

ALI WORLD

ITALIA

LA RIVISTA DEL GRUPPO ALI

NUMERO 11 | OTTOBRE 2023

L'UNIONE FA LA FORZA

Moffat e Green Design
Group riportano Balgownie
Estate al suo splendore

VERSO L'INFINITO E OLTRE

LA BRILLANTE COLLABORAZIONE
TRA LA TORRE DEL SARACINO
E COMENDA

LUSSUOSO, ETICO, SOSTENIBILE

GRANDIMPIANTI FIRMA
IL PROGETTO HORTO A MILANO

ali
GROUP



Per il suo
rinnovamento
Balgownie Estate
è stata supportata
da Moffat Group
e dalla società
di progettazione
Green Design Group



Sono lieto di darvi il benvenuto all'undicesima edizione italiana di *Aliworld*

Spero che stiate tutti bene e che le cose possano andare sempre meglio.

Anche se sembra trascorso molto tempo rispetto alla “normalità” pre-pandemia, oggi vediamo molti segnali incoraggianti.

Le difficoltà legate alle materie prime si stanno complessivamente attenuando; operatori e progettisti continuano a raggiungere livelli di creatività sempre più alti proponendo menu e concept innovativi. Inoltre, aspetto molto importante, i clienti stanno riprendendo l'abitudine di mangiare fuori e viaggiare. Anche se le criticità non mancano, come la difficoltà di trovare e mantenere personale qualificato, le prospettive per il settore sono ben più rosee degli ultimi anni.

Ancora una volta abbiamo realizzato molti articoli che spero possano ispirarvi con nuove idee per far crescere la vostra attività.

Oggi l'intelligenza artificiale e i robot sono due “temi caldi” per la ristorazione; troverete un articolo in cui si analizza come l'IA e la robotica stanno influenzando la ristorazione (e i nostri prodotti) e la direzione in cui queste tecnologie potrebbero ulteriormente svilupparsi in futuro.

Nella storia di copertina vi mostriamo come un elegante ristorante in Australia si sta riprendendo non solo dalla pandemia, ma anche da un devastante incendio. È la storia di una fenice che risorge dalle ceneri. Gli altri articoli di questo numero vi daranno un assaggio di come le nostre aziende stanno lavorando in tutti i settori della ristorazione. Ad esempio, Food School Bangkok forma i futuri chef, mentre Claire Clark Academy in Inghilterra si focalizza sui panettieri di domani.

In Italia, un ristorante stellato serve i suoi piatti in una suggestiva torre di 1.300 anni, mentre un ospedale nei Paesi Bassi sta diventando sempre più sostenibile grazie a lavastoviglie che consentono di risparmiare sui costi di gestione.

Infine, la pandemia ha dato a un ristorante in Israele lo slancio per ripensare totalmente i flussi di lavoro in cucina e le attrezzature.

È passato un anno da quando il gruppo Welbilt è entrato a far parte di Ali Group. Sono orgoglioso di dire che da allora abbiamo visto sempre più aziende lavorare insieme per offrire ai nostri clienti opzioni e soluzioni complete ovunque nel mondo.

Ad esempio, l'intervista con Leonard Lam a pagina 6 descrive in dettaglio come questa collaborazione sta funzionando perfettamente in Asia Pacifica.

Vorrei inoltre congratularmi con sette nostre aziende che festeggiano importanti anniversari nel 2023 e nel 2024. Delfield festeggia il suo 75° anno di attività, mentre Friginox, OEM e Rendisk compiono 50 anni. Inducs, Kromo e Koldtech festeggiano il loro 25° anniversario. Ognuna ha costruito un successo duraturo dedicandosi costantemente all'innovazione e all'ascolto dei clienti.

Mi ha fatto molto piacere incontrare molti di voi alle varie fiere che si sono tenute lo scorso anno, tra cui Sirha a Lione, Internorga ad Amburgo e The NAFEM Show a Orlando. Spero di avere l'opportunità di rincontrarvi a HostMilano, o in occasione degli eventi in programma il prossimo anno: Sigep a Rimini, nuovamente Internorga, National Restaurant Association Show a Chicago, FHA HoReCa a Singapore e GulfHost a Dubai.

A nome mio e di tutti noi di Ali Group, faccio i migliori auguri per un 2024 sereno e prospero. Buona lettura.

Filippo Berti
Presidente e Amministratore Delegato,
Ali Group

01

Crescita

6 Scala globale

Leonard Lam, direttore generale di Welbilt per l'Asia Pacifica, spiega come l'azienda può aiutare gli operatori della ristorazione ad espandersi tenendo sotto controllo i costi



10 Qualità, prima di tutto

Andrea Occari, CEO di V AIR, presenta la linea di granitori, molto apprezzata anche dal distributore americano Clark Associates



02

Tendenze

12 Automazione nella ristorazione

Convotherm, Rendisk e Merrychef discutono di come l'automazione e i sistemi robotici stanno cambiando il settore della ristorazione

03

Storie di successo

18 Una scuola rinnovata

Cinque brand Ali Group nella prestigiosa Food School Bangkok

22 Fritto, che passione!

Welbilt contribuisce alla crescita di Richeese Factory, la catena indonesiana di pollo fritto

26 Un'oasi urbana

Grandimpianti firma la cucina del ristorante stellato Horto, nel cuore di Milano

30 Un sogno che si avvera

Ambach trasforma il ristorante Toto di Tel Aviv

32 Approccio innovativo

La soluzione di Metos per il progetto EDGE Amsterdam West

36 La nuova era di Balgownie

Il ruolo di Moffat nella ricostruzione di Yarra Valley Balgownie Estate

40 Coffee break

Rancilio sponsorizza il podcast *A History of Coffee*

44 Una partnership su misura

Silko è parte integrante del grande successo della catena La Piadineria

46 Parola d'ordine: sostenibilità

L'ospedale BovenIJ nei Paesi Bassi raggiunge i suoi obiettivi di sostenibilità grazie a Wexiödisk

50 Partnership vincente

Burlodge Canada e la sua collaborazione con Trillium Health Partners

54 Tutto il gusto del mare

Baron porta il ristorante Sala a Sidney verso un nuovo concept di ristorazione

58 Crescere insieme

Gambero Rosso Academy ha scelto Hiber per la sua formazione

60 Sinergia vincente

La collaborazione di eccellenza tra Icteam 1927 e il Gambero Rosso

62 Dolce perfezione

Polaris perfetto alleato di Barry Callebaut

66 Torre del Saracino

La linea Infinity Comenda nel ristorante stellato

70 Pasticceri visionari

Convotherm soluzione ideale per la Claire Clark Academy



04

Innovazione

74 Il ghiaccio come non lo avete mai visto

Scotsman Ice presenta la nuova linea di macchine per il ghiaccio granulare, con prestazioni migliori e maggiore efficienza

78 Portata globale

La tecnologia di lavaggio stoviglie e bicchieri DIHR è utilizzata e apprezzata in tutto il mondo

80 Potente e robusto

Alla scoperta delle novità Kromo, da sempre sinonimo di alti livelli di efficienza energetica

81 Lavastoviglie al MAXXimo

WMAXX, il nuovo marchio di lavastoviglie Welbilt: design accattivante e sostenibilità energetica

82 Pieno controllo con Wavy

WashCo, distributore di macchine per il lavaggio professionale in UK, sceglie la connettività di Grandimpianti ILE

84 Sapori al top

Alberto Marzocchi di Friulinox spiega come i nuovi abbattitori Vanilla garantiscano maggiori livelli di connettività e controllo

86 Un "oracolo" infallibile

Il nuovo forno compatto Oracle Lainox coniuga tecnologia all'avanguardia e facilità d'uso

In copertina:
Moffat ha contribuito attivamente alla rinascita di Balgownie Estate in Australia

05

Ali Group

90 Le ultime novità

Notizie e curiosità da tutto il mondo

96 I nostri marchi

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

98 Contatti

I nostri uffici nel mondo

01

Crescita

WELBILT:
DI BENE
IN
MEGLIO

In Asia molte catene di ristorazione puntano a espandersi per sfruttare le nuove opportunità al di là dei confini nazionali, anche se non sempre sanno da dove partire. **Leonard Lam**, direttore generale di Welbilt per l'Asia Pacifica, spiega come l'azienda può aiutare gli operatori della ristorazione ad espandersi tenendo sotto controllo i costi

L'Asia Pacifica è una regione ricca di occasioni per i ristoranti. Secondo Francorp e il sito restaurantindia.in, la rapida crescita della classe media in India determinerà nei prossimi 5 anni un tasso

di crescita superiore all'11% per il mercato della ristorazione. Il governo cinese sta dedicando maggiore attenzione (e investimenti) alle innovazioni interne e allo sviluppo del mercato locale con la strategia economica della "doppia circolazione". Intanto, i mercati del Sud-Est asiatico con maggiore affluenza turistica, come Thailandia e Indonesia, tornano in pista dopo la pandemia, aumentando la domanda di concept innovativi per la ristorazione.

Le catene nazionali asiatiche puntano a espandersi per approfittare delle opportunità che emergono in tutta la regione. Molte realtà, tuttavia, conoscono bene solo il proprio mercato: è qui che entra in gioco un partner come Welbilt.

"Molte catene di ristoranti locali stanno vivendo un momento di crescita rapidissima", spiega Leonard Lam, direttore generale di Welbilt per l'Asia Pacifica. "Hanno una forte presenza nel Paese d'origine, ma non sanno come rendere il loro successo internazionale".

Welbilt, oltre ad avere sedi e centri per la customer experience a Singapore, in India e in Cina, vanta un'offerta completa di brand specializzati nell'offerta di attrezzature per la ristorazione; è quindi orgogliosa di sostenere i ristoratori locali trasformandosi ►

“ Molte catene di ristoranti locali stanno vivendo una crescita rapidissima. Hanno una forte presenza nel Paese d'origine, ma non sanno come rendere il loro successo internazionale ”

Leonard Lam





in un canale preferenziale per la loro espansione.

Per esempio, ha permesso a Jollibee, marchio delle Filippine, di arrivare in Europa, Medio Oriente e USA, e sta aiutando la catena indonesiana Richeese™ (a pag. 22) nella sua espansione in Malesia e Cina.

“Quando un brand si spinge in nuovi Paesi, ha bisogno di un partner affidabile”, sottolinea Lam. “Welbilt ha una rete di collaboratori in tutta la regione per sostenere i ristoratori, che non devono quindi ricostruire l’intera filiera in ogni nuovo mercato”.

Un’offerta completa

Uno dei punti di forza di Welbilt è la completezza dell’offerta di attrezzature affidabili per tutti i segmenti della ristorazione: dai forni combinati e ad alta velocità a friggitrice e forni da pizza, passando per frigoriferi e abbattitori. Tuttavia, Lam confessa che il portfolio dell’azienda è diventato davvero completo solo dal 2022, con l’acquisizione da parte di Ali Group, che ha consentito di aggiungere altri cinque brand del Gruppo all’offerta Welbilt: Ambach, DIHR, Icematic, Tecnomac e Silko.

“Ci vantavamo della completezza, ma avevamo ancora qualche mancanza”, ammette. “Non avevamo lavastoviglie, abbattitori né macchine per il ghiaccio, avendo venduto Manitowoc Ice durante l’acquisizione. Ci mancavano anche attrezzature per la cottura orizzontale da cucina europea. Questi cinque marchi hanno colmato le nostre lacune e ora possiamo davvero fornire una cucina completa, sia nell’area di servizio, sia in quella di lavoro: adesso rispondiamo davvero a tutte le esigenze dei clienti”.

Nel 2022 Welbilt ha anche trasferito nel nuovo stabilimento di Hangzhou le attività di produzione e distribuzione per il mercato cinese, compresi i brand Crem® e Frymaster®. “Per noi è importante produrre in loco le attrezzature per il mercato asiatico”, dichiara Lam. “Vogliamo conoscerlo da vicino e realizzare prodotti adeguati a soddisfarne le esigenze; in questo modo si limitano anche i problemi logistici”.

Anche se i clienti di Welbilt temevano ritardi nelle consegne e problemi per i progetti in corso, il team che ha gestito il trasferimento ha garantito una transizione praticamente indolore.

“Il trasferimento delle fabbriche non era un problema per i clienti. Volevano solo essere certi di ricevere i loro prodotti”, spiega Lam. “Nonostante le ondate di COVID, le incertezze per gli approvvigionamenti e i tempi stretti, le conseguenze per i clienti sono state quasi nulle”.

La soluzione ai problemi dei clienti finali

I ristoratori non scelgono un brand solo per la completezza della gamma, ma anche per essere sicuri che i prodotti, venduti singolarmente o insieme, risolvano davvero i problemi che il Paese si trova oggi ad affrontare: l’aumento di affitti e utenze e la carenza di manodopera.

“Gli operatori hanno poco spazio. Anziché quattro attrezzature, vorrebbero fare tutto con una o due”, racconta Lam. “Per questo è importante proporre soluzioni multifunzione, affinché la cucina occupi solo lo spazio che serve, lasciandone di più ai clienti”.

Welbilt si interessa anche ai brand che integrano l’automazione al fine di limitare



“Gli operatori hanno poco spazio. Anziché quattro attrezzature, vorrebbero fare tutto con una o due: per questo è importante proporre soluzioni multifunzione”

Leonard Lam

la manodopera necessaria. “Vogliamo che le persone svolgano attività ad alto valore aggiunto piuttosto che automatizzabili”, prosegue Lam.

Anche l’efficientamento delle risorse è di enorme importanza. “Gli operatori della ristorazione vogliono monitorare le prestazioni delle proprie cucine per tenere sotto controllo costi come energia e acqua”, spiega Lam.

Per questo, buona parte dei prodotti Welbilt è già pensata e sviluppata in quest’ottica. È possibile connettere le attrezzature alla piattaforma KitchenConnect® di Welbilt, che raccoglie tutti i dati delle cucine permettendo di capire cosa funziona e cosa no, come risparmiare risorse, tempo e denaro. “Conoscendo i costi

di esercizio e sapendo quando le attrezzature hanno problemi, è più facile tenere tutto sotto controllo. Si tratta della nostra FitKitchen™”, afferma Lam.

Grazie al ventaglio di prodotti completo e a una solida base produttiva in Asia, Welbilt non è mai stata in una posizione migliore per aiutare le catene di ristoranti locali non solo a superare le sfide del mercato, ma anche ad approfittare delle sempre maggiori opportunità di crescita nel Paese. ■

In alto: Welbilt ha sedi e centri per la customer experience a Singapore, in Cina e in India

BRAND FOCUS



1929

Le competenze di Welbilt nel settore della ristorazione si sono sviluppate in quasi un secolo di attività, a partire dalla fondazione della Welbilt Stove Company nel 1929 da parte dei fratelli Hirsch

28

Il numero di marchi distribuiti in tutto il mondo

4.000+

Dipendenti in tutto il mondo

5

I brand Ali che Welbilt ha aggiunto al portfolio offerto nell’Asia Pacifica dopo l’acquisizione da parte di Ali Group nel 2022: Ambach, DIHR, Icematic, Tecnomac e Silko

welbiltasia.com

01 Crescita

IL VALORE AGGIUNTO DELLA VENTILAZIONE VERTICALE

Innovazione, design accattivante, affidabilità e assistenza clienti puntuale proiettano i granitori V AIR nel futuro

Clark Associates è il maggiore distributore di attrezzature per la ristorazione negli USA: un risultato unico considerando che oltre il 90% delle vendite proviene dall'e-commerce webrestaurantstore.com.

Anno dopo anno, la piattaforma si è trasformata nel punto di riferimento per i ristoratori professionali in cerca di attrezzature ed esperienza. La collaborazione con V AIR dura ormai da due anni.

“Abbiamo visto un'opportunità di espansione nei segmenti di bibite fredde,

granite, sorbetti e frozen cocktail. Ancora oggi siamo sbalorditi dalla qualità dei prodotti e dell'assistenza di V AIR”, dichiara Reeves Connolly, direttore acquisti e attrezzature per Clark. “V AIR si distingue per qualità e design. Da quando collaboriamo con loro, i feedback dei clienti sono incredibilmente positivi”.

Affidabilità e prestazioni

Anche Connolly apprezza il team V AIR. “Sono persone competenti, affidabili e disponibili”.

Andrea Occari, CEO di V AIR, ammette con orgoglio che l'azienda è nata proprio

per ascoltare i clienti. “Abbiamo sviluppato il sistema di ventilazione verticale per soddisfare un'esigenza comune a tutte le attività: massimizzare lo spazio disponibile”.

Il granitore CLASSIC si è affermato nel settore grazie all'affidabilità e alle prestazioni. “Abbiamo applicato la ventilazione verticale e la nostra nuova visione a tutta la gamma: il modello DREAM ad alta capacità, la linea COOL per la refrigerazione e il granitore SMART, che supera le caratteristiche del predecessore”, spiega Occari.

Il modello CLASSIC è il primo in cui V AIR ha implementato la ventilazione verticale per incrementarne le capacità. “Così abbiamo sia

“ Il prodotto di V AIR si distingue per qualità e design. La risposta dei clienti è stata incredibilmente positiva ”

Reeves Connolly, Clark Associates

risolto il problema dello spazio, sia migliorato un tipo di macchina ormai considerata stabile”, spiega Occari. “La ventilazione ci ha consentito di migliorare le prestazioni dei motori, ridurre i problemi tecnici, diminuire il tempo di congelamento con un significativo risparmio energetico, nonché di progettare macchine più intuitive semplificando formazione, uso e pulizia”.

I prodotti del futuro

Per V AIR le innovazioni non finiscono qui: l'azienda sta sviluppando una macchina per le bevande gassate. “Il nostro obiettivo è sempre stato quello di realizzare l'intero ventaglio di macchine necessarie a un'azienda produttrice di bevande fredde e ghiacciate. Il settore copre bibite fredde, frozen cocktail, granite e sorbetti”, afferma Occari. “Vogliamo essere i primi a rispondere a tutte le esigenze delle aziende del settore”. ■



GRANITE AL FREDDO

Laguna Produkter AS è un'azienda norvegese di granite

e sorbetti. Produce concentrati per sorbetti con il marchio BrainCooler®. La reputazione e la qualità dei prodotti sono tali che in Norvegia non si prende 'una granita', ma 'un BrainCooler'.

“Lavorare con granite e sorbetti in uno dei Paesi più freddi al mondo è più unico che raro”, racconta Christian A. Faureng, CEO di Laguna Produkter. “Abbiamo conosciuto il modello CLASSIC nel 2018/2019, quando abbiamo testato internamente diversi 'prototipi'. Per noi ha rappresentato una rivoluzione nel campo dei granitori. L'aspetto più interessante era il tempo di congelamento ridotto”.

Faureng ha scoperto che lavorare con il team V AIR è “al contempo gratificante e stimolante”.

“Anche se copriamo un mercato ristretto, i nostri dubbi e suggerimenti vengono presi sul serio.

Apprezziamo la capacità dell'azienda di rispondere in tempi brevi, adattandosi a imprevisti o esigenze dei clienti”, spiega. “Partecipando agli eventi di V AIR siamo diventati leader nel nostro mercato, grazie alla condivisione di best practices, alle interazioni con altri clienti di V AIR e agli incontri con il team qui in Norvegia”.



In alto: Reeves Connolly, direttore acquisti, attrezzature e apparecchiature per Clark Associates; A destra: Andrea Occari, CEO di V AIR



BRAND FOCUS V AIR

75%

più veloce nello scongelamento

1a

azienda a brevettare il sistema di ventilazione verticale nel settore delle bevande

100%

di utilizzo dello spazio disponibile: non è necessario alcun distanziamento

v-air.es

02

Tendenze

L'automazione al servizio dell'uomo

All'ultimo convegno della National Restaurant Association negli USA i sistemi automatici e robotici erano più numerosi che mai. Insieme al consulente foodservice **Juan Martinez** (FCSI) e ai brand Ali Group Convotherm, Merrychef e Rendisk, Elly Earls ci aiuta a capire come l'automazione sta cambiando le regole del gioco nel mondo della ristorazione

L'automazione nella ristorazione non è una novità. Ben prima che Internet corresse sulle linee telefoniche, Juan Martinez, consulente FCSI, stilava con i colleghi di Burger King il brevetto per un "sistema di videocomunicazione per fast food drive-thru" con monitor, specchi e postazioni per ordini da remoto, completo di sistema antiriflesso per assicurare una visione dello schermo sempre perfetta. Il documento è ancora negli archivi del 1992 dell'Ufficio marchi e brevetti USA.

Circa trent'anni prima, i tecnici dei laboratori di ricerca dell'AMF (allora American Machine and Foundry) a Stanford in Connecticut, pubblicarono un video dettagliato su una soluzione automatica per fast food, lanciando l'idea di automatizzare ordini, gestione inventario e controllo elettronico delle macchine per preparazione, cottura e confezionamento di piatti come hamburger, patatine e bibite.

"Oggi il video (visibile su YouTube cercando 'Automatic Hamburger Machine') risulta divertente, ma dimostra che l'idea non è nuova", afferma Martinez che, prima di aprire

la sua azienda di consulenza Profitability, guidava il team di ricerca e sviluppo di Burger King. "Ora abbiamo tecnologie più e intelligenti, ma già 30 anni fa i tecnici di Burger King avevano iniziato a progettare dispositivi automatici come friggitrice, stazioni di assemblaggio e terminali azionati dai clienti", racconta.

Quello che è cambiato, spiega, sono i numeri in gioco nel ritorno sull'investimento (ROI). Sino a 30, 40 o 50 anni fa, la paga media nel settore dell'ospitalità era molto bassa e ottenere un ROI da un sistema automatico era più difficile. Ora, invece, con i costi della manodopera alle stelle, l'investimento si ripaga da solo. "All'epoca decidemmo di interrompere la ricerca, forse per dei buoni motivi o forse no," ricorda Martinez. "Ma prima o poi il momento giusto doveva arrivare."



IL MOMENTO GIUSTO PER L'AUTOMAZIONE

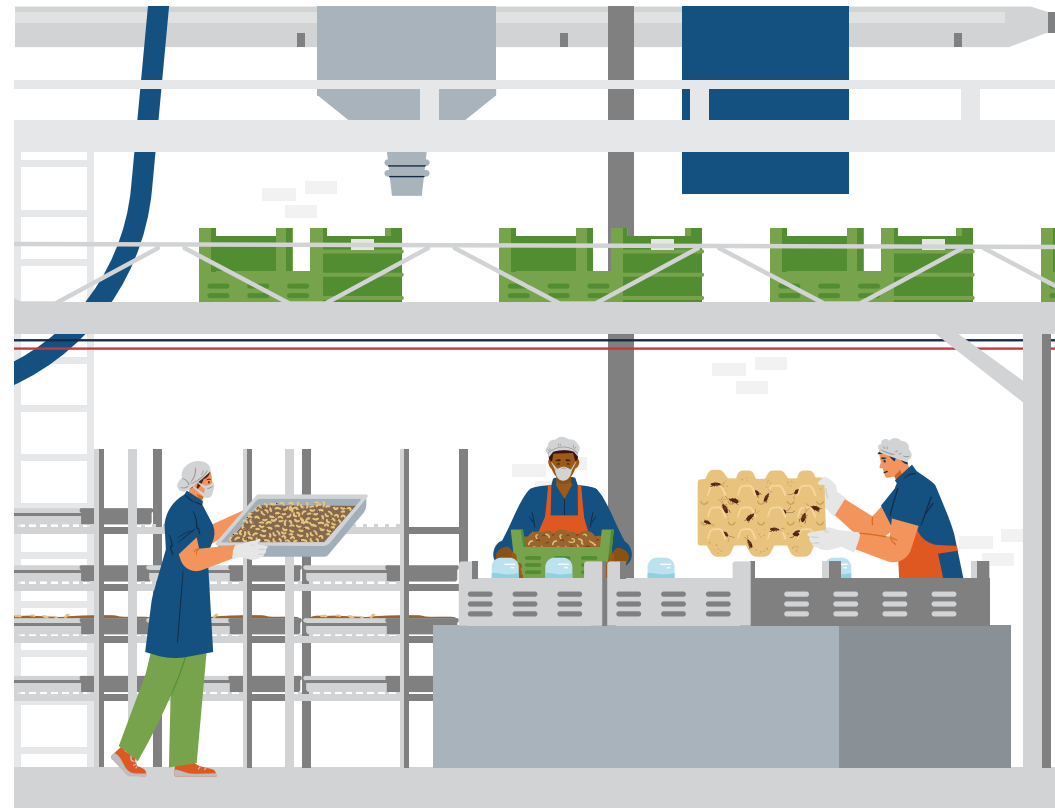
Quest'anno, al più grande convegno dei professionisti della ristorazione dell'Emisfero occidentale, quello della National Restaurant Association (NRA), Martinez ha notato un maggior numero di sistemi automatizzati e robotici rispetto agli anni scorsi: dispenser di bevande, friggitrici, forni combinati e tanto altro.

Si parla molto anche dell'atteso ristorante interamente automatizzato targato Sweetgreen "Infinite Kitchen" che, secondo l'azienda, dimezzerà i costi di manodopera e aumenterà la produttività. I piatti scorrono su un nastro trasportatore mentre vengono aggiunti gli ingredienti scelti dai clienti: il processo è più rapido e le porzioni più precise.

Secondo il rapporto NRA 2023 sullo stato del settore della ristorazione, questo è solo l'inizio. La ricerca rivela infatti che entro il 2025 il 51% delle

attività dei ristoranti quick service (QSR) sarà automatizzato. Anche le loro controparti di alto livello pensano che entro un paio d'anni il 27% del lavoro sarà affidato alla tecnologia. Il 58% degli operatori ritiene che nei prossimi mesi tecnologia e automazione si diffonderanno nel proprio segmento: per il 64% dei ristoranti fast casual e il 59% dei QSR il passaggio servirà ad affrontare le carenze di personale.

"Molti operatori dichiarano che non utilizzeranno l'automazione per sostituire le persone, ma piuttosto per potenziarne le performance, consentendo di migliorare il servizio", afferma Martinez. "Questa è la risposta diplomatica. In realtà negli USA trovare i dipendenti giusti sta diventando molto difficile, oltre che molto costoso. L'automazione non può essere un investimento in perdita e, con l'aumento dei salari, si fa sempre più conveniente. È la situazione perfetta per fare il grande salto."

