

AL WORLD

LA RIVISTA DEL GRUPPO ALI

ITALIA

NUMERO 13 | OTTOBRE 2025



ELEGANZA TOSCANA

LA TECNOLOGIA DI BARON AIUTA L'HOTEL CASTELFALFI A PORTARE AVANTI UNA TRADIZIONE SENZA TEMPO

I PRIMI DELLA CLASSE

SCOTSMAN E LA EUROPEAN BARTENDER SCHOOL INSIEME PER L'ECCELLENZA NEI COCKTAIL

UN GELATO DA SOGNO

Princess Cruises® sceglie Carpigiani per il gelato perfetto

di
GROUP

La prestigiosa compagnia
di crociere Princess Cruises®
ha avviato una collaborazione
con Carpigiani per migliorare
la qualità del gelato servito
a bordo delle sue navi



Ospitali per natura



Le tendenze e le tecnologie vanno e vengono, ma una costante accomuna tutti coloro che si occupano di ristorazione: il concetto di ospitalità. L'accoglienza calorosa e generosa verso ospiti, visitatori e, persino, sconosciuti sarà ciò che continuerà a far progredire il settore della ristorazione per molte generazioni a venire.

In tutto il mondo, i consumatori cercano occasioni per incontrarsi, bere un caffè o pranzare insieme e, in questo modo, conoscersi meglio, collaborare, creare ricordi e molto altro. Siamo, in fondo, esseri sociali: l'hospitality ci aiuta a nutrire tanto i nostri corpi quanto le comunità in cui viviamo e lavoriamo. Non siamo quindi realtà statiche: i modi e i luoghi in cui scegliamo di vivere queste esperienze evolvono continuamente. Questo dinamismo emerge chiaramente nelle tante storie di successo dei brand Ali Group presentate in questo numero di *Aliworld*, così come nelle attrezzature del Gruppo, pensate per rispondere alle esigenze di ogni segmento del settore a livello globale.

Basti pensare al caso di Princess Cruises[®], protagonista della nostra copertina. L'articolo racconta come l'ampia gamma di soluzioni Carpigiani risponda perfettamente alle esigenze del settore navale, dimostrando che collaborare con un'azienda del Gruppo Ali significa molto di più che acquistare un semplice prodotto: vuol dire accedere a una rete di competenze avanzate e specializzate.

Questo particolare progetto è stato guidato da Carpigiani in collaborazione con Welbilt Marine. Siamo tuttavia orgogliosi di offrire un'ampia gamma

di soluzioni per il settore navale grazie alla nostra rete di brand, tra cui Metos Marine, Welbilt GalleyCare, Alicontract e molte altre aziende – ciascuna con un know-how consolidato e competenze comprovate per rispondere alle esigenze in continua evoluzione del settore navale. Rimaniamo fedeli all'impegno a espandere il nostro portfolio, per essere sempre al passo con l'evoluzione delle richieste del mondo della ristorazione professionale.

Nel settore foodservice a livello mondiale, l'elettrificazione delle cucine commerciali continua a essere un tema caldo. A sostegno del nostro impegno in materia, nei primi mesi dell'anno Ali Group ha completato l'acquisizione di JIPA, produttore ceco di brasiere elettriche multifunzione.

Allo stesso tempo è fondamentale mantenere alta l'attenzione verso le tecnologie emergenti, come l'intelligenza artificiale e le varie forme di automazione, tra cui la robotica, che plasmeranno il nostro settore e le nostre soluzioni.

L'hospitality fa parte del DNA di Ali Group. Oltre a sostenere i vostri sforzi commerciali, siamo stati contentissimi di incontrare molti di voi al The NAFEM Show di Atlanta e non vediamo l'ora di vedervi, ancora più numerosi, a HostMilano. La tecnologia ci consente di rimanere connessi anche se lontani, ma nulla batte il piacere di una chiacchierata di persona.

Le storie contenute nel 13^o numero di *Aliworld* sono state selezionate per ispirarvi a raggiungere livelli sempre più alti. Non ci resta che augurarvi... Buona lettura!

Filippo Berti
Presidente e Amministratore Delegato, Ali Group

01

Crescita

06 Temi caldi, mente fredda

Claus Pedersen, Managing Director di Convotherm, racconta a Michael Jones come sta trasformando le sfide del settore in opportunità con un approccio olistico e globale

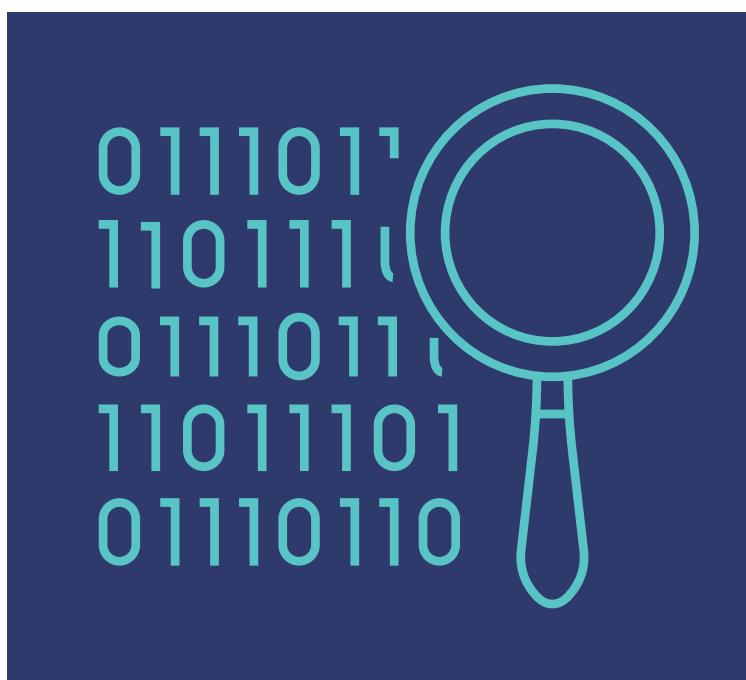


02

Tendenze

10 L'intelligenza artificiale in cucina

Come l'intelligenza artificiale (IA) rivoluziona la progettazione delle cucine, l'interazione con la clientela e l'efficienza



