy, financée par l'industrie pour l'industrie, réunit des équipements de pointe, des marques de qualité et des mentors du secteur, dont C. Clark elle-même, pour inspirer la prochaine génération de chefs pâtissiers.

Le cours VTCT reprend la structure du cursus avancé de pâtisserie du City and Guilds, le principal pourvoyeur de qualifications professionnelles du Royaume-Uni, où C. Clark fut l'une des plus jeunes examinatrices. La formation est complète : pain, biscuits, gâteaux, tartes, mais aussi petits fours, chocolat, travail du sucre et autre. Si les étudiants réussissent, ils reçoivent le très convoité Diplôme Claire Clark.

La crème des équipements

Lors de la conception de la cuisine de ses rêves, C. Clark voulait que ses étudiants soient capables de reconnaître et d'apprécier la qualité des outils de travail, des ingrédients jusqu'aux fours. « Cela fait une énorme différence sur le produit ▸

Claire Clark, MBE, dans la très moderne Claire Clark Academy à Milton Keynes, Royaume-Uni

LA MARQUE

CONVOTHERM®

1976

Convotherm est une marque Welbilt qui conçoit des fours combinés de pointe depuis sa création en 1976

69

Convotherm propose un nombre impressionnant de modèles de fours combinés. Avec 69 modèles et de nombreuses variantes possibles, le client obtient exactement ce dont il a besoin

2020

Le ConvoSense a été lancé il y a trois ans. C'est le premier four combiné au monde dont la cuisson est totalement automatisée grâce à l'IA

convotherm.com

« Tout repose sur le savoir-faire et les fours Convotherm leur montrent ce qui est réalisable avec des outils d'excellence »
Claire Clark

final. Travailler avec cette qualité est inspirant et encourageant pour eux », dit-elle. C'est pour cette raison que C. Clark a choisi Convotherm®. « La qualité est exceptionnelle : dotés d'écrans tactiles modernes, ces fours sont durables, multifonctionnels, faciles à utiliser et à nettoyer, et ils résistent en ce moment à une utilisation quotidienne par 14 étudiants », raconte-t-elle.

Le modèle pour lequel elle a opté – le Convotherm Maxx Pro BAKE – répond également aux besoins assez inhabituels de la cuisine de formation. Andrea Ruff, chargée de cours, qui a reçu le prix 2022 du meilleur chef enseignant de la Craft Guild, apprécie particulièrement sa porte escamotable. « Les fours sont installés derrière la table de démonstration, l'espace en façade est donc limité. C'est un emplacement parfait pour les démonstrations, mais avec un four standard, il aurait été compliqué pour les étudiants de charger et décharger », explique C. Clark. La porte escamotable rend le chargement et le déchargement faciles et efficaces, surtout avec les cadences militaires imposées par A. Ruff.

« C'est comme une procédure militaire, fluide et irréprochable », note C. Clark. « C'est là que le minuteur multiple entre en action, une autre fonctionnalité de Convotherm qui est très utilisée. Grâce à lui, chaque plateau est cuit exactement de la même manière, peu importe à quel moment il a été chargé. » A. Ruff ne pourrait pas non plus se passer du régulateur de vitesse du ventilateur. « Les petits détails peuvent vite devenir des problèmes insurmontables en pâtisserie », explique C. Clark. « Pouvoir contrôler la vitesse du ventilateur permet d'obtenir une cuisson précise et de qualité. »

Claire Clark et Andrea Ruff ont confiance en la prochaine génération de chefs pâtissiers

Inspirer la prochaine génération de pâtissiers

Le plus gratifiant pour C. Clark, c'est de voir l'enthousiasme des étudiants devant les possibilités offertes par les équipements. « Ils sont comme des éponges qui absorbent les données techniques et les procédures », s'amuse-t-elle.

Si certains sont partis travailler dans des restaurants étoilés ou des hôtels cinq étoiles, ce n'est pas le but ultime. La chose la plus importante, précise C. Clark, c'est que la majorité reparte avec un ensemble de compétences dont ils peuvent être fiers, qu'ils aillent travailler dans la restauration collective, l'événementiel, la boulangerie ou la décoration de gâteaux. « Tout repose sur le savoir-faire et les fours Convotherm leur montrent ce qui est réalisable avec des outils d'excellence », dit-elle.

Les diplômés, reconnus dans divers secteurs, du chocolat au vol-au-vent en passant par le façonnage du pain, lui donnent raison. C. Clark espère que ce n'est que le début.

« J'ai eu la chance de me former dans quelques-uns des meilleurs établissements du monde et j'y ai appris que le succès tient au travail d'équipe et dépend de l'alchimie entre le personnel, l'équipement, les produits et l'environnement », conclut-elle. « J'espère que la Claire Clark Academy et Convotherm continueront à inspirer les pâtissiers de demain en leur apprenant que la perfection se gagne avec de bons outils, beaucoup de travail et de la persévérance. » ■

04
Innovation

Des flocons de glace à faire fondre

Scotsman Ice a dévoilé la nouvelle génération de ses machines à glace en flocons, qui promettent de meilleures performances grâce à de nouvelles caractéristiques techniques et aux meilleurs matériaux du marché

Ci-contre : la nouvelle machine MXF de Scotsman Ice. Ci-dessus : Simone Buratti, responsable social et numérique de Scotsman Ice

Dans l'industrie de la restauration, la glace est loin d'être accessoire : elle ne sert pas uniquement à réaliser un cocktail, elle permet de conserver les denrées périssables, notamment le poisson.

S'il y a bien une entreprise qui a saisi l'importance d'une glace de qualité, c'est Scotsman, le plus grand fabricant au monde de machines à glace commerciales. Fondée il y a presque 60 ans, la société propose une vaste gamme de machines produisant aussi bien de la glace gourmet (pour les établissements haut de gamme) que des glaçons, de la glace en écailles (pour les comptoirs) et des glaçons nuggets (Scotsman a lancé The Original Chewable Ice® en 1981).

Mais la dernière innovation de Scotsman concerne la production de glace en flocons, qui est utilisée sur les étalages réfrigérés des commerces de détail, dans les hôpitaux et les centres de soins à des fins thérapeutiques ou dans les bars à cocktails. Il s'agit, selon Scotsman, « d'une forme de glace douce, polyvalente et à fonte ralentie ».

La gamme, déjà bien fournie avec ses modèles modulaires et sous-comptoirs, comprend une nouvelle série considérée comme « l'avenir » des machines à glace. Avant d'arriver sur le marché européen, la ligne MXF a été présentée en avant-première au salon Euroshop en Allemagne en début d'année et sera officiellement lancée en octobre au salon HostMilano (du 13 au 17 octobre 2023).

MXF est le fruit d'années de recherche et de développement, et le distributeur français de Scotsman, Scodif, l'attend depuis 2019. « Le plus important pour nous était la qualité de la glace », explique Mathieu Bareille, directeur général de Scodif, ajoutant qu'il apprécie Scotsman pour ses innovations et son assistance commerciale.

Des clients satisfaits

Les premières installations des modèles MXF auprès d'un échantillon de clients n'ont suscité que des retours positifs.

« Nous avons beaucoup travaillé avec nos clients les plus proches, en écoutant leurs souhaits et les retours du marché », déclare Simone Buratti, responsable social et numérique chez Scotsman Ice. « Ce qui ressort, c'est le retour positif des utilisateurs quant à la qualité de la glace, par rapport à l'ancienne gamme de machines modulaires. Le nouveau design et les caractéristiques techniques sont aussi très appréciés. »

> **“NOUS AVONS BEAUCOUP TRAVAILLÉ AVEC NOS CLIENTS LES PLUS PROCHES, EN ÉCOUTANT LEURS SOUHAITS ET LES RETOURS DU MARCHÉ. CE QUI RESSORT, C'EST LE RETOUR POSITIF QUANT À LA QUALITÉ DE LA GLACE”**
> **Simone Buratti**

Les réfrigérants utilisés sont sans hydrofluorocarbures (HFC), comme sur les autres modèles de la gamme EcoX de Scotsman. En plus de répondre aux nouvelles réglementations UE/RU sur l'utilisation de réfrigérants à faible PRG (potentiel de réchauffement global), cela bénéficie aussi aux activités des clients, explique S. Buratti.

« Les nouvelles caractéristiques techniques permettent une meilleure efficacité en termes de consommation d'énergie et d'impact environnemental, grâce à l'utilisation du gaz réfrigérant naturel R290, dont le PRG est très bas », ajoute-t-il.

Le congélateur comprend moins de pièces, explique-t-il, ce qui simplifie son entretien et facilite son démontage en cas de maintenance.