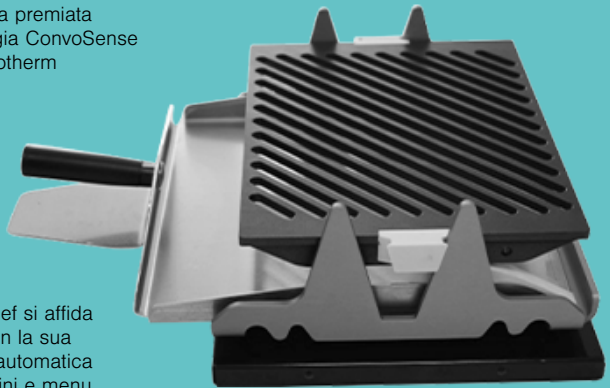


“Molti operatori utilizzeranno l'automazione per potenziare le performance dei dipendenti”

Juan Martinez



In alto: la premiata tecnologia ConvoSense di Convotherm



Merrychef si affida all'IA con la sua piastra automatica per panini e menu programmabili

UN SALTO DI PRODUTTIVITÀ

L'automazione non riduce solo la spesa per la manodopera, ma serve anche ad aumentare la produttività, come sostiene la società Sweetgreen. Non è l'unica a pensarla così. "Se aggiungi un dispenser automatico di bibite a un drive-thru, il cassiere può servire più clienti e l'azienda aumenta le vendite mantenendo lo stesso numero di dipendenti", spiega Martinez. "Invece di 60 auto, in un'ora se ne servono 70: una differenza enorme. Il modo migliore per aumentare il fatturato è aumentare le vendite. Certo, si possono ridurre i costi, ma non ha senso farlo se compromette le vendite. Ci sono anche altri vantaggi: la sicurezza dei dipendenti, la qualità del cibo e i livelli di performance stabili. Sono moltissime le variabili in gioco".

È sicuramente questo il ragionamento alla base

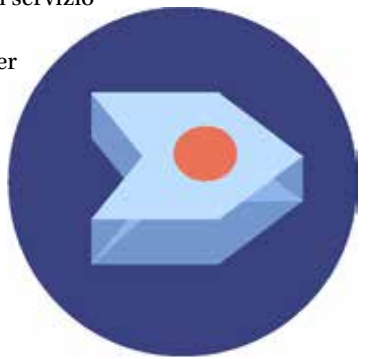
della tecnologia ConvoSense di Convotherm, premiata quest'anno con il Kitchen Innovations Award all'NRA Show. Il premio è destinato alle innovazioni per il back-of-house che migliorano i flussi di lavoro e consentono di crescere grazie a miglioramenti in termini di automazione, sostenibilità, efficienza, ingombro, ecc.

Il forno combinato "maxx pro" di Convotherm è il primo con una tecnologia di rilevamento visivo basata sull'intelligenza artificiale: gli operatori devono solo informare. "L'IA riconosce il cibo informato e l'altezza a cui è stato posizionato, sceglie il giusto profilo di cottura e lo avvia non appena lo sportello viene chiuso", spiega il direttore gestione prodotti di Convotherm, Arndt Manter.

"Per noi automazione significa risolvere i problemi degli utenti e aiutarli il più possibile. Così si può aumentare l'efficienza velocizzando i processi, oltre a

garantire ogni giorno risultati perfetti. I clienti ci dicono che, grazie alla freschezza e alla qualità sempre ottima dei piatti, i loro profitti sono aumentati del 25% o più".

Merrychef si affida all'IA per semplificare la vita ai clienti con la sua piastra automatica per panini e i menu programmabili. "La rapidità è il focus di Merrychef, ma non si parla solo di bracci robotici", racconta il direttore produzione di Merrychef, Adam Sajjad. "È l'automazione dei processi e delle attività più complesse che accelera i tempi di servizio e rappresenta un valore aggiunto per i nostri clienti".





“L’accuratezza del sistema riduce i costi legati ai guasti”

Art Huisjes, Rendisk

LAVORARE INSIEME AI ROBOT

Gli operatori della ristorazione chiedono a gran voce più sistemi automatici anche dietro le quinte. Rendisk, fornitore di soluzioni professionali per il lavaggio delle stoviglie e la gestione dei rifiuti presenta il sistema Flex TrayBot a HostMilano.

Per svolgere il suo compito, il sistema di nastri trasportatori cosiddetto “cobotico” punta sull’unione tra le capacità di esseri umani e robot.

Un braccio robotico prende da un carrello i vassoi con i piatti sporchi e li trasporta in un’area di smistamento. Qui il personale colloca i piatti all’interno di cestelli, senza doversi chinare. I cestelli vengono quindi posizionati sull’apposito nastro, che li trasporta fino alle lavastoviglie. Le posate, invece, restano sui vassoi e vengono raccolte automaticamente con dei magneti.

Il sistema Rendisk è sempre più richiesto da mense aziendali,

università e ospedali. Art Huisjes, responsabile vendite dell’azienda, spiega che gli operatori stanno cambiando approccio e cercano nuove modalità per gestire le attività ripetitive. Il vantaggio è triplice. “Il sistema permette di ridurre gli incidenti sul lavoro, i costi dovuti a stoviglie rotte e, grazie alla sua efficienza, anche le ore di manodopera necessarie”.

Ai suoi clienti Martinez ha consigliato anche l’adozione di sistemi robotici per la gestione dei pasti nella fase

immediatamente precedente l’intervento di Rendisk, in modo tale da portare automaticamente i piatti sporchi nell’area di raccolta. “In questo modo i dipendenti non devono lasciare la sala e possono interagire maggiormente con i clienti, suggerendo bevande o utilizzando altre tecniche di upselling. Liberandoli dalle attività diverse dall’assistenza al cliente, permettiamo loro di concentrarsi sulle vendite”, spiega.



Flex TrayBot di Rendisk sfrutta un sistema “cobotico” di nastri trasportatori



Juan Martinez ritiene che i sistemi automatici più all’avanguardia si diffonderanno lentamente

CHI VA PIANO VA LONTANO

Ai clienti che vogliono investire in un sistema automatizzato (robotico, cobotico o di altro genere) Martinez chiede il perché. Che problema devono risolvere? Che alternative hanno per farlo? Quanto lavoro farebbe risparmiare ai dipendenti? C’è un ritorno sull’investimento? “Deve esserci un ROI: i ristoranti non sono associazioni benefiche”, afferma Martinez. E non bisogna perdere di vista le basi. “Essere efficienti significa semplificare al massimo menu e processi”.

Guardando al futuro, secondo Martinez i sistemi automatici più all’avanguardia si diffonderanno lentamente. “All’inizio, saranno vantaggiosi per le grandi catene, perché i fornitori vorranno collaborare con brand che hanno i mezzi, la capacità e le risorse necessarie”, ipotizza.

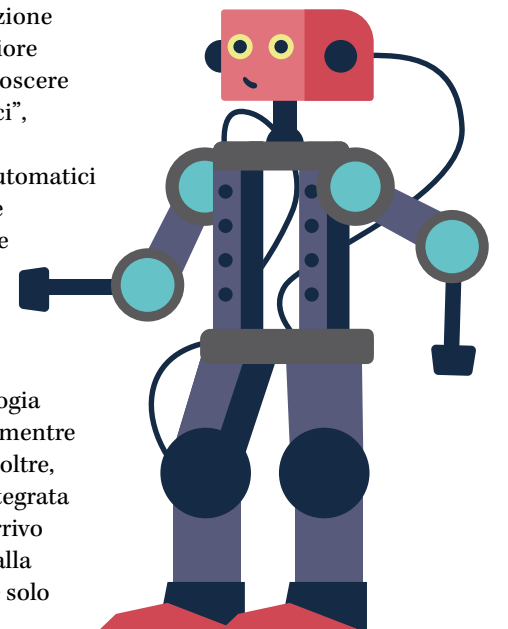
“I locali a conduzione familiare dovranno adattarsi man mano”. Secondo Martinez, con l’avvento dell’automazione il fattore più imprevedibile saranno i costi di manutenzione e riparazione. Occorrerà anche una maggiore formazione del personale. “Dovranno conoscere meglio la tecnologia e diventare dei tecnici”, prevede.

Secondo Manter i vantaggi dei sistemi automatici sono concreti: “una maggiore automazione è essenziale per risolvere i problemi sempre più urgenti degli operatori: dalla carenza di personale al consumo di energia e acqua”, sottolinea.

Manter ci ricorda anche che, quando fu presentata in Germania nel 2020, la tecnologia ConvoSense sembrava quasi fantascienza, mentre oggi è una realtà accettata e apprezzata. Inoltre, prevede che nei prossimi anni l’IA verrà integrata nell’intero flusso di lavoro in cucina, dall’arrivo degli ingredienti alla gestione degli scarti, alla pulizia delle posate. La tecnologia c’è già, è solo questione di tempo. ■

“Essere efficienti significa semplificare al massimo i processi”

Juan Martinez



03

Storie di successo

Una scuola di pensiero

La collaborazione è il focus di “The Food School Bangkok”, un esclusivo progetto lanciato in Asia: ce ne parlano il direttore **Laurent Casteret** e **Kurniadi Setiono** di Allied Metals

La partnership multibrand “The Food School Bangkok” è un mix di formazione e imprenditorialità; un ecosistema in cui gli studenti possono prima imparare e poi testare i propri concept con un vero pubblico.

Il direttore della scuola Laurent Casteret gestisce la collaborazione a più livelli. “Lavoriamo con tre diverse scuole: una in Italia, una in Giappone e una in Thailandia”, spiega.

La partnership che coinvolge la scuola di cucina italiana Alma, l’istituto giapponese Tsuji e il Dusit Thani College (uno dei migliori istituti alberghieri della Thailandia) è una proposta innovativa nel mondo della formazione culinaria. “È un progetto entusiasmante e una scuola stupenda”, racconta.

Oltre alle complessità inevitabili in una collaborazione a più voci, occorre tenere conto del fatto che l’edificio non è stato costruito pensando a cucine professionali.

“Il principale problema era unire tre diversi attori di rilevanza globale in spazi limitati e non progettati per ospitare cucine, né per la formazione. Abbiamo trasformato un edificio vicino all’università, un normale palazzo con uffici, in una scuola”, spiega Kurniadi Setiono, il capo progetto di Allied Metals incaricato di pensare la cucina professionale. “Era necessario controllare i flussi di studenti, dipendenti e materie prime”.

L’operazione è riuscita e la scuola ha aperto i battenti lo scorso autunno, prima per corsi brevi, poi per accogliere la prima classe di studenti pronti a conseguire il curriculum completo: tre livelli da 200 ore ciascuno.

La scuola ha collaborato con diverse aziende Ali Group, tra cui Olis, Ambach, Carpigiani, Williams ed Eloma.

“È stato un onore lavorare già dalle prime fasi con il team di progettazione di Allied Metals, da tempo partner di Eloma, e con il loro consulente”, afferma Volkmar Rau, responsabile vendite senior di Eloma GmbH. “Il combinato Multimax era l’opzione ideale per la scuola. Questo forno a vapore combinato di Eloma garantisce prestazioni elevate ed è progettato per le esigenze degli chef professionisti. È stato completato con cappa a condensazione Multi-Eco e scocca invertita: siamo orgogliosi di aver fornito alla scuola la miglior soluzione possibile”.

Tre piani, tre cucine

La scuola si sviluppa su tre piani da 1.000 mq. ciascuno, ognuno con la propria identità culinaria.

Il piano terra funge da ‘incubatore’ con otto cucine complete e uno spazio bakery. “Questo ambiente comprende un’area ristorazione in cui il pubblico può provare i piatti”, spiega Casteret. “Non è uno spazio dedicato solo agli studenti. Qui organizzeremo attività di formazione anche per giovani chef e imprenditori; chiunque può noleggiare le cucine”.

“In questo spazio di sperimentazione, e formazione, Olis è presente con le proprie attrezzature più iconiche e tradizionali: i fuochi a gas. Un elemento tradizionale ma ancora fortemente richiesto e utilizzato in tutto il mondo, che lascia libero spazio alla creatività degli chef, garantendo affidabilità e performance costanti”, afferma Calgaro.

Il secondo piano ospita le cucine dedicate all’Asia (cucina giapponese e thailandese), mentre il terzo è riservato all’arte culinaria e alla pasticceria italiane. Qui sono a disposizione degli studenti le macchine per il gelato Carpigiani.

Il modello ReadyChef di Carpigiani è stato scelto per la versatilità: il docente di pasticceria di The Food School Enrico Nativi lo usa non solo per il gelato, ma anche per altri tipi di dolci.

“È una macchina straordinaria perché, oltre al gelato, consente di preparare altre ricette come crema pasticcera, salse, topping e yogurt. Tra i programmi di gelateria, si ha la possibilità di scegliere la funzione “gelato hot” in cui la miscela viene pastorizzata e trasformata in gelato o quella “gelato hot age”, in cui la miscela viene pastorizzata e maturata, per poi essere mantecata”, racconta Antonello Uglione, business development manager di Carpigiani.

Gli studenti possono testare le loro idee al piano terra. “È un progetto davvero unico in cui gli studenti sono a diretto contatto con gli chef professionisti”.

Sostegno reciproco

Setiono spiega che per il design delle cucine è stato volutamente adottato un approccio insolito. “Normalmente in tutto il mondo ogni studente ha il proprio blocco cucina”, racconta. “Qui abbiamo voluto un layout che insegnasse agli studenti a collaborare. C’è un unico blocco

“È un progetto davvero unico, in cui gli studenti sono a contatto diretto con gli chef professionisti”

Laurent Casteret
The Food School Bangkok



In alto: Antonello Uglione, business development manager Carpigiani
Sotto: Volkmar Rau, responsabile vendite senior, Eloma



“ Qui abbiamo voluto un layout che insegnasse agli studenti a collaborare. C’è un unico blocco cottura su cui imparare insieme e crescere come una squadra ”

Kurniadi Setiono
Allied Metals



Con gli otto incubatori, The Food School Bangkok vanta una formula unica, disponibile in poche scuole prestigiose: una cucina funzionale che, per brevi periodi e a costi contenuti, è a disposizione di chi vuole simulare una nuova attività prima di investire. In basso a sinistra: Hunter Reynolds, direttore regionale Ambach per APAC e Australia.

cottura su cui imparare insieme e crescere come una squadra, anziché individualmente. Una volta usciti dalla scuola, non avranno sempre le proprie attrezzature, dovranno lavorare con macchine che non conoscono ed è questo che vogliamo insegnare”.

La struttura è stata curata in ogni dettaglio. Oltre alle ampie aree per le lezioni, The Food School Bangkok comprende spazi comuni per lo studio e il lavoro di gruppo, cucine dimostrative attrezzate per preparazioni asiatiche e occidentali, strumenti per streaming, registrazione e condivisione di lezioni per gli studenti, oltre a un orto verticale idroponico.

Setiono sottolinea che i fornitori sono stati scelti con attenzione, dando priorità al risparmio energetico. “Sul piano economico a lungo termine, l’energia è il costo maggiore. Fra dieci anni, l’energia contribuirà per il 64% alle spese. Scegliendo attrezzature economiche l’investimento è minore, ma i costi energetici aumentano molto”, spiega.

“Volevamo un partner che ci aiutasse a risparmiare energia e Williams sa farlo molto bene. Collaboriamo anche con Ambach, molto attenta a questo aspetto. Il team di Olis ha fatto un ottimo lavoro sui blocchi per la cucina asiatica.

Carpigiani ci ha aiutato con i corsi sul gelato nella sezione pasticceria; è stata un’ottima collaborazione, tutti ci hanno sostenuto al meglio”.

Allied Metals Thailand voleva un blocco cottura unico utilizzabile da entrambi i lati. Collaborando con Ambach da oltre 20 anni, l’azienda conosceva l’ampio catalogo e i blocchi cottura a doppi comandi di Ambach”, racconta Hunter Reynolds, direttore regionale Ambach per APAC e Australia.

“Alma aveva specifici requisiti, che richiedevano attrezzature accessibili da entrambi i lati, come forni e frigoriferi sottobanco. Abbiamo risposto a queste esigenze grazie al Double Modular Design, o DMD, di Ambach. Questo sistema avanzato permette di posizionare le attrezzature dove preferisce il cliente”.

Nuove classi di studenti sono in arrivo mentre le precedenti passano al prossimo livello: The Food School Bangkok è un successo. “Il fatto di essere una scuola internazionale multi-marchio



ci rende piuttosto popolari. In Europa ci sono soprattutto scuole di cucina francese. Qui a Bangkok siamo l’unico istituto in Asia a proporre cucina italiana e giapponese. L’alternativa è a Osaka, in Giappone.

Siamo l’unica scuola della regione che insegna questi stili”, spiega Casteret.

Le cucine italiana e giapponese sono anche quelle più in voga in Thailandia al momento. “Molte persone vogliono imparare a cucinare secondo questi stili”, aggiunge Casteret, che spera di ampliare l’offerta in futuro.

“Siamo una piattaforma. Adesso lavoriamo con tre scuole, ma se si presentasse l’opportunità estenderemmo la collaborazione ad altre, includendo ad esempio la cucina spagnola”, afferma.

Questo impegnativo progetto ha dato ottimi risultati, di cui Setiono è fiero. “È una collaborazione di successo, il lavoro congiunto di persone che provengono da tre diverse nazioni: Italia, Giappone e Thailandia”, spiega. “È stata una fortuna avere il sostegno di fornitori interessati al progetto”.

Naturalmente, anche i produttori sono stati entusiasti di poter dare il proprio contributo. “È stato un piacere lavorare con Alma, Allied Metals e The Food School per dare agli studenti una cucina ben studiata e versatile”, conclude Reynolds di Ambach. ■

BRAND FOCUS

ambach
ambach.com

CARPIGIANI
carpigiani.com

eloma
eloma.com

OLIS
weinnovate cooking
olis.it

williams
williams-refrigeration.co.uk

03 Storie di successo



Quando la catena indonesiana dedicata al pollo fritto Richeese ha deciso di varcare i confini nazionali, si è subito rivolta a Welbilt per le attrezzature. Il direttore generale **Kenny Chong** spiega a Elly Earls come la collaborazione con Welbilt abbia semplificato l'espansione del brand in Malesia, aprendo una strada che le due aziende percorreranno insieme



Fritto, che passione!



Kenny Chong, direttore generale QSR di Richeese, sta lavorando per raggiungere entro la fine dell'anno l'obiettivo di 259 punti vendita in Indonesia e Malesia

Dal primo ristorante di pollo fritto Richeese, aperto nel 2011 in un centro commerciale sull'isola di Giava, il brand si è rapidamente diffuso in Indonesia. Nel 2015 i ristoranti erano già 49 e nel 2019 162 in tutto l'arcipelago: dalla rinomata Bali fino a Banda Aceh, detta 'la porta della Mecca' perché si trova all'estremità ovest di Sumatra, a sua volta l'isola più occidentale dell'Indonesia.

Richeese non è la sola catena di ristorazione veloce (QSR) sul territorio, ma si distingue dalla concorrenza per la salsa barbecue con cinque diversi gradi di piccantezza, le salse a base di formaggio (proposte da pochi fast food nella regione) e, più di recente, per un piatto innovativo: le patatine fritte con il gelato.

L'obiettivo è arrivare a 259 ristoranti entro la fine

del 2023, non più solo in Indonesia ma anche in Malesia, dove i punti vendita sono già tre e nei prossimi mesi se ne aggiungeranno altri sette.

"I nostri ristoranti sono sempre stati pieni e la domanda è incredibile", spiega Kenny Chong, direttore generale QSR presso Richeese. "Ora c'è interesse nella regione e molti operatori di altri Paesi ci hanno contattato per proporci un franchising del brand". Nei prossimi tre anni, Richeese intende espandersi in Cina, nelle Filippine e a Singapore con 100 nuovi punti vendita all'anno.

Una soluzione completa

Il fornitore e produttore di attrezzature per la ristorazione Welbilt®, presente nell'Asia Pacifica con sedi e centri per la customer experience in Cina, India e Singapore, ha affiancato Richeese negli ultimi sei anni durante la sua espansione in Indonesia.

"Le friggitrice Frymaster® hanno dato il via alla collaborazione," racconta William Fletcher, ►

Success Stories



“ Per noi è un motivo di orgoglio saper comunicare nel contesto culturalmente complesso e variegato del Sud-Est asiatico ”

William Fletcher



vicepresidente vendite locale di Welbilt. “Richeese sapeva che per crescere aveva bisogno di una friggitrice affidabile, in grado di ricreare ogni volta la stessa cottura. Dopo numerosi test, la linea Frymaster ha battuto la concorrenza e l'azienda ha scelto noi. Non avevamo solo un prodotto da offrire, ma anche una rete attiva in tutta la regione per accompagnarli durante l'espansione. Non ci ha sorpreso veder crescere rapidamente la catena in Indonesia”.

Ora che Richeese sta sondando le opportunità oltreconfine partendo dalla Malesia, la collaborazione si è intensificata. Tramite il marchio Fabristeel® distribuito da Welbilt, Richeese ha semplificato la struttura delle cucine e reso più efficienti le attività di back house con le macchine per gelato soft Carpigiani, i fry top Mareno e gli armadi fermalievitazione.

“Per espandersi al di fuori del proprio Paese è necessario conoscere i fornitori del Paese di arrivo”, sottolinea Fletcher. “Nel panorama post-COVID, caratterizzato da interruzioni degli approvvigionamenti e tempi logistici lunghi, abbiamo stretto questo accordo anche per avere un unico punto di riferimento in Malesia che potesse fornire l'intera cucina nei tempi previsti”.

Assistenza locale

Anche qualità, affidabilità e assistenza post-vendita hanno avuto il loro peso, secondo Chong. “I marchi Welbilt sono garanzia di sicurezza, efficienza, facilità d'uso e risultati affidabili e ripetibili. Welbilt ha inoltre una vasta rete di

assistenza nelle zone in cui vorremmo espanderci e questo è un grande vantaggio per noi”, prosegue.

Sicuramente Welbilt ha fornito qualcosa in più delle semplici attrezzature. Conoscendo bene i mercati nell'area geografica in cui era già presente, Welbilt ha potuto affiancare Richeese negli scambi che mettevano in difficoltà l'azienda indonesiana.

Fletcher ha dichiarato: “per noi è motivo di orgoglio saper comunicare nel contesto culturalmente complesso e variegato del Sud-Est asiatico. È imprescindibile per affermarsi davvero in questa regione. Se sai guadagnarti la fiducia di un cliente, tornerà da te anche quando vorrà espandersi altrove. Abbiamo anche numerosi asset fisici in questi mercati, in termini di personale e stabilimenti. I nostri clienti possono quindi interagire con una persona anziché con una fabbrica in Europa o negli USA. Possiamo supportarli a livello locale”.

Welbilt lavora anche con diversi chef provenienti da Singapore, Indonesia, Malesia e Cina, che collaborano con le catene QSR per consentire loro di studiare al meglio i loro menu nei nuovi mercati. “A volte è necessario rivedere il profilo di un piatto nelle diverse zone dell'Asia”, specifica Fletcher.

Con almeno 100 ristoranti in cantiere per l'anno prossimo e grandi progetti per il futuro, Richeese è felice di avere Welbilt al suo fianco. “Con il nostro piano di espansione, piuttosto aggressivo, per i prossimi tre anni non vediamo l'ora di lavorare ancora più da vicino con Welbilt”, conclude Chong. Sud-Est asiatico, preparati! ■



Secondo William Fletcher, vicepresidente vendite di Welbilt, “se sai guadagnarti la fiducia di un cliente, tornerà da te anche quando vorrà espandersi altrove”

03 Storie di successo



Horto è a Milano nell'edificio "The Medelan", che ha ottenuto la certificazione LEED Platinum per la sostenibilità

Un'oasi urbana

Il ristorante Horto è il giardino segreto milanese della cucina sostenibile ed etica: il co-fondatore **Diego Panizza** e **Alessandro D'Andrade** di Grandimpianti ne parlano con Tina Nielsen

Nato per offrire uno spazio all'aria aperta nel cuore della capitale meneghina, Horto è stato inaugurato a settembre 2022 sulla spettacolare terrazza del The Medelan, un edificio esclusivo nel centro di Milano che ospita uffici e negozi. Situato al sesto e ultimo piano, il locale offre un'incredibile vista a 360° e propone un approccio sostenibile alla ristorazione. The Medelan è in linea con la filosofia etica di Horto: la struttura è stata infatti premiata con la certificazione di sostenibilità LEED Platinum, assegnata dal Green Building Council statunitense.

La cucina porta la firma dello chef sudtirolese Norbert Niederkofler, che vanta tre Stelle Michelin e la Stella Verde Michelin per la sostenibilità. A capo della gestione quotidiana del ristorante c'è l'executive chef e responsabile sviluppo menu Alberto Toè, abile interprete della filosofia di Niederkofler.

"Horto nasce come progetto culturale: invita a rivalutare il proprio rapporto con il tempo. Oggi, soprattutto in una città come Milano, è necessario ridefinire l'approccio al tempo per migliorare la qualità della vita", spiega il co-fondatore Diego Panizza. "Volevamo avere un'influenza positiva sul futuro, partendo dal rispetto: essere rispettosi significa spendere il tempo in modo etico, ed è così che nasce il concetto di "ora etica", una filosofia che valorizza il territorio con una filiera corta e un modello basato su una nuova sinergia tra cucina e territorio, in un reciproco rapporto di conoscenza e rispetto. ▶



In alto:
Alessandro D'Andrade
di Grandimpianti;
al centro:
Norbert Niederkofler;
in basso:
Diego Panizza

La giornata del ristorante ruota attorno al sole: la colazione all'alba seguita dal pranzo e una cena gourmet per concludere la giornata. L'idea è invitare i clienti a una fuga, seppur temporanea, dalla propria quotidianità.

“Milano è una città frenetica, che cresce e lavora, ma in centro manca uno spazio in cui ci si possa davvero fermare un attimo. Il ricongiungimento con la natura permette di staccarsi e recuperare un senso di pace: è questo che vuole essere la nostra terrazza,” racconta Panizza.

Un menu sostenibile

Da subito l'obiettivo era creare un'oasi verde in centro città con un menu basato sulla sostenibilità. La cucina si rifornisce esclusivamente da produttori collocati a non più di un'ora di distanza dal ristorante. È un'esperienza di prossimità basata sulla sinergia tra cucina e territorio e sui prodotti di stagione. Ad esempio, i piatti di pesce sono solo di acqua dolce, non di mare.

Grandimpianti è stata scelta per la cucina sulla base del concept voluto dallo chef Niederkofler.

“Abbiamo proposto attrezzature dei brand Ali Group privilegiando flessibilità e modularità e progettando un layout che permettesse allo chef di creare il proprio menu basandosi sulla sostenibilità”, spiega il direttore generale di Grandimpianti, Alessandro D'Andrade. “Ci impegniamo sempre a fornire prodotti sostenibili e soluzioni per il risparmio energetico: per questo, siamo perfettamente in linea con la filosofia di Horto”.