03

Storia di copertina

14 Sweet harmony

Carpigiani svela alla compagnia di crociera Princess Cruises® il segreto del vero gelato italiano

In copertina: Princess Cruises® si affida a Carpigiani per offrire uno squisito gelato all'italiana

04

Storie di successo

18 La Toscana in vesti inedite

Baron e la multifunzionalità nel resort di lusso Castelfalfi

22 La ricetta vincente

La soluzione personalizzata di Mono per Dusty Knuckle

24 Clienti cool

Williams Refrigeration risponde alle complesse esigenze del Mandarin Oriental di Mayfair

26 Un ambiente VIP in aeroporto

Mareno vola alle Maldive per realizzare un'esclusiva area ristorante nella VIP lounge dell'aeroporto

30 L'innovazione al volante

Per gli amanti del caffè Nissan installa una macchina Rancilio nel bagagliaio

34 Alla conquista delle Dolomiti

Ambach dà una marcia in più al Gardena Grödnerhof Gourmet Hotel & Spa

36 Pronti, partenza, in forno!

Mlinotest e KROMO: soluzioni personalizzate per il lavaggio delle stoviglie

38 Dove la cura incontra il gusto

Il Leighton Hospital amplifica efficienza e qualità del cibo con Burlodge

40 Un'icona con un volto nuovo

La partnership tra la più grande catena di caffetterie australiana e Moffat

42 Giocare in casa per una vittoria assicurata

Comenda semplifica le operazioni in Casa Sgarra

46 Comfort sotto zero

Stord Innkvartering e Metos affrontano le condizioni più estreme

48 La boulangerie, con un twist

Il gruppo a impatto zero Land&Monkeys approfitta dell'esperienza di Bongard

50 L'Ovest guarda a Est

Le competenze di Welbilt sostengono l'espansione di Chili's e PAUL in India

54 Oktoberfest: lavastoviglie a dura prova

Un brindisi al lavaggio perfetto con DIHR

56 Non solo bubble tea

Yumity punta sulla crescita al fianco di Lainox

58 Quando i dettagli fanno la differenza

L'hotel a cinque stelle Park Hyatt Marrakech collabora con Alicontract

62 Back to school

La European Bartender School e Scotsman sono ancora i primi della classe

66 Opportunità da sfornare

Merrychef e Welbilt, perfetti per le ambizioni di Boyce's Bakery

68 Mito greco nell'era moderna

Perché il Minos Palace Resort ha scelto come partner Olis e Xenex

72 Curare le dipendenze

Castel MAC sostiene i programmi di recupero di San Patrignano

74 Un pilastro della sanità

La Jeroen Bosch Clinic e temp-rite: il potere di una collaborazione ben riuscita

76 Qualità da laboratorio

EsmachLab trasforma le operazioni di Fabrico Pizzalab, in Polonia

78 Un caffè consapevole

But First, Coffee e Crem sostengono i coltivatori di caffè delle Filippine



05

Innovazione

82 La nuova frontiera delle lavanderie

Laundry Total e Grandimpianti I.L.E. raccontano la loro visione

84 Una rivoluzione nella cottura

Next Cooking Generation e Silko, il dietro le quinte dei piatti più creativi

86 Lavaggi senza pensieri

Wexiödisk e ICA stabiliscono nuovi standard di efficienza in Svezia

88 Zero gradi, zero problemi

Zermatt Hospitality Group AG punta su INDUCS

90 Il Tempio della Dolcezza

Hoonved assicura all'Atelier Biasetto una tecnologia sicura e risultati impeccabili

06

Ali Group

92 Nel mondo

Le news di Ali Group da tutto il mondo

96 I nostri brand

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

98 Contatti

Indirizzi e contatti

01

Crescita



TEMI CALDI, MENTE FREDDA

Sebbene l'azienda stia per tagliare il traguardo dei 50 anni di attività, **Claus Pedersen**, Managing Director di Convotherm, resta saldamente concentrato sul presente. Michael Jones va alla scoperta della sua capacità di trasformare le sfide del settore in opportunità

Dai dazi commerciali alla crisi della manodopera, il settore della ristorazione si trova ad affrontare una lunga serie di sfide. Ma per Convotherm®, brand del gruppo Welbilt® attivo nella progettazione di fornì combinati d'avanguardia sin dal 1976, anno della sua fondazione in Germania, l'odierno panorama post-COVID, con le sue complessità geopolitiche, non è altro che una nuova sfida da risolvere. Una sfida che, se affrontata con lucidità, può diventare sinonimo di opportunità e crescita.