Il s'agit d'offrir plus de possibilités au client, en partant de la série existante de machines à forte production, comme l'explique S. Buratti. « MXF reprend l'héritage de notre célèbre machine à glace modulaire, MF, en y intégrant une technologie de pointe. »

PLUS EFFICACE ET DURABLE

Scotsman Ice a toujours gardé à l'esprit l'efficacité et la durabilité, grâce à ce qu'on appelle « l'innovation ciblée ».
Les modèles Prodigy, par exemple, permettent de réduire la consommation d'énergie et d'eau. L'évacuation progressive de l'eau (Progressive Water Discharge), un système intelligent pour les eaux usées sous pression, est disponible avec la série EC Supercube. Quant aux modèles de la gamme EcoX, ils fonctionnent avec des réfrigérants au propane R290, dont le potentiel de réchauffement global (PRG) n'est que de 3, ce qui les rend conformes aux dernières réglementations F-Gaz. Les machines Scotsman répondent également à la directive sur la limitation des substances dangereuses (RoHS) et à la réglementation sur les déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). Les clients peuvent obtenir des données spécifiques sur l'empreinte carbone de chaque machine, dans le cadre de leur politique environnementale.

La gamme MXF présente de nouvelles caractéristiques techniques pour plus d'efficacité

La série MF est disponible dans une gamme de capacités de production comprises entre 140 et 2 500 kg par jour. Le design modulaire permet à l'unité principale d'être installée sur différents types de bacs de stockage, afin de combiner production et capacité de stockage. Si nécessaire, par exemple sur un grand site de production, la machine MF peut distribuer de la glace directement dans une chambre froide de stockage, optimisant ainsi la productivité et réduisant les manipulations inutiles.

Une évolution constante

La gamme MXF marque une vraie révolution, affirme S. Buratti, en amenant sur le marché de la machine à glace « des cerveaux neufs et un cœur nouveau ». « Nous avons introduit dans cette gamme une nouvelle technologie de congélateur à évaporateur, un nouveau motoréducteur, un nouveau système de surveillance et de contrôle prêt pour l'IdO (Internet des objets) et, enfin, un nouveau concept de réservoir d'eau. »

Comme la plupart des nouvelles machines à glace Scotsman, la série MXF est dotée du système d'assainissement XSafe. Lancé en 2020, il protège les machines contre les virus, les bactéries, les moisissures et les levures, grâce à une technologie UV sans produits chimiques.

D'autres innovations sont attendues prochainement. « L'évolution du système de contrôle est en préparation, avec intégration d'un port Wi-Fi pour les systèmes de gestion des bâtiments et la télémaintenance », explique S. Buratti. « De plus, des modèles en version séparée pour application avec CO_2 seront destinés au marché alimentaire, à l'industrie du poisson, etc. » Ces unités séparées sont fournies avec l'évaporateur uniquement et doivent être raccordées à une unité de condensation à distance ou à un système de refroidissement central, permettant de maintenir une température agréable dans l'environnement de travail.

Pour Scodif, ces évolutions constantes font de Scotsman un partenaire intéressant à long terme. De plus, Scodif est fier de son expertise. « Scodif est une entreprise spécialisée dans la vente d'une seule gamme de produits : la glace et les machines à glace », explique M. Bareille. « Nous préférons fournir un seul produit, mais le faire au mieux. » ■

« MXF REPREND L'HÉRITAGE DE NOTRE CÉLÈBRE MACHINE À GLACE MODULAIRE, MF, EN Y INTÉGRANT UNE TECHNOLOGIE DE POINTE »
Simone Buratti

En savoir plus sur Scotsman Ice

LA MARQUE
Scotsman
50 %
Le système d'assainissement XSafe de Scotsman est censé diviser par deux les coûts de nettoyage et d'entretien
Presque 60 ans
Scotsman est l'un des principaux fabricants mondiaux de machines à glace depuis plus d'un demi-siècle
scotsman-ice.it

Du sur-mesure partout dans le monde

Fabricant de lave-vaisselle déjà bien connu en Europe, DIHR élargit sa zone de portée à des régions extrêmes du monde, entre un site de recherche nucléaire en Australie et un centre logistique en Antarctique, expliquent **Carlo Brunati** et **Rafaëlle Allot** à Chris Evans

Ci-dessous : le modèle GS 50 de DIHR, utilisé au centre logistique Ultima Antarctic, en Antarctique

À gauche : le LX 751 dans l'usine de transformation de viande Esja Gaeðafaeði à Reykjavik, en Islande

Ci-dessous : le modèle HT 12 ELECTRON PLUS HR H+ utilisé par IKEA à Bogotá, en Colombie

Ci-dessus : la TWIN STAR utilisée par l'ANSTO à Sydney, en Australie

LA MARQUE

DIHR we mean clean

1985
DIHR, forte de près de 40 ans d'expérience dans le lavage de la vaisselle, a été fondée en 1985

14
DIHR a obtenu 14 labels européens et 11 certifications internationales, dont la certification ISO 9001

93°C
La Twin Star de DIHR dispose d'un cycle unique de thermodésinfection atteignant 93°C en phase de rinçage

dihr.com

La liste des endroits où sont installées des lave-verres, lave-vaisselle et lave-ustensiles DIHR est impressionnante. Pour n'en citer que quelques-uns : le stade Roland-Garros à Paris, l'aéroport Marco Polo de Venise en Italie, le zoo de Londres au Royaume-Uni, les magasins IKEA en Espagne et en Allemagne, les infrastructures de l'armée israélienne ou l'hôtel Corinthia Palace à Malte.

Mais cette entreprise d'Ali Group fondée en 1985 à Castelfranco Veneto, en Italie, repousse encore les frontières de sa zone d'influence en installant ses machines dans quelques-uns des endroits les plus reculés du monde.

Certaines sont actuellement en service au sein de l'Organisation des sciences et technologies nucléaires (ANSTO) en Australie, de l'usine de transformation de viande Esja Gaeðafaeði à Reykjavik en Islande, mais aussi en Colombie dans un projet avec Alpha Simet (basé au Mexique, en Colombie et au Pérou) ou en Antarctique, dans le centre logistique Ultima Antarctic.

« Nous vendons plus de 20 000 unités par an dans des villes traditionnelles comme Londres, Rome et Paris, mais aussi dans des régions reculées où les besoins des clients sont tout aussi importants et souvent très variés », dit Carlo Brunati, directeur commercial et marketing chez DIHR. L'entreprise a même étendu sa portée en Amérique du Sud et en Antarctique.

L'ANSTO, près de Sydney, est l'un des sites de recherche les plus importants d'Australie. Des milliers de scientifiques du secteur public ou privé utilisent chaque année son équipement de pointe. La gestion du lavage dans un contexte comme celui-ci est évidemment une tâche cruciale et difficile qui nécessite un équipement spécialisé.

C'est là qu'entrent en jeu DIHR et son partenaire australien Rhima, avec la Twin Star qui permet de laver et décontaminer les articles utilisés dans la médecine nucléaire (combinaisons, casques, lunettes, bottes ou poubelles à déchets nucléaires).

« Grâce à un cycle de thermodésinfection unique atteignant 93°C en phase de rinçage, les articles sont complètement hygiénisés », explique C. Brunati.

L'étoile montante

La Twin Star est une machine unique avec sa double porte vitrée thermorésistante qui lui donne plus une apparence d'armoire que de lave-vaisselle. Son concept traversant permet de charger la vaisselle côté restaurant et de la décharger côté cuisine.

« La machine, d'une grande capacité (jusqu'à 300 assiettes), propose neuf cycles différents et une large gamme de paniers. Elle peut donc tout laver, des verres en cristal à toute sorte d'ustensiles », explique Rafaëlle Allot, responsable marketing chez DIHR. « Et elle participe à la démarche écologique de l'entreprise en consommant moins d'eau et de produits chimiques, mais aussi moins d'électricité, grâce au démarrage différé (pour une utilisation en heures creuses), et nul besoin d'une hotte ou d'une ventilation. »

Et même sur le continent le plus méridional et le moins peuplé de la planète, l'Antarctique, le lave-vaisselle à comptoir le plus vendu de DIHR a montré toute son efficacité. Le GS 50 est installé sur le site Ultima Antarctic Logistics, qui gère les vols, le fret, le ravitaillement et le carburant au cœur de ce paysage glacial.

« Nous le leur avions distribué par l'intermédiaire d'une société européenne, il y a environ 20 ans. Le centre logistique en est toujours très satisfait, mais nous avons été contactés par un représentant italien qui voulait savoir si une version plus récente existait. Nous l'avons mis en contact avec notre partenaire de confiance en Afrique du Sud, qui fournira la prochaine machine », raconte C. Brunati.

Assistance et expertise

C'est l'essence même de DIHR, qui ne se contente pas de fournir des produits dans le monde entier. L'entreprise soutient aussi ses clients grâce à des partenaires expérimentés et elle adapte ses machines pour répondre aux besoins de ses clients, où qu'ils soient et quelles que soient leurs exigences. En Islande, DIHR a personnalisé une lave-cagettes à

convoyeur pour le centre de transformation de viande Esja Gaeðafaeði à Reykjavik. « Il est doté d'un tapis incliné spécifiquement conçu pour favoriser l'égouttage des caisses utilisées pour transporter la viande », explique R. Allot.