L'approccio sostenibile coinvolge ogni aspetto del progetto Horto: dagli elementi architettonici (ad esempio, per il pavimento sono state usate vecchie botti di acetaie) alle uniformi, realizzate con tessuti riciclati. Il ristorante è chiuso la domenica per rispettare il riposo dei dipendenti. “Cerchiamo di fare sempre scelte etiche, anche per il futuro”, aggiunge Panizza.

Un servizio a 360°

Grandimpianti gestisce a 360° tutte le fasi di un progetto: dalla consulenza iniziale alla progettazione, dalla direzione lavori alla realizzazione degli impianti, sino all'assistenza post-vendita.

Grazie agli oltre 50 anni di esperienza, l'azienda è in grado di offrire diversi servizi e progetti chiavi in mano in tutti i settori della ristorazione: dall'hotel di lusso alla ristorazione collettiva, dal grande centro cottura allo snack bar, dalla pizzeria alla gelateria,

fino ai nuovi format della ristorazione veloce.

“Possiamo davvero dire ai clienti che trasformiamo la loro idea di cucina in realtà”, afferma D'Andrade.

Panizza descrive il rapporto con Grandimpianti sottolineando “il rispetto e la fiducia reciproci. Sono sempre presenti e ci supportano nel portare avanti la nostra filosofia”, afferma.

La scelta di una location in cima a un edificio del centro ha comportato molte sfide, come spiega D'Andrade. “Per arrivare sulla terrazza di The Medelan, l'organizzazione doveva essere impeccabile”, prosegue. “Le attrezzature sono state consegnate all'alba usando una gru per sollevarle fino al piano del ristorante”.

La parte più difficile è stata portare al piano e posizionare la cucina Ambach, costituita da pesanti elementi monoblocco. “Il team ha lavorato instancabilmente per soddisfare le esigenze del cliente e creare una cucina funzionale, bella ed elegante. Siamo fieri di aver contribuito al successo del progetto Horto e di aver superato tutte le difficoltà incontrate lungo il percorso”, dichiara.

Il team di Grandimpianti ha ascoltato attentamente le esigenze del personale per dare vita alla cucina ideale. “Abbiamo messo in gioco una squadra di professionisti in grado di comprendere le richieste del cliente e interpretarle nel miglior modo possibile per soddisfarle”, afferma. “La collaborazione costante è stata essenziale e ha permesso un utilissimo scambio di competenze, esperienza e professionalità”.

Il progetto è in costante sviluppo, precisa Panizza. “È un lungo viaggio: dobbiamo perseverare con impegno giorno dopo giorno e rimanere fedeli ai nostri valori”, conclude. “Ritengo che sia proprio questo ad aver reso Horto un esempio di sostenibilità nel mondo dell'alta cucina, oltre che una delle più importanti mete culinarie della città”. ■

**BRAND
FOCUS**



GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING

200+

Grandimpianti ha lavorato a più di 200 progetti nel settore *hôtellerie*

grandimpiantiali.it

1965

L'azienda è stata fondata più di 50 anni fa

5

Grandimpianti si rivolge a cinque principali categorie di clienti



I brand Ali Group nel ristorante Horto

Grandimpianti ha coordinato la progettazione dell'intera cucina, fornendo:

- Attrezzature **Ambach** per la cucina a vista
- Prodotti **Hiber** per la refrigerazione
- Lavastoviglie **Comenda**
- Macchine per il gelato **Carpigiani**

L'azienda ha fornito piani di lavoro su misura per la cucina, cappe a soffitto complete di illuminazione e attrezzature per la preparazione dinamica. La cucina è inoltre dotata di attrezzature per la cottura veloce, sottovuoto e a bassa temperatura. Tutte le macchine sono innovative e dotate delle più avanzate tecnologie per consentire agli chef di dare il meglio di sé.



“Il team Grandimpianti ha lavorato instancabilmente per soddisfare le esigenze del cliente”, dichiara Alessandro D'Andrade

03 Storie di successo

Quando 19 anni fa lo chef Yaron Shalev ha iniziato a lavorare nel ristorante italiano Toto di Tel Aviv, la reputazione del locale non era ai massimi livelli. Inizialmente, si è limitato a rivedere il menu proponendo la scelta tra cinque antipasti e cinque piatti principali. Tuttavia, non è bastato: la partenza è stata comunque lenta per via dell'ambiente freddo e poco accogliente.

Diversi anni dopo, e in seguito a numerosi restyling del locale, ulteriori modifiche del menu e miglioramenti della cucina, Toto è entrato nella rosa dei ristoranti più apprezzati del Paese.

Nel cuore del quartiere finanziario di Tel Aviv, dipendenti del governo e dirigenti aziendali sono stati conquistati dai piatti italiani più amati da Shalev: tartare e gnocchi ai frutti di mare. Ma lo chef non era ancora soddisfatto né della cucina, né dell'arredamento.

Come ogni ristorante al mondo, all'arrivo del COVID-19 anche Toto ha dovuto chiudere i battenti, ma a differenza di molti altri ha riaperto a marzo 2022 con cucina e sala completamente rinnovate. Shalev ha colto l'occasione per realizzare un sogno che custodiva nel cassetto da oltre vent'anni. Ha completamente rivoluzionato il Toto che Israele conosceva e amava per realizzarne da zero una nuova versione, grazie anche a un finanziamento dei proprietari del Museum Tower, l'edificio che ospita il ristorante.

Le dimensioni del locale sono raddoppiate e l'arredamento cupo e opprimente è stato sostituito da un concept minimalista, moderno e arioso. La cucina, ora visibile da quasi tutta la sala, è irriconoscibile grazie alla soluzione personalizzata creata con brand come Ambach, Williams UK e Metos, ottenuta tramite il distributore locale di attrezzature Nyga Chef. "La vecchia cucina era un assortimento di attrezzature accumulate negli anni, non sempre top di gamma", spiega Shalev. "Nella nuova cucina tutto è al proprio posto e ogni piatto ha il suo percorso: dagli ingredienti al tavolo dello chef".



“Un sogno che si avvera”

La pandemia ha dato a **Yaron Shalev** l'opportunità di fare ciò che sognava da almeno 20 anni: ricostruire da zero la cucina ormai datata del ristorante Toto. Lo chef racconta come il blocco cottura su misura Ambach sia diventato il cuore del progetto e come un design funzionale abbia rivoluzionato il flusso di lavoro del locale di Tel Aviv



Ambach: il fulcro del progetto

Gilad Moscowitz, responsabile vendite e marketing di Nyga Chef, ha fatto da tramite per tutto il periodo di ristrutturazione. È sempre stato certo che Ambach fosse l'azienda giusta per la realizzazione del blocco cucina, ovvero il cuore del progetto. "Non si trattava di ordinare da catalogo un paio di attrezzature", racconta. "Ci serviva un partner in grado di ascoltare il cliente, capirne le esigenze e cercare le soluzioni ideali per risolverne i problemi".

Alla fine, ricorda, ci siamo incontrati un'infinità di volte. Abbiamo parlato di ogni centimetro quadrato del blocco cottura e Ambach ha progettato più di 10 diverse versioni. "Non ci siamo accontentati", ammette Shalev. "Volevamo cambiare alcune funzioni, spostare alcune attrezzature di qualche centimetro. Ambach ha pienamente soddisfatto le nostre richieste in modo rapido e professionale. Inoltre, non ha esitato a proporre alternative quando non era d'accordo con le nostre idee. Ambach ha ampia esperienza nella gestione di cucine in tutto il mondo; non potevamo che fidarci pienamente".

Oltre le aspettative

Il fulcro della cucina attorno al quale è stato progettato tutto il resto è un robusto monoblocco cottura da 5,5 m per 2 m, con attrezzature a gas ed elettriche. Ambach ha posizionato direttamente in fabbrica cavi e quant'altro necessario per garantire un'installazione e una connessione più veloci.

"In Israele è raro disporre di un unico punto di collegamento per gas e acqua. Di solito ogni attrezzatura ha un collegamento a sé", specifica Shalev. "La gente pensava che la nostra idea non fosse realizzabile qui, ma fin dal primo giorno tutto ha funzionato perfettamente".

“Gli chef hanno una superficie di lavoro migliore, che permette di fare di più e con meno sforzo”

Yaron Shalev

Tra i dettagli personalizzati del blocco cottura ci sono i pozzetti con vie di scarico per i bruciatori, che garantiscono una pulizia semplice, e gli armadi riscaldati accessibili su tre lati. I pannelli di comando sono stati realizzati in acciaio inossidabile con uno speciale trattamento per renderli più resistenti a graffi e calore. Infine, la soluzione consigliata da Ambach coniugava solidità e prestazioni a un design raffinato, grazie anche a un'elegante incisione con i loghi delle due aziende.

"Il progetto era estremamente chiaro e i bozzetti e i rendering 3D realizzati in corso d'opera erano così chiari che all'arrivo del blocco non ci sono state sorprese", dichiara Shalev.

Top di gamma

Georg Dissertori, sales manager Ambach che ha seguito il progetto, ricorda l'impegno affinché tutto filasse liscio, visti soprattutto i tempi ridotti. "Il progetto prevedeva tempi brevi", spiega. "Il primo layout del blocco cottura risaliva a novembre 2020 e, nonostante le numerose modifiche richieste, l'ordine è stato confermato a febbraio 2021 con consegna a maggio".

I tempi erano così ridotti perché occorreva installare il blocco cottura, non smontabile, prima di costruire le pareti del ristorante. "Quella è stata una giornata intensa", racconta Moscowitz. "Avevamo un camion e una gru per trasportare il blocco cottura del peso di una tonnellata e mezza al piano interrato della cucina. È stata una vera sfida sul piano tecnico, ma a fine giornata tutto era al suo posto".

Ora Toto può dire di avere una cucina unica in Israele e, secondo Moscowitz, anche in Europa e Medio Oriente. "Gli chef hanno una superficie di lavoro migliore, che permette di fare di più e con meno sforzo. Il lavoro è più efficiente e i guasti più rari. Nella vecchia cucina erano tutti sotto stress per ottenere i risultati desiderati", afferma Shalev.

Progettata per sostenere anche i futuri ampliamenti del locale, la nuova cucina potrebbe rimanere funzionante per altri 20 anni, ma Shalev (nella foto in alto a destra) spera di lavorare di nuovo con Ambach molto prima. "Chissà, magari un nuovo ristorante tra qualche anno", ipotizza. "Lo rifarei anche subito. È un sogno diventato realtà". ■



BRAND FOCUS

ambach®
You, your kitchen

1953

Fondata in Alto Adige nel 1953, Ambach è cresciuta fino a diventare un'azienda leader su scala globale nella fornitura di cucine professionali

70+

Ambach è specializzata nella realizzazione di attrezzature di cottura orizzontali ed esporta in oltre 70 Paesi

1989

Ambach fa parte di Ali Group da 34 anni

ambach.com

A sinistra: è stato necessario installare il blocco cottura prima che fossero costruite le pareti della sala ristorante

03 Storie di successo



Innovazione e sostenibilità: la firma di Metos ad Amsterdam

Dopo quasi tre anni di lavoro, grazie a Metos e ad altri brand Ali Group, a fine 2021 è stato completato il *Project EDGE Amsterdam West*: un nuovo complesso di uffici sostenibili nella capitale olandese

Il *Project EDGE Amsterdam West* è un edificio ultramoderno, che spicca nel ricco panorama architettonico di Amsterdam. Ideato come spazio sostenibile grazie all'integrazione di tecnologie (come dispositivi IoT e intelligenza artificiale) che consentono di personalizzare gli ambienti di lavoro e ottimizzare i consumi energetici, porta il concetto di edificio smart a un nuovo livello.

A ottobre 2021 il palazzo da 60.000 m² progettato prima della pandemia e completato in tre anni, è stato consegnato al committente Hana Alternative Assets Management, diventando immediatamente un simbolo della grande attenzione a benessere, sostenibilità e neutralità carbonica che ha preso piede negli ultimi anni.

L'architettura è straordinaria: strutture come la cupola in vetro da 3.000 m² dell'atrio accolgono luce naturale e sono studiate non solo per stupire, ma anche per rappresentare i concetti di connessione, creatività e benessere, estremamente importanti per EDGE. Dietro questo capolavoro architettonico c'è un grande impegno verso i principi sostenibili che lo hanno ispirato.

Si tratta di principi centrali per l'ethos di EDGE come impresa edile e che stanno molto a cuore anche ai prestigiosi inquilini, tra cui spiccano APG, ABP, Alliander, Intertrust, Signify e Boehringer Ingelheim. Questi ideali permeano ogni aspetto

della struttura: non fanno eccezione il ristorante, la caffetteria e le altre aree di accoglienza.

"Il costruttore ha coinvolto HTC Advies per creare un moderno concept di ristorazione", spiega Jos Sauer, business development director per Metos NL, l'azienda che realizza cucine professionali. "L'edificio ospita molte aziende e la società di ristorazione doveva essere allineata ai principi alla base della progettazione. In fondo esistono altre opzioni, le persone non sono obbligate a utilizzare la ristorazione interna dell'edificio".

Salute, sostenibilità e innovazione

EDGE è nota per creare spazi per uffici dando la priorità a salute, sostenibilità e innovazione. Questi valori sono le pietre fondanti di un nuovo modo di lavorare che si è evoluto sempre più rapidamente dopo la pandemia. Si è sempre più connessi, ma si lavora anche in modo più flessibile, promuovendo sinergie e idee innovative.

La sostenibilità è alla base di questo concept. Per il progetto si è scelto quindi di puntare sulla certificazione BREEAM (protocollo di valutazione della sostenibilità degli edifici), sull'operatività guidata dai dati (con dispositivi IoT) e sull'uso di materiali sostenibili a 360°, anche nelle aree cucina e bar.

Trasformare un edificio di classe G in un esempio di sostenibilità è stato uno dei principali obiettivi del progetto e ogni aspetto del design riflette ▶



“La società di ristorazione doveva essere allineata ai principi alla base della progettazione. Esistono altre opzioni, le persone non sono obbligate a usufruire della ristorazione interna all'edificio”

Jos Sauer

I principi di sostenibilità del *Project EDGE Amsterdam West* permeano ogni aspetto dell'edificio e non fanno eccezione il ristorante, la caffetteria e tutte le altre aree di accoglienza



l'idea di circolarità (si è scelto di riutilizzare parte della struttura in cemento preesistente insieme a elementi rimossi dalla facciata); fattore che ha contribuito alla conquista della certificazione BREEAM Outstanding.

L'edificio è dotato di oltre 6.000 m² di pannelli solari e di sistemi di accumulo dell'energia termica nella parte interrata: EDGE Amsterdam West produce più energia di quella che consuma. Dal momento che efficienza energetica e sostenibilità sono così importanti, anche le zone di accoglienza e le cucine dovevano tenerne conto per attrezzature e processi.

Ristorante e caffetteria possono servire 1.100 pranzi al giorno e ora che l'edificio è parzialmente occupato ne coprono 700: devono essere efficienti e produrre piatti di alta qualità per farsi scegliere da chi lavora nell'edificio.

“Il menu è estremamente salutare e comprende molte opzioni vegetariane”, dichiara Ali Fatih, general manager di Sodexo, che si occupa del catering di EDGE. “Sono state scelte le attrezzature da cucina Metos perché la ristrutturazione puntava a ridurre l'impatto ambientale; anche nelle cucine, siamo da sempre orientati verso sostenibilità e modernità”.

L'importanza di Ali Group

Metos realizza e fornisce attrezzature da cucina professionali ed è leader di mercato in Benelux, Paesi scandinavi e baltici. Ha un'ottima reputazione anche in Olanda, grazie a progetti innovativi e prestigiosi come quelli conclusi per le sedi locali di Facebook e Google.

“Abbiamo appena terminato uno splendido

progetto per la sede di Booking.com, che ospita 5.000 persone”, racconta Sauer. “Per EDGE abbiamo fornito tutte le attrezzature della cucina, compresi forni a vapore combinati, brasiere, piastre a induzione, un sistema di lavaggio e molto altro. La cottura doveva essere elettrica, poiché nell'edificio non c'è gas”.

Le attrezzature scelte da Metos sono state fornite da diverse aziende Ali Group, come Wexiödisk e Rendisk (specializzate in sistemi di lavaggio e gestione dei rifiuti), Ambach (blocchi cottura modulari), Polaris e Friulinox (refrigerazione).

“Realizzare la cucina ha richiesto quasi un anno. HTC ha firmato il progetto e il nostro team ha sviluppato i collegamenti, con un coinvolgimento immediato per le specifiche tecniche. Abbiamo verificato che tutto funzionasse alla perfezione”, spiega Sauer.

“Abbiamo dovuto progettare un sistema di raffreddamento cucina specifico per i requisiti BREEAM”, aggiunge. “Abbiamo scelto la CO₂, opzione sempre più diffusa nella ristorazione. È un refrigerante interessante, con rischio zero di emissioni dannose per l'ozono e un potenziale di riscaldamento globale ridotto”.

La cucina è dotata di connettività IoT per gestire le attrezzature sulla base dei dati, che vengono raccolti su Ali Cloud e consultati da remoto. Gli operatori possono controllare automaticamente temperature, utilizzo degli strumenti e altri parametri per pianificare pulizia e manutenzione o per capire come rendere la cucina più efficiente.

Grazie a Metos, EDGE può contare su cucine moderne, sostenibili e all'avanguardia, in linea con gli ambiziosi principi del progetto. ■

“Abbiamo dovuto disegnare un sistema di raffreddamento cucina specifico per i requisiti BREEAM; abbiamo scelto la CO₂, opzione sempre più diffusa nella ristorazione: è un refrigerante interessante, con rischio zero di emissioni dannose per l'ozono e un potenziale di riscaldamento globale ridotto”

Jos Sauer



La cucina di EDGE Amsterdam West è dotata di connettività IoT e consente di gestire le attrezzature sulla base dei dati, che vengono raccolti su Ali Cloud e consultati da remoto



Ristorante e caffetteria possono servire 1.100 pasti al giorno e ora che l'edificio è parzialmente occupato ne coprono 700: devono lavorare con la massima efficienza

BRAND FOCUS

metos
101

Metos, che ha festeggiato il centenario nel 2022, realizza e fornisce attrezzature da cucina professionali all'avanguardia

25.000+

Metos realizza oltre 25.000 prodotti l'anno e si impegna a garantire risultati ottimali per migliorare flussi di lavoro e redditività dei clienti

10

Metos è presente in 10 Paesi europei ed è leader di mercato in Benelux, Scandinavia e Paesi baltici

[metos.com](https://www.metos.com)





La nuova era di Balgownie Estate

Dopo l'incendio subito, Balgownie Estate, location immersa nella natura australiana, è letteralmente rinata. Parte cruciale del progetto sono state le aziende Moffat e Green Design Group



Balgownie Estate è nota per accogliere al suo interno un ristorante, una spa e una serie di lussuosi alloggi. In alto: Grant Flack, head of operations al Balgownie Estate

Ameno di un'ora da Melbourne in Australia si trova Balgownie Estate, nel cuore della Yarra Valley, regione tra le più note al mondo per la produzione di vini. La struttura è una vera e propria azienda vinicola, famosa non solo per l'enoteca, ma anche per ristorante, spa e alloggi di lusso.

La location è il rifugio ideale per mente e anima, con 70 lussuose camere in stile moderno, un ristorante gourmet "Restaurant 1309", un ottimo cocktail bar, una terrazza esterna, un'enoteca dove partecipare a degustazioni, spazi per eventi e spa; il tutto incastonato tra i prati e i panorami della pittoresca valle circostante.

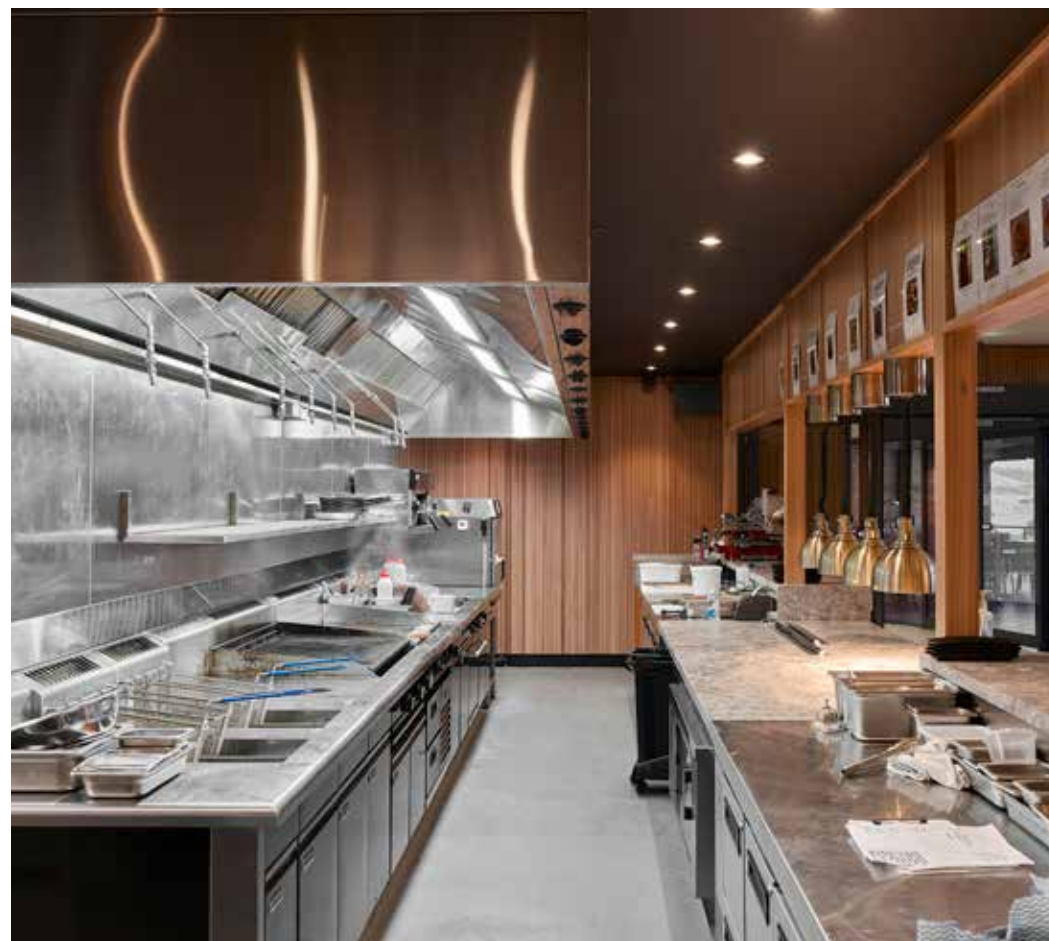
Il Restaurant 1309 prende il nome dal numero civico sulla Melba Highway: non è solo una meta culinaria di alto livello, ma anche una fenice rinata dalle ceneri grazie a un investimento multimilionario. Durante la pandemia un incendio ha infatti devastato il ristorante, rilanciato nel 2021

rinnovandone il nome, l'immagine e i moderni e luminosi spazi interni.

"All'inizio del 2020 pensavamo di rinnovare le aree ristorazione e la cucina, ma il progetto è saltato dopo l'incendio di giugno 2020, che ha lasciato il segno non solo sui locali, ma anche sul morale, già compromesso per l'impatto che il COVID-19 ha avuto sul settore", spiega Grant Flack, responsabile operations di Balgownie Estate.

Sfumati questi progetti, i gestori si sono trovati all'improvviso a dover ricostruire completamente enoteca, cucina, bar, ristorante e relative aree di preparazione. "Fare tutto durante la pandemia è stata una bella sfida", racconta Flack.

"Mentre eravamo impegnati nel ricreare l'intera struttura, alle prese con costruttori, progettisti, project manager, assicuratori e periti, cercavamo anche di tenere aperto un hotel da 70 camere e di garantire ai nostri ospiti un servizio di catering all'interno di una tenda improvvisata, il tutto nel bel mezzo della pandemia, con un lockdown dopo l'altro a impedirci di lavorare". ►



Per preservare la pianta originale dell'edificio era necessario un approccio creativo. In alto: Brigette Green, Direttrice di Green Design Group

All'altezza della sfida

Flack e il suo team hanno dovuto individuare la società di consulenza più idonea ad affrontare le numerose sfide sia a livello di edilizia, sia legate al periodo di emergenza pandemica.

Lo studio di progettazione Green Designs è stato tra i primi ad offrire il proprio aiuto dopo l'incendio, e Moffat non ha esitato ad accodarsi. Anche Inzitari Commercial Kitchens, distributore di Moffat, ha contribuito attivamente al progetto.

“Per preservare la pianta originale e le fondamenta dell'edificio, era necessaria la giusta dose di creatività per valorizzare e far rinascere Balgownie Estate”, sottolinea Brigette Green, direttrice di Green Design Group (GDG). “Cucine e bar dovevano essere flessibili per soddisfare le esigenze del ristorante gourmet e dell'area eventi da 200 posti”.

“Invece di ricostruire quanto c'era prima, abbiamo creato qualcosa di nuovo: un ambiente in grado di evolversi, con spazi nascosti visibili solo una volta entrati”, aggiunge. “Volevamo un ambiente flessibile, da riconfigurare all'occorrenza per garantire maggior privacy in alcune zone”.

Il team composto da specialisti di diversi ambiti, ha compreso gli obiettivi delle parti coinvolte soddisfacendo pienamente le aspettative di ognuna grazie al ruolo chiave svolto dalle attrezzature da cucina Moffat.

Una cucina pronta per il futuro

GDG e Moffat hanno optato per un'ottimizzazione degli spazi, grazie all'ampia e diversificata gamma di prodotti proposti dall'azienda per la cucina a vista e quella back-of-house. La scelta è caduta sulla linea Waldorf Bold con una sofisticata finitura in nero.

“Con un design elegante e attrezzature performanti per la cucina a vista, Waldorf e Convotherm® garantiscono la capacità e i volumi necessari per soddisfare le esigenze del ristorante”, spiega Green.

“Abbiamo affidato l'incarico a GDG affinché coordinasse i lavori e realizzasse una soluzione completa e adeguata a sostenere anche lo sviluppo futuro dell'attività”, afferma Perry Peters, area manager Moffat per lo stato di Victoria.

“Brigette era consapevole dell'importanza di prestazioni e affidabilità, ma anche di un design accattivante. La linea Waldorf Bold è stata la scelta più naturale”.

Le attrezzature di cottura Waldorf hanno una reputazione invidiabile: in Australia sono l'opzione top di gamma per eccellenza grazie a prestazioni, affidabilità e durata eccezionali. Permettono

di realizzare blocchi cottura integrati e belli da vedere; inoltre, la linea Bold è perfetta per dare un tocco di colore.

La struttura, ora di nuovo operativa al 100%, ha superato le difficoltà legate al COVID e all'incendio ed è tornata ad affermarsi tra le mete più prestigiose della regione.