Secondo Claus Pedersen, Managing Director di Convotherm, la capacità di riconoscere le opportunità nascoste nelle avversità dipende da dove un'azienda è basata e dalla sua mentalità. Convotherm opera lontano dal clamore e dalle distrazioni dei grandi centri cittadini. Dalla

A sinistra: Claus Pedersen, Managing Director di Convotherm, afferma che il 2026 offrirà ottime opportunità di crescita al brand

sua sede nel piccolo comune di Egling, nel sud della Bavaria, in Germania, prospera al di fuori di un movimentato contesto urbano. "Non ci troviamo nel cuore di una grande città", spiega. "Siamo una realtà di provincia, ma possiamo comunque contare su numerosi dipendenti di talento, tra cui ingegneri.

Tutto questo non significa che l'azienda è esente dai problemi che i maggiori produttori si trovano ad affrontare su scala globale. "I dazi statunitensi sono un tema decisamente caldo per noi, considerando le nostre esportazioni su vasta scala verso il Paese", chiarisce Pedersen. "Gli USA sono anche uno dei mercati in cui abbiamo riscontrato, e continuiamo ad aspettarci, una crescita notevole".

"I dazi non ci aiutano, ma il nostro team commerciale ripone fiducia nel futuro. Le sfide che ci coinvolgono direttamente riguardano i prezzi e l'incertezza su quanto accadrà il 9 luglio, al termine del periodo di sospensione di 90 giorni [stabilito dal governo USA]. È indubbiamente un problema da affrontare".

Anche al di qua dell'oceano, l'incertezza creata dalle recenti elezioni in Germania ha causato un rallentamento nelle decisioni d'acquisto per i progetti nel settore della ristorazione, come illustrato da Pedersen.

"C'è molta esitazione in attesa di vedere cosa succederà. In ogni caso, l'incertezza dilagante in molte regioni è una sfida per tutti".

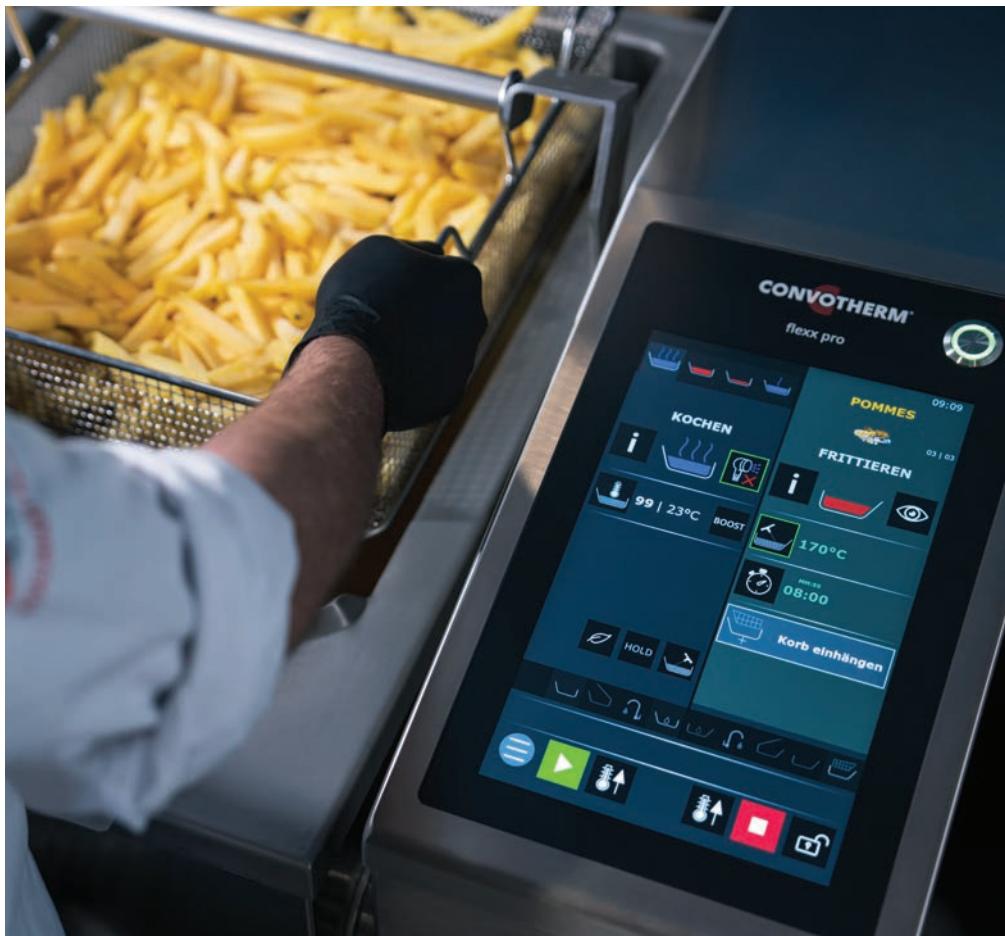
Nonostante il mercato sfavorevole, Convotherm ha di recente registrato "un anno fiscale solido" e Pedersen ritiene che anche il 2026 presenti delle opportunità di crescita. "La nostra posizione è ottima", conclude.

Solidità in tempo di crisi

Pedersen e il suo team hanno ormai imparato a gestire l'instabilità con naturalezza, soprattutto dallo scoppio della pandemia. "Abbiamo avuto un periodo di grandi dubbi. Era una situazione senza precedenti. Oggi, il problema dei dazi, le incertezze conseguenti alle elezioni e le altre incognite sono semplici questioni da risolvere. Sono un elemento intrinseco degli affari. Ogni crisi permette di imparare qualcosa", ribadisce.