Comme tous les équipements DIHR, la machine est conçue selon les normes d'hygiène et de performance les plus strictes, ce qui garantit des niveaux d'hygiène élevés, tout en réduisant la consommation d'énergie, d'eau et de produits chimiques.

En Colombie, des machines DIHR ont été installées dans deux magasins IKEA, à Bogotá et à Cali. Parmi les modèles installés, le lave-vaisselle à capot dernière génération HT 12 ELECTRON PLUS HR H+, le plus grand lave-batterie de la marque, le LP4 S8 HR PLUS, et le lave-vaisselle à convoyeur RX 296. Tous ces modèles sont équipés d'un récupérateur thermique condenseur de vapeur HR. Ce système utilise la vapeur produite par la machine pour préchauffer l'eau froide destinée au rinçage. En réduisant l'échappement de vapeur, cela permet aussi d'améliorer l'environnement de travail.

Le service après-vente est également essentiel. « DIHR se concentre sur la production et sur l'ensemble du cycle de vie de l'équipement. Les pièces et accessoires DIHR, ainsi que ses solutions IoT, garantissent un fonctionnement optimal de l'équipement dans le temps », explique C. Brunati.

C'est pourquoi l'influence de DIHR ne cesse de s'étendre dans le monde, comme à l'hôtel Four Seasons au Caire en Égypte, à l'Université internationale de Floride aux États-Unis, au Raffes Hotel à Singapour ou à l'hôpital King Fahad à Riyad, en Arabie saoudite. ■

Intelligent, compact et économique

La nouvelle machine à granules traversante GR 200 DOUBLE PLUS de KROMO, compacte mais parfaitement conçue, met le marché en ébullition. **Marco Brugnolaro** de KROMO en parle avec Chris Evans

La gamme de lave-vaisselle à granules de KROMO est saluée à juste titre depuis plus de 15 ans pour son efficacité énergétique, son nettoyage de la vaisselle en profondeur (en éliminant même les traces brûlées les plus coriaces) et son prix raisonnable.

L'entreprise s'apprête à lancer en fanfare son tout dernier modèle, le GR 200 DOUBLE PLUS, lors du Salon HostMilano 2023 (qui se tiendra à Milan du 13 au 17 octobre). Ce lave-vaisselle deux en un compact et puissant peut s'intégrer dans n'importe quel espace de cuisine.

« Nous avons eu l'idée d'une telle machine il y a quelques années », explique Marco Brugnolaro, responsable de zones de vente et de produits. « Nous manquions d'un modèle d'entrée de gamme, compact et fiable, capable de supporter des charges de travail intenses à un prix compétitif. »

M. Brugnolaro a donc recueilli les retours d'expérience et les exigences des clients de l'Amérique latine jusqu'à la région Asie-Pacifique, et a identifié une demande pour une machine à la pointe de la technologie qui puisse laver assiettes, verres et couverts, mais aussi casseroles et poêles. Mais il fallait qu'elle puisse s'insérer n'importe où, l'espace étant souvent limité. « Résultat ? Une machine révolutionnaire, à la fois polyvalente, simple à utiliser, compacte et ergonomique proposant une gamme de cycles pour tous types de vaisselle et d'ustensiles », ajoute-t-il.

Puissance et robustesse

La 200 DOUBLE PLUS, conçue dans un mélange d'acier inoxydable 304 et 316, impressionne aussi par sa robustesse. Idéale pour les charges de travail intenses, elle vient à bout des taches les plus coriaces, dans les boulangeries et pâtisseries.

De plus, elle est équipée de la technologie révolutionnaire de récupération de chaleur HR de KROMO, déjà installée sur les modèles GR 300 HR Plus et GR 800 HR Plus. La vapeur d'eau chaude produite est réutilisée pour préchauffer l'eau froide de rinçage. Cela permet de réduire l'énergie nécessaire pour atteindre la température de rinçage, mais aussi de faire baisser de plus de moitié la température de l'air qui s'évacue.

« Imaginez que vous puissiez charger une batterie sans avoir besoin d'un chargeur. Le concept HR fonctionne à peu près de la même manière : la vapeur s'accumule autour de la serpentine interne en cuivre par laquelle l'eau froide arrive. Elle est alors préchauffée et la vapeur se condense pour atteindre la bonne température. C'est donc un système plus efficace, permettant d'économiser de l'argent et de protéger l'environnement », explique M. Brugnolaro.

La durabilité, la responsabilité environnementale et l'efficacité énergétique sont des valeurs fondamentales dans la conception de tous les produits KROMO, et les machines à granules en sont les porte-étendards. « Elles permettent de réduire la consommation d'eau, de produits chimiques et d'énergie. Le flux de travail est fluide, ce qui limite les pertes de temps et de ressources : nos clients économisent de l'argent. Cette technologie marque un vrai tournant », conclut M. Brugnolaro. ■

LA MARQUE

KROMO

1998

Depuis 1998, KROMO fabrique, vend et assure le suivi d'une gamme complète de lave-vaisselle commerciaux, en portant une attention croissante aux coûts d'exploitation, à la durabilité et à la technologie

120

KROMO exporte sa vaste gamme de lave-vaisselle professionnels dans 120 pays à travers le monde

135

La gamme complète de KROMO est composée de 135 modèles, des machines sous comptoir aux machines à avancement automatique sur mesure en passant par les machines à convoyeur

kromo-ali.com

Tirer le MAXX des lave-vaisselle

Welbilt reste fidèle à sa réputation avec sa nouvelle marque de lave-vaisselle, WMAXX. **Adrià Navarro**, directeur régional de Welbilt, discute avec Chris Evans de ces machines aussi élégantes qu'efficaces

Fournisseur d'équipements et de solutions de pointe pour la restauration, Welbilt jouissait déjà d'une réputation exceptionnelle, avant son acquisition par Ali Group en 2022. Depuis, l'entreprise n'a cessé de monter en puissance et vient d'ajouter une corde à son arc avec sa nouvelle marque de lave-vaisselle WMAXX, faisant souffler un vent de renouveau sur le secteur.

Les lave-vaisselle Optimaxx 500 et Maxx Hood, à double paroi isolée, s'adaptent facilement dans n'importe quelle cuisine commerciale, pour un nettoyage en profondeur, silencieux et toujours impeccable.

« Nous savions qu'il fallait une gamme de lave-vaisselle bien conçus, compacts et capables de fonctionner quelle que soit la pression de l'eau, pour nettoyer et hygiéniser efficacement les ustensiles de cuisine. Alors, nous l'avons fait », s'enthousiasme Adrià Navarro, directeur de Welbilt pour la région ibérique et l'Italie.

« La double paroi permet d'améliorer l'isolation et de réduire le bruit en cuisine. Et comme ils sont conçus d'une seule pièce, sans soudure ni vis, nos lave-vaisselle présentent des lignes douces et sont plus faciles à nettoyer. »

Des cycles de lavage programmables

La liste des caractéristiques des deux machines est impressionnante. L'Optimaxx 500, outre sa porte à double paroi isolée, comprend un réservoir profond et incliné, des bras de lavage en acier inoxydable avec buses inobstruables, quatre cycles de lavage programmables, une pompe de lavage à démarrage progressif, un toit anti-égouttement, un surchauffeur isolé, un cycle d'autonettoyage et un adoucisseur d'eau intégré.

Le Maxx Hood réunit un grand nombre de ces caractéristiques, ainsi qu'un système de double filtration à maille serrée en inox avec récupérateur de saleté et filtre de pompe, un support de panier facilement amovible, une commande à distance conforme aux normes HACCP et un panneau de commande électronique à LED.

« Tout est une question de facilité et d'efficacité », résume A. Navarro.

« Il suffit de choisir le cycle, d'appuyer sur la touche de démarrage et la machine lance le lavage et l'hygiénisation, ce qu'un nombre surprenant de lave-vaisselle ne font pas. Et les nôtres sont économiques et faciles à entretenir. »

Welbilt a également lancé un modèle de lave-batterie Plus pour un rinçage à température et pression constantes, appelé USTENSILS MAXX. Il est doté d'une double paroi avec une porte pouvant servir de plan de travail, d'un filtre à double réservoir avec récupérateurs de saletés, de distributeurs de détergent et de produit de rinçage intégrés et d'une pompe de vidange.

La fonction Thermostop permet à la machine de prolonger automatiquement le temps de nettoyage si, pour une raison quelconque, la température est insuffisante.

« Nos machines contrôlent l'alimentation en eau, qui se fait toujours en fond de réservoir, là où l'eau est moins pure. Ainsi, toute l'eau du réservoir est renouvelée en sept lavages », explique A. Navarro. « Cela permet de réduire la consommation d'eau et de produits chimiques. »

Bien que situées en milieu de gamme, ces machines offrent une meilleure qualité de conception et permettent des économies de consommation, à un prix plus abordable que beaucoup d'autres.