“Avevo aspettative alte, ma devo dire che la struttura le ha superate”, dichiara Green. “La regione di Yarra Valley è semplicemente stupenda, dovevamo quindi essere alla sua altezza: siamo davvero soddisfatti del risultato. C'è una bellissima atmosfera e il flusso di lavoro in cucina è ottimale”.

Ad ogni modo, è sempre il cliente ad avere l'ultima parola e a decretare il successo di un progetto. “Fin dai primi turni in cucina non è stato necessario apportare modifiche e il personale ha tutto il necessario per svolgere il proprio lavoro e garantire il successo di eventi straordinari”, afferma Flack. “È stato emozionante veder crescere il team insieme agli spazi. Nel complesso sono stati tempi incredibilmente difficili, ma la professionalità e la dedizione di Brigette, ICK, Perry e del team di Moffat, insieme alla loro capacità di capire le nostre esigenze, si sono rivelate fondamentali per andare oltre”.

Balgownie Estate ha appena dato avvio alla sua nuova era ed è più in forma che mai. ■

BRAND FOCUS

MOFFAT

90+

Moffat Group garantisce esperienza e know-how accumulati in più di 90 anni di attività

1981

Nel 1981, all'Hotel Olimpia (Regno Unito), Moffat Appliances lanciò il primo forno a convezione da 13 A con grill di mantenimento

4

Moffat Australia/Nuova Zelanda copre 4 settori chiave del mercato: ristorazione, panetteria, distribuzione pasti/settore sanitario e gelateria

moffat.com

03 Storie di successo



Caffè da ascoltare

Jonathan Morris, autore del podcast *A History of Coffee*, e **Simona Sordelli** di Rancilio, azienda sponsor della seconda stagione, raccontano il successo della loro collaborazione e interessanti aneddoti sul mondo del caffè

Jonathan Morris (a sinistra) e James Harper, conduttori del podcast *A History of Coffee*

Dalle origini arabe e la tratta degli schiavi, fino alle moderne caffetterie e i nuovi mercati metropolitani, il podcast *A History of Coffee* racconta come un chicco sia riuscito a cambiare il mondo e ancora oggi sia fondamentale nelle nostre vite. “I podcast sono sempre più apprezzati. Per un’azienda B2B come Rancilio è il momento di lanciarsi in questo mondo, per far conoscere il brand e creare un nuovo mercato” afferma Simona Sordelli, marketing manager di Rancilio Group.

Il podcast è stato ideato dal documentarista, autore e conduttore James Harper dopo aver letto il libro *Coffee: A Global History* di Jonathan Morris, che racconta come il mondo ha scoperto il caffè spiegando anche perché in diverse regioni ha gusti così differenti.

“James voleva realizzare il podcast direttamente sul campo, ma è arrivata la pandemia e ha deciso di usare il mio libro come punto di partenza per chiacchierare sulla storia del caffè”, spiega Morris.

La prima stagione ha tracciato una cronologia del caffè, parlando di colonialismo, schiavitù, difformità nella catena dei prezzi e modalità moderne di consumo e distribuzione. Il successo è stato immediato, sia nel settore, sia tra il grande pubblico.

Parlare alla community

Rancilio, azienda italiana di Ali Group produttrice di macchine per il caffè, si è interessata in modo particolare al podcast, dimostrandosi entusiasta quando James e Jonathan l’hanno coinvolta nella sponsorizzazione della seconda stagione, dedicata alle tendenze legate al caffè e alla loro evoluzione nei secoli. “Conoscevo già James e Jonathan e apprezzavo i loro podcast: quando si è presentata l’opportunità di sponsorizzare la seconda stagione di *A History of Coffee* ero certa che non ci fosse modo migliore per ampliare la nostra strategia di marketing e raggiungere un nuovo pubblico”, spiega Sordelli.

Rancilio vanta quasi cento anni di storia: la reputazione, le competenze e l’esperienza dell’azienda si sono rivelate preziose per il podcast. Harper e Morris non solo hanno citato le macchine



e le tecnologie brevettate di Rancilio: nel terzo episodio, in diretta dal museo Rancilio, hanno raccontato come e perché il passato dell’azienda è così importante per la storia e la cultura del caffè.

“Rancilio è stata fantastica. Abbiamo realizzato l’episodio dedicato alla cultura italiana del caffè nello straordinario museo dell’azienda, scoprendo il lato tecnico delle macchine, gli sviluppi industriali e le modalità di consumo del caffè”, racconta Morris. “Abbiamo parlato della prima diffusione dell’espresso come bevanda d’élite in bar e alberghi, e seguendo il percorso di Rancilio abbiamo visto cambiare la tecnologia e la cultura del caffè fino ai giorni nostri”.

“I contenuti sono la cosa più importante. Costruire una community significa parlare di quello che interessa alle persone: non importa promuovere necessariamente le macchine che vendiamo, ci concentriamo sugli interessi che abbiamo in comune con il pubblico”, dichiara Sordelli.

“Grazie al podcast possiamo promuovere contenuti di qualità legati al nostro brand, disponibili e gratuiti per tutti. Possiamo raggiungere milioni di persone, ovunque e in ogni momento. È un ottimo modo per parlare alla community del caffè ed entrare in relazione con un pubblico selezionato. Abbiamo sostenuto il podcast per raggiungere una nicchia che potrebbe non conoscere il nostro brand e i nostri valori. Possiamo parlare a persone nuove, raccontare la nostra storia, guadagnare autorevolezza e incoraggiare il passaparola”.

Anche l’ampia rete di contatti dell’azienda ha aiutato Harper e Morris a raccontare altre storie, ►

come quella di Nicole Battefeld, primo posto alla German Barista Championship 2018 e fondatrice della Female Barista Society, intervistata al BER Rancilio Station, il nuovo flagship store di Rancilio Group a Berlino.

“Non avremmo potuto realizzare questa stagione senza Rancilio”, sottolinea Morris, specificando che lui e Harper hanno scelto liberamente i contenuti del podcast, senza alcun controllo editoriale da parte dell’azienda. Rancilio ha sostenuto gli autori persino per l’episodio più cupo sulla rivolta degli schiavi di Haiti. “Io e James abbiamo parlato di come nel XVIII secolo Haiti (allora Santo Domingo) fosse una colonia francese e la maggior produttrice di caffè al mondo, sebbene ricorrendo allo sfruttamento degli schiavi. La ribellione scalzò il governo francese, ma l’indipendenza costò cara al Paese, che passò in secondo piano nel mercato del caffè perché i coltivatori vennero tassati per ripagare i danni alla Francia”.

Nel quarto e ultimo episodio della seconda stagione, i conduttori esplorano il rapporto tra America e caffè attraverso un’analogia con la serie TV Friends. Si parla anche del discusso arrivo del caffè oltreoceano: venne introdotto dai primi coloni o era una bevanda scura simile a quella prodotta dagli indigeni con una pianta locale?

Sostenibilità e caffè

Il podcast parla anche di sostenibilità e cambiamento climatico, argomenti che Rancilio

“ Possiamo parlare a persone nuove, raccontare la nostra storia, guadagnare autorevolezza e incoraggiare il passaparola ”

Simona Sordelli



prende molto sul serio. “Rancilio Group si impegna a sviluppare prodotti e tecnologie all’avanguardia con un occhio sempre vigile sul tema della sostenibilità. Incoraggiamo l’adozione di soluzioni migliori per ridurre i consumi”, dichiara Sordelli. Questo significa scegliere prodotti con sistemi di coibentazione, micro-caldaia ed elementi di riscaldamento a temperatura regolabile, sistemi di risparmio acqua e tecnologie brevettate Rancilio come Steady Brew e Advanced Steady Brew.

“Stiamo calcolando l’impatto ambientale di tutte le nostre macchine e redigeremo un rapporto”, spiega Sordelli mentre il suo team si dedica alla promozione del podcast. L’azienda ha lanciato una campagna di e-mail marketing ai clienti e attività su social network come Instagram.

Il podcast è stato promosso anche al London Coffee Festival: Harper e Morris hanno chiacchierato dal vivo come fanno di puntata in puntata, per la gioia del pubblico.

Tenete occhi e orecchie ben aperti per la terza stagione: la prossima tazzina potrebbe essere già pronta! ■

BRAND FOCUS

115

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

7

Rancilio Group conta sette filiali, due centri di ricerca e sviluppo, un Extraction Lab e una rete di vendita e assistenza estesa su scala mondiale

4

Con i suoi quattro marchi, Rancilio propone un’ampia gamma di prodotti per soddisfare tutte le esigenze dei clienti

ranciliogroup.com

RANCILIO GROUP

Sotto: l’ospite del podcast Nicole Battefeld è la barista specializzata in caffè più premiata della Germania



Il futuro del caffè

Jonathan Morris, ricercatore presso la University of Hertfordshire

“Il consumo di caffè sta crescendo molto nei mercati non tradizionali. Sono stato da poco in Indonesia e mi ha stupito il numero di caffetterie presenti. Il Paese produce caffè da anni, ma ora i consumi avvengono in punti vendita specializzati e di tendenza, con tutte le caratteristiche della “terza ondata” e i conseguenti aumenti di produzione.

“La stessa cosa accade nel resto dell’Asia e, dopo le prime avvisaglie, l’evoluzione è netta anche in Africa. È una storia tutta nuova da raccontare. Inoltre, il cambiamento climatico sta moltiplicando varietà e usi del caffè. Si dovrà ricorrere all’ibridazione per creare piante resistenti alle temperature più alte dei tropici, ma conserverà un ottimo sapore. Sarà molto interessante”.

03 Storie di successo

Silko e La Piadineria: una partnership su misura

I prodotti di qualità a prezzi competitivi hanno reso La Piadineria una delle proposte fast-casual più gettonate d'Italia. Silko è sicuramente un importante partner che ha contribuito al suo successo



La piadina, o piada, è nota in tutta Italia e si prepara con farina, olio d'oliva o strutto, sale e acqua. Dall'apertura nel 1994, La Piadineria ha declinato questo classico italiano in versione dolce e salata con ingredienti di prima qualità, tra cui gorgonzola, Grana Padano, prosciutto, aceto balsamico e Nutella, proponendo sia abbinamenti tradizionali sia combinazioni nuove e gustose.

Industriale e artigianale

Gli oltre 350 locali "La Piadineria" coniugano i vantaggi del fast food, ovvero servizio veloce e prezzi convenienti, a ingredienti freschi e genuini serviti in un ambiente informale e accogliente. "Ciò che ci distingue dalla concorrenza è la combinazione tra l'efficienza tipica dei processi industriali e l'originalità della produzione artigianale", spiega Alessandro Pietroboni, facilities management specialist de La Piadineria. Il brand ha instaurato negli anni un'ottima

collaborazione con Silko. Quando ha deciso di realizzare una cucina per la sua Academy, La Piadineria sapeva già a chi rivolgersi. "Silko ha progettato con noi la cucina perfetta, mettendo a disposizione dedizione e anni di esperienza nel settore delle cucine professionali", afferma Pietroboni. "Sin da subito siamo stati allineati in tutte le fasi di lavoro, dal progetto della pianta alla realizzazione della cucina".

Una collaborazione di successo

Silko collabora con La Piadineria dal 2009. "Dobbiamo il successo di questa partnership a un confronto costante, alla ricerca di un miglioramento continuo e all'esperienza che ci permette di soddisfare ogni esigenza del cliente", spiega Elisa Simoni, key account manager Silko per l'Italia. "Questi ingredienti ci hanno permesso di raggiungere obiettivi straordinari con La Piadineria".



La piastra su misura Silko nasce dalla stretta collaborazione con La Piadineria e dalla conoscenza dei suoi processi

“Silko ha progettato con noi la cucina perfetta, mettendo a disposizione dedizione e anni di esperienza nel settore delle cucine professionali”



"Silko è più di un partner. Ci sostiene in fase di progettazione e ci aiuta a superare ogni imprevisto, anche nelle situazioni più difficili", aggiunge Pietroboni. "I blocchi cottura Silko sono una soluzione completa e affidabile: un valore aggiunto per la creazione di un prodotto personalizzato".

Prestazioni su misura

La Piadineria ha già aperto oltre 200 locali con cucine realizzate interamente da Silko. "L'obiettivo che ci siamo posti era creare una cucina che rispondesse ai requisiti di un processo di produzione collaudato, semplificasse il lavoro e lo rendesse sicuro", afferma Simoni. "La sfida era creare un blocco cucina personalizzato, interamente su misura e che coniugasse un design eccellente a prestazioni ottimali".

Silko ha studiato ogni dettaglio per ottimizzare il lavoro degli operatori, facilitando le fasi di preparazione e l'uso degli ingredienti in modo sequenziale, consentendo così di ottenere la piadina perfetta in tempi più rapidi.

"Il personale dei ristoranti La Piadineria è entusiasta del nuovo blocco cottura", racconta Pietroboni. "Oltre a semplificare il processo di preparazione, ha migliorato le condizioni di lavoro". ■

Innovazione a tutto campo

L'innovazione è stata una priorità durante lo sviluppo della nuova piastra su misura Silko.



"I requisiti erano temperatura precisa e stabile, cottura uniforme e riduzione dei tempi di fermo", spiega Elisa Simoni, key account manager Silko per l'Italia.

"Prestazioni di questo livello ed elementi tecnologici innovativi sono stati gli ingredienti principali che hanno fatto la differenza per il risultato finale".

Secondo il personale di cucina La Piadineria, i grandi vantaggi della nuova piastra su misura Silko sono la funzionalità e la facilità d'uso.

"La semplicità di utilizzo, l'assistenza rapida, la cottura uniforme e l'ergonomia dei comandi sono solo alcuni dei grandi vantaggi della nuova piastra personalizzata Silko: un vero valore aggiunto", dichiara Alessandro Pietroboni, facilities management specialist de La Piadineria.



BRAND FOCUS

SILKO 1980 Anno di fondazione di Silko

100% Le attrezzature Silko sono realizzate interamente in Italia

silko.it

03 Storie di successo



Parola d'ordine: sostenibilità

All'ospedale BovenIJ nei Paesi Bassi, la sostenibilità è una priorità e, dopo l'adesione al Green Deal, la struttura sta cogliendo ogni occasione per aumentare l'efficienza e ridurre i consumi energetici.

Jim Banks ha intervistato **Arch Prins** di BovenIJ per scoprire come la scelta di installare una innovativa lavastoviglie Wexiödisk abbia influito significativamente sull'impatto ambientale dell'ospedale



L'ospedale BovenIJ, nel quartiere Nord di Amsterdam, serve una popolazione di circa 100.000 residenti ed è noto per coniugare lo spirito di accoglienza tipico di una clinica locale all'innovazione tipica di una struttura collocata in una grande capitale europea. Con 200 posti letto, serve in media 130 pazienti e impiega fino a 300 operatori sanitari, preparando numerosi pasti al giorno.

Un servizio ristorazione adeguato deve quindi poter contare su attrezzature affidabili e performanti per la cucina e, soprattutto, per il lavaggio delle stoviglie, in particolare se per l'ospedale la parola d'ordine è sostenibilità.

“Nei moderni contesti ospedalieri si pone sempre di più l'accento su efficienza e rapporto costo-efficacia per smaltire i rifiuti alimentari e aumentare la produttività senza sprechi”, spiega Arch Prins, business manager dei servizi interni a BovenIJ. “La cucina è gestita in modo ibrido, combinando piatti pronti e ingredienti artigianali per rendere più efficienti i processi di cottura e ridurre la manodopera”.

La struttura ha aderito alla versione 3.0 del Green Deal in linea con l'Accordo di Parigi sul



“ Nei moderni contesti ospedalieri si pone sempre di più l'accento su efficienza e rapporto costo-efficacia ”

Arch Prins, business manager per i servizi interni a BovenIJ

clima, e intende avvicinarsi il più possibile alla neutralità climatica entro il 2050. Man mano che la popolazione invecchia, le persone da assistere sono di più e si passa a tecnologie e farmaci sempre più avanzati, con il rischio di aumentare inquinamento, consumi e rifiuti.

“Per questo motivo, essere sostenibili è sempre più difficile per il settore”, prosegue Prins. “Negli ultimi anni sono stati numerosi i passi avanti compiuti verso obiettivi climatici come la gestione sostenibile dell'energia e la riduzione delle emissioni di CO₂. Questi obiettivi hanno giocato un ruolo importante anche negli investimenti, compresa l'adozione di una nuova lavastoviglie a nastro”.

Una soluzione scandinava

La nuova lavastoviglie a nastro proposta da RHIMA e Wexiödisk è arrivata a inizio 2020. Quella precedente era dello stesso fornitore e aveva resistito a 19 anni di intenso utilizzo.

“La lunga durata è un segno inconfondibile di qualità”, sottolinea Prins. “Era ancora operativa, ma l'ospedale ha scelto di staccarsi dall'impianto centralizzato di generazione del vapore che scaldava l'acqua di lavaggio. Cercavamo un nuovo modello che non richiedesse il riscaldamento a ▶



vapore e riconvertisse meglio il calore. Inoltre, la lavastoviglie ideale doveva lavare e asciugare stoviglie in plastica dura usando quantità minime di agenti chimici per avvicinarsi all'azzeramento dei rifiuti”.

“Eravamo consapevoli che il desiderio di processi più sostenibili dell'ospedale BovenIJ sarebbe stato un banco di prova impegnativo, ma siamo felici di averlo saputo esaudire”, aggiunge Gert Jansen, general manager di RHIMA, azienda produttrice di sistemi di lavaggio e partner di Wexiödisk nei Paesi Bassi. “Collaboriamo con BovenIJ da anni. Abbiamo capito subito che era il contesto ideale per la prima WD-BS nei Paesi Bassi”.

WD-BS è il culmine di un processo di progettazione iniziato nei primi anni '70, quando Wexiödisk realizzò la prima macchina a nastro per strutture di ristorazione e ospedali. Grazie all'attenzione scandinava a robustezza, affidabilità e facilità d'uso, questi modelli erano perfetti per un utilizzo intenso e garantivano, al tempo stesso, facilità di carico e scarico.

Da allora affidabilità, ergonomia ed efficienza sono diventate i punti fermi alla base di ogni progetto e le macchine sono ormai parte integrante del viaggio verso un'economia circolare.



“Eravamo consapevoli che il desiderio di processi più sostenibili dell'ospedale BovenIJ sarebbe stato un banco di prova impegnativo”

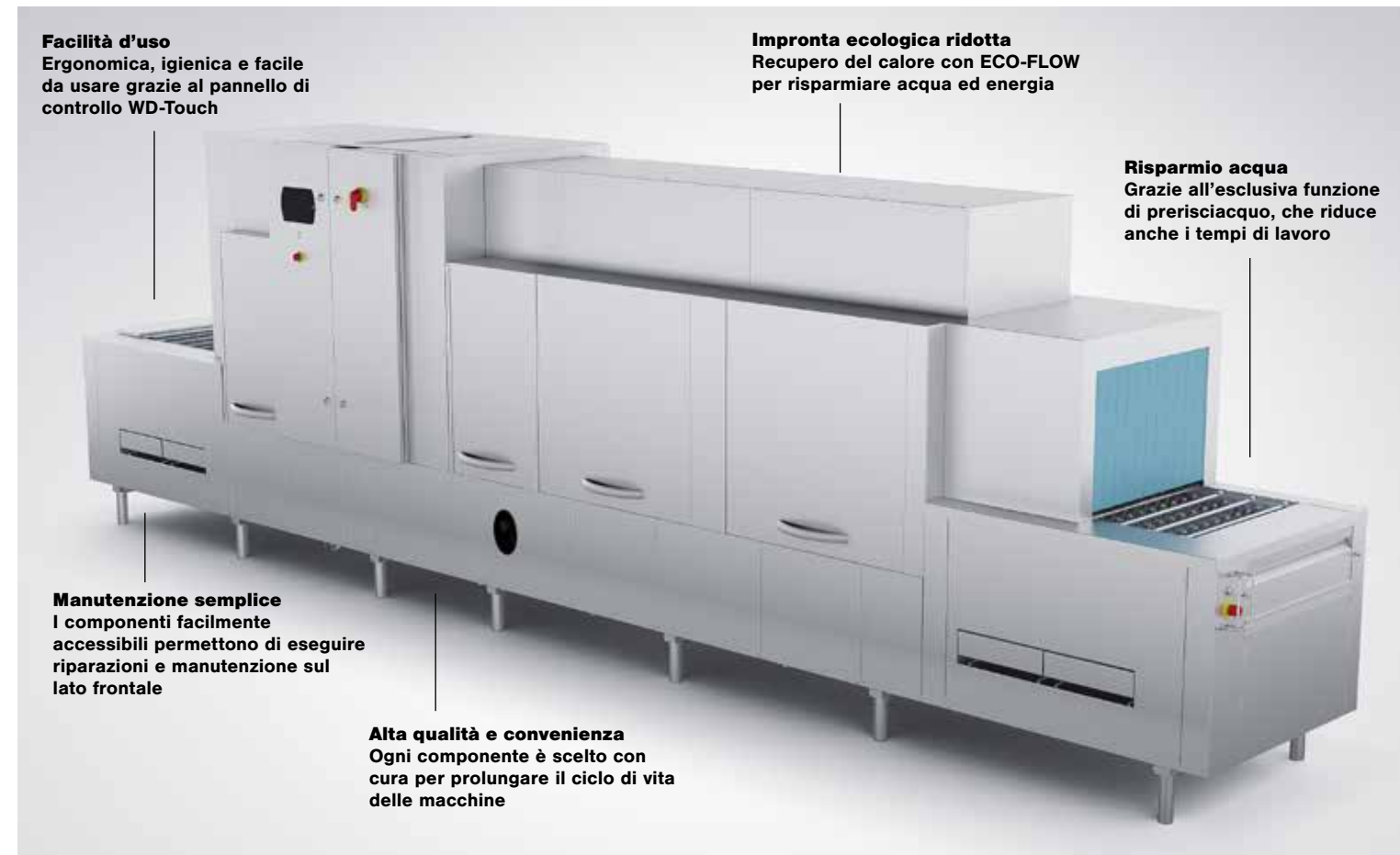
Gert Jansen,
general manager, RHIMA

“In alcuni ospedali sono ancora attive le macchine installate a fine anni '70”, racconta Magnus Ericsson, responsabile R&S di Wexiödisk. “Sul piano dell'impatto ambientale, il recupero del calore è una funzione standard su qualsiasi lavastoviglie a nastro, ma noi siamo stati i primi a lanciare questa tecnologia negli anni '70. Inoltre, una macchina ben isolata non si “limita” a riutilizzare l'energia, ma garantisce anche un ambiente di lavoro migliore”.

Progettata per essere la migliore

La macchina WD-BS ha avuto un impatto ambientale significativo per l'ospedale, anche se è difficile quantificarlo esattamente: l'efficienza energetica è maggiore, il consumo idrico si è ridotto del 30% e si usa molto meno detersivo. Inoltre, secondo il personale, il locale in cui si trova la lavastoviglie è molto più vivibile. Non solo la nuova macchina è più silenziosa, ma rilascia anche molto meno calore. La stanza è meno calda e umida e la lavastoviglie è più facile da usare.

“Eravamo certi dell'affidabilità e della facilità d'uso del prodotto, ma il punto forte di questo modello è la capacità di trattenere l'energia senza surriscaldare la zona di prelavaggio”, spiega Ericsson. “È estremamente facile complicare le



“È nello stile scandinavo evitare complicazioni quando non servono: si andrebbe incontro a costi elevati e difficoltà di utilizzo”

Magnus Ericsson, responsabile R&S,
Wexiödisk

cose, mentre può essere complesso realizzare un prodotto facile da usare. È nello stile scandinavo evitare complicazioni quando non servono: si andrebbe incontro a costi elevati e difficoltà di utilizzo e manutenzione”.

“In questo caso era cruciale ridurre il consumo di acqua, energia e sostanze chimiche: i tre elementi chiave per la macchina”, aggiunge. “Riscaldare l'acqua richiede molta energia, quindi è essenziale che questa non fuoriesca dalla macchina per non doverne aggiungere altra durante il ciclo. Allo stesso tempo, la zona di prelavaggio non deve surriscaldarsi, perché se l'acqua è troppo calda brucia amidi e proteine, creando incrostazioni su piatti e pentole”.

Qui entra in gioco il doppio sistema brevettato per il recupero del calore. Recupera non solo l'energia rilasciata dalla macchina attraverso la ventilazione sotto forma di aria calda, ma anche quella dell'acqua di scarico, mantenendo la zona di prelavaggio sempre a bassa temperatura (con uno scambiatore di calore) e quelle di lavaggio e risciacquo ad alta temperatura.

Un pizzico di semplicità tipicamente scandinava e un occhio di riguardo per la sostenibilità rendono le lavastoviglie performanti ed efficienti senza compromessi sulla pulizia. ■



BRAND FOCUS

30%
Riduzione dei consumi idrici

Wexiödisk

1972
Anno di fondazione dell'azienda a Växjö, in Svezia

ISO
9001 e 14001: le certificazioni dell'azienda

wexiodisk.com

03 Storie di successo



Relazioni durature

Burlodge crede in un approccio concreto e diretto nei rapporti con i clienti: “Siamo sempre aperti con i nostri clienti”, afferma **Paul Gauntley**, presidente di Burlodge North America

In un'era in cui le relazioni d'affari si riducono sempre più spesso al mero fatturato, alcune aziende preferiscono puntare sulla fidelizzazione e i vantaggi a lungo termine di una collaborazione attiva. Gli oltre 25 anni di partnership che uniscono Burlodge Canada e Trillium Health Partners ne sono la prova. Gli ospedali che gestisce Trillium HP hanno sedi a Mississauga e a ovest di Toronto, dove vengono gestiti servizi ospedalieri per pazienti gravi. Questo lungo legame professionale deve il suo successo alla stretta collaborazione instaurata tra Burlodge Canada e le responsabili dei servizi di ristorazione ospedaliera: Gina Carvalho del Mississauga Hospital e Carol Steffler del Credit Valley Hospital, che si affidano a Burlodge da oltre 25 anni. Ogni giorno queste professioniste affrontano moltissime sfide ma, indipendentemente dal loro livello di difficoltà, sono pronte a sostenerle seguendo gli ideali sintetizzati nello slogan di Burlodge: “Together, We Work”.

I fatti, oltre le parole

Promesse, intenzioni, certezze: qualsiasi fornitore di attrezzature può essere celere in fase di vendita, ma le parole non bastano, servono azioni concrete. Sono proprio queste a definire la qualità delle relazioni di Burlodge con i suoi clienti.

Realizzare attrezzature all'avanguardia per le cucine professionali di oggi, sempre sotto pressione, è solo un tassello del puzzle. Essere presenti sul campo e sostenere i clienti è ciò che fa la differenza, secondo Paul Gauntley, presidente di Burlodge North America.