Per Pedersen, l'essere parte di Ali Group è motivo di grande conforto nei momenti di instabilità, così come la solida cultura aziendale di fronte alle sfide, il supporto costante e la fiducia dimostrati dal team ►

01 Crescita



BRAND FOCUS

CONVOTHERM®

1976

Convothem progetta tecnologie per fornì combinati all'avanguardia sin dal 1976, anno di fondazione dell'azienda

69

Con 69 modelli diversi e innumerevoli varianti, la gamma Convothem offre un forno combinato per ogni esigenza

2020

Il lancio di ConvoSense, nel 2020, ha segnato il debutto del primo forno combinato al mondo, per una cottura interamente automatizzata e potenziata dall'AI

convotherm.com

“Il nostro approccio globale ci permette di operare in numerose regioni del mondo. Alcune sono in crescita, altre no, ma siamo in grado di abbracciare ogni situazione”

Claus Pedersen, Convotherm

dirigente: “Non cado mai nel panico. Tutti sappiamo cosa dobbiamo fare per affrontare una situazione, e siamo certi di potercela fare”.

Sempre secondo Pedersen, questa mentalità consente a Convotherm di essere sempre un passo avanti nella pianificazione della propria crescita. “Il nostro approccio globale ci permette di operare in numerose regioni del mondo. Alcune sono in crescita, altre no, ma siamo in grado di abbracciare ogni situazione”.

Pedersen è inoltre convinto che l'azienda potrebbe fare molto di più in termini di brand awareness e investimenti in nuove aree geografiche ancora inesplorate: “L'America Latina è tra le regioni in cui auspichiamo una crescita futura. Anche alcuni segmenti nell'area APAC presentano un potenziale”.

Un mercato in evoluzione

Pedersen crede che ciascun segmento di mercato debba essere analizzato in base al proprio valore. “Le modalità di spesa stanno cambiando”, racconta. “Nel mondo della ristorazione, notiamo un calo del giro d'affari dei ristoranti in centro città. Anche se questa fetta di mercato avrà sempre un ruolo chiave, oggi i clienti preferiscono scegliere pasti con un buon rapporto qualità/prezzo: il segmento della ristorazione veloce e quello del servizio retail”.

Quest'anno, Convotherm ha lanciato un prodotto inedito e innovativo, adatto a questi segmenti in crescita: la serie mini pro con il forno combinato più piccolo e smart al mondo, una rivoluzione tra le tecnologie compatte per il settore culinario. Con una larghezza pari a soli 49,80 cm per l'intera gamma, la serie è “la risposta” alla domanda di un volume di produzione più alto negli spazi più contenuti, commenta Pedersen. Primi forni combinati compatti con innovazione AI Optical Cooking, i mini pro riducono i consumi energetici e sono i primi forni della categoria a offrire una tecnologia di pulizia integrata Solid-to-Liquid.

“Lo chiamiamo 'King of Compact'”, commenta Pedersen. “Il mini pro è la soluzione

Convotherm vede nella compattezza il futuro del settore della ristorazione. La sua serie mini pro comprende il forno combinato più piccolo e smart al mondo

più sensata per molti segmenti del settore della ristorazione, come QSRs, minimarket, caffetterie, panetterie e attività a catena di ogni dimensione, poiché si adatta agli spazi ridotti, offre una grande flessibilità e non richiede particolari competenze da parte degli chef”.

L'utilizzo di ConvоСense, un sistema che rileva il cibo inserito nel forno e fa partire in automatico il programma di cottura adatto, elimina la necessità di intervento da parte dello staff. L'automazione riduce i tempi di formazione, migliora l'uniformità e minimizza gli errori. Può far risparmiare fino a 60 minuti di lavoro al giorno, riduce il consumo energetico del 28% e lo spreco alimentare del 17% e, in questo modo, contribuisce a margini di profitto più solidi e operazioni più sostenibili. Grazie all'integrazione con il sistema KitchenConnect® di Welbilt, gli operatori possono gestire i menù, monitorare le prestazioni e ottimizzare la produzione da remoto in più sedi.

Per Pedersen e il suo team, la compattezza è il futuro della ristorazione. “Abbiamo grandi aspettative per questo prodotto poiché crediamo che sia in linea con le tendenze. Ristoranti e locali sono sempre più piccoli. Ormai è tutta una questione di spazio, semplicità di utilizzo, risparmio energetico, maggiore efficienza e versatilità. La gamma mini pro punta proprio su questo. Crediamo che ci siano altre tipologie di locali in cui questo prodotto possa farsi strada”.

La reazione da parte degli utenti è stata, a suo dire, “fantastica”. “Sin dal lancio a Internorga, nel 2025, sono rimasto davvero soddisfatto. I visitatori avevano invaso i corridoi e, persino, gli stand di altre aziende per vedere i nostri prodotti. Anche i nostri concorrenti venivano ad ammirarli, commentando: 'Davvero ottimi'. Da allora la nostra brand awareness è cresciuta notevolmente”.

Sempre un passo avanti

Secondo Pedersen, la funzione AI della serie mini pro è un passo avanti cruciale verso il futuro. “Il sistema ConvоСense è stato sviluppato e lanciato nel 2020, ma questo è il momento giusto per l'ingresso dell'AI nel mondo della ristorazione. Viene accolta più positivamente. Per il futuro, vediamo un gran potenziale nell'incremento del numero di progetti in chiave AI”.