Elles ont naturellement déjà été achetées par des chaînes de premier plan, dont une marque en Espagne et une prestigieuse entreprise de verrerie.

« C'est notre première collaboration avec Ali Group et tout se passe très bien. Nos machines sont très populaires et nous vendons constamment à de nouveaux fournisseurs », conclut A. Navarro. ■

Les lave-vaisselle WMAXX permettent de réduire la consommation d'eau et de produits chimiques

welbilt.com

Wavy donne à WashCo une longueur d'avance

Dans l'univers de la blanchisserie commerciale, il n'y a pas de solution universelle, mais les fournisseurs d'équipements sont de plus en plus attirés par les systèmes de commande associant simplicité, efficacité et contrôle à distance. Jim Banks interroge **James Holmes,** directeur des ventes chez WashCo, sur cette tendance, qui a poussé l'entreprise à collaborer avec Grandimpianti ILE

Le Wi-Fi intégré de Wavy exploite tout le potentiel de la technologie 4.0 pour les clients comme WashCo

Créée il y a cinq ans à partir de quatre sociétés différentes, WashCo propose une offre unique sur le marché de la blanchisserie commerciale. La société est spécialisée dans le conseil, l'installation et l'entretien des équipements de blanchisserie industrielle dans tout le Royaume-Uni, mais à la différence de bon nombre de ses concurrents, elle peut se targuer d'être totalement objective dans ses choix d'équipement.

« Comme nous sommes indépendants, nous pouvons conseiller la bonne machine sans être influencés par le fabricant », explique James Holmes, directeur des ventes chez WashCo, le plus grand distributeur indépendant du secteur au Royaume-Uni. « Nous pouvons évaluer n'importe quel équipement avec une approche impartiale, car nos conseils se basent sur l'usage, la géographie, le budget ou tout autre paramètre important pour le client. »

Cette indépendance a conduit WashCo à se tourner vers les nouvelles tendances, comme la connectivité.

« La connectivité et l'Internet des objets sont devenus bien plus que de simples options, mais lors de la création de WashCo, ce n'était pas une priorité », explique J. Holmes. « Il y a six ans, en faisant des recherches, j'ai vu une entreprise d'équipements de blanchisserie qui avait installé ce qui ressemblait à un iPad à l'avant de ses machines. Nous savions que la connectivité était un facteur clé, nous sommes donc allés chez Grandimpianti et notre relation n'a cessé de croître. »

Wavy, la commande du futur

Ce que J. Holmes avait vu sur les machines Grandimpianti, c'était l'écran du système de commande Wavy. Plus qu'un simple écran vertical de 7 pouces, c'est un système de commande avancé à l'interface simple et intuitive, avec des icônes pour permettre aux utilisateurs une gestion complète de la machine.

« LA CONNECTIVITÉ EST INCONTOURNABLE ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE EN EST LE PRINCIPAL MOTEUR »

James Holmes

Le Wi-Fi intégré repose sur la technologie 4.0 et permet de gérer à distance les programmes, les cycles et les réglages, en envoyant des informations relatives au fonctionnement et à l'état de la machine. Les échanges constants entre le système de commande Wavy et la plateforme TheMind.cloud permettent de rendre les processus plus efficaces.

« Aujourd'hui, la connectivité est incontournable et le développement durable en est le principal moteur », affirme J. Holmes. « Les gens veulent en savoir davantage sur la durabilité que sur la vitesse d'essorage. La commande Wavy améliore également le taux de résolution immédiate des problèmes. »

« Nous avons d'abord été attirés par le design, puis par la connectivité, car personne d'autre ne la proposait alors. L'innovation nous a permis de nous démarquer avec Grandimpianti », ajoute-t-il. « Notre objectif est que 75 % des équipements que nous installons soient connectés. Grandimpianti domine toujours le marché : la plupart des concurrents disposent juste d'une plateforme de visualisation où consulter les données, tandis qu'avec Grandimpianti, vous pouvez envoyer des données, gérer le fonctionnement des machines et les allumer, modifier les niveaux de produits chimiques… »

Les sèche-linges GD Wavy sont conçus pour avoir un impact environnemental plus faible et un cycle de vie plus long, avec des résultats sans précédent en termes de vitesse, d'économie d'énergie et de performances de séchage. Le modèle GD1000 – un sèche-linge de 1000 litres que WashCo a récemment installé – ne fait pas exception. Il est équipé du système avancé Wavy, conçu pour simplifier et améliorer tous les processus de blanchisserie, réduire les coûts de fonctionnement et accroître l'efficacité.

« En termes d'efficacité énergétique, il domine le marché », affirme J. Holmes. ■

LA MARQUE

grandimpianti
intelligent laundry equipment

1972
Grandimpianti ILE opère dans l'industrie de la blanchisserie depuis plus de 50 ans

2020
L'entreprise a reçu en 2020 la très convoitée certification ISO 45001 pour ses systèmes de gestion de la santé et de la sécurité au travail

4.0
TheMind.cloud de Grandimpianti ILE est une plateforme de commande et de gestion à distance qui introduit la technologie 4.0 dans le secteur de la blanchisserie

grandimpianti.com

Fraîcheur vanille

Alberto Marzocchi de Friulinox présente à Chris Evans les impressionnantes armoires réfrigérées Vanilla, à la pointe en matière de connectivité et de suivi des produits

La nouvelle gamme d'armoires réfrigérées Vanilla de Friulinox, pour la pâtisserie et les crèmes glacées, réunit tout le savoir-faire de cette grande marque italienne : qualité, style, efficacité, connectivité et durabilité environnementale.

Un tel résultat est le fruit de beaucoup de temps et d'efforts. L'équipe de Friulinox est allée interroger les acteurs du monde de la pâtisserie et de la crème glacée pour identifier leurs besoins.

« Nous avons compris qu'il fallait lancer sur le marché une nouvelle solution de pâtisserie. Nous avons donc recueilli les différentes demandes de ceux qui travaillent tous les jours dans ce secteur : il leur fallait un produit esthétiquement beau, fiable et proposant de nouvelles solutions pour éviter le gaspillage », explique Alberto Marzocchi, vice-président, responsable des ventes mondiales et du marketing chez Friulinox.

C'est dans cette optique que l'équipe d'ingénieurs et de développeurs de Friulinox a commencé à travailler sur un prototype, en discutant avec le département technique de l'aspect et du fonctionnement des armoires Vanilla, pour y intégrer de nouvelles technologies.

L'armoire réfrigérée Vanilla de Friulinox

Le produit final est impressionnant : tout y est, du panneau de commande avec écran tactile en verre pour faciliter son nettoyage aux différentes chambres à température contrôlée et adaptées à chaque produit.

« L'un des modèles va de -2° à +18°C, ce qui est idéal aussi bien pour la pâtisserie à basse température que pour le chocolat et le praliné qui requièrent une température plus élevée », explique A. Marzocchi. « Et pour la crème glacée, la gamme Vanilla dispose d'armoires allant de -25° à -12°C. »

Contrôle de l'humidité

Friulinox a également intégré une sonde hygrométrique dernière génération pour que l'utilisateur puisse connaître et régler précisément le taux d'humidité. « Si l'armoire est configurée à 45 % d'humidité, en cas de dépassement, la partie froide s'allume pour maintenir l'humidité au niveau souhaité », explique A. Marzocchi.

Le ventilateur à l'arrière de l'armoire disperse le flux d'air, garantissant une bonne circulation de l'humidité à chaque niveau, ce qui contribue à la bonne conservation des aliments.

Mais le meilleur argument de vente de la gamme Vanilla, c'est l'assistant virtuel intelligent de l'application Sushi Smart Freshness Control, qui alerte les utilisateurs lorsque les produits se périment.

Cette application unique, téléchargeable sur n'importe quelle plateforme, se connecte directement à l'armoire Vanilla et aux autres appareils installés à proximité. Il suffit ensuite d'enregistrer les produits stockés dans l'armoire en scannant leur code-barres ou, pour les produits artisanaux, en les saisissant manuellement.

« L'application suit les dates d'expiration de tout ce qui est stocké dans l'armoire et lorsqu'une date de péremption approche ou est atteinte, Sushi envoie une notification (symbolisée par une toque verte, orange ou rouge) sur smartphone », explique A. Marzocchi. « Cela permet d'éviter le gaspillage et d'éliminer le risque de servir des produits impropres à la consommation. »

Les chefs en laboratoire ou les restaurants à service rapide, qui disposent de beaucoup d'armoires réfrigérées, peuvent ainsi faire le suivi de tous leurs produits. « Sans cela, ils doivent noter la date d'expiration de chaque produit ou les couvrir d'un film adhésif sans réelle date d'expiration, ce qui rend le suivi des stocks très compliqué. L'application permet de faire le suivi de tous les produits entrants et sortants. Elle alerte également si une porte reste ouverte trop longtemps ou s'il y a un dysfonctionnement dans l'enregistrement des produits. »

L'application permet de gérer l'analyse des risques et des points critiques de contrôle (HACCP) et d'obtenir des notifications précises du registre HACCP. Elle surveille aussi les paramètres de fonctionnement et envoie des avertissements en cas d'anomalie. « Un technicien peut intervenir sur n'importe quelle machine à distance ou mettre à jour le logiciel via l'application et notre portail cloud », explique A. Marzocchi.