“Non ho mai paura di sollevare un sasso per scoprire cosa si nasconde sotto”, afferma.

Quando si tratta di servizio al cliente, le sfide vanno di pari passo. Conta la reazione e proprio questo approccio basato sulle azioni concrete è profondamente radicato nella cultura di Burlodge. “C'è sempre trasparenza con i nostri clienti”, afferma Gauntley. “Sanno che siamo al loro fianco”.

Competenze pratiche

Carol Steffler gestisce un sistema di rigenerazione del cibo in legame refrigerato. In anni di esperienza, ha avuto modo di lavorare con diversi sistemi Burlodge: da Alphagen a Novaflex, prima di passare al più recente sistema RTS.

Ad ogni cambiamento Burlodge è stata al suo fianco in tutte le fasi dello sviluppo, dall'ideazione alla formazione del personale.

“Nessun altro ha fatto quel che ha fatto Burlodge”, spiega. “Ci ha aiutato a superare le inevitabili



“Non ho mai paura di sollevare un sasso per scoprire cosa si nasconde sotto. Siamo sempre aperti con i nostri clienti. Sanno che siamo al loro fianco”

Paul Gauntley

difficoltà che accompagnano ogni cambiamento” spiega Steffler.

La formazione e assistenza post-vendita offerta dalla maggior parte delle altre aziende è limitata rispetto a quella che offre Burlodge, per di più se si tratta di distributori. Burlodge non solo è fiera di promuovere una collaborazione fianco a fianco con il cliente, ma spesso assume anche esperti del settore con un'esperienza pratica indispensabile.

“Conoscono l'ambiente perché hanno lavorato direttamente in questo settore”, dichiara Gina Carvalho. “È un aspetto inestimabile perché possono rivolgersi allo staff con una solida esperienza sul campo e rispondere: “sì, l'ho fatto anche io”, al contrario di molte altre aziende impreparate sugli aspetti pratici”. In questo Burlodge è un passo avanti a tutti.

Responsabilizzare il cliente

Una delle soluzioni adottate nelle sedi gestite da Trillium è la preparazione vassoi con metodo B-Lean: un sistema flessibile e modulare, che si configura rapidamente e può essere personalizzato in molti modi. Durante la fase di installazione, il team Burlodge ha lavorato con la squadra di Gina Carvalho per creare un ambiente sufficientemente ampio per realizzare il porzionamento di 700 vassoi per pasto. Uno degli obiettivi era preparare lo spazio a disposizione, ma il modo in cui Burlodge ha saputo motivare gli operatori ha fatto la vera differenza.

“La mia squadra ha imparato molto da quella di Paul”, sottolinea Carvalho. “Burlodge spiega, insegna. Ha reso il personale autonomo e motivato. Avere questo tipo di formazione dello

Le soluzioni Burlodge contribuiscono a risolvere i problemi legati all'igiene: il confezionatore per posate, ad esempio, consente a una persona di compiere da sola l'operazione riducendo al minimo il contatto



staff, alleggerisce gran parte del mio lavoro come manager e conquista il rispetto del team”.

Per Steffler, la chiave del successo è stata la capacità di fare di più senza aggiungere ulteriori costi o estensioni di fasce orarie dei pasti. “Il porzionamento con il sistema B-Lean ha risolto un grosso problema perché il budget nel settore sanitario è da sempre limitato. Ora serviamo 200 pazienti in più rispetto a qualche anno fa (da 340 a 540), in un lasso di tempo ottimale. Grazie all’efficienza del sistema B-Lean non abbiamo dovuto assumere altro personale.

Ottimizzare le risorse

Durante la pandemia, la necessità di manodopera si è trasformata in emergenza. In tutto il mondo il personale era carente e i responsabili dei servizi alimentari hanno dovuto fare di più con meno personale a disposizione. Il vantaggio di avere il sistema di monitoraggio remoto BCloud HACCP ha permesso agli ospedali di raggiungere l’obiettivo. Questa tecnologia permette il controllo in tempo reale della flotta carrelli, consentendone la gestione e la programmazione attraverso un PC. BCloud HACCP registra gli eventi critici per ogni carrello e archivia i dati, dando ai manager un report HACCP dettagliato e sempre a portata di mano. “BCloud ha cambiato la vita dei team leaders: semplicemente lo

“ Se state cercando una soluzione, confrontatevi con Burlodge. Hanno contatti con istituzioni in tutto il Paese e possono condividere le soluzioni trovate per altre strutture ”

Carol Steffler

adorano”, racconta Carvalho, che utilizza sistemi di rigenerazione dei pasti sia centralizzati sia remoti. “Prima camminavano continuamente, mentre ora osservano. Questa tecnologia ci ha permesso di migliorare”.

Trillium ha dovuto aprire un reparto di 200 posti letto per prepararsi all’ondata di pazienti Covid in arrivo. Carvalho ricorda le preoccupazioni generali, anche se Burlodge ha consegnato rapidamente unità aggiuntive di carrelli B-Pod. “Abbiamo fatto tutto ciò che si doveva in sicurezza. La pandemia ci ha portato in territori sconosciuti”.

Un altro esempio dell’approccio di Burlodge orientato ai bisogni del cliente è la confezionatrice per posate Cutlery Wrapper, fornita da una azienda tedesca. Secondo Steffler, questo dispositivo ha reso più rapido il processo di confezionamento posate riducendo così la pressione dello staff nell’eseguire questo compito. Il Cutlery Wrapper ha inoltre risposto a un’altra esigenza emersa con la pandemia: l’igiene. Una sola persona (anziché un gruppo) inserisce le posate nella macchina senza mai toccare il tovagliolo, rendendo senza dubbio questa operazione sicura da un punto di vista igienico-sanitario.

Comunicare, sempre

Queste testimonianze sono la prova degli ideali che Burlodge porta con sé.



Ovunque le aziende sono alle prese con la scarsità di manodopera, ma le attrezzature Burlodge permettono a Trillium Health Partners di fare di più con meno personale.

“Se state valutando una soluzione, allora confrontatevi con Burlodge”, dichiara Steffler. “Hanno contatti con istituzioni in tutto il Paese e possono condividere le soluzioni trovate con altre strutture”.

Gauntley sottolinea nuovamente quanto sia importante contare sulle competenze e sull’esperienza dell’azienda. Nelle relazioni con i clienti, non perde mai di vista le “cinque C”, ovvero:

- In cima alla lista c’è il customer service. “I clienti sanno che contattando Burlodge troveranno un team di persone pronte a impegnarsi per soddisfare le loro esigenze”.
- Comunicazione. “Non si comunica mai abbastanza”.
- “Coinvolgimento-impegno”. “Per me significa adempiere sempre ai nostri obblighi con onestà”
- “Creatività: per essere il più possibile innovativi senza mai diventare banali.
- “Infine, il Coraggio. Il coraggio di essere leader e percorrere nuove strade con convinzione.

L’unione di questi ideali è alla base del principio Burlodge: “Together, We Work”. Non è solo uno slogan, è un’aspirazione e un principio fondante che mettiamo in atto ogni giorno, in mille modi diversi. ■

BRAND FOCUS

burlodge
TOGETHER, WE WORK.

1990

Burlodge è stata fondata 33 anni fa nel Regno Unito

6

Burlodge è attiva in sei Paesi tra Europa e Nord America

2023

Entro fine anno Burlodge intende creare una roadmap per azzerare le emissioni

burlodge.com

03 Storie di successo



Tutto il gusto del mare

Sala incarna un concept di ristorazione brillante e innovativo, che trae vantaggio dall'esclusiva location sul mare: l'iconico John Bay Wharf di Sydney. Jim Banks incontra l'executive chef **Danny Russo** e l'esperto di cucine professionali **Craig Connor** di Scots Ice Australia Foodservice Equipment per scoprire come le attrezzature Baron Professional abbiano permesso di trasformare il sogno in realtà

In una prestigiosa location sulla punta del Jones Bay Wharf nel sobborgo peninsulare Pyrmont Point del porto di Sydney, ha aperto i battenti Sala, un innovativo concept culinario che abbraccia il carattere costiero dell'ambiente proponendo un'esclusiva combinazione di frutti di mare australiani e autentica cucina italiana.

Con due sale private (una con terrazza e accesso al lungomare) e una cucina studiata per servire anche le imbarcazioni del porto di Sydney, Sala nasce da un'idea del pluripremiato executive chef Danny Russo di Russolini Group.

“Volevamo che Sala fosse speciale: si trova fronte mare su un molo che è patrimonio storico di una città nota in tutto il mondo. Per questo,

abbiamo optato per una cucina italiana moderna, basata sull'utilizzo di pesce e frutti di mare e su un'accoglienza vecchio stile”, spiega Russo. “Portiamo in questo sito storico una ventata di modernità”.

“La nostra accoglienza è indiscutibile e senza compromessi, ci occupiamo del necessario e ci spingiamo oltre”, aggiunge. “Prima di tutto viene il cliente, come spieghiamo agli chef e al personale”.

Insieme verso la perfezione

Sala ha due cucine: quella principale è al piano superiore e comprende un punto dedicato alla preparazione di ostriche e crudité di mare, mentre un team di nove persone gestisce la cucina al piano di sotto e altre cinque persone si dedicano all'area pasticceria. Insieme, le due cucine servono ►



Danny Russo,
executive chef,
Russolini Group



“Scelgo Baron perché ho un buon rapporto con l’azienda, ma anche per la sua qualità”

Danny Russo
executive chef, Russolini Group

una sala ristorante privata per 30 persone con 150 coperti al giorno.

L’open space della cucina principale è esteticamente gradevole: Russo tiene molto al contatto tra chef e clienti affinché le persone vedano come viene trattato e cucinato il cibo. Anche le attrezzature sono sempre sotto i riflettori e devono essere sempre al top.

L’estetica ha dunque avuto un peso significativo nella scelta, ma nulla conta più delle prestazioni: Russo si è affidato a Scots Ice Australia, partner di Ali Group specializzato nella distribuzione di attrezzature e brand di alta gamma, tecnologie all’avanguardia e design ergonomici sempre un passo avanti rispetto alle tendenze di mercato.

Scots Ice non si limita a fornire ottimi prodotti: garantisce una qualità a tutto tondo con un servizio di consulenza approfondita per avere la certezza che le soluzioni proposte siano sempre quelle giuste.

“Vogliono partecipare alla progettazione della cucina e propongono diverse alternative senza spingerci ad acquistare un particolare prodotto”, racconta Russo.

“In Australia rappresentiamo aziende italiane e tedesche, che distribuiamo attraverso la nostra rete”, spiega Craig Connor, esperto di cucine professionali per Scots Ice. “Portiamo avanti da tempo lo scambio professionale con Danny, che è portavoce di Baron Professional e Scots Ice. Ci ha chiesto quali fossero le novità nel settore: indubbiamente le attrezzature Baron che, oggi come allora, continuano ad essere il top sul mercato per design e sviluppo del prodotto, oltre a soddisfare le esigenze degli chef con ristoranti di tendenza”.

Un trampolino per il successo

Baron realizza attrezzature per cucine professionali dal 1995 ed è nota per la qualità, l’efficienza e la progettazione scrupolosa. Punta sia sull’estetica, sia sull’innovazione tecnologica.

“In Australia, Baron Professional è il brand europeo più venduto nel segmento della cottura orizzontale”, dichiara Connor. “Danny ha da subito riconosciuto in Baron un leader di livello, e in poco tempo il ristorante ha ottenuto un’ottima risposta”.

Sala usa le grandi friggitrici Baron, che consentono un controllo molto accurato della temperatura e si prestano alla preparazione di piatti delicati.

“Voglio che il cibo sia sempre di ottima qualità: friggitrici e cuocipasta mi aiutano a garantirlo”, afferma Russo, entrato in contatto con Baron tramite John Gelao, direttore generale di Scots ice.

Sala si trova sul molo dove usare il gas sarebbe complicato. Per questo, le friggitrici sono elettriche, così come i bollitori sia grandi che piccoli. Russo sa che ogni strumento si rivelerà durevole, affidabile e flessibile. Con Baron, anche i piani cottura sono studiati per ridurre i tempi di riscaldamento e grigliatura.

“Tutto è riconducibile alle attrezzature e al nostro rapporto con Baron”, conferma Russo. “Scelgo Baron perché ho un buon rapporto con l’azienda, ma anche per la sua qualità. Anni fa ho provato la griglia cromata Baron: la qualità mi ha lasciato senza parole. La cromatura era più spessa, controllavo meglio la temperatura, la consistenza era eccellente. Ora quella griglia cromata è sempre la seconda cosa che metto in una cucina, dopo i cuocipasta.

“Le griglie non ci hanno mai deluso, anche con 150 coperti, giorno dopo giorno sono sempre come nuove”, aggiunge. “Il segreto sono i dettagli, l’importante è la durata nel tempo. Sono griglie robuste; basta prenderle in mano per capirlo.

“Inoltre, i nostri partner pensano sempre a come aiutarci ad essere all’avanguardia senza compromettere la qualità. Hanno a cuore il nostro futuro”.

Il successo di Sala si basa sull’approccio innovativo di Russo al menu e sulla capacità dei suoi collaboratori di proporre le attrezzature ideali. Questa sinergia fa sì che gli elementi modulari del ristorante si adattino gli uni agli altri come ingranaggi di precisione in un meccanismo ben oliato.

“La qualità dei prodotti è ciò che distingue Baron e Scots Ice; la collaborazione si costruisce a partire da qui”, spiega Russo. “Un rapporto professionale che procede da tempo grazie a prodotti fantastici e al valore aggiunto che le due aziende sanno garantire”. ■

BRAND FOCUS



1995

Baron inizia a progettare e produrre cucine professionali

70+

Paesi nel mondo in cui Baron esporta

1.400+

I diversi prodotti del catalogo Baron realizzati nello stabilimento di Belluno

baronprofessional.com

Crescere insieme

Per realizzare la sua nuova cucina, la prestigiosa Gambero Rosso Academy ha scelto le tecnologie e l'esperienza nell'ambito della formazione di Hiber. Il risultato sta già ispirando la crescita delle future generazioni di ristoratori



Nell'universo gourmet la Gambero Rosso Academy è un punto di riferimento, grazie ad una proposta didattica multidisciplinare che comprende corsi per appassionati, professionisti e dirigenti del settore dell'ospitalità. Attiva da 20 anni nella formazione culinaria, la scuola offre solo il meglio: i migliori insegnanti e le tecnologie più innovative. Con Hiber si è instaurata una proficua collaborazione culturale e formativa. Il merito è di Christian Sebastiani, brand manager dell'azienda, che ha saputo identificare le esigenze della scuola proponendo l'approccio migliore e le soluzioni più adatte.

"Hiber è partner ufficiale di Gambero Rosso Academy non solo per le sue tecnologie di refrigerazione (abbattitori e armadi refrigerati), ma anche per il suo coinvolgimento nella formazione su questo specifico argomento nell'ambito dei nostri moduli didattici", spiega Serena Maggiulli, general manager della Gambero Rosso Academy di Napoli. "Il team Hiber sa coinvolgere e comunicare al meglio per trasmettere ai nostri studenti temi complessi".

La partnership è efficace perché Hiber conosce bene le differenti esigenze formative dell'Academy. Oltre a proporre le soluzioni tecnologiche più avanzate, Hiber è leader di settore sul piano tecnico, dell'assistenza e delle competenze.

Un valore aggiunto

"Lavoriamo volentieri con Hiber perché arricchisce la nostra offerta formativa con moduli che coinvolgono anche i nostri docenti, oltre a fornirci le attrezzature più moderne per i corsi e le attività didattiche professionali", afferma Serena Maggiulli, che elogia anche le tecnologie, l'affidabilità e l'assistenza garantiti da Hiber, definendo l'azienda un partner perfetto per la scuola.

"Nel settore cresce l'interesse per nuovi prodotti, servizi e competenze in grado di anticipare sempre di più le esigenze del mercato. I clienti scelgono macchine che, oltre a consentire una gestione eccellente del cibo, siano performanti sul piano dell'efficienza e della sostenibilità", dichiara Sebastiani. "La Gambero Rosso Academy si è rivolta a noi perché negli ultimi anni abbiamo acquisito una solida reputazione nel settore. Da subito abbiamo visto la collaborazione con il



La Gambero Rosso Academy considera preziosi gli input del team di formazione di Hiber

top del settore gourmet e turistico internazionale come un'incredibile opportunità, ed è per questo che abbiamo voluto conoscere meglio la scuola".

Sebastiani ha individuato i problemi e le esigenze del cliente. L'Academy temeva che la distribuzione geografica delle sedi in Italia e all'estero rappresentasse una difficoltà, in quanto richiedeva la consegna delle attrezzature in tempi brevi. "La disponibilità a operare in diverse aree geografiche e la tempestività nelle consegne hanno giocato a favore di Hiber sin dal primo momento", spiega Sebastiani.

Cucina con un'anima

"Innovazione e sostenibilità sono elementi chiave della visione che ha ispirato questa cucina. Coniugano i valori fondamentali promossi dalle due aziende per garantire la miglior esperienza possibile all'utente finale, che sia un tirocinante o un professionista del settore". "L'evoluzione costante verso innovazioni e tecnologie sempre migliori permette a questa partnership di restare all'avanguardia: è una best practice che continueremo a portare avanti".

Le attrezzature Hiber aumenteranno la qualità dell'offerta culinaria dell'Academy. "L'abbattitore multifunzione The One Pro, ad esempio, prevede diversi cicli progettati e collaudati per preservare le caratteristiche organolettiche di ogni categoria di alimenti", spiega Sebastiani.

Uno sguardo al futuro

Complessivamente, il progetto ha richiesto un anno. Entrambe le parti ritengono che il successo della collaborazione nasca dal confronto e dalla comunicazione efficace. La Gambero Rosso Academy ha confermato di essere più che soddisfatta.

Dopo l'ottima riuscita del progetto con l'Academy, Hiber guarda al futuro e intende creare ulteriori opportunità formative. "Aiutare i giovani a crescere professionalmente è un modo straordinario per creare valore all'interno della società e allo stesso tempo costruire il futuro della nostra attività", conclude Sebastiani. ■



“ L’abbattitore multifunzione The One Pro prevede diversi cicli progettati e collaudati per preservare le caratteristiche organolettiche di ogni categoria di alimenti ”

Christian Sebastiani
brand manager



The One Pro ottimizza la progettazione della cucina

BRAND FOCUS
hiber
COOL EXPERIENCE

24
Hiber lavora in 24 Paesi

200
Più di 200 distributori in tutto il mondo

Focus
L'azienda è focalizzata sui settori gelateria e pasticceria

hiber.it

03 Storie di successo



Una partnership vincente

Iceteam 1927 collabora da anni con il Gambero Rosso, da sempre eccellenza italiana nei settori della ristorazione e dell'ospitalità. **Serena Maggiulli e Giovanni Galli** ci raccontano come la sinergia tra le due realtà sta contribuendo a promuovere nuove tendenze di settore

Le collaborazioni più riuscite non sono quelle che puntano alla reciproca visibilità, ma quelle che nascono dall'incontro tra visioni comuni.

La partnership tra Gambero Rosso e Iceteam 1927 ne è un esempio.

Si tratta di due marchi che rappresentano l'eccellenza della ristorazione italiana, entrambi storicamente affermati, ma con uno sguardo sempre rivolto verso il futuro e le nuove tendenze di settore. È naturale che queste due realtà si siano unite per sostenere l'innovazione e promuovere l'eccellenza della cucina italiana.

Gambero Rosso, casa editrice che pubblica e trasmette contenuti multimediali sull'enogastronomia italiana, ha da poco presentato la settima guida annuale Gelaterie d'Italia. L'edizione 2023 è stata lanciata a gennaio al Sigep di Rimini ed è stata Iceteam 1927, sponsor della guida, a consegnare il Premio Innovazione per il gelato.

“La collaborazione con Iceteam 1927 dimostra quanto sia importante promuovere la qualità, anche indirettamente, grazie a specialisti delle attrezzature particolarmente attenti a rispettare materie prime e tradizione artigianale”, spiega Serena Maggiulli, responsabile commerciale del Gambero Rosso per la Campania. “Questa partnership evidenzia l'impegno di Gambero Rosso non solo nel riconoscere le eccellenze della tradizione culinaria italiana, ma anche nel sostenere l'innovazione e lo sviluppo del settore”.

La sostenibilità al primo posto

“Nello scegliere il vincitore del Premio Innovazione abbiamo posto l'accento sulla sostenibilità ambientale”, racconta Maggiulli. “Il premio è un riconoscimento per le tecniche innovative e sostenibili nel settore del gelato e ogni anno viene assegnato a chi dimostra prova di creatività e impegno per la sostenibilità eccezionali”, dichiara. “La partnership con Iceteam 1927 è un esempio significativo di come collaborazione e innovazione possano innescare un cambiamento positivo”.

“La sostenibilità ricopre un ruolo sempre più importante nelle nostre vite e per ricompensare i gelatieri che si impegnano in questa direzione si promuovono prassi sostenibili in tutto il settore”, aggiunge. Un esempio è l'uso di ingredienti,

e collaborazioni più riuscite non sono quelle che puntano alla reciproca visibilità, ma quelle che nascono dall'incontro tra visioni comuni.

La partnership tra Gambero Rosso e Iceteam 1927 ne è un esempio.

confezioni e attrezzature sostenibili per ridurre l'impatto ambientale.

Ormai, in ogni settore ci si rende conto che ciò che fa bene all'ambiente spesso ha un risvolto positivo anche per l'azienda stessa. Il lavoro di promozione delle scelte sostenibili portato avanti da Gambero Rosso riflette la convinzione che scelte di questo tipo siano “essenziali per la sopravvivenza a lungo termine dell'ambiente e di un settore ad alto impatto sulle risorse naturali, acqua compresa”.

“Le prassi sostenibili possono contribuire a ridurre i costi, aumentare l'efficienza e attrarre clienti, sempre più consapevoli delle conseguenze che le scelte alimentari hanno sull'ambiente”, afferma Maggiulli. “Iceteam 1927 è un ottimo partner: l'azienda negli ultimi anni si è concentrata moltissimo sullo sviluppo di macchine che richiedono sempre meno acqua ed energia”.

Fiducia, rispetto e valori condivisi

Per Giovanni Galli, business director di Iceteam 1927, quella con Gambero Rosso è “un'ottima collaborazione basata su fiducia e rispetto”.

Come suggerisce il termine “team” nel nome dell'azienda, Iceteam 1927 nasce dall'unione di quattro brand, tra cui il pioniere italiano del gelato Cattabriga, attivo dal 1927. “Cattabriga è un marchio rispettato in tutto il mondo, sinonimo di qualità, innovazione e affidabilità: siamo certi che Gambero Rosso, editrice autorevole nel settore ristorazione, sia fiera di dividerne i pregi”, afferma Galli. “Non si trova spesso un partner che condivide con tale entusiasmo i valori che si vogliono trasmettere”.

Lavorando insieme, le due aziende veicolano i valori condivisi attraverso vari progetti, come la sponsorizzazione delle guide Gambero Rosso a gelaterie, pasticcerie e ristoranti, oltre ad eventi organizzati a quattro mani.

Queste occasioni sono dedicate non solo ai professionisti, che hanno la possibilità di incontrare esperti di settore, imparare nuove tecniche e scoprire nuovi prodotti, ma anche agli aspiranti chef della Gambero Rosso Academy, che si occupa di formazione professionale in tutta Italia insieme a università e accademie nazionali e straniere.

“Gli eventi promossi da Gambero Rosso e Gambero Rosso Academy ci permettono di osservare il mercato da un altro punto di vista”, spiega Galli. “Essere scelti come partner tecnici e



“Poter utilizzare le nostre tecnologie nel contesto di una formazione d'eccellenza non può che renderci orgogliosi”

Giovanni Galli

poter utilizzare le nostre tecnologie nel contesto di una formazione d'eccellenza non può che renderci orgogliosi”.

Coinvolgere il mercato

Galli sottolinea inoltre che la visione di Iceteam 1927 è ispirata dagli chef. “Dobbiamo ascoltare il più possibile il nostro mercato e migliorare le attrezzature secondo i consigli dei clienti”, dichiara.

“L'obiettivo è avere la più vasta gamma di macchine per gelato ed essere in grado di soddisfare qualsiasi esigenza della clientela. Grazie a questa partnership, possiamo diventare i consulenti di clienti attuali e futuri. Insieme a Gambero Rosso partecipiamo ad eventi a cui prendono parte gli utenti più influenti del settore. In queste occasioni riusciamo a scoprire soluzioni e nuovi trend raccogliendo opinioni o richieste”. ■

BRAND FOCUS



1927

Quasi 100 anni fa, Otello Cattabriga brevettò un sistema meccanico per realizzare il gelato all'italiana: nasceva così il marchio Cattabriga

2010

Nel 2010, Ali Group ha acquisito Iceteam 1927 come singola azienda formata da quattro marchi storici: Cattabriga, Coldelite, Promag e Ott Freezer

2023

La settima Guida alle gelaterie d'Italia Gambero Rosso, oltre a elencare i migliori produttori di gelato del Bel Paese, insieme ad Iceteam 1927 ha conferito il Premio Innovazione per il gelato in occasione di Sigep 2023

iceteam1927.it

Gambero Rosso e Iceteam 1927 sono “impegnate a promuovere eccellenza, sostenibilità e innovazione in gelaterie, ristoranti e pasticcerie”, dichiara Serena Maggiulli

03 Storie di successo



Dolce perfezione

Creare prodotti gourmet a base di cioccolato e cacao è un'operazione delicata, che richiede attrezzature specifiche, spiega **Axelle Jeangirard**, global brand manager della Chocolate Academy di Barry Callebaut



Per farsi un'idea di quanto il gruppo Barry Callebaut sia influente nel mercato globale del cioccolato basta pensare che l'azienda svizzera acquista un quinto delle fave di cacao prodotte nel mondo. La società, nata nel 1996 dalla fusione di Callebaut® e Cacao Barry®, è oggi il maggior fornitore al mondo di prodotti di alta qualità a base di cioccolato e cacao, con oltre 13.000 dipendenti in 65 stabilimenti e 27 centri di formazione Chocolate Academy™ in tutto il mondo.

Oltre ai marchi da cui prende il nome, il gruppo comprende brand globali come Carma® (produttore svizzero di cioccolato da copertura) e Mona Lisa® (marchio specializzato nelle decorazioni in cioccolato).

Grazie all'ampia gamma di prodotti, i clienti di Barry Callebaut vanno dai produttori industriali agli artigiani della ristorazione: cioccolatieri, pastry chef, professionisti dei prodotti da forno e del catering, hotel e ristoranti.