“La produzione di attrezzature include molti processi ripetitivi: elaborazione degli ordini, fatturazione, pianificazione della produzione, servizi post-vendita, assistenza, controllo qualità e prove di fine linea. L'intelligenza artificiale consente di liberare risorse, permettendo alle persone di concentrarsi su attività dove il contributo umano è indispensabile. Negli anni a venire, continueremo a investire in questo campo. Dobbiamo ripensare il modo in cui sfruttiamo l'intelligenza dei dipendenti nella quotidianità”.

Un incontro perfetto

A gennaio 2025, Ali Group ha ultimato l'acquisizione di JIPA, produttore Ceco di dispositivi elettrici multifunzione avanzati per cucine commerciali. Il prodotto di punta della linea JIPA, il sistema di cottura multiuso JIPA JUMP, riunisce svariate funzioni, tra cui cottura a pressione, alla griglia e sottovuoto, frittura e brasatura.

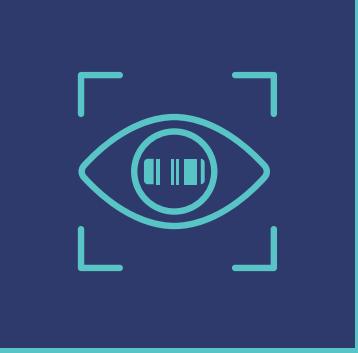
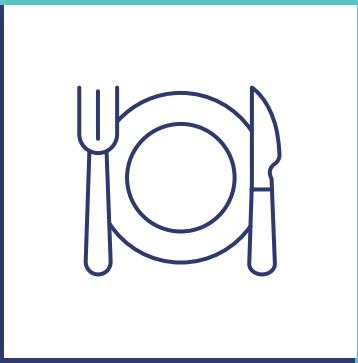
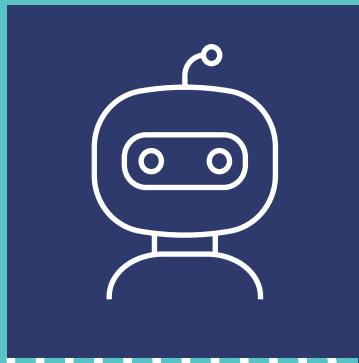
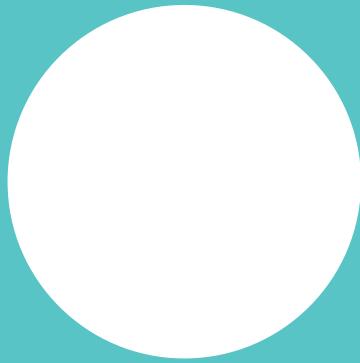
Pedersen sta supervisionando l'integrazione del brand nel portafoglio del Gruppo. “Abbiamo iniziato a collaborare con JIPA più di due anni fa. Eravamo alla ricerca di un partner per sistemi di cottura multiuso, dato che il mercato era pronto ad accoglierli, e il prodotto di JIPA si inseriva perfettamente nell'ecosistema Convotherm. La sua multifunzionalità lo rende perfetto per progetti di ristorazione come le mense di grandi dimensioni”, precisa.

“L'acquisizione di JIPA è stata una mossa eccellente, sia per Convotherm che per molte altre aziende del Gruppo, poiché aggiunge un ulteriore prodotto di qualità alla nostra offerta. Il feedback degli altri brand Ali Group è stato davvero positivo e questa novità sta aiutando Convotherm a posizionarsi in modo ancora più solido nel settore”.

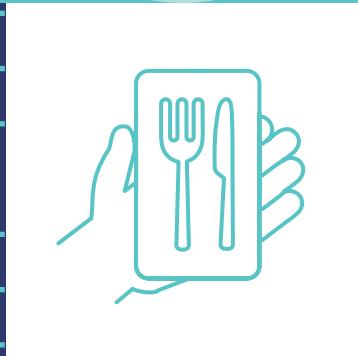
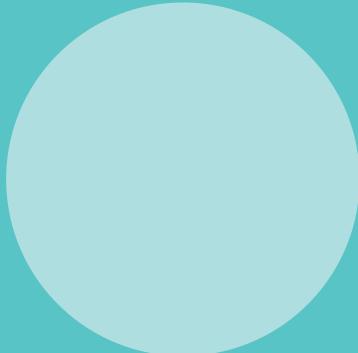
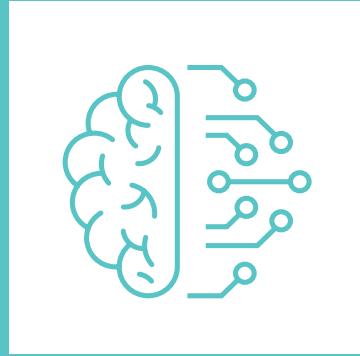
Ancora una volta, Pederson e i suoi colleghi non vedono l'ora di trasformare tutti i “temi caldi” del futuro in opportunità di crescita e successo. ■

02

Tendenze



IA in cucina: il futuro della ristorazione è già qui



A sinistra, dall'alto verso
il basso: John Egnor FCSI,
JME Design; Stefano
Raimondi, Rancilio Group;
Joseph Alfieri, Bon Appetit
Management Company

Sebbene l'IA sia ormai uno strumento quotidiano, anche se dall'impatto non sempre evidente, la ristorazione non l'ha ancora adottato del tutto.

Jim Banks indaga come saranno rivoluzionati la progettazione delle cucine, l'interazione con i clienti e l'efficienza

L'intelligenza artificiale (IA) è ovunque, anche quando non ce ne accorgiamo. Potenzia gli algoritmi che creano le nostre playlist su Spotify, suggerisce i video YouTube più adatti a noi e plasma le nostre interazioni sui social media. Genera una quantità sempre maggiore di contenuti (testi, musica e immagini) e contribuisce ai processi decisionali in numerosi ambiti, dal settore manifatturiero alla medicina.