Les fonctionnalités impressionnantes des armoires Vanilla ont fait sensation auprès des clients et des professionnels lors de son lancement au SIGEP en janvier dernier.

« L'APPLICATION SUIT LES DATES D'EXPIRATION DE TOUT CE QUI EST STOCKÉ DANS L'ARMOIRE ET PRÉVIENT LORSQU'UNE DATE DE PÉREMPTION APPROCHE OU EST ATTEINTE »

Ci-dessus : Alberto Marzocchi, vice-président, responsable des ventes mondiales et du marketing, Friulinox

LA MARQUE

Friulinox
REFRIGERATION EXCELLENCE

-25° à -12°C
Pour la crème glacée, la gamme Vanilla propose des armoires de réfrigération allant de -25° à -12°C

80 %
80 % des emballages des armoires Vanilla sont recyclables et/ou proviennent de matériaux recyclables

5
La gamme Vanilla a été classée dans la meilleure catégorie d'efficacité avec une réfrigération de classe climatique 5

friulinox.com

« Les clients ont beaucoup apprécié le design, l'application Sushi et le flux d'air, assurant la bonne conservation des produits », raconte A. Marzocchi. « Nos clients travaillent beaucoup le chocolat. Pour qu'il soit bien luisant, il faut avoir le bon taux d'humidité. Les revendeurs se sont montrés enthousiastes, car Friulinox est une marque bien connue et que cette nouvelle innovation assure une conservation optimale, tout en étant efficace et économe en énergie. Cela s'est traduit par de bonnes ventes lors du salon. »

Évolution écologique

Les armoires technologiques Vanilla reflètent l'implication écologique de l'entreprise, à travers leur efficacité énergétique, leur nouvelle pompe à chaleur écologique R290 et l'efficacité du flux d'air à l'intérieur des armoires.

C'est ce qui explique qu'elles ont été classées dans la meilleure catégorie d'efficacité avec une réfrigération de classe climatique 5. « Cela nous permet de garantir des performances maximales, même jusqu'à 43°C et 45 % d'humidité, ce qui est courant dans les pays méditerranéens », explique A. Marzocchi.

Il ajoute qu'environ 80 % des emballages utilisés sont recyclables et/ou proviennent de matériaux recyclables. « Friulinox et ses partenaires prêtent une attention particulière à l'environnement, en ce qui concerne la consommation, mais aussi la durabilité environnementale et l'élimination de nos produits. »

Friulinox cherche à maintenir des standards élevés en la matière, tout en allant de l'avant avec des solutions nouvellement brevetées pour sa gamme Vanilla et ses autres gammes de systèmes de refroidissement, de stockage et de réfrigération. ■

Le point de vue du client

Giuseppe Fagiotto, propriétaire et chef pâtissier de la pâtisserie-chocolaterie Peratoner à Pordenone et du Caffè degli Specchi à Trieste, en Italie, nous parle de son partenariat gagnant avec Friulinox.

Quels sont les avantages de la gamme Vanilla ?
Ce qui nous a particulièrement convaincus, c'est que pour nos pralines, nous obtenons une cristallisation parfaite, avec une humidité totalement contrôlée et une température constante de +16°C, le tout en peu de temps, ce qui donne un beau brillant.

Le congélateur ne crée absolument pas de condensation, que ce soit à l'intérieur ou à l'extérieur (dans une pièce à 20°C) : il n'y a aucune altération organoleptique et les produits ne sèchent pas.

Quels sont les retours du personnel ?
Il apprécie tous les avantages cités ci-dessus, en plus du magnifique design qui donne un sentiment de propreté et d'efficacité.

En quoi Friulinox est-il un partenaire de travail idéal ?
Pour ses excellents produits, ses techniciens compétents et attentifs, et son souci de la qualité, qui transparaît jusque dans les finitions.

Un Oracle infaillible

Le nouveau four compact Oracle de Lainox, qui combine avancée technologique et facilité d'utilisation, peut cuire des plats en quelques secondes. Marco Ferroni, directeur exécutif de l'entreprise, présente à Chris Evans ses impressionnantes fonctionnalités

Marco Ferroni (en haut) explique que l'Oracle de Lainox (ci-dessus) peut atteindre les 300°C

Allier rapidité du service et qualité de la nourriture étant le but de tout restaurateur, notamment dans le secteur en pleine croissance des « dark kitchen », il n'est pas étonnant que les fours Oracle super rapides de Lainox soient si populaires.

« Qui apprécie d'attendre sa commande ? On décide souvent de ne pas retourner dans un restaurant, parce qu'on a attendu trop longtemps pour manger ou que les plats étaient froids », explique Marco Ferroni, directeur exécutif chez Lainox. « L'Oracle est le premier four à grande vitesse capable d'atteindre une température de 300°C (30 à 40°C de plus de plus que la moyenne), ce qui nous donne un avantage considérable en termes de temps de cuisson, d'aspect doré et de croustillance des produits. »

Le four Oracle s'adapte parfaitement aux besoins des clients. Pendant la phase de préparation, il peut être utilisé en mode Combi Wave pour faire cuire des croissants ou du pain, ou offrir toute la puissance d'un micro-ondes. Puis en début de service, il peut se transformer en four à grande vitesse pour servir les clients en quelques secondes.

« L'Oracle est le seul four à grande vitesse de sa catégorie à être équipé de la double fonction HSO et Combi Wave », affirme M. Ferroni. « La fonction HSO vous permet d'utiliser en même temps les micro-ondes, la convection et la chaleur pulsée, pour une rapidité maximale pendant le service. Afin de rendre l'Oracle encore plus flexible et permettre à nos clients de l'utiliser même avant le service, nous avons ajouté la fonction Combi Wave. Elle permet d'utiliser le four comme un simple micro-ondes, un four à convection ou même en combinant ces deux technologies, ce qui raccourcit considérablement les temps de cuisson. »

C'est idéal pour les restaurants proposant une large amplitude horaire et des menus variés. « Par exemple, pour un bar espagnol qui sert des brioches et des croissants pour le petit-déjeuner [grâce au Combi Wave], puis prépare le déjeuner en faisant cuire du pain pour les sandwiches, des légumes sur le gril ou des épinards à la vapeur [grâce au mode HSO] », explique M. Ferroni.

Plus besoin d'avoir un four à convection, un micro-ondes et un four à grande vitesse, puisque l'Oracle combine les trois !

Une approche innovante

Lainox a toujours tenté d'aller plus loin avec ses produits, et l'Oracle ne fait pas exception. Ne voulant pas se satisfaire de copier des solutions déjà présentes sur le marché, l'entreprise a développé et utilisé de nouvelles technologies, en partenariat avec l'université d'ingénierie de Modène, en Italie.

M. Ferroni cite l'exemple du système de diffusion de micro-ondes de l'Oracle, qui n'utilise pas d'antenne motorisée pour propulser les micro-ondes, mais deux magnétrons latéraux qui évitent de devoir utiliser des pièces mobiles, ce qui augmente la fiabilité du produit.

L'approche innovante s'étend au nettoyage : initialement, Lainox avait pensé à un système ▸

Le point de vue du client

Reebs est une chaîne italienne spécialisée dans la viande, pour qui travailler la viande est une tradition familiale transmise sur trois générations depuis 1929. Enrico Murador nous dit pourquoi il a choisi Lainox comme partenaire.

En quoi l'Oracle est-il adapté à votre activité ?
L'Oracle nous a permis de répondre à notre besoin de rapidité de service, tout en étant sûrs de garantir un produit répondant aux attentes qualitatives de nos clients. Nos produits sont chauds et moelleux à l'intérieur, croquants et appétissants à l'extérieur. Mais c'est surtout sa facilité d'utilisation et son interconnexion qui nous assurent que chaque magasin dispose d'équipements en état et à jour.

Quels ont été les retours des équipes qui utilisent l'Oracle en cuisine ?
Après avoir été formés par Lainox, nos opérateurs mettent leurs suggestions en pratique. Maintenant, ils apprécient avoir un service plus simple, sans stress. Avec quatre hamburgers et quatre club sandwichs sortis en un peu plus de deux minutes, il nous est immédiatement apparu que l'Oracle allait faire la différence.

En quoi Lainox est-il un partenaire idéal ?
Depuis notre premier essai, Lainox s'est montré à l'écoute de nos besoins, avec patience et flexibilité. Dans chaque point de vente, notre personnel a reçu une formation et le service après-vente répond toujours rapidement et fait tout son possible pour nous aider à trouver des solutions.