Per produrre cioccolato di alta qualità, i dettagli sono fondamentali, spiega Axelle Jeangirard, global brand manager di Chocolate Academy per Barry Callebaut. "È un ingrediente estremamente delicato ed è importante contare su attrezzature affidabili e di alta qualità".



Su misura per il settore

In cerca di nuove attrezzature di refrigerazione per i centri Chocolate Academy, l'azienda si è rivolta a Polaris, specialista del settore da 30 anni.

Jeangirard racconta: "Da diversi anni Chocolate Academy collabora con Polaris nel Regno Unito e in Grecia e di recente abbiamo installato con grande soddisfazione le attrezzature dell'azienda anche nel nuovo laboratorio di ricerca e sviluppo in Inghilterra".

In diverse location nel mondo, da San Paolo a Tokyo, i centri applicativi accolgono i clienti per iniziative di co-creazione e formazione, collaborando con università e istituti di ricerca. È qui che il team R&S di Barry Callebaut studia e testa i nuovi prodotti prima del lancio.

"Per farlo, devono avere a disposizione i migliori banchi, abbattitori, fermalievitazione e armadi refrigerati, che possano garantire risultati ottimali in ogni fase di produzione", afferma Davide Renna, brand manager di Polaris. ▶



Innovazione continua

Soddisfare le esigenze di un mercato in costante evoluzione è l'obiettivo dell'innovazione continua di Polaris, spiega Renna. Da poco abbiamo due nuove serie di abbattitori, due armadi a carrello e persino una nuova gamma di armadi per pesce e frutti di mare, che inaugura una nuova e interessante linea di prodotti.

“I clienti di tutto il mondo chiedono prodotti nuovi e innovativi”, dichiara Renna. “Per questo abbiamo creato la nuova linea di abbattitori Eco Logic, che usa il gas refrigerante naturale R290”.

Un'altra nuova linea di abbattitori multifunzione con R290 è Genius Logical. “Si tratta di attrezzature all'avanguardia, grazie a software e hardware hi-tech, che permettono di combinare fasi di riscaldamento e raffreddamento, ottimizzando così i cicli di lavorazione”, prosegue Renna.



Come fornitore di attrezzature per Barry Callebaut, Polaris ottiene “feedback costanti”



“Oggi la flessibilità è imprescindibile”

Davide Renna

L'azienda sa bene che ogni segmento della ristorazione ha esigenze di conservazione e temperatura diverse, ed è per questo che ha progettato una linea di prodotti specifici per il settore dolciario, tra cui abbattitori, armadi e tavoli refrigerati, oltre a unità di stoccaggio.

“Questo approccio ci ha permesso di siglare un accordo globale con uno dei maggiori fornitori di cioccolato al mondo”, afferma Renna.

Grazie all'offerta completa e versatile di Polaris, Barry Callebaut ha trovato la soluzione ideale per il nuovo laboratorio dello stabilimento inglese di Banbury.

“Oggi la flessibilità è imprescindibile”, spiega Renna. “Per questo nel reparto R&S progettiamo molte novità, che possono essere adattate alle esigenze dei clienti e del mercato”.

“Il team di Polaris è sempre stato attento alle nostre esigenze e ha saputo consigliarci le soluzioni migliori”, concorda Jeangirard.

Una vantaggiosa sinergia

Secondo Renna, quest'ultimo progetto rappresenta una ‘win-win situation’ per tutti perché, in quanto fornitore di Barry Callebaut, Polaris può ottenere feedback costanti e beneficiare del collaudo sul campo da parte di uno dei maggiori fornitori al mondo.

La domanda sorge quindi spontanea: che riscontri ha ricevuto finora Polaris da Barry Callebaut?

“Le nostre squadre apprezzano le attrezzature per l'affidabilità e la lunga durata”, riferisce Jeangirard. “Abbiamo anche beneficiato di una formazione specifica, per essere certi di sfruttare al massimo tutte le funzioni e impostarle in modo da soddisfare le specifiche esigenze di lavorazione del cioccolato”.

Anche Jeangirard ritiene che il progetto vada a vantaggio sia di Barry Callebaut, sia di Polaris, grazie al rispetto delle reciproche competenze. “Come in ogni partnership, il dialogo è essenziale, insieme alla comprensione delle esigenze

dell'altro”, spiega. “Polaris ha saputo guidarci nella scelta delle attrezzature ideali per la Chocolate Academy e i laboratori. In cambio, noi consigliamo i prodotti Polaris ai clienti che visitano i centri Chocolate Academy e i laboratori”.

“I nostri chef sono influenti sul mercato e i nostri clienti sono felici di ricevere consigli che vanno oltre gli ingredienti”, continua.

Renna considera la collaborazione con Barry Callebaut particolarmente importante, perché in grado di dare grande visibilità a Polaris su scala globale. Polaris è parte di Ali Group dal 2004, e dal 2018 è un'azienda di punta del gruppo nel settore della refrigerazione: da allora ha avviato un processo di rinnovamento di brand e prodotti.

“Siamo orgogliosi di questa collaborazione: Barry Callebaut è noto in tutto il mondo come fornitore di prodotti di alta qualità, esattamente come Polaris lo è nel suo settore”, afferma Renna.

“Polaris può così beneficiare di una grande visibilità confermando il nuovo posizionamento del marchio, iniziato già cinque anni fa”. ■



BRAND FOCUS



30+

Da oltre 30 anni le tecnologie di refrigerazione di Polaris supportano quotidianamente i professionisti della ristorazione di tutto il mondo

1989

Anno di fondazione di Polaris a Sedico, comune in provincia di Belluno

2004

19 anni fa Polaris, con il suo ventaglio completo di attrezzature per diversi settori, è entrata a far parte di Ali Group

polarisprofessional.com

03 Storie di successo



Radicati nella tradizione,

proiettati verso il futuro



Lo Chef **Gennaro Esposito**, nel suo ristorante due stelle Michelin “Torre del Saracino” raggiunge la perfezione sotto tutti i punti di vista, specialmente per quanto riguarda il lavaggio stoviglie. Andrea Tolu ci racconta come la scelta sia naturalmente ricaduta sulla gamma Infinity di Comenda

Le stelle Michelin non si guadagnano solo grazie ai piatti, ma anche all’esperienza del cliente, puntando alla perfezione e alla massima cura nei dettagli. Un elemento molto importante è la presentazione. Ed è per questo che la “Torre del Saracino” (due stelle Michelin) ha pensato a Comenda per la sua nuova lavastoviglie.

Il locale si trova a Vico Equense, sulla costiera amalfitana, in una vera torre di guardia risalente a 1300 anni fa. Il titolare e gestore, lo chef Gennaro Esposito, lo ha aperto nel 1991 a 21 anni e ha ottenuto la prima stella Michelin nel 2001.

“Lo chef e il suo team avevano aspettative molto chiare sulla loro nuova lavastoviglie”, racconta Osvaldo Lain, direttore vendite distribuzione Italia di Comenda.

“Sanno bene che quando il livello dei piatti è così alto, occorre servirlo in stoviglie impeccabili”, spiega.

La soluzione è un modello a capote della nuova gamma Infinity, che garantisce l’affidabilità e sostenibilità dei prodotti Comenda insieme alle più alte performance tecnologiche. Tutti i modelli

Secondo lo chef Gennaro Esposito, titolare del ristorante “Torre del Saracino”, quando il livello dei piatti è molto alto, non può che essere servito in stoviglie impeccabili



Infinity si possono collegare al Cloud via Wi-Fi. Tramite l’app “Cloud Washing” di Comenda, è possibile scaricare i dati relativi al numero di cicli o ai tempi e alle temperature di lavaggio, gestire le anomalie in tempo reale, modificare le impostazioni, i parametri e persino accendere e avviare la macchina da remoto.

Queste funzioni offrono diversi vantaggi, spiega Antonio Di Giorgio, responsabile sviluppo prodotto Comenda: “I dati consentono di tenere sotto controllo i costi e la diagnostica può essere usata da rivenditori e tecnici tramite un portale online; si può stimare l’usura dei componenti in base al numero di cicli ed è possibile risolvere alcuni guasti da remoto.”

Una connessione profonda

Ciò che rende Infinity la risposta ideale alle esigenze della Torre del Saracino non sono solo le nuove funzioni. Esiste una connessione più profonda tra le due realtà. Il segno distintivo della cucina di Esposito è l’esplorazione. La Guida Michelin sottolinea come “crea piatti anticipando tendenze culinarie poi riprese e riproposte da altri ristoranti, cosa che solo pochi chef sanno fare”.

Le innovazioni di Esposito sono tuttavia ben radicate nella tradizione: “Nel mio mestiere dimenticare le proprie origini è un “peccato mortale”, un gesto di superbia che preclude anche la possibilità di scoperte future”.

“Quando ho aperto la Torre del Saracino, avevo un obiettivo: dar vita a una cucina rispettosa delle tradizioni locali, ma arricchita dalle competenze professionali che ho acquisito in tutto il mondo. ▶



“Prima, un prodotto tecnologico come Infinity sarebbe stato utile solo a ristoranti e hotel di lusso, ma col tempo è diventato essenziale per un insieme più ampio di operatori”

Osvaldo Lain
Comenda

Quando si gusta un mio piatto, si assaggia la mia storia, ma anche la mia personale ricerca del nuovo”.

Ed è proprio così che è nata Infinity: “le radici di Comenda affondano nell’affidabilità e nella robustezza. Dopo sessant’anni di attività, restano i punti di forza di ogni modello”, afferma Maddalena Ferrari, brand identity manager Comenda.

“Anche per noi, l’innovazione è frutto dell’esperienza sviluppata in tutto il mondo. Siamo presenti ed esportiamo in 110 Paesi, dove non serviamo solo i ristoranti, ma anche i settori manifatturiero, farmaceutico e chimico. Infinity unisce i valori della tradizione a un’esperienza internazionale decennale”.

Le richieste del mercato

Lo sviluppo di Infinity è stato guidato dal team con a capo Di Giorgio, che ha coinvolto attivamente il resto dell’azienda: “abbiamo ascoltato gli altri reparti, a partire dall’assistenza, e tutti ci hanno dato il proprio punto di vista sui miglioramenti necessari”, afferma Di Giorgio. “Abbiamo anche lavorato a stretto contatto con il reparto marketing per rendere i nuovi modelli user-friendly. Un

In alto: Osvaldo Lain;
al centro: Antonio di
Giorgio; in basso:
Maddalena Ferrari;
in alto a destra: lo chef
Gennaro Esposito con
il modello Infinity di
Comenda



COMENDA

prodotto più sofisticato rischiava di essere più complesso da usare, mentre noi volevamo essere certi che l’interfaccia fosse intuitiva e alla portata di ogni operatore: il nostro obiettivo è semplificare e agevolare ognuno dei nostri clienti”.

È stato il mercato a dar voce all’esigenza di una linea di sistemi hi-tech. “È stato come passare dai cellulari agli smartphone”, racconta Lain. “Prima, un prodotto tecnologico come Infinity sarebbe stato utile solo a ristoranti e hotel di lusso, ma col tempo è diventato essenziale per un insieme più ampio di operatori. Al giorno d’oggi anche molti locali e piccoli ristoranti servono cocktail e vini pregiati, e necessitano non solo di risultati impeccabili, garantiti da ogni modello Comenda, ma anche di poter avere tutto sotto controllo, in qualsiasi momento. La parola d’ordine? Flessibilità e controllo dei costi di esercizio”.

È un passaggio che dobbiamo in parte al cambio generazionale, prosegue Lain. “I ristoratori più giovani sono interessati alla tecnologia e la pandemia ha contribuito ad accelerare questa tendenza”.

Ma non è solo una questione di interesse, precisa Ferrari. “Crediamo che possa diventare la norma per i ristoranti, dal momento che sostenibilità, monitoraggio remoto, controllo dei costi e del funzionamento delle macchine avranno un ruolo sempre più importante. Le tecnologie per la gestione del back-of-house sono in costante evoluzione per aiutare gli operatori ad aumentare efficienza, vendite e profitti. Con Infinity, ci siamo adattati ed evoluti insieme al settore”. ■

BRAND FOCUS

COMENDA

60

Da 60 anni Comenda è conosciuta in tutto il mondo per prestazioni eccellenti, affidabilità e sicurezza nel settore del lavaggio stoviglie

100+

L’assistenza postvendita di Comenda è immediata grazie a una rete di distribuzione efficiente e affidabile estesa in oltre 100 Paesi in tutto il mondo

ISO 9001

Le macchine Comenda sono progettate e realizzate in Italia, in uno stabilimento certificato ISO 9001 (Sistema di gestione qualità) e ISO 14001 (Sistema di gestione ambientale)

comenda.eu

Formazione al top



Quando la famosa pastry chef **Claire Clark** ha deciso di aprire un'accademia, voleva dimostrare agli studenti cosa si può fare in pasticceria con le migliori attrezzature del mercato: ecco perché ha scelto i forni Convotharm per formare i pastry chef di domani



Insegnare alta pasticceria è un'arte complessa. Gli studenti devono imparare che l'umidità è necessaria per la pasta choux, per la lievitazione e la texture dei croissant. Devono anche sapere che la cottura deve essere secca per le meringhe e a umidità costante per il pan di spagna; che i dolci con crema pasticcera hanno bisogno di basse temperature, mentre una ventilazione uniforme è d'obbligo per avere macaron soffici al punto giusto.

Per un'accademia di pasticceria l'ideale è avere un solo strumento con cui realizzare tutto. In questo modo, quando gli studenti muoveranno i primi passi nelle cucine del mondo reale, non saranno solo preparati dal punto di vista tecnico, ma sapranno anche perfettamente cosa ottenere utilizzando le migliori apparecchiature presenti sul mercato.

È esattamente quello che voleva Claire Clark (insignita nel 2011 del titolo di Membro dell'Ordine dell'Impero britannico) quando, per sopperire alla carenza di pastry chef e dopo aver collaborato con alcuni dei più prestigiosi ristoranti, hotel e società di ristorazione inglesi, ha deciso di aprire la sua scuola.

“Ho imparato che i risultati migliori si ottengono con gli ingredienti migliori, il giusto ambiente e le migliori attrezzature”, spiega.

“In un settore ad alta specializzazione come la pasticceria è fondamentale avere i prodotti giusti”.

Clark si dedica con passione alla formazione per trasmettere le proprie competenze. Sa che può fare la differenza per il settore. Per questo, quando si è



resa conto che il college di Milton Keynes aveva una cucina da pasticceria vuota e in disuso da anni, le è sembrato naturale creare una struttura moderna e accogliente per riportare gli studenti in classe.

Oggi la Claire Clark Academy è un luogo in cui attrezzature all'avanguardia, marchi di qualità e tutor professionisti (Clark inclusa) lavorano insieme per ispirare la prossima generazione di pastry chef.

Il corso VTCT dell'Academy è basato sul percorso avanzato di pasticceria tenuto da City and Guilds, leader della formazione nel Regno Unito, di cui Clark è stata tra le più giovani esaminatrici. Il percorso copre tutto: dal pane ai biscotti, dalle torte alle crostate, passando per pasticcini, cioccolato, lavorazione dello zucchero e molto altro. Chi eccelle riceve inoltre il prestigioso Claire Clark Diploma.

Il meglio in tutto e per tutto

Per realizzare la cucina dei suoi sogni Clark voleva che gli studenti avessero la possibilità di riconoscere e apprezzare la qualità di tutto ciò che avrebbero utilizzato, dagli ingredienti ai forni. “Fa una differenza enorme per il prodotto finale. Sperimentare la qualità nel lavoro quotidiano incoraggia e sprona gli studenti a fare sempre meglio”, spiega. È per questo motivo che Clark ha scelto Convotharm. “I suoi prodotti sono garanzia di qualità straordinaria, facilità d'uso e pulizia. ►

Claire Clarke
nell'innovativa Claire
Clark Academy
a Milton Keynes,
nel Regno Unito



BRAND FOCUS

CONVOTHERM

1976

Convotherm è un brand Welbilt e progetta tecnologie all'avanguardia per forni combinati fin dal 1976, anno dalla sua fondazione

69

Convotherm offre una straordinaria gamma di forni combinati: con 69 modelli e ancora più varianti, ci sono soluzioni per tutte le esigenze

2020

Tre anni fa è nato ConvoSense, il primo forno combinato con cottura interamente automatica basata sull'intelligenza artificiale

convotherm.com

“La conoscenza è tutto e con i forni Convotherm gli studenti riescono davvero a capire le potenzialità di un prodotto eccellente”

Claire Clark

Sono dotati di comandi moderni su touch screen e sono affidabili e multifunzionali: attualmente stanno resistendo all'uso quotidiano da parte di 14 studenti”, sottolinea.

Il prodotto principale scelto da Clark (il modello maxx pro BAKE di Convotherm) riesce anche a soddisfare le peculiari esigenze della cucina didattica. La responsabile senior del corso, Andrea Ruff, premiata con il Craft Guild of Chefs Lecturer of the Year Award nel 2022, è particolarmente soddisfatta dello sportello a scomparsa. “È perfetto per l'Academy; i forni sono dietro il banco e lo spazio è limitato: è un'ottima collocazione per le dimostrazioni, ma un forno normale renderebbe difficile per gli studenti infornare e sfornare”, spiega Clark. Con lo sportello a scomparsa si inforna e si sforna in modo pratico ed efficiente, soprattutto seguendo il sistema ‘militare’ adottato da Ruff.

“È come un protocollo dell'esercito, calcolato al millimetro”, spiega Clark. “Qui entra in gioco il timer per le teglie, un'altra funzione molto apprezzata. Ogni teglia si cuoce allo stesso modo, indipendentemente da quando è stata infornata”.

Ruff non potrebbe rinunciare nemmeno alla ventola a velocità regolabile. “Minimi dettagli possono diventare problemi insormontabili nel mondo della pasticceria”, spiega Clark. “Poter regolare la velocità della ventola significa controllare con precisione la qualità della cottura”.

Clark e la responsabile senior del corso Andrea Ruff credono nella nuova generazione di pastry chef



Ispirare la nuova generazione di pastry chef

Per Clark, una delle cose più gratificanti è vedere gli studenti entusiasti di ciò che si può fare con le attrezzature giuste. “Sono come spugne che assorbono dati tecnici e processi”, racconta ridendo.

E anche se alcuni ex-studenti lavorano ora in ristoranti stellati e hotel a 5 stelle, non è questo il vero obiettivo dell'Academy. La cosa più importante, dichiara Clark, è che la maggior parte di loro lasci la scuola con competenze di cui essere fieri, indipendentemente dal settore in cui decideranno di lavorare. “La conoscenza è tutto e con i forni Convotherm gli studenti riescono davvero a capire le potenzialità di un prodotto eccellente”, spiega.

I laureati dell'Academy continuano a dimostrare che ha ragione, conquistando premi in ogni settore della pasticceria, dal cioccolato ai vol-au-vent, passando per le sculture di pane. Clark si augura che sia solo l'inizio. “Ho avuto la fortuna di formarmi nelle migliori strutture al mondo e ho imparato che il successo si ottiene col lavoro di squadra, unendo persone, strumenti e ambiente lavorativo”, conclude. “Spero che la Claire Clark Academy e Convotherm continuino a ispirare i pastry chef di domani dimostrando che con i giusti strumenti, la dedizione e il duro lavoro è possibile arrivare alla perfezione”. ■

04

Innovazione

Il ghiaccio come non lo avete mai visto



Scotsman Ice ha presentato la nuova generazione di macchine per il ghiaccio granulare, con la promessa di prestazioni migliori, maggiore efficienza e l'utilizzo di materiali di alta qualità



A sinistra: il nuovo modello MXF di Scotsman Ice. Sopra: Simone Buratti, social e digital manager di Scotsman Ice

Nel settore della ristorazione, il ghiaccio è davvero essenziale, e non solo per cocktail e soft drink, ma anche per mantenere freschi i prodotti deperibili, soprattutto il pesce. Un'azienda che conosce bene l'importanza di utilizzare il ghiaccio giusto è Scotsman, il maggior produttore al mondo di fabbricatori di ghiaccio professionali. Da quasi 60 anni l'azienda propone una gamma completa che comprende macchine per produrre ghiaccio gourmet (per locali e ristoranti esclusivi), cubetti di ghiaccio (per le bibite), ghiaccio in scaglie (per banchi frigo) e in pepite (nel 1981 Scotsman ha lanciato il ghiaccio masticabile "The Original Chewable Ice").

Ma l'oggetto dell'ultima innovazione firmata Scotsman sono le macchine per il ghiaccio cosiddetto granulare, tritato o 'flake', un formato utilizzato nei punti vendita al dettaglio e nelle strutture sanitarie, oltre che per granite e frappè. Secondo Scotsman, è "un ghiaccio morbido e versatile, che si scioglie lentamente".

La rosa di modelli è già completa, con macchine modulari e sottobanco, ma sarà arricchita da una nuova serie, annunciata come "il futuro" delle macchine per il ghiaccio: la MXF. Prima di essere lanciata sul mercato europeo, la linea è stata presentata a febbraio alla fiera tedesca EuroShop, mentre il lancio ufficiale è previsto a HostMilano.

La MXF è frutto di anni di ricerca e sviluppo: il distributore francese di Scotsman, Scodif, ne sente parlare dal 2019. "La cosa più importante per noi è la qualità del ghiaccio", spiega il general manager di Scodif Mathieu Bareille, aggiungendo che Scodif apprezza la collaborazione con Scotsman proprio per i prodotti all'avanguardia e l'assistenza professionale che fornisce.

Clienti soddisfatti

Il campione di clienti che ha provato in anteprima la MXF ha espresso solo feedback positivi, complimentandosi per l'affidabilità.

"Abbiamo lavorato con impegno insieme ad alcuni clienti fidati, basandoci sulle

"ABBIAMO LAVORATO CON IMPEGNO INSIEME AD ALCUNI CLIENTI FIDATI, BASANDOCI SULLE LORO ESIGENZE E SUL RESPONSO DEL MERCATO. UNO DEI RISULTATI PRINCIPALI È IL FEEDBACK POSITIVO DEGLI UTENTI SULLA QUALITÀ DEL GHIACCIO"

Simone Buratti

loro esigenze e sul responso del mercato", racconta Simone Buratti, social & digital manager di Scotsman Ice. "Sicuramente uno dei risultati principali è il feedback positivo degli utenti sulla qualità del ghiaccio, dichiarata migliore rispetto ai modelli modulari precedenti. Sono stati apprezzati anche il design e le caratteristiche tecniche".

Tra queste, citiamo l'uso di refrigeranti non HFC (idrofluorocarburi), già introdotti da Scotsman in altri modelli della gamma EcoX. Secondo Buratti, oltre a soddisfare i nuovi regolamenti di UE e Regno Unito sull'uso dei refrigeranti con GWP (potenziale di riscaldamento globale), la novità avrà un impatto positivo per i clienti.

"Tutte le nuove tecnologie aumentano l'efficienza riducendo consumi e impatto ambientale grazie al refrigerante naturale R290, con GWP molto basso", afferma.

Inoltre, il refrigeratore ha meno componenti, dunque semplifica l'accesso alla macchina e il riassettaggio dopo la manutenzione.

Secondo Buratti, è fondamentale consentire ai clienti di fare di più con l'attuale serie MF per il ghiaccio granulare ad alta produttività. "Il cuore della serie MXF è il modello MF modulare: la nuova versione spinge oltre i limiti questa tecnologia innovativa per dare vita a una nuova gamma completa".

PIÙ EFFICIENTE E SOSTENIBILE

Molti dei progressi effettuati da Scotsman Ice ruotano attorno a efficienza e sostenibilità, grazie a quella che si definisce 'innovazione mirata'. I modelli Prodigy riducono al minimo l'uso di acqua ed energia. La serie EC Supercube dispone della tecnologia Progressive Water Discharge, tra le più esclusive sul mercato: un impianto pressurizzato per le acque di scarico. La serie EcoX, invece, utilizza refrigeranti a base di R290 (propano), il cui GWP pari solo a 3 garantisce la conformità alle più recenti norme sui gas fluorurati. I prodotti Scotsman rispettano le direttive sulla restrizione dell'uso di sostanze pericolose (RoHS) e sui rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE). I clienti che adottano una politica di sostenibilità possono inoltre richiedere i dati sull'impronta di carbonio di ogni macchina Scotsman.



Realizzata per durare

Manutenzione semplice

Tecnologia 2.0

Sistema di fabbricazione del ghiaccio potenziato

Pensata per un mondo migliore

La MXF introduce diverse caratteristiche tecniche innovative progettate per aumentarne l'efficienza

La serie MF ha un range di produzione di 140-2.500 kg di ghiaccio al giorno. La struttura modulare consente di installare l'unità principale su diversi serbatoi, per ottenere volumi di produzione e conservazione differenti. All'occorrenza, nei grandi stabilimenti, la MF può erogare il ghiaccio in un locale di stoccaggio refrigerato, evitando le manipolazioni non necessarie.

Un'evoluzione costante

La MXF è rivoluzionaria, dichiara Buratti, perché porta sul mercato delle macchine per il ghiaccio "un nuovo cuore e un nuovo cervello". "Per la nuova serie abbiamo scelto un refrigeratore a evaporazione innovativo, un nuovo motoriduttore, un sistema di monitoraggio e controllo compatibile con IoT e app per dispositivi mobili, i migliori materiali sul mercato e un concept innovativo per il serbatoio idrico".

Come molte macchine per il ghiaccio Scotsman, la MXF può contare sul sistema di sanificazione XSafe lanciato nel 2020, che protegge il prodotto da virus, batteri, muffe e lieviti usando i raggi UV, senza sostanze chimiche

Per la serie MXF sono in cantiere altre innovazioni. "Stiamo sviluppando un upgrade del sistema di controllo con Wi-Fi Port per BMS (sistemi di gestione edifici) e assistenza remota", anticipa Buratti. "Completeremo il portfolio con versioni split per applicazioni a CO₂, pensate per mercati

“IL CUORE DELLA SERIE MXF È INFATTI IL MODELLO MF MODULARE: LA NUOVA VERSIONE SPINGE OLTRE I LIMITI QUESTA TECNOLOGIA INNOVATIVA PER DARE VITA A UNA NUOVA GAMMA COMPLETA”

Simone Buratti

alimentari, settore del pesce, ecc.". Le unità split sono dotate solo di evaporatore e si collegano a un'unità di condensazione remota o a un sistema di raffreddamento centralizzato, permettendo anche di mantenere confortevole la temperatura dell'ambiente di lavoro.