La capacità dell'IA di accedere, analizzare e interpretare una quantità enorme di dati a una velocità ben superiore a quella del cervello umano è indubbiamente preziosa, ma solleva numerosi interrogativi su quanta responsabilità affidare a dei sistemi automatizzati e su come questi operino con e per gli esseri umani. Questo vale anche per il settore della ristorazione, dove l'adozione dell'IA sta tuttavia richiedendo più tempo.

In che modo l'IA può rendere le operazioni tra i fornelli più rapide ed efficienti? Cosa può fare per migliorare l'esperienza dei clienti? E il settore della ristorazione commerciale è in grado di comprendere come l'IA possa essere d'aiuto?

Joseph Alfieri, Regional Vice President di Bon Appetit Management Company, una

società di ristoranti on-site che offre la gestione sul campo di una gamma completa di servizi ad aziende, università, musei e location esclusive, ha una risposta chiara a quest'ultima domanda.

“No, il settore non ha assolutamente compreso ciò che l'IA può e non può fare”, dichiara. “Le grandi aziende stanno iniziando ad adattarsi a questa nuova realtà. Burger King®, McDonald's® e altre grandi catene utilizzano l'IA nei portali di assistenza clienti, altre stanno studiando una tecnologia di riconoscimento facciale supportata dall'IA in grado di prevedere gli ordini dei clienti in base alle transazioni passate”.

“Per ora, le realtà più piccole ne fanno un uso più marginale per via dell'andamento altalenante”, aggiunge Alfieri.

“Si adattano alle esigenze dei clienti, ma non considerano ancora l'IA come parte integrante delle operazioni. L'IA potrebbe rivelarsi utile nella gestione delle risorse umane e dell'inventario o nell'elaborazione degli ordini. Potrebbe consentire di creare un menù impostando diversi filtri (vegano, senza allergeni e così via), ma gli chef non amano utilizzare menù altrui: per questioni di ego, non si avvalgono dell'IA per determinati lavori”.



IL FAST CASUAL SPINGE SULL'IA

Per vedere l'impatto dell'IA sulla ristorazione commerciale è utile osservare il settore QSR, che è in prima linea rispetto all'adozione di questo sistema. Il white paper di prossima uscita Il Presente e il Futuro dell'Intelligenza Artificiale e della Robotica nel Settore della Ristorazione Veloce: Servizi e Produzione, identifica numerose tendenze chiave che incideranno sull'intero settore.

Al suo interno, John Egnor FCSI, Design Evolutionist di JME Design, puntualizza che il settore della ristorazione fast casual sta iniziando a trasformarsi. La combinazione tra IA e robotica sta dando nuova forma al servizio e alla produzione, migliorandone l'efficienza, riducendo i costi e perfezionando l'esperienza del cliente. Ad oggi, questo si può notare in compiti quali l'ordinazione, la preparazione e la consegna (come testato, tra i primi, da Sweetgreen® e Chipotle®), ma molti individuano un potenziale di ulteriore snellimento delle operazioni, personalizzazione delle interazioni con i clienti e gestione di diverse sfide lavorative.

In che modo, perciò, le catene prevedono che l'IA possa contribuire al raggiungimento dei loro obiettivi, e dove verrà applicata?

Una parte della risposta è già evidente nei sistemi di ordinazione potenziati dall'IA. Per esempio, White Castle (generalmente considerata la prima catena di hamburger fast food al mondo) ha adottato una tecnologia di IA vocale negli ordini nei drive-in per ridurre i tempi d'attesa e destinare lo staff ad altri incarichi.

Analogamente, l'IA viene usata per analizzare i dati dei punti vendita e le preferenze dei clienti e suggerire ordini maggiormente personalizzati. L'integrazione di OpenTable con i sistemi dei punti vendita, per esempio, fornisce informazioni in tempo reale sul comportamento dei clienti, consentendo allo staff di anticiparne le esigenze e adottare strategie di up-selling più efficaci. ▶



“Il prossimo passo interesserà le statistiche in merito a cosa e quando produrre”

John Egnor, FCSI

VANTAGGI NASCOSTI E SFIDE

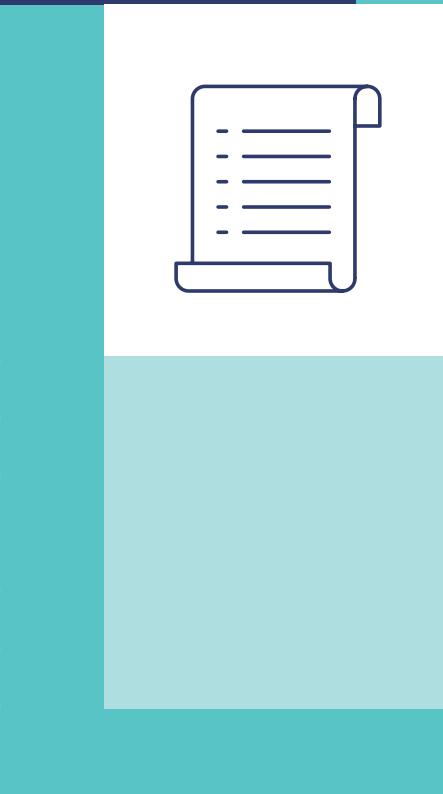
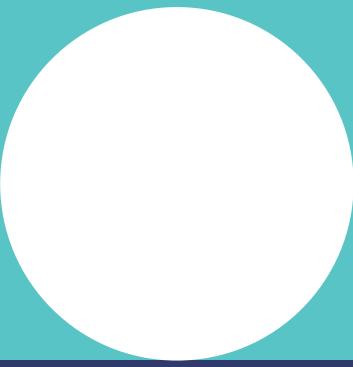
L'IA e la robotica stanno trovando sempre più applicazioni anche dietro ai fornelli, rendendo i flussi di lavoro in cucina più efficienti e uniformi. La preparazione dei cibi attraverso la robotica è già una realtà. Per esempio, il robot Flippy di Miso Robotics (usato in 15 sedi White Castle e diverse altre catene) gira automaticamente gli hamburger e pulisce la griglia.