L'Oracle est le seul four à grande vitesse de sa catégorie à combiner les fonctions HSO et Combi Wave

Outre des temps de cuisson rapides, l'Oracle garantit un aspect doré et une croustillance des plats incomparables

Les fonctions les plus impressionnantes sont la facilité de nettoyage et l'archivage automatique des données HACCP

Les clients ont accès à des centaines de recettes, développées et testées par Lainox, directement depuis l'appareil

Les clients peuvent également créer leurs propres recettes, qu'ils peuvent partager via le dispositif connecté

L'Oracle combine four à convection, micro-ondes et four à grande vitesse

de nettoyage automatique, mais il aurait fallu raccorder le four à une arrivée d'eau et une évacuation. Il a donc été décidé de l'équiper d'une chambre amovible, appelée Oracle Washable Box, pouvant se nettoyer au lave-vaisselle. « Il s'agit d'une solution brevetée par Lainox et appréciée par de nombreux clients », s'enthousiasme M. Ferroni.

L'Oracle s'appuie également sur les 10 ans d'expérience de la marque Lainox, souvent pionnière dans le secteur du numérique, avec une connexion Wi-Fi et un accès au Lainox Nabook Plus Clood, un assistant virtuel complet et entièrement gratuit, qui aide les clients à organiser et gérer leur cuisine.

Le Nabook Plus Cloud permet d'accéder à des centaines de recettes développées et testées par Lainox directement depuis l'appareil de cuisson, ainsi qu'à un espace personnel où les clients peuvent créer leurs propres recettes et les partager via le dispositif connecté. « Cette caractéristique est particulièrement appréciée par les chaînes », observe M. Ferroni.

Un raccordement facile

Parmi les fonctions les plus remarquables, citons la capacité à traiter des données massives et à archiver automatiquement les données HACCP, la possibilité pour un service d'entretien d'accéder à l'appareil à distance pour réduire les délais et les coûts d'intervention, et enfin la faculté à analyser les données d'utilisation de l'appareil et à corriger les erreurs commises par les opérateurs, sans oublier le contrôle de la consommation.

« L'un de nos principaux clients affirme que ces fonctions lui ont permis de réaliser plus d'un million d'euros d'économies par an », révèle M. Ferroni.

L'Oracle bénéficie également de la technologie développée pour le four mixte Naboo de Lainox. L'interface utilisateur est la même, bien que « pour l'Oracle, les algorithmes ont été optimisés pour garantir une qualité de cuisson parfaite », explique M. Ferroni.

Le four Oracle est également doté d'un système *plug and play :* il peut être installé n'importe où en quelques secondes, sans avoir un système coûteux d'arrivée et d'évacuation d'eau et l'intervention d'un technicien spécialisé n'est pas nécessaire.

Cette facilité de raccordement et ses dimensions compactes en font un produit idéal pour les stations de vacances et les hôtels. On peut le déplacer du bar de la plage vers la piscine ou l'installer dans le jardin.

« Il suffit de le brancher, de commencer à cuisiner et d'encaisser. C'est notre devise », conclut M. Ferroni. ■

LA MARQUE LAINOX®

+ de 100
La marque Lainox s'est forgé une solide réputation auprès des acteurs de la restauration dans plus de 100 pays

1981
Lainox a lancé son premier four à chaleur tournante en 1981 et a fêté son quarantième anniversaire en 2021

300°C
L'Oracle est le premier four à grande vitesse du marché pouvant atteindre les 300°C

lainox.it

05
Ali Group

Eloma
DE VIEUX AMIS UNISSENT LEURS FORCES POUR MODERNISER LA CUISINE DU COUNTRY CLUB

Lorsque les cuisines du célèbre Bald Peak Colony Club, dans le New Hampshire, ont dû être modernisées, le chef Mark Brown savait à qui s'adresser.

Martin Huddleston, alors vice-président des ventes d'Eloma USA, devenu directeur général chez Convotherm US, a travaillé avec M. Brown à la fin des années 1990. Ils avaient fait équipe autour d'événements culinaires, avant de fonder une boulangerie artisanale au début des années 2000.

Depuis, M. Huddleston a posé son tablier de chef cuisinier pour vendre des équipements de restauration commerciale.

« Il me demande conseil sur des équipements précis de cuisine et je compte sur lui pour savoir comment les chefs utilisent notre équipement et ce qu'ils souhaitent voir amélioré », explique M. Huddleston.

Lorsqu'il a fallu moderniser l'équipement du restaurant « old-school » de Bald Peak, M. Brown savait par expérience qu'un four mixte Eloma GeniusMT 6 conviendrait parfaitement. « J'étais habitué aux fours mixtes et je connaissais déjà bien Martin. Je savais ce que je voulais », dit-il.

La polyvalence du modèle 6-11 a permis à Bald Peak de proposer un menu varié tout en continuant de répondre à des exigences élevées en termes de volume. Le restaurant du club peut accueillir jusqu'à 220 personnes et sert trois repas par jour, sept jours sur sept, pendant toute la saison. La cuisine est aussi régulièrement utilisée pour les événements du club-house et du Racquet Club, pouvant accueillir respectivement 150 et 135 personnes.

Le chef Mark Brown savait exactement ce qu'il voulait pour la cuisine « old-school » du Bald Peak Colony Club

« Grâce à sa flexibilité, cette plateforme de cuisson est idéale aussi bien pour la partie traiteur que pour le menu à la carte », explique Matthew Auck, vice-président des ventes et du marketing d'Eloma USA. « Nos unités sont flexibles et peuvent à peu près tout faire : cuire à la vapeur ou au four, pocher ou griller.

Le four mixte Eloma 6-11 est également intuitif et facile à utiliser, ce qui est fondamental pour M. Brown, car une grande partie du personnel de cuisine vient de l'étranger et qu'il peut y avoir une barrière linguistique. « Nous pouvons les former à l'utilisation de ce four en cinq minutes, voire moins », déclare-t-il.

Electro Freeze
Un partenariat qui traverse les générations

Repenser la glace à l'italienne pour la distribuer dans des machines, c'était l'objectif de la Polish Water Ice, une création de Tom Curyto. Entre 1996 et 2018, cet homme originaire de Pennsylvanie a développé son entreprise familiale comptant 20 établissements dans le nord-est des États-Unis, avec son partenaire Bob Romarino, propriétaire de Sentry Equipment et distributeur de machines à crème glacée Electro Freeze.

Ce sont maintenant leurs fils respectifs qui font équipe pour donner une nouvelle orientation au concept, franchisé dans neuf établissements tandis que d'autres suivront bientôt. Corey Curyto a développé une nouvelle marque, Carousel's, qui opère à partir de food trucks accrocheurs au toit en forme de chapiteau et sert de la glace à l'italienne sans matières grasses. Avec Rob Romarino, de Sentry, il a créé un food truck pouvant accueillir trois machines Electro Freeze, pour servir un grand nombre de personnes sans avoir à les faire attendre.

« Chaque camion est équipé de trois unités Electro Freeze GES-5099 sous pression », explique C. Curyto. « Nous disposons de cinq becs pour la glace et d'un bec pour la crème glacée à la vanille. »

Depuis les débuts de Carousel's en 2021, le duo n'a eu de cesse de développer le concept au fur et à mesure que la marque prenait de l'ampleur, en perfectionnant le design du camion et en explorant de nouvelles opportunités, comme l'installation de machines dans des cinémas, des épiceries et des hôtels.

Mais une chose n'a pas changé : leur relation. « Notre essor profite à Sentry et à Electro Freeze », déclare C. Curyto. « C'est un excellent partenariat, nous leur sommes reconnaissants de participer à notre activité. »

Montague
QUAND LES GAINS D'EFFICACITÉ EN CUISINE PROFITENT À UNE ASSOCIATION

Le Blackbarn – le restaurant en circuit court de John Doherty situé dans le quartier branché de NoMad à Manhattan – était en plein essor lorsque le Covid est apparu. La réouverture après le confinement a nécessité plusieurs changements, dont la réduction du menu ou la refonte des contrats de travail, afin de reconstituer des marges. Ce fut aussi l'occasion de changer de cuisine.

« Après le Covid, nous avons renouvelé notre bail pour dix ans et il était évident que notre équipement n'allait pas tenir autant », explique le chef et propriétaire, J. Doherty, qui a passé 23 ans à la tête des cuisines du célèbre Waldorf Astoria, à New York. « Nous dépensions beaucoup d'argent en réparations. »

Le Blackbarn a démonté son ancienne suite de cuisine et l'a remplacée par une suite Montague, installée rapidement, sans avoir besoin de fermer le restaurant. Ce nouvel équipement a révolutionné le fonctionnement du Blackbarn.

Avec l'ajout de fours, de brûleurs, d'une friteuse et d'un gril au charbon, l'espace de travail est devenu plus efficace et le menu plus varié.

Un autre élément crucial a été ajouté : la réfrigération. L'équipe de J. Doherty s'était habituée à descendre pour aller chercher les ingrédients dans la cuisine de production. À présent, personne n'a besoin de quitter son poste. Tout est plus simple et plus efficace. J. Doherty estime que la suite Montague lui a permis d'économiser 40 000 $ par an de masse salariale.