Per Scodif, questa costante evoluzione è uno dei motivi per cui Scotsman è un collaboratore prezioso. Inoltre, come Scotsman, anche Scodif è fiera del suo profilo specializzato: "Scodif è un'azienda che si occupa unicamente di ghiaccio e macchine per il ghiaccio", spiega Bareille. "Il nostro obiettivo è fornire un solo prodotto, ma farlo bene". ■



Scopri di più su Scotsman Ice



BRAND FOCUS

Scotsman

50%

Il sistema di igienizzazione XSafe di Scotsman dimezza i costi di pulizia e manutenzione

Quasi 60 anni

Da oltre mezzo secolo Scotsman è leader nella fabbricazione di macchine per il ghiaccio

scotsman-ice.it



04 Innovazione

Progetti su misura in tutto il mondo

DIHR, azienda ben nota in Europa per le sue lavastoviglie e lavaoggetti, sta espandendo la sua attività verso le aree più estreme del mondo, da un centro nucleare in Australia a uno logistico in Antartide: **Carlo Brunati** e **Rafaëlle Allot** ne parlano con Chris Evans



Sotto: il modello GS 50 DIHR, in uso nel centro logistico Ultima Antarctic Logistics in Antartide



A sinistra: il modello LX 751 scelto per il centro di lavorazione carni Esja Gæðafæði a Reykjavik, in Islanda

Sotto: il modello HT 12 ELECTRON PLUS HR H+ utilizzato da IKEA in Colombia



In alto: il modello TWIN STAR utilizzato dall'ANSTO a Sydney, in Australia

BRAND FOCUS

DIHR
we mean clean

1985

DIHR è nata nel 1985 e vanta quasi 40 anni di esperienza nel settore del lavaggio

14

DIHR vanta 14 brevetti europei e 11 certificazioni internazionali, tra cui l'ISO 9001

93 °C

La macchina Twin Star DIHR è dotata di un esclusivo ciclo di termodisinfezione con risciacquo a 93 °C, che garantisce una sanificazione completa

dihr.com

L'elenco dei clienti che hanno scelto DIHR per il lavaggio di bicchieri, stoviglie e altri oggetti è sicuramente impressionante. Per citarne alcuni: il

Roland Garros (lo stadio parigino che ospita il torneo Open francese), l'aeroporto Marco Polo di Venezia, lo zoo di Londra, i punti vendita IKEA in Spagna e Germania e il Corinthia Palace Hotel a Malta.

Lazienda, fondata nel 1985 a Castelfranco Veneto e parte di Ali Group, si spinge oltre i confini del mediterraneo per portare le sue macchine su misura anche in altre zone del mondo.

Le lavastoviglie DIHR hanno trovato posto anche all'ANSTO (Nuclear Science and Technology Organisation) in Australia, al centro di lavorazione carni Esja Gæðafæði di Reykjavik in Islanda, in un vasto progetto in Colombia in collaborazione con Alpha Simet (presente in Messico, Colombia e Perù) e nel centro logistico Ultima Antarctic Logistics in Antartide.

“Vendiamo oltre 20.000 unità all'anno, e non solo in capitali come Londra, Roma e Parigi, ma anche in luoghi remoti ed esotici in cui le esigenze dei clienti sono altrettanto importanti ma spesso molto particolari”, racconta Carlo Brunati, direttore commerciale di DIHR. Il raggio d'azione dell'azienda è arrivato a toccare Sud America e Antartide.

L'ANSTO, vicino a Sydney, è uno dei principali centri di ricerca australiani. Migliaia di scienziati ne utilizzano ogni anno la strumentazione all'avanguardia. Gestire il lavaggio in un centro di tecnologie nucleari è un compito impegnativo, che richiede attrezzature specializzate.

Qui entrano in gioco DIHR e il suo partner australiano Rhima con il modello Twin Star, realizzato su misura per il lavaggio e la decontaminazione degli oggetti usati durante la produzione di radiofarmaci, come tute, elmetti, occhiali, stivali e cestini per rifiuti nucleari.

“Grazie a uno speciale ciclo di termodisinfezione con risciacquo a 93 °C,

gli oggetti vengono interamente sanificati”, spiega Brunati.

Splende una nuova stella

La Twin Star è una macchina decisamente unica, che grazie al design a doppio vetro termoresistente somiglia più a un armadietto che a una lavastoviglie. Ha una struttura pass-through che non richiede ventilazione; può quindi essere caricata dal lato ristorante e scaricata dal lato cucina.

“Ha nove cicli tra cui scegliere, un'elevata capacità (fino a 300 piatti) e un'ampia gamma di cesti e supporti per lavare qualsiasi cosa, dai calici in cristallo alle stoviglie di ogni tipo”, spiega Rafaëlle Allot, marketing manager DIHR. “Inoltre, rispetta i principi di sostenibilità dell'azienda: utilizza quantità ridotte di acqua e detersivi, non richiede cappa né ventilazione e i consumi di elettricità sono minimi grazie all'avvio ritardato (per sfruttare le ore con bassa domanda di energia)”.

Intanto, nel continente meno popolato del pianeta, la lavastoviglie sottobanco DIHR

più venduta (la GS 50) mette la sua efficienza al servizio del centro logistico Ultima Antarctic Logistics, che smista voli, carichi merci, rifornimenti e carburanti tra i ghiacci dell'Antartide.

“Inizialmente la GS 50 è arrivata laggiù tramite un'azienda europea, 20 anni fa. Il centro logistico è ancora molto soddisfatto della macchina, ma un suo rappresentante italiano ci ha contattato direttamente per chiedere se fosse possibile fare un upgrade e sapere se esistesse un distributore locale. Lo abbiamo quindi messo in contatto con il nostro partner sudafricano, che fornirà loro la prossima macchina”, racconta Brunati.

Assistenza ed esperienza

Questi sono i valori di DIHR. L'azienda non si limita a realizzare prodotti per tutto il mondo, ma offre assistenza e collabora con esperti in loco per adattare le macchine a qualsiasi esigenza del cliente, ovunque si trovi. In Islanda, ad esempio, DIHR ha personalizzato una lavaceste a nastro per il centro di lavorazione carni Esja Gæðafæði a Reykjavik



e ha provveduto alla sua installazione tramite il proprio distributore locale. “La macchina ha uno speciale nastro inclinato progettato per far scolare le ceste in plastica in cui si trasporta la carne”, spiega Allot.

Come avviene per ogni macchina DIHR, il design garantisce i massimi standard igienici e prestazionali riducendo al minimo i consumi di energia, acqua e agenti chimici per tenere sotto controllo impatto ambientale e costi operativi.

In Colombia, sono presenti macchine DIHR in due negozi IKEA, a Bogotá e Cali. Tra i

modelli scelti c'è la lavastoviglie a cappotta di ultima generazione HT 12 ELECTRON PLUS HR H+, la più grande lavaoggetti dell'azienda (LP4 S8 HR PLUS) e la lavastoviglie a cesto trainato RX 296. Tutte le macchine sono dotate di unità HR per il recupero del calore: il sistema sfrutta il vapore prodotto dalla macchina per preriscaldare l'acqua di risciacquo, riducendo così il vapore nella stanza e migliorando l'ambiente di lavoro.

Anche l'assistenza post-vendita è essenziale. “Il lavoro di DIHR è incentrato sul cliente, quindi non ci occupiamo solo della produzione, ma seguiamo le attrezzature in tutto il loro ciclo di vita. I ricambi e gli accessori originali DIHR, insieme alle soluzioni IoT, consentono alle macchine di continuare a funzionare in modo ottimale nel tempo”, afferma Brunati.

È per questo che la rete e il campo d'azione di DIHR sono in costante espansione: dal Four Seasons Hotel del Cairo in Egitto alla Florida International University negli USA, dal Raffles Hotel a Singapore al King Fahad Hospital di Riyadh, in Arabia Saudita. ■

04 Innovazione

Intelligente, compatta e conveniente

La macchina GR 200 DOUBLE PLUS, piccola ma completa, fa girare la testa a tutti: **Marco Brugnolaro** di KROMO ne parla con **Chris Evans**



La linea di macchine lava oggetti a granuli di KROMO è nota da oltre 15 anni per l'efficienza energetica, gli alti livelli di igiene (anche in presenza di incrostazioni ostinate) e l'ottimo rapporto qualità-prezzo.

In occasione della fiera HostMilano 2023 (dal 13 al 17 ottobre) l'azienda è fiera di lanciare il nuovo modello GR 200 DOUBLE PLUS: la macchina due in uno, lavastoviglie e lava pentole potente e compatta, perfetta anche per le cucine più piccole.

"Abbiamo avuto l'idea di questa macchina qualche anno fa" racconta Marco Brugnolaro, area sales e product manager. "Mancava un modello entry-level, compatto e affidabile, in grado di gestire grossi carichi a prezzi concorrenziali. Questo è ciò che offre la 200 DOUBLE PLUS".

Brugnolaro ha raccolto esperienze personali e richieste dei clienti dal Sud America all'Asia Pacifica, individuando l'esigenza di una macchina

innovativa che lavasse piatti, bicchieri e posate ma anche pentole e padelle senza occupare troppo spazio. "Il risultato è un prodotto rivoluzionario: facile da usare, compatto ed ergonomicamente versatile, grande come una macchina a cappotta, con programmi per ogni tipo di stoviglie e utensili", aggiunge.

Robusta e performante

La 200 DOUBLE PLUS è eccezionale anche sul piano del design: realizzata in acciaio inox 304 e 316, è robusta, ideale per l'uso intensivo e per combattere anche lo sporco più ostinato.

Inoltre, può contare sulla rivoluzionaria tecnologia di recupero del calore HR di KROMO, già introdotta nei modelli GR 300 HR Plus e GR 800 HR Plus. Il vapore acqueo prodotto dalla macchina in funzione viene riutilizzato per preriscaldare l'acqua in ingresso nel boiler per il risciacquo. In questo modo, non solo l'energia necessaria per raggiungere

la temperatura di risciacquo è minore, ma anche quella dell'aria di scarico è più che dimezzata.

"Immaginate di caricare una batteria senza caricabatterie. Il sistema HR usa lo stesso principio. L'acqua fredda scorre in una serpentina in rame e il vapore che si accumula nella zona dello scambiatore di calore la preriscalda; in questo modo, si condensa fino al raggiungimento della temperatura ottimale. Il sistema è quindi più efficiente, fa risparmiare e rispetta l'ambiente", spiega Brugnolaro.

Sostenibilità, responsabilità ambientale ed efficienza energetica sono gli aspetti chiave che guidano lo sviluppo dei prodotti KROMO. Le macchine a granuli ne sono l'esempio migliore. "Riducono i consumi di acqua, agenti chimici ed energia. Questa tecnologia garantisce un flusso di lavoro preciso e limita gli sprechi di tempo, risorse e denaro. È un risultato epocale", dichiara Brugnolaro. ■



BRAND FOCUS

KROMO

1998

Dal 1998, KROMO sviluppa, produce, vende e fornisce assistenza per una gamma completa di lavastoviglie commerciali, con una crescente attenzione ai costi operativi del cliente, alla sostenibilità ed alla tecnologia

120

KROMO esporta lavastoviglie e lava oggetti professionali di alta qualità in oltre 120 Paesi in tutto il mondo

135

KROMO propone 135 modelli, dalle sottobanco alle lavastoviglie a cesto trainato ed a nastro su misura

kromo-ali.com

Lavastoviglie al MAXXimo

Welbilt presenta il suo nuovo brand di lavastoviglie: WMAXX. **Adrià Navarro**, direttore di Welbilt Iberia e Italia, parla con Chris Evans di design, efficienza e facilità d'uso

Già prima di essere acquisita da Ali Group nel 2022, Welbilt aveva un'alta reputazione nel settore della ristorazione. Da allora è cresciuta ulteriormente ampliando la sua offerta con WMAXX, il nuovo marchio di lavastoviglie che sta conquistando il mercato.

Le innovative macchine con doppia parete isolata Optimaxx 500 e Maxx Hood trovano posto in ogni cucina professionale: robuste, silenziose e sempre all'altezza delle aspettative.

“Unendo i due marchi volevamo creare una linea di lavastoviglie compatte e performanti, che garantissero alti livelli di igienizzazione e in grado di lavorare ininterrottamente, indipendentemente dalla pressione dell'acqua di rete”, racconta con entusiasmo Adrià Navarro, direttore di Welbilt Iberia e Italia.

“La doppia parete migliora l'isolamento e riduce il rumore in cucina. Le vasche delle macchine sono inoltre stampate: questo significa che non ci sono saldature o viti, a garanzia di superfici continue più semplici da pulire”.

Cicli programmabili

Le due lavastoviglie vantano una vasta gamma di funzioni.

Il modello Optimaxx 500 non è dotato solo di una porta a doppio isolamento, ma anche di vasca inclinata e stampata, bracci di lavaggio in acciaio inox con ugelli inostruibili, quattro cicli programmabili, pompa di lavaggio Soft Start, tetto antigocciolamento, boiler isolato, ciclo di autopulizia e addolcitore automatico integrato.

Anche il modello Maxx Hood condivide molte di queste funzioni, oltre ad avere un filtro vasca sdoppiato con pozzetto di raccolta rifiuti ed un filtro pompa, conformità HACCP con controllo a distanza e pannello di comando elettronico a LED.

“Ciò che conta sono semplicità ed efficienza”, afferma Navarro. “Basta scegliere il ciclo e avviare il silenzioso processo di pulizia e igienizzazione: con molte macchine sul mercato non è così facile. Le nostre lavastoviglie sono inoltre di facile manutenzione e i loro costi di gestione ridotti”.

Welbilt ha lanciato anche un modello lavaoggetti con il risciacquo a temperatura e pressione costanti: Utensils Maxx. La macchina è a doppia parete così come la porta, utilizzabile come piano di lavoro. Comprende anche un filtro vasca sdoppiato con pozzetto a raccolta rifiuti estraibile, una

pompa di scarico e dosatori peristaltici di detergente e brillantante.

Se per qualsiasi motivo la temperatura non è corretta, la funzione thermostop fa sì che la macchina prolunghi automaticamente il lavaggio, adattando il ciclo.

“L'ingresso di acqua è controllato dalla macchina, che la preleva dal fondo della vasca, dov'è più sporca. Così facendo, ogni sette lavaggi l'acqua viene completamente sostituita”, spiega Navarro. “Il consumo di detersivi e acqua è quindi inferiore”.

Questo, oltre ad aiutare la promozione e vendita della macchina, ne semplifica anche la manutenzione. Si tratta di prodotti di fascia media, ma con consumi bassi e prezzi tra i più convenienti. Per questo sono già stati scelti da grandi catene del settore alimentare, da un brand spagnolo e un produttore di vetreria d'alta gamma.

“È la prima collaborazione con Ali Group e il risultato è ottimo. Le macchine sono molto richieste e ogni giorno ci contattano nuovi ristoratori”, conclude Navarro. ■



Le lavastoviglie WMAXX riducono i consumi di acqua e detersivi

welbilt.com

04 Innovazione



Wavy: trampolino di lancio per WashCo

Nel mondo delle lavanderie professionali non esistono soluzioni adatte a tutti. I fornitori sono sempre più orientati verso sistemi che uniscono semplicità, efficienza e controllo da remoto. Jim Banks ha chiesto a **James Holmes**, direttore vendite di WashCo, come questi fattori abbiano portato alla stretta collaborazione con Grandimpianti ILE

Il Wi-Fi integrato di Wavy apre le porte della cosiddetta Industria 4.0 a clienti come WashCo

Nata cinque anni fa dall'unione di quattro diverse aziende, WashCo occupa una posizione di rilievo nel settore del lavaggio professionale. L'azienda è infatti specializzata nella consulenza, installazione e manutenzione di attrezzature per lavanderie professionali nel Regno Unito. "Essendo indipendenti, possiamo scegliere il prodotto giusto senza vincoli con il produttore", spiega James Holmes, direttore vendite di WashCo, il più grande distributore indipendente di attrezzature per lavanderie professionali del Regno Unito. "Possiamo valutare le macchine sul mercato e consigliare liberamente i clienti in base all'utilizzo, all'area geografica, al budget o ad altri fattori per loro importanti".

Proprio per questo, WashCo è sempre al passo con le tendenze del settore: la connettività ne è un ottimo esempio. "Oggi connettività e predisposizione per IoT sono caratteristiche diffuse, ma quando è nata WashCo non erano una priorità", racconta Holmes. "Sei anni fa, attraverso una serie di ricerche, ho scoperto un'azienda di attrezzature per lavanderie che aveva installato qualcosa di simile a un iPad sulle sue macchine: si trattava di Grandimpianti ILE. Sapevamo che la connettività era un elemento chiave; abbiamo quindi contattato l'azienda e da allora la nostra partnership ha continuato a rafforzarsi sempre di più".

Wavy: il sistema di controllo del futuro

Quello che ha colpito Holmes delle macchine Grandimpianti era il display del sistema di

ata cinque anni fa dall'unione di quattro diverse aziende, WashCo



“LA CONNETTIVITÀ È IMPRESCINDIBILE E MOTIVATA DALLA CRESCENTE ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ”

James Holmes

comando Wavy: non un semplice schermo verticale da 7", ma un sistema di comando avanzato con un'intuitiva interfaccia a icone per la gestione completa delle macchine.

La connettività Wi-Fi integrata consente di sfruttare le potenzialità dell'Industria 4.0 con programmi, cicli e impostazioni da remoto, ma anche di ricevere dati sullo stato e l'uso della macchina. Il dialogo costante tra Wavy e la piattaforma TheMind.cloud rende più efficienti i processi di lavaggio.

"Oggi la connettività è imprescindibile e motivata soprattutto dalla crescente attenzione alla sostenibilità. Si guarda più a questo aspetto che alla velocità di centrifuga", dichiara Holmes. "Wavy migliora anche il tasso di interventi di manutenzione riusciti al primo tentativo".

"Inizialmente ci ha colpito il design, poi la connettività, che ci permetteva di spiccare: con Grandimpianti avevamo

l'opportunità di distinguerci", aggiunge.

"Ora puntiamo a installare il 75% di attrezzature connesse e Grandimpianti ILE è leader di settore. La concorrenza spesso propone solo uno schermo per visualizzare i dati, ma con Grandimpianti è possibile inviarli, accendere la macchina e darle istruzioni, modificare le quantità di detergenti utilizzati e molto altro ancora".

Le asciugatrici GD Wavy sono progettate per durare più a lungo con un minor impatto ambientale, senza rinunciare a velocità, risparmio energetico e prestazioni di asciugatura impareggiabili. Non fa eccezione il modello GD1000, un'asciugatrice a tamburo da 1.000 litri recentemente proposta da WashCo a un collega: l'avanzato sistema Wavy integrato semplifica e rende più efficienti i flussi di lavoro della lavanderia, riducendo anche i costi di esercizio.

"Per l'efficienza energetica, è il top sul mercato", dichiara Holmes. ■

BRAND FOCUS

grandimpianti
intelligent laundry equipment

1972

Grandimpianti ILE opera da oltre 50 anni nel settore della lavanderia professionale

2020

Nel 2020 l'azienda ha ricevuto l'ambita certificazione ISO 45001 per i sistemi di gestione della salute e sicurezza sul lavoro

4.0

Con comando e gestione da remoto, la piattaforma TheMind.cloud di Grandimpianti ILE porta l'Industria 4.0 nel mondo della lavanderia

grandimpianti.com

04 Innovazione

Non solo vaniglia

Alberto Marzocchi di Friulinox spiega a Chris Evans come l'azienda ha potenziato connettività e controllo del prodotto negli straordinari abbattitori Vanilla

Vanilla è la nuova linea di abbattitori Friulinox destinata a gelaterie e pasticcerie che ben sintetizza i valori di italianità dell'azienda: qualità, stile, efficienza, connettività e sostenibilità.

La realizzazione di un prodotto in grado di coniugare questi principi e soddisfare le esigenze dei clienti ha richiesto tempo e impegno. Ecco perché, Friulinox ha contattato direttamente professionisti del mondo della pasticceria e gelateria per analizzare le loro necessità.

“Dalla nostra ricerca è emersa l'esigenza di una macchina esteticamente accattivante e affidabile, in grado di conservare i prodotti ed evitare sprechi”, dichiara Alberto Marzocchi, vicepresidente vendite & marketing di Friulinox.

Con questo obiettivo, i tecnici e i progettisti dell'azienda hanno creato dei prototipi e discusso con gli specialisti del settore riguardo il design e il funzionamento degli innovativi abbattitori Vanilla.

Il risultato finale è incredibile, a partire dal pannello di comando in vetro touch screen, che aiuta a semplificare la pulizia, fino ad arrivare ai diversi intervalli di

L'abbattitore Vanilla firmato Friulinox

temperature disponibili, che garantiscono la conservazione ottimale di ogni prodotto.

“C'è una versione programmabile da -2 °C a +18 °C, perfetta per dolci a bassa temperatura ma anche cioccolato e praline alle temperature più alte”, spiega Marzocchi. “Per il gelato, invece, esistono modelli Vanilla che lavorano tra i -25 °C e i -12 °C”.

Gestire l'umidità

Friulinox ha adattato una sonda igrometrica di ultima generazione per misurare l'umidità dell'aria negli abbattitori a intervalli regolari permettendo, così, al personale di conoscere e gestire anche questo parametro. “Impostando,

ad esempio, un livello del 45%, se l'umidità interna supera questa soglia si avvia la refrigerazione in modo da non farla aumentare ulteriormente”, racconta Marzocchi.

La ventola sul retro genera il flusso d'aria necessario a garantire la corretta circolazione dell'umidità in ogni ripiano e per ogni prodotto, migliorando ulteriormente la conservazione.

Ma la caratteristica forse più esclusiva e importante della linea Vanilla è l'assistente virtuale: l'app Sushi Smart Freshness Control, che avvisa gli utenti quando i prodotti iniziano a deteriorarsi.

Si può scaricare e collegare all'abbattitore e agli altri dispositivi in cucina. L'utente

deve semplicemente caricare a mano i prodotti, o scansionare i codici a barre (nel caso di prodotti confezionati) prima di collocarli nell'abbattitore.

“L'app ricorda tutte le date di scadenza e, quando un prodotto sta per scadere o è scaduto, invia direttamente sullo smartphone un'icona di alert: un cappello da cuoco verde, arancione o rosso”, spiega Marzocchi. “Questo elimina il rischio di servire prodotti non adatti al consumo e aiuta a evitare sprechi”.

Gli chef possono così tenere sotto controllo i prodotti nei diversi abbattitori, sia che si trovino nei loro laboratori, sia in affollati ristoranti quick service. “Normalmente devono segnarsi la scadenza o avvolgere il prodotto nella pellicola senza poter assegnare una data; così, è difficile gestire tutto. L'app permette di monitorare ciò che entra ed esce dai frigoriferi e le scorte, avvisando inoltre l'utente se lo sportello resta aperto troppo a lungo o in caso di malfunzionamento”.

L'app permette una registrazione e una gestione dei prodotti accurata e conforme ai requisiti HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point), oltre a monitorare tutti i parametri operativi notificando eventuali anomalie. “Tramite app e portale su cloud, i tecnici possono accedere alle macchine da remoto per modificare i parametri o aggiornare il software”, prosegue Marzocchi.

Le straordinarie funzioni e il design smart dei modelli Vanilla hanno colpito clienti e professionisti in occasione del lancio, avvenuto all'ultima edizione della fiera SIGEP a gennaio.

“I clienti finali sono stati entusiasti del design, dell'app Sushi e della circolazione d'aria interna, che permette



“ L'APP RICORDA TUTTE LE DATE DI SCADENZA DEI PRODOTTI RIPOSTI NELL'ABBATTITORE ”

In alto: Alberto Marzocchi, vice presidente vendite e marketing Friulinox

BRAND FOCUS

Friulinox

REFRIGERATION EXCELLENCE

Da -25 °C a -12 °C

La linea Vanilla comprende abbattitori che funzionano con temperature comprese tra 25 °C e -12 °C, perfette per il gelato

80%

L'80% del packaging dei modelli Vanilla è riciclabile e/o realizzato in materiali riciclati

5

La linea Vanilla ha ottenuto la classe climatica 5 per i livelli di refrigerazione garantiti

friulinox.com

una conservazione ottimale”, racconta Marzocchi. “Si tratta di professionisti che lavorano molto con il cioccolato, che deve restare sempre lucido; per questo, il giusto livello di umidità è essenziale per evitare che si disidratino o si bagnino. I distributori hanno accolto la nuova linea con entusiasmo: conoscono bene Friulinox e i nuovi modelli che, oltre a preservare la qualità del cibo, sono un passo avanti in fatto di efficienza e risparmio energetico. Le vendite all'evento sono state ottime”.

Verso un futuro green

Gli innovativi abbattitori Vanilla riflettono anche gli obiettivi green dell'azienda, non solo per la gestione degli sprechi, ma anche sul piano dell'efficienza energetica, grazie alla nuova pompa di calore ecologica con gas refrigerante R290 e all'efficiente flusso d'aria interno.

La linea ha quindi ottenuto la classe climatica 5 per i livelli di efficienza nella sua categoria. “Possiamo garantire prestazioni e consumi ideali fino a 43 °C con il 45% di umidità, un aspetto fondamentale nelle cucine, che tipicamente nei climi mediterranei sono ambienti caldi”, spiega Marzocchi.

Aggiunge anche che circa l'80% del packaging è riciclabile e/o realizzato in materiali riciclati. “Negli ultimi anni Friulinox e i suoi partner hanno dimostrato grande sensibilità verso il tema dell'ambiente, non solo limitando i consumi, ma mettendo al primo posto la sostenibilità anche per quanto riguarda la produzione e lo smaltimento dei prodotti”.

Friulinox intende mantenere questi standard elevati mentre continua a spingersi sempre oltre con nuove soluzioni brevettate per Vanilla e per le altre linee di refrigerazione, stoccaggio e abbattimento. ■

Il punto di vista del cliente

Giuseppe Fagiotto, titolare e pastry chef della pasticceria e cioccolateria Peratoner di Pordenone e del Caffè degli Specchi in Piazza Unità d'Italia a Trieste, parla della collaborazione vincente con Friulinox

Perché scegliere Vanilla?

Per noi è un grande vantaggio poter ottenere in poco tempo un'eccellente cristallizzazione delle nostre praline grazie al controllo accurato dell'umidità e ai 16 °C costanti. In questo modo, i nostri prodotti sono lucidissimi.

L'abbattitore non genera condensa, né all'interno né all'esterno (in un locale a 20 °C), quindi non vi è alcuna variazione nelle caratteristiche organolettiche e i prodotti non si seccano.

Cosa ne pensa il personale?

Il personale apprezza tutti i vantaggi appena elencati, senza dimenticare il design della macchina, che trasmette un senso di pulizia ed efficienza.

Perché Friulinox è un partner eccellente?

Per i prodotti di qualità, il personale attento e di esperienza, e l'alta qualità che traspare da ogni finitura.