L'IA viene usata anche nel controllo qualità e nella sicurezza, impiegando i dati forniti da sensori e sistemi con videocamera per garantire una temperatura di cottura costante e rilevare le anomalie. Le analisi predittive potenziate dall'IA consentono, inoltre, di ottimizzare l'inventario prevedendo la domanda in base alla cronologia di vendita, garantendo meno sprechi e procedure di ordine più efficienti.

Le realtà esterne al campo QSR potrebbero non essere interessate ai sistemi robotici di preparazione (come l'Infinite Kitchen di Sweetgreen, che automatizza l'impiattamento dell'insalata per risparmiare tempo), ma la capacità di personalizzazione e gestione dell'inventario propria dell'IA potrebbe certo rivelarsi utile.

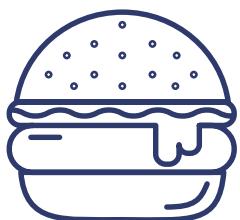
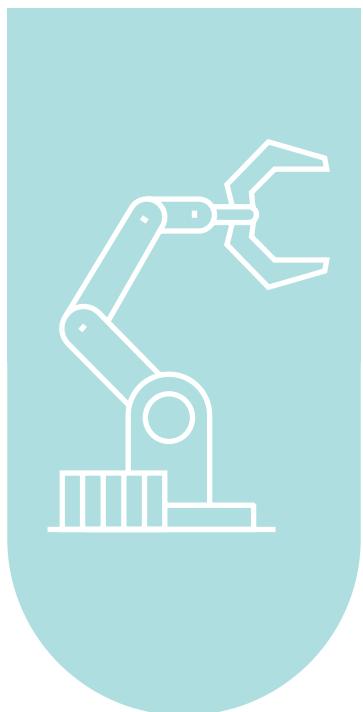
Egnor è fermamente convinto che, in un futuro non troppo lontano, l'IA troverà il proprio posto nella ristorazione: “Permetterà di controllare la produzione dei piatti presenti sul menù con suggerimenti e istruzioni, basandosi sulla storia di

0111011
1101110
0111011
11011101
01110110



un prodotto. Se solitamente, per pranzo, un McDonald's serve 300 hamburger, l'IA potrà impostare il processo di preparazione con sufficiente anticipo per far sì che siano pronti in tempo”.

Un'altra opportunità consisterà nel poter prendere decisioni basandosi su informazioni più sfaccettate. “Sarà possibile aggiungere altri dati, come le informazioni meteo o i notiziari locali, che incideranno sul numero di ordini”, prosegue. “Un tale livello di integrazione di conoscenze situazionali per il controllo dell'inventario e la programmazione della produzione può limitare gli sprechi. Il prossimo passo interesserà le statistiche in merito a cosa e quando produrre”.



UN FUTURO DI AUTOMAZIONE ATTRAVERSO L'IA

Per Egnor, la robotica non ha ancora raggiunto il livello richiesto dall'IA. Di conseguenza, il primo utilizzo rivoluzionario dell'IA coinciderà probabilmente con il suo ruolo di strumento di previsione, con numerose altre applicazioni a seguire.

Le applicazioni front-of-house, come l'ordinazione vocale, continueranno a evolversi di pari passo con il miglioramento delle capacità vocali avanzate dell'IA e, sfruttando i big data (social media, programmi fedeltà, preferenze alimentari, ecc), l'IA potrebbe inaugurare l'era dell'iper-personalizzazione.

In cucina sopraggiungerà un maggiore livello di automazione, che ridurrà l'intervento umano al minimo. Secondo Egnor, le cucine smart dotate di Digital Twin potrebbero avvalersi dell'IA per simulare e ottimizzare i flussi di lavoro al fine di progettare cucine migliori, prevedere i guasti, regolare i parametri di cottura in tempo reale e potenzialmente ridurre i consumi energetici di circa il 20%.

Stefano Raimondi, R&D Director di Rancilio Group, sostiene che l'IA avrà un impatto anche sul settore beverage; non a caso, Rancilio si sta impegnando per lo sviluppo di apparecchiature con funzionalità IA integrate.

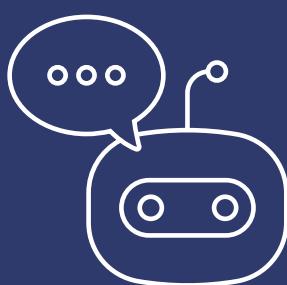


“L'IA può semplificare la ricerca di documenti tecnici per la risoluzione di errori, ottimizzare i parametri di una ricetta o riconoscere un barista per modificare le impostazioni della macchina che sta utilizzando secondo le sue esigenze particolari”, spiega.