Et l'activité ne faiblit pas. Pouvant accueillir jusqu'à 450 clients, le restaurant dispose aussi de cinq espaces événementiels, disponibles pour des événements comme des dîners à la table du chef, des dégustations de whisky ou la visite de caves à vin.

Autant d'améliorations qui ont permis à J. Doherty de consacrer plus de temps à Heavenly Harvest, l'association à but non lucratif qu'il dirige avec sa femme, Jennifer, et sa fille, Jenna Elliott. Depuis 2015, Heavenly Harvest a cuisiné, emballé dans des sachets stérilisés et distribués aux banques alimentaires de tout le pays 280 000 repas. Chaque repas, conçu et développé par J. Doherty, arrive entre les mains d'une famille ou de personnes dans le besoin, gratuitement. « La fondation est mon véritable objectif », déclare J. Doherty. « Le restaurant est un moyen d'y parvenir tout en subvenant aux besoins de ma famille. »

La modernisation de la cuisine du Blackbarn a permis à son chef, John Doherty (ci-dessus), d'économiser sur les réparations et la masse salariale. Il a pu consacrer plus de temps et de moyens à son association Heavenly Harvest

Ali Group
Les produits Ali Group reconfigurés pour un établissement pénitentiaire

Concevoir les cuisines d'une prison comporte son lot de défis, comme en atteste l'aménagement de l'établissement pénitentiaire de l'Utah, ouvert mi-2022.

Tout d'abord, il y a le volume. Équipé d'une cuisine de préparation principale et de trois cuisines de réception, cet établissement pénitentiaire peut accueillir jusqu'à 3 200 hommes et 600 femmes, qui doivent tous être nourris trois fois par jour, sans compter les repas du personnel.

Les menus adaptés aux pratiques religieuses sont régis par la loi fédérale et nationale et les régimes médicaux doivent être pris en compte.

Les cuisines jouent aussi un rôle important dans les efforts de réinsertion des détenus, puisque l'établissement propose des programmes de formation en matière de préparation et de gestion de la cuisine.

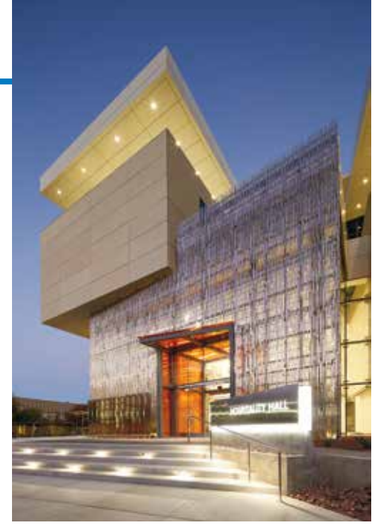
Et surtout, il y a la question centrale de la sécurité et de la flexibilité. Lorsqu'il a étudié ce projet, Hans Faassen de Hans Faassen & Associates a consulté Rob Geile, CFSP, LEED AP, vice-président des services de conseil chez Ali Group Amérique du Nord. Ils ont pu contacter les fabricants pour qu'ils adaptent l'équipement aux besoins spécifiques de la restauration pénitentiaire.

« Pour le Victory, par exemple », explique R. Geile, « on a d'abord commencé à parler de façon générique de frigo-congélateur, mais on s'est ensuite demandé comment adapter ce produit à un contexte pénitentiaire. » Après consultation, les poignées de certains réfrigérateurs Victory ont été reconfigurées de façon à ne pas pouvoir être retirées et utilisées comme des armes. Des verrous de sécurité ont aussi été installés sur les machines à glaçons Scotsman.

Parmi les autres produits d'Ali Group installés, citons les fours à micro-ondes commerciaux Amana® d'ACP Inc., les éviers Bi-Line de Champion et les ouvre-boîtes Edlund.

D'après R. Geile, c'est la flexibilité d'Ali Group qui a permis au consultant du projet de parler directement non seulement avec les représentants commerciaux, mais aussi avec les services techniques. « On ne voit pas ça chez la plupart des fabricants », ajoute-t-il.

Les cuisines de l'établissement pénitentiaire de l'Utah nourrissent jusqu'à 3 800 détenus, trois fois par jour, sans compter les membres du personnel



Welbilt

LES CHEFS CUISINIERS DE DEMAIN SE FORMENT SUR DES ÉQUIPEMENTS WELBILT

Les étudiants en hôtellerie de l'une des plus importantes destinations touristiques des États-Unis se forment sur un équipement presque exclusivement fourni par Welbilt.

La cuisine du Hospitality Hall de la William F. Harrah School of Hospitality de l'université du Nevada, à Las Vegas (UNLV), considérée comme l'une des meilleures écoles hôtelières des États-Unis, est équipée de fours à grande vitesse Merrychef®, de fours mixtes Convotherm®, de réfrigérateurs Delfield®, de fours à convection et de grils Garland® ainsi que de friteuses Frymaster®.

Surplombant le célèbre Las Vegas Strip, le laboratoire de cuisine est sensationnel. « La direction s'est efforcée d'en faire la pièce maîtresse de l'établissement », déclare le chef Mark Sandoval. Faire cours sur des équipements Welbilt était une évidence pour lui. « C'est vraiment l'équipement avec lequel j'ai appris à cuisiner », raconte-t-il. Mais lors de la conception, c'est un membre du conseil scolaire qui lui a suggéré de contacter Welbilt. « Nos relations ont été excellentes. »

M. Sandoval aime se servir de la technologie de pointe pour montrer aux étudiants comment obtenir des résultats optimaux à l'aide de différentes méthodes. Par exemple, il peut montrer comment préparer une côtelette de porc désossée et frottée aux épices dans un mini four mixte Convotherm (dont chaque poste est équipé). Ensuite, il prépare une côtelette de porc « dans un four à convection classique ». Il souhaite ainsi prouver aux étudiants que même sans son expérience, ils peuvent obtenir un résultat délicieux, grâce à la technologie moderne.

M. Sandoval aime particulièrement le gril Garland XHP Broiler™ avec sa technologie Synergy, qui lui permet d'insister sur la durabilité.

« L'une des valeurs que je cherche à transmettre à mes étudiants est la durabilité et la responsabilité de chacun en la matière », explique-t-il, en précisant que la technologie Synergy consomme moins de gaz que les autres solutions conventionnelles.

L'UNLV utilise également le plus possible des articles biodégradables, recycle le papier, le verre et le plastique, et composte les déchets alimentaires sur le jardin partagé du campus.

« La société Welbilt est fière du rôle qu'elle joue à l'UNLV », déclare Patrick Simon, directeur des ventes de Merrychef pour l'ouest des États-Unis. « Apprendre à la nouvelle génération de chefs à utiliser l'équipement le plus innovant, c'est ce que fait l'Hospitality Hall de l'UNLV », conclut-il.

Le chef Mark Sandoval (en haut à gauche) transmet un message de durabilité aux étudiants de la William F. Harrah School of Hospitality de l'université du Nevada, à Las Vegas

Merrychef

La cuisine du Taco John's plébiscitée par le personnel et la clientèle

Taco John's, l'une des plus grandes chaînes de restauration rapide mexicaine des États-Unis, a commencé à déployer un nouveau concept de cuisine conçu avec l'équipe FitKitchen® de Welbilt.

En 2018, 50 ans après sa fondation, la chaîne a décidé de moderniser sa cuisine pour augmenter le flux de production et améliorer l'expérience du personnel et des clients.

Taco John's utilisait déjà les friteuses Frymaster®. L'équipe FitKitchen de Welbilt a proposé quelques idées à la franchise, qui compte 390 restaurants dans tout le pays. L'équipe a visité les sites de la société dans le Wyoming et le Nebraska, et a testé de nouveaux agencements de cuisine pour produire son menu au siège de Welbilt® en Floride.

Welbilt a repensé l'utilisation de l'équipement, ce qui a amélioré aussi bien la rapidité du service que la qualité de la nourriture, tout en réduisant le nombre d'étapes nécessaires à la réalisation d'un plat.

Baptisée Kitchen Olé en hommage aux célèbres Potato Olés® de Taco John's, la nouvelle cuisine a été installée pour la première fois en juillet 2021, dans un Taco John's de Cheyenne, dans le Wyoming. Aujourd'hui, 25 restaurants Taco John's en sont équipés et d'autres le seront bientôt.

Outre les friteuses Frymaster, la Kitchen Olé comprend une table de production Delfield® pour rationaliser la production et éliminer les différentes tables de production indépendantes, des armoires de stockage MercoMax™ et MercoEco™ et une station de desserte Merco CrispyMax™ pour maintenir les produits à la température de service. Les fours mixtes Convotherm® servent à cuire les protéines et réchauffer les produits, tandis qu'un four à grande vitesse Merrychef® sert à réaliser les quesadillas et les burritos.