04 Innovazione

Un “oracolo” infallibile

Il nuovo forno compatto Oracle firmato Lainox coniuga tecnologia all'avanguardia e facilità d'uso: Marco Ferroni, direttore generale dell'azienda, parla con Chris Evans delle incredibili funzionalità di questo prodotto, in grado di cuocere un piatto in pochi secondi



Marco Ferroni (in alto) spiega che il forno Oracle di Lainox (sopra) può raggiungere temperature fino a 300 °C

Combinare servizio veloce e piatti di qualità è l'obiettivo di tutti

i ristoratori, soprattutto nel settore emergente delle dark kitchen, dedicate al servizio a domicilio. Proprio per il supporto che garantiscono su entrambi i fronti, i forni superveloci Oracle di Lainox sono molto amati.

“A nessuno piace aspettare per ricevere quanto ordinato. Spesso non torniamo in un ristorante perché l'attesa è stata eccessiva o perché il cibo è arrivato freddo”, sostiene Marco Ferroni, direttore generale di Lainox. “Oracle è il primo forno ad alta velocità a raggiungere i 300 °C (30-40 gradi in più rispetto alla norma), riducendo i tempi di cottura e migliorando doratura e croccantezza dei piatti”.

Inoltre, Oracle è flessibile nel soddisfare le esigenze dei clienti: in fase di preparazione, si può usare la modalità Combi Wave per cuocere pane o croissant, oppure la modalità microonde a piena potenza. Quando si inizia a servire, invece, diventa un forno ad alta velocità in grado di preparare piatti in pochi secondi.

“Oracle è l'unico forno ad alta velocità nella sua categoria con doppia funzione: HSO e Combi Wave”, spiega Ferroni. “La funzione HSO consente di combinare microonde, convezione e impingement ad aria calda per mettere in tavola i piatti con la massima rapidità. Per rendere Oracle ancora più flessibile e utile, persino durante la mise en place, abbiamo aggiunto la funzione Combi Wave, che riduce molto i tempi

di cottura e permette di usare il forno come un microonde, un forno a convezione o come combinazione dei due”.

È la soluzione ideale per i ristoranti con un orario di apertura prolungato e un menu vario. “Ad esempio, un bar spagnolo che al mattino serve colazioni con brioche e croissant (usando la funzione Combi Wave), può portarsi avanti con il pranzo cuocendo pane, grigliando verdure o preparando spinaci al vapore (con la modalità HSO)”, spiega Ferroni.

Non occorre quindi avere un forno a convezione, uno a microonde e uno ad alta velocità, perché Oracle è una soluzione con tre forni in uno.

Un approccio innovativo

Lainox si impegna da sempre ad avere prodotti all'avanguardia, e Oracle non fa eccezione. L'azienda non ha replicato soluzioni già presenti sul mercato: ha sviluppato e sfruttato nuovi sistemi e tecnologie in collaborazione con l'Università di Modena.

Come esempio, Ferroni cita il sistema di diffusione delle microonde di Oracle che, anziché emetterle tramite un'antenna motorizzata, garantisce una perfetta uniformità grazie a due magnetron che non richiedono componenti mobili, rendendo il prodotto più affidabile.

Questo approccio innovativo riguarda anche la fase di pulizia. Inizialmente Lainox puntava a un sistema di lavaggio automatico, che però avrebbe richiesto il collegamento a una fonte idrica e a uno scarico. L'azienda ha quindi deciso di optare per una camera removibile



Oracle è l'unico forno ad alta velocità della sua categoria con doppia funzione HSO e Combi Wave



Oltre a ridurre i tempi di cottura, Oracle garantisce una doratura e una croccantezza ottime



Tra le funzioni degne di nota rientrano l'innovativa soluzione per la pulizia e l'archiviazione automatica dei dati HACCP



I clienti possono accedere direttamente dal dispositivo a centinaia di ricette sviluppate e testate da Lainox

È possibile creare le proprie ricette in un'area personale e condividerle con le attrezzature connesse



In un unico dispositivo Oracle unisce un forno a convezione, uno a microonde e uno ad alta velocità

e lavabile in lavastoviglie: la Oracle Washable Box. “Questa soluzione brevettata da Lainox è apprezzata da molti clienti”, afferma Ferroni.

Oracle beneficia anche dell'esperienza decennale di Lainox, spesso apripista nel campo del digitale e della connettività: il forno è dotato di Wi-Fi e dà accesso al Lainox Nabook Plus Cloud, un assistente virtuale gratuito che aiuta i clienti a organizzare e gestire la cucina.

L'assistente permette anche di accedere, direttamente dal dispositivo di cottura, a centinaia di ricette sviluppate e testate da Lainox, oltre che di creare le proprie ricette in un'area personale e condividerle con il dispositivo connesso. “Questa funzione è particolarmente apprezzata dalle catene di ristorazione”, sottolinea Ferroni.

Facile da collegare

Altre funzioni degne di nota sono la possibilità di elaborare “big data”, archiviare automaticamente i dati HACCP e autorizzare l'assistenza ad accedere al dispositivo da remoto per ridurre tempi e costi di intervento, oltre all'analisi dei dati di utilizzo e alla correzione degli errori compiuti dagli operatori. Senza dimenticare il monitoraggio dei consumi.

“Uno dei nostri principali clienti afferma di risparmiare oltre un milione di euro l'anno grazie a queste funzioni”, dichiara Ferroni.

Oracle può contare anche sulla tecnologia sviluppata per Naboo, il famosissimo forno combinato di Lainox. Ha la stessa interfaccia utente, anche se “per Oracle gli algoritmi di Naboo sono stati

ottimizzati in modo da rendere la qualità di cottura perfetta”, spiega Ferroni.

Il modello Oracle è plug & play, ovvero può essere installato ovunque in pochi secondi anche senza ricorrere a un tecnico specializzato, perché non richiede costosi impianti di aspirazione per ingresso e scarico acqua.

La facilità di collegamento e l'ingombro ridotto lo rendono ideale per alberghi e resort. Si può spostare in tutta semplicità dal bar sulla spiaggia al chiosco a bordo piscina, oppure utilizzare per creare un'area cottura in giardino.

“Basta inserire la spina e si può iniziare a cucinare e a guadagnare. È il nostro motto”, conclude Ferroni. ■

BRAND FOCUS

LAINOX

100+

Il brand Lainox ha acquisito un'ottima reputazione tra i ristoratori di oltre 100 Paesi in tutto il mondo

1981

Lainox ha lanciato il primo forno ventilato nel 1981 e nel 2021 ha celebrato i primi 40 anni di attività

300 °C

Oracle è il primo forno ad alta velocità sul mercato in grado di raggiungere una temperatura di 300 °C

lainox.it



Eloma DUE VECCHI AMICI RINNOVANO LA CUCINA DI UN COUNTRY CLUB

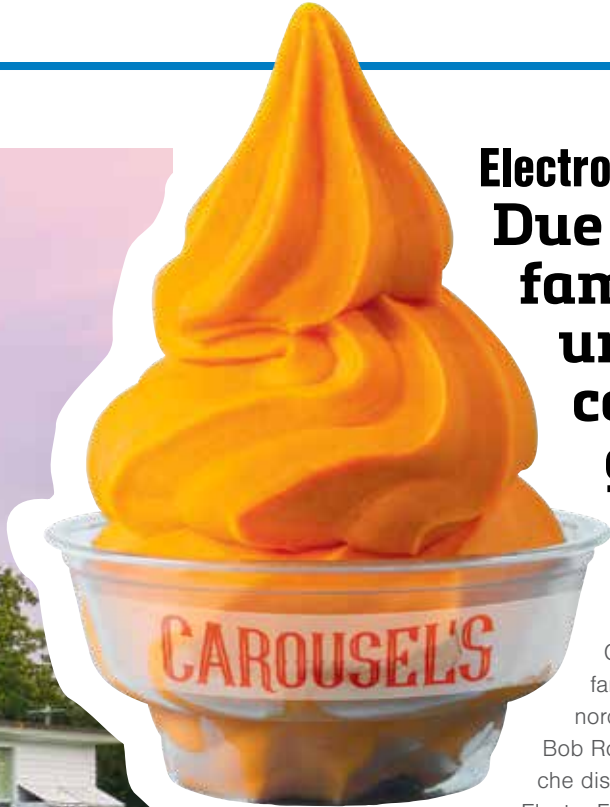
Per rinnovare le attrezzature nei locali del Bald Peak Colony Club, in New Hampshire, lo chef Mark Brown sapeva già a chi rivolgersi. A fine anni '90, Martin Huddleston, ex Vicepresidente Vendite di Eloma USA e ora General Manager di Convotherm US, ha collaborato con Brown nel settore delle cucine. I due hanno fatto squadra in diverse competizioni culinarie e hanno fondato un panificio artigianale nei primi anni 2000. Huddleston è poi passato dalla cucina alla vendita di attrezzature professionali per la ristorazione. “Lui mi chiede consiglio su categorie specifiche di attrezzature da cucina e io mi affido a lui per capire come gli chef usano i nostri prodotti e le loro necessità future”, spiega Huddleston. Al momento di scegliere le attrezzature per rinnovare il ristorante di Bald Peak, Brown è andato a colpo sicuro con il forno combinato GeniusMT 6-11 di Eloma. “Conoscevo i forni combinati e collaboravo già con Martin: sapevo cosa mi servisse per Bald Peak”, ha affermato. La versatilità del modello 6-11 ha permesso di gestire l'ampio menu del Club e di rispondere all'elevato volume di richieste. Il ristorante è aperto tutti i giorni da fine maggio a metà ottobre e accoglie fino a 220 persone offrendo tre pasti giornalieri. Una cucina è riservata



Lo chef Mark Brown sapeva esattamente di cosa avesse bisogno per la cucina di Bald Peak Colony Club



al catering di eventi organizzati nella sala principale del Club (150 posti) e nel Racquet Club (135 posti). “Il vantaggio è la flessibilità per catering e menu alla carta”, ha dichiarato Matthew Auck, vicepresidente vendite e marketing di Eloma USA. “I nostri prodotti possono fare di tutto: cuocere al vapore, al forno, bollire e grigliare”. Il forno combinato 6-11 Eloma ha inoltre comandi intuitivi, aspetto importante per Brown perché parte del personale viene dall'estero e può avere difficoltà con la lingua. “Per spiegare come usare il forno bastano cinque minuti o anche meno”, sottolinea.



Electro Freeze Due aziende familiari dietro un nuovo concept di granita soft

Polish Water Ice è un prodotto italiano ripensato per le macchine da gelato soft, nato da un'idea di Tom Curyto. Tra il 1996 e il 2018, Curyto ha ampliato l'azienda di famiglia istituendo 20 sedi nel nord-est degli USA con il supporto di Bob Romarino, titolare di Sentry Equipment, che distribuisce le macchine per gelato soft Electro Freeze.

I figli dei due fondatori hanno sviluppato e declinato il concept creando un franchise che vanta nove sedi attive e dieci in apertura. Corey Curyto ha dato vita al brand Carousel's, che da pittoreschi *food truck* con tettuccio a punta serve un'alternativa senza grassi al gelato soft in una selezionata gamma di gusti. Insieme a Rob Romarino ha studiato un furgone capace di ospitare tre macchine Electro Freeze per gestire il flusso di clienti con tempi di attesa minimi. “Ogni furgone ha tre unità Electro Freeze GES-5099 pressurizzate ad alta capacità”, spiega Curyto. “Abbiamo cinque erogatori per granita soft e uno per gelato soft alla vaniglia”. Dal lancio del franchising Carousel's nel 2021, i due hanno portato avanti il lavoro facendo crescere, parallelamente, il brand, perfezionando i furgoni ed esplorando nuove opportunità, come l'introduzione delle macchine all'interno di cinema, hotel e centri commerciali. Una cosa che non cambierà mai è il rapporto tra le due aziende. “La nostra crescita è un'opportunità per Sentry ed Electro Freeze”, afferma Curyto. “È un'ottima collaborazione e siamo felici che siano parte del nostro progetto”.





Montague MAGGIORE EFFICIENZA E PIÙ TEMPO PER IL VOLONTARIATO

Blackbarn, il ristorante americano *farm-to-table* di John Doherty, nel quartiere NoMad di Manhattan, stava guadagnando popolarità quando è iniziata la pandemia. Riaprire dopo il lockdown significava cambiare molte cose, ad esempio snellire il menu e rivedere i contratti per fare più margini. Era anche il momento di cambiare cucina.

“Terminata l'emergenza pandemica, abbiamo rinnovato l'affitto per dieci anni; le vecchie attrezzature non avrebbero retto così a lungo”, spiega il titolare e chef Doherty, già executive chef per 23 anni al leggendario Waldorf Astoria. “Spendevamo molto in riparazioni”.

Le attrezzature di Blackbarn sono state sostituite velocemente con una cucina Montague, rivoluzionando l'attività senza dover chiudere il ristorante.

La cucina ora ha più forni e bruciatori, una friggitrice e una griglia per la cottura alla brace: lo spazio di lavoro è più efficiente e il menu più versatile.

È stata inoltre aggiunta una parte chiave: la refrigerazione. Il team di Doherty era abituato

a scendere nella cucina di produzione per prendere il cibo. Con i nuovi processi semplificati, nessuno deve allontanarsi dalla sua postazione. Il lavoro è più semplice ed efficiente. Doherty stima che la cucina Montague consenta un risparmio annuo di 40.000 \$ di manodopera.

E il lavoro non accenna a diminuire. Il ristorante serve fino a 450 coperti, con cinque spazi per eventi costantemente prenotati per cene gourmet, degustazioni di whiskey e tour delle cantine.

Doherty ora può dedicare più tempo a Heavenly Harvest, l'organizzazione no profit che gestisce con la moglie Jennifer e la figlia Jenna Elliott. Dal 2015 Heavenly Harvest ha cucinato, confezionato in buste sterilizzate e distribuito alle mense di tutto il Paese ben 280.000 pasti. Ogni pasto è studiato personalmente da Doherty e viene consegnato gratuitamente a famiglie bisognose. “La fondazione è la mia vera vocazione”, racconta Doherty. “Il ristorante mi permette di sostenere la mia famiglia mentre realizziamo questo sogno”.



Per lo chef John Doherty (in alto) la nuova cucina di Blackbarn fa risparmiare su riparazioni e manodopera, permettendogli di dedicare tempo e risorse all'organizzazione no profit Heavenly Harvest



Ali Group Le attrezzature Ali Group riconfigurate per una struttura penitenziaria

Progettare la cucina di un carcere comporta non poche difficoltà, come si è visto durante lo sviluppo della Utah State Correctional Facility (USCF), aperta a metà 2022.

Innanzitutto, la capacità. La USCF, dotata di una cucina principale per le preparazioni e tre cucine secondarie, accoglie fino a 3.200 uomini e 600 donne a cui deve garantire tre pasti al giorno, senza contare i pasti per il personale.

Deve inoltre rispettare leggi federali e nazionali offrendo pasti adatti a diverse esigenze, senza dimenticare che la cucina

ha un ruolo anche nella riabilitazione. La struttura dello Utah, negli USA, ha programmi pensati per dare ai carcerati competenze pratiche e di gestione in cucina.

Prima di tutto, la cucina di un carcere dev'essere sicura e flessibile. Quando ha ricevuto l'incarico per il progetto della USCF, Hans Faassen della Faassen & Associates si è consultato con Rob Geile, CFSP, LEED AP e vicepresidente dei servizi di consulenza di Ali Group North America. I due hanno lavorato insieme ai produttori per adattare le attrezzature alle specifiche



esigenze della ristorazione penitenziaria.

“Ad esempio con Victory abbiamo iniziato parlando genericamente di frigoriferi/ congelatori, per poi chiederci come inserire queste macchine in un carcere”, ha affermato Geile. “Dopo uno scambio di idee, le maniglie di alcuni frigoriferi sono state riconfigurate per impedirne la rimozione e l'uso come armi. Inoltre, sono stati installati dei blocchi di sicurezza sulle macchine per il ghiaccio Scotsman.

Nella cucina della USCF sono presenti anche altri marchi Ali Group: i forni a microonde di Amana® ACP Inc., i lavelli con rubinetti a pressione Bi-Line di Champion e gli apriscatole Edlund.

Secondo Geile la flessibilità di Ali Group ha permesso al consulente del progetto un colloquio diretto non solo con i commerciali, ma anche con gli uffici tecnici. “Con molti produttori non è possibile, invece”, ha affermato.



Le cucine di Utah State Correctional Facility offrono tre pasti al giorno a un massimo di 3.800 carcerati, oltre a quelli per il personale





Welbilt

LA FORMAZIONE DEI RISTORATORI DEL FUTURO CON WELBILT

Gli studenti del settore alberghiero di una delle principali città turistiche degli Stati Uniti si stanno formando quasi esclusivamente utilizzando attrezzature Welbilt.

La cucina della scuola William F. Harrah School of Hospitality, presso la University of Nevada, Las Vegas (UNLV) è considerata una delle migliori degli Stati Uniti per il settore dell'ospitalità. Ha forni ad alta velocità Merrychef®, forni combinati Convotherm®, frigoriferi Delfield®, forni a convezione Garland® e friggitrice Frymaster®.

Il laboratorio della cucina a vista al quarto piano sulla famosa strip di Las Vegas lascia a bocca aperta. "Il preside si è impegnato affinché fosse la punta di diamante della struttura", spiega l'executive chef Mark Sandoval. Per Sandoval è facile insegnare con le attrezzature Welbilt. "Sono le stesse con cui ho imparato a cucinare", racconta. In fase di progettazione della cucina è stato un membro del direttivo a suggerirgli Welbilt. "Da allora, la collaborazione è stata fantastica".

Sandoval ama affidarsi alle tecnologie all'avanguardia della nuova cucina per mostrare agli studenti come ottenere ottimi risultati con metodi diversi. Ad esempio, può preparare una braciola doppia disossata marinata a secco in un mini-forno combinato Convotherm (uno per postazione), o preparare una costoletta "in un normale forno a convezione". In questo modo, dimostra che,



L'executive chef Mark Sandoval (a sinistra, in alto) insegna la sostenibilità agli studenti della William F. Harrah School of Hospitality (University of Nevada, Las Vegas)

anche senza i suoi anni di esperienza, si può ottenere un risultato eccezionale grazie alle moderne tecnologie.

Sandoval è particolarmente soddisfatto del Garland XHP Broiler™ con tecnologia Synergy, garanzia di sostenibilità.

"Uno dei principi che cerco di trasmettere è proprio la sostenibilità: ognuno ne è responsabile", spiega, aggiungendo che la tecnologia Synergy usa meno gas delle alternative tradizionali.

Laddove possibile, la UNLV usa anche materiali biodegradabili, ricicla carta, vetro e plastica e composta gli scarti alimentari per l'orto comune.

Patrick Simon, direttore vendite di Merrychef USA West, afferma che Welbilt è orgogliosa del suo ruolo nella formazione offerta dalla UNLV. "Crescere una nuova generazione di grandi ristoratori con le attrezzature più innovative è la missione dell'Hospitality Hall della UNLV", dichiara.



Merrychef Una cucina per taco che soddisfa personale e clientela

Taco John's, una delle maggiori catene di fast food messicano degli USA, sta adottando una nuova cucina progettata da Welbilt FitKitchen®.

Dopo 50 anni, nel 2018 la catena ha deciso di rinnovare la propria cucina per aumentarne la produttività e migliorare l'esperienza di clienti e personale.

Taco John's usava già friggitrice Frymaster® e Welbilt FitKitchen ha proposto alcune idee al franchising, che conta 390 punti vendita nel Paese. Gli esperti hanno visitato le sedi in Wyoming e Nebraska, per poi testare le nuove proposte preparando i piatti del menu nella sede centrale di Welbilt®, in Florida.

Le idee di Welbilt, basate su una rivisitazione degli utilizzi delle macchine, hanno aumentato velocità del servizio e qualità del cibo, riducendo i passaggi necessari per ogni preparazione.

La prima cucina con la nuova configurazione 'Kitchen Olé', che prende il nome dalle famose Potato Olés® di Taco John's, è stata



installata a luglio 2021 in una sede di Cheyenne, nel Wyoming. Oggi i punti vendita con la configurazione Kitchen Olé sono 25 e aumenteranno ancora.

Oltre alle friggitrice Frymaster, sono presenti altri prodotti del brand Welbilt: un tavolo da preparazione Delfield® semplifica la produzione e sostituisce i tavoli separati, gli armadi MercoMax™ e MercoEco™ con il banco di servizio Merco CrispyMax™ mantengono i prodotti alla temperatura ideale, i forni combinati Convotherm® cuociono e riscaldano (piatti proteici e non) mentre il personale prepara quesadilla e burrito con un forno ad alta velocità Merrychef®.

"Tutti i brand Welbilt hanno preso parte con orgoglio al progetto Kitchen Olé", dichiara Garamy Whitmore, General Manager di Merrychef USA. "Merrychef, il gruppo Welbilt e gli esperti di FitKitchen sono entusiasti di aver realizzato una soluzione davvero unica consolidando la collaborazione con Taco John's", conclude.



Icematic Ghiaccio aromatizzato: che gusto scegli?

Il produttore italiano di macchine per il ghiaccio Icematic ha brevettato un'innovazione unica: il ghiaccio aromatizzato, disponibile in diversi gusti e colori.

Con la app My Ice gli utenti potranno impostare non solo la quantità desiderata, ma anche l'aroma o il gusto del ghiaccio.

Le macchine produrranno anche ghiaccio normale.

"Questa innovazione dà alle nostre macchine un ulteriore valore aggiunto, consentendo ai clienti di aromatizzare il ghiaccio e realizzare creazioni uniche", spiega Massimo Povelato, brand manager di Icematic. "Potranno scatenare la propria creatività creando tantissimi cocktail personalizzati e offrendo alla clientela una gamma di soluzioni completamente nuove".

Oltre al settore cocktail, secondo Povelato il 'nuovo' ghiaccio sarà utilizzato anche per caffè, frappé e granite. "Un'altra applicazione promettente sono gli eventi a tema, dove si propongono drink creati ad hoc", prosegue.

Antony Bandiera, titolare dell'Osteria Maniscalco di Castelfranco Veneto, è cliente di Icematic, la cui tecnologia risponde a esigenze per cui in passato occorreva improvvisare.

"Spesso i cubetti di ghiaccio con fiori e frutta per abbellire i cocktail si decoravano a mano. Ora possiamo produrre in modo rapido e costante anche ghiaccio decorativo".



Le nostre aziende



COTTURA

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

DEM
YOUR PIZZA HUB

OLIS

we innovate cooking

PROXY
PROFESSIONAL FOR YOU

ROSINOX[®]
GRANDES CUISINES

SILKO

SunFire^{*}

U.S. Range^{*}

XpressChef[®]



REFRIGERAZIONE

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[®]



LAVAGGIO E GESTIONE
DEI RIFIUTI

ADs
American Dish Service

bi.line
Conveyor Systems

Champion

GMA

COMENDA
TO CLEAN, WITH CARE.

DIHR

grandimpianti
intelligent laundry equipment

HONVED

KROMO

MOYER
DIEBEL

NORDIEN-SYSTEM

RENDISK

WASHTECH[®]

Wexiödisk^W

WMAXX^{*}
WAREWASHING



FABBRICATORI
DI GHIACCIO

BAR LINE
ICE MACHINES

CRYSTAL TIPS^{*}

ICEMATIC[®]
BE COLD WITH STYLE

Ice-O-Matic[®]
Ice, Pure and Simple

KOLD-DRAFT

Scotsman[®]

SIMAG



PANIFICAZIONE

ADAMATIC

Belshaw

BERTRAND
PUMA

BONGARD
Always by your side

CFI

ESMACH

MONO

PAVAILLER



MACCHINE PER
IL CAFFÈ

QUEEN[®]
ORIGINAL

CREM[®]

EGRO
BUILT FOR EXCELLENCE

EXPOBAR

PROMAC
Espresso coffee machines

RANCILIO[®]
coffeeing the World

RANCILIO
SPECIALTY

spengler



GELATERIA & BAR

BGI
CONTROLLED
CLIMATE
MACHINES

ICETEAM
1927

CARPIGIANI

ICETEAM
1927

ICETEAM
1927

Electro Freeze[®]

GBG

McCann's^{*}

Multiplex[®] *

ICETEAM
1927

ICETEAM
1927

Sencotel

SERVEND[®]
Ice & Beverage Systems *

V AIR



STOCCAGGIO,
PREPARAZIONE E
DISTRIBUZIONE DEI PASTI

Aladdin Temp-Rite[®]
better by degrees

AUREA
advanced food preparation equipment

burlodge
TOGETHER, WE WORK.

Eddlund

Krefft

merco^{*}

METRO

We put space to work.

Stierlen

temp-rite



CONTRACT,
DISTRIBUZIONE
E SERVICE

Ali GROUP
意立智设备(上海)有限公司
CHINA

COMENDA

CONTRACT

Fabristeel^{*}

GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING

metos
marine

metos
kitchen intelligence

MILLER'S VANGUARD

SERVICELINE
Cooking & Refrigeration Equipment Sales Est. 1989

WELBILT[®]
FIT KITCHEN[®] *

WELBILT[®]
KITCHENCARE[®] *

WELBILT[®]
KITCHENCONNECT[®] *

* A Welbilt Brand

Un partner globale

Ali Group sede centrale

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

Ali Group Germania

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

Ali Group Regno Unito

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

Ali Group Africa e Medio Oriente

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

Ali Group Giappone

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

Ali Group Russia

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

Ali Group Australia

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

Ali Group Hong Kong

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

Ali Group Singapore

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

Ali Group Canada

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

Ali Group India

3rd Floor, Plot no-117
Sector-44, Gurgaon-122003
Haryana, India
Telefono +91 124 4763700
india@aligroup.com

Ali Group Sud Africa

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

Ali Group Cina

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

Ali Group Messico

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

Ali Group Thailandia

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

Ali Group Francia

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

Ali Group Nuova Zelanda

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

Ali Group USA

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

Attraverso la sua linea di
cottura Premium Waldorf,
Moffat ha realizzato
la cucina del futuro
per Balgownie Estate



DIRETTORE EDITORIALE

Anna Lisa Scarano

CONSULENZA EDITORIALE E PROGETTO GRAFICO

Progressive Content
Londra, UK
progressivecontent.com

GIORNALISTI

Jim Banks, Elly Earls,
Chris Evans, Victoria Green,
Michael Jones, Tina Nielsen,
Jacquetta Picton, Andrea Tolu

FOTOGRAFIE

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

STAMPA

Stephens & George, UK

REDAZIONE

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



UN LEADER GLOBALE

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

Con 74 siti produttivi, più di 14.500 dipendenti in 29 paesi e 115 marchi, opera in tutti i segmenti del mercato offrendo il più ampio e diversificato portafoglio del settore.

aligroup.com