“L'IA semplificherà la vita del team tecnico, che potrà godere di un supporto maggiore”

**Stefano Raimondi,
Rancilio Group**

“Lo stato dell'arte è un sistema in grado di riassumere le informazioni presenti in centinaia di documenti. In passato, il problema era l'assenza di dati. Oggi con l'IoT ne abbiamo fin troppi, per cui la questione è come analizzarli”, continua Raimondi.



L'IA COME CONDIVISIONE DI ESPERIENZE

“L'IA semplificherà la vita dei tecnici dell'assistenza, che potrà godere di un supporto maggiore senza dover necessariamente conoscere alla perfezione il mondo del caffè”, afferma poi Raimondi. “Potremo, per esempio, rivolgersi a tecnici generici anche per lavastoviglie e macchine per caffè, poiché le conoscenze utili potranno essere trasferite dalle persone ai sistemi IA”.

La previsione dell'andamento degli ordini attraverso i big data è essenziale tanto per le bevande quanto per la preparazione degli alimenti. Raimondi prevede che, in futuro, l'IA verrà utilizzata per proporre ricette alternative nei vari momenti della giornata. “Attraverso l'integrazione di dati e il riconoscimento facciale, l'IA potrebbe aiutare gli operatori ad avvicinarsi alle esigenze della clientela con preparazioni più personalizzate e su misura”, suggerisce.

A suo avviso, l'IA sarà usata anche per semplificare le impostazioni, assicurare una qualità costante nelle macchine automatiche con macinacaffè integrato e ottimizzare la configurazione delle ricette.

Inizialmente, l'adozione dell'IA potrebbe sollevare dubbi in termini di costi, scalabilità e necessità della presenza umana nell'esperienza culinaria. Con il passare del tempo, tuttavia, diventerà parte integrante del settore.

“Quando gli chef si rendono conto di cosa può fare, esclamano: ‘Wow, come ho fatto fino ad ora?’”, dichiara Alfieri. “Il mio team serve circa 15-20.000

persone al giorno in vari contesti e io utilizzo l'IA due o tre volte al giorno per valutare le procedure operative standard, i protocolli di sicurezza e i trend alimentari e creare previsioni finanziarie e budget. È uno strumento utile, se sai quali domande fare”.

“Quando gli chef si rendono conto di cosa [l'IA] può fare, esclamano: ‘Wow, come ho fatto fino ad ora?’”

Joseph Alfieri, Bon Appetit

Rimangono però molti interrogativi sui limiti dell'IA e su come sfruttarne al meglio le potenzialità. Pur non essendo ancora parte integrante dell'attrezzatura culinaria, sta sicuramente definendo il futuro della progettazione di cucine, del flusso di lavoro e delle previsioni. L'unica cosa che non si può fare con l'IA è ignorarla. ■



03

Storia di copertina



Sweet harmony

Quando un prestigioso brand di navi da crociera ha deciso di offrire un autentico gelato italiano, Carpigiani ha saputo dare il meglio di sé: il racconto di Tina Nielsen

Nel 2018, la compagnia statunitense Princess Cruises® ha affidato a Carpigiani un compito cruciale: perfezionare la qualità del gelato all'italiana servito a bordo. “Necessitavamo di un'attrezzatura in grado di produrre un gelato artigianale sempre cremoso e gustoso, da usare anche per diverse creazioni di pasticceria”, spiega Sami Kohen, VP Food and Beverage di Princess Cruises. “Eravamo alla ricerca di sistemi con un controllo preciso della temperatura, affidabili e intuitivi per permettere alla cucina di lavorare in modo efficiente anche nelle ore di punta e offrire agli ospiti dessert sempre di alta qualità”. ▶

INDUSTRY FOCUS

MARINE

Ali CONTRACT

Ali Group offre una gamma completa di marchi per soddisfare le esigenze specifiche dell'industria navale.

Metos Marine®, Welbilt Marine®, Welbilt GalleyCare® e Alicontact offrono un supporto specializzato, sfruttando le ampie competenze e capacità presenti nel portafoglio marchi di Ali Group.

metos marineWELBILT MARINE
WELBILT GALLEYCARE

Storia di copertina



A sinistra: Sami Kohen, Princess Cruises; Sopra: Matteo Andreola, Carpigiani

Formare nuovi professionisti in cucina sulle navi da crociera

Da aprile 2023, Carpigiani collabora con il Magsaysay Center for Hospitality and Culinary Arts di Manila, dove gran parte dello staff di Princess Cruises viene formato. "Uno dei punti chiave della collaborazione con Princess riguarda il training del personale. Carpigiani ha fornito tre macchine alla prestigiosa scuola, grazie alle quali i futuri dipendenti Princess ora possono scoprire anche il mondo del gelato e della pasticceria", racconta Matteo Andreola di Carpigiani.



A sinistra: le imbarcazioni Princess Cruises accolgono milioni di passeggeri ogni anno

Nota come "The Love Boat", Princess Cruises è un prestigioso brand di navi da crociera scelto da milioni di passeggeri ogni anno. Per creare l'esperienza perfetta, le operazioni di ristorazione devono essere di qualità superiore e svolgersi senza intoppi. "Il panorama culinario a bordo comprende diverse proposte di cucina internazionale, dal classico menù continentale alle specialità locali, passando per moderne opzioni fusion. Ogni nave vanta un'ampia gamma di ristoranti, dai più esclusivi ai più informali", precisa Kohen.

Matteo