« Toutes les marques de Welbilt sont fières de faire partie du projet Kitchen Olé », affirme Garamy Whitmore, directeur général de Merrychef USA. « Merrychef et toute l'équipe Welbilt et FitKitchen sont très heureux d'avoir fourni cette solution unique qui renforce notre partenariat avec Taco John's », ajoute-t-il.

Icematic

Glaçons aromatisés : choisissez votre parfum

Le fabricant italien de machines à glace Icematic a breveté une innovation unique : le glaçon aromatisé, qui sera disponible dans une variété de couleurs et de parfums.

Grâce à la nouvelle application My Ice de l'entreprise, l'utilisateur pourra programmer la machine pour obtenir non seulement la quantité, mais aussi le parfum souhaité.

Les machines produiront également des glaçons classiques. « Cette innovation apporte une valeur ajoutée à nos machines à glace, capables de produire des glaçons aromatisés, pour des créations uniques », déclare Massimo Povelato, directeur d'Icematic. « Les utilisateurs pourront créer une variété infinie de cocktails, en offrant à leur clientèle un large éventail de nouvelles possibilités, qui libérera leur créativité. »

M. Povelato pense que le concept séduira aussi les cafés, où ces glaçons pourront être utilisés dans les boissons à base de café, les milkshakes et les granités. « C'est parfait aussi pour les événements thématiques, où des boissons spécifiques sont servies », ajoute-t-il.

Antony Bandiera, propriétaire de l'Osteria Maniscaldo à Castelfranco Veneto, dans le nord de l'Italie, est un client d'Icematic. Pour lui, cette innovation apporte une solution là où il fallait autrefois improviser.

« On ne trouvait que des glaçons maison décorés de fleurs et de fruits, pour embellir les cocktails. Nous pouvons maintenant compter sur une production rapide et constante de glaçons décoratifs. »

Nos entreprises

CUISSON

ALPHATECH
AMANA COMMERCIAL
ambach You, your kitchen
baron
BLUE SEAL
Cleveland *
CONVOTHERM *
DEAN *
eloma
Falcon
Frymaster *
GARLAND *
INDUCS *
LAINOX
Lincoln *
MARENO kitchen solutions since 1922
MENUMASTER Commercial
MERRYCHEF *
metos cooking solutions
MOFFAT
Since 1857
oem YOUR PIZZA HUB
OLIS weinnovate cooking
PROXY PROFESSIONAL FOR YOU
ROSINOX GRANDES CUISINES
SILKO
SunFire *
U.S. Range *
XpressChef

RÉFRIGÉRATION

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

LAVAGE & GESTION DES DÉCHETS

American Dish Service
bi-line Conveyor Systems
Champion
CMA
COMENDA TO CLEAN. WITH CARE.
DIHR
grandimpianti intelligent laundry equipment
HOONVED PEOPLE · PASSION · INNOVATION
KROMO
MOYER DIEBEL
NORDIEN-SYSTEM
RENDISK
WASHTECH
Wexiödisk
WMAXX * WAREWASHING

FABRICATION DE GLACE ET DE GLAÇONS

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

BOULANGERIE ET PÂTISSERIE

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

MACHINES À CAFÉ

TOPPER QUEEN ORIGINAL
CREM
EGRO BUILT FOR EXCELLENCE
EXPOBAR
PROMAC Espresso coffee machines
RANCILIO coffeeing the World
RANCILIO SPECIALTY
spengler

DISTRIBUTEURS DE CRÈMES GLACÉES ET DE BOISSONS

BGI CONTROLLO GESTIONE GELATO MACHINES
ICETEAM 1927
BiB
CARPIGIANI
cattabriga
COLDELITE
Electro Freeze®
GBG
McCann's *
Multiplex *
PROMAG
Sencotel
SERVEND Ice & Beverage Systems *
VAIR

STOCKAGE, PRÉPARATION ET DISTRIBUTION DE REPAS

Aladdin Temp-Rite
AUREA advanced food preparation equipment
burlodge TOGETHER, WE WORK
Edlund
Krefft
merco *
METRO We put space to work.
Stierlen
temp-rite

PROJETS CLÉS EN MAIN, DISTRIBUTION ET SERVICES

GROUP 惠亚台餐饮设备(上海)有限公司 CHINA
COMENDA
CONTRACT
Fabristeel *
GRANDIMPIANTI ENGINEERING & CONTRACTING
metos marine
metos kitchen intelligence
MILLER'S VANGUARD
SERVICELINE Catering & Refrigeration Equipment Sales Est. 1989
WELBILT FITKITCHEN *
WELBILT KITCHENCARE *
WELBILT KITCHENCONNECT *

* Marque Welbilt

Vos partenaires

Ali Group Quartier Général
Via Gobetti, 2a | Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio
Milan | Italie
Téléphone +39 02 921991
italy@aligroup.com

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

Ali Group Afrique et Moyen-Orient
Unit 607, Building 1B
Dubai Design District
Dubai, UAE
Téléphone +971 4510 8200
middleeast@aligroup.com

Ali Group Allemagne
Lochfeldstraße 30
D-76437 Rastatt
Allemagne
Téléphone +49 7222 90470
germany@aligroup.com

Ali Group Australie
740 Springvale Road | Mulgrave
Melbourne Vic. 3170
Australie
Téléphone +61 3 95183888
australia@aligroup.com

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

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

Ali Group États-Unis
101 Corporate Woods Parkway
Vernon Hills, IL 60061
États-Unis
Téléphone +1 847-215-6565
usa@aligroup.com

Ali Group France
17-19 Avenue Gaston Monmousseau
93240 Stains
France
Téléphone +33 1 48216325
france@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
Téléphone +86 852 2407 5422
hongkong@aligroup.com

Ali Group Inde
3rd Floor, Plot no-117
Sector-44, Gurgaon-122003
Haryana, Inde
Téléphone +91 124 4763700
india@aligroup.com

Ali Group Japon
1-13-1 Mishuku Setagaya-ku
154-0005 Tokyo
Japon
Téléphone +813 5779 8850
japan@aligroup.com

Ali Group Mexique
Camino a la Montaña #176
Col. Industrial la Perla
Naucalpan, Edo Mex | 53370 | Mexique
Téléphone +52 55 5357 7100
mexico@aligroup.com

Ali Group Nouvelle-Zélande
45 Illinois Drive
Izone Business Hub| Rolleston, 7675
Nouvelle-Zélande
Téléphone +64 3 9836600
newzealand@aligroup.com

Ali Group Royaume-Uni
Bryggen Road | North Lynn Industrial Estate
Kings Lynn, Norfolk
PE30 2HZ | Royaume-Uni
Téléphone +44 1553 817 000
uk@aligroup.com

Ali Group Russie
Novodmitrovskaya St. 2, Building 1, Floor 8
Office LI, Room 1D
127015 Moscou, Russie
Téléphone +7 495 481 60 33
russia@aligroup.com

Ali Group Singapour
140 Paya Lebar Road
#08-09 AZ @ Paya Lebar
Singapour 409015
Téléphone +65 6738 5393
singapore@aligroup.com

Ali Group Thaïlande
825 Phairojkijja Tower 11th Floor
Bangna-Trad Road km. 3.5
Bangna, Bangkok 10250, Thaïlande
Téléphone +66 2 361 4611 18
thailand@aligroup.com

Grâce à sa ligne de cuisson premium Waldorf, l'entreprise d'Ali Group Moffat a aidé le Balgownie Estate à créer une cuisine commerciale pensée pour l'avenir

RÉDACTRICE EN CHEF
Anna Lisa Scarano

CONSULTANT ÉDITORIAL ET CONCEPTION GRAPHIQUE
Progressive Content
London, UK
progressivecontent.com

JOURNALISTES-RÉDACTEURS
Jim Banks, Elly Earls, Chris Evans, Victoria Green, Michael Jones, Tina Nielsen, Jacquetta Picton, Juliette Rivens (traduction), Andrea Tolu

PHOTOGRAPHIES
Christian Bazzo, Jonathan Browning, Luca Caizzi, Alessandro Casti, Geoff Fitzgerald, Lorenzo Garavini, Kristian Gehradte Photography, Andrew Koh - AKP Studio, Mattia Parodi

IMPRIMEUR
Stephens & George, UK

SIÈGE DE LA RÉDACTION
Ali Group
Via Gobetti, 2 - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio
Milan - Italie
Téléphone : + 39 02 921991
www.aligroup.com

UN LEADER MONDIAL

Ali Group est le plus grand et le plus diversifié des groupes internationaux dans l'univers de l'hôtellerie et de la restauration. Fondé il y a 60 ans en Italie, le groupe réunit des entreprises dont le savoir-faire et les traditions remontent à plus d'un siècle ainsi que de prestigieux noms de l'industrie.

Ali Group conçoit, produit et commercialise une large gamme d'équipements pour la restauration rapide, collective ou de luxe. Avec 115 marques, 74 sites de production et plus de 14 500 employés dans 29 pays, il est présent dans tous les secteurs du marché.

aligroup.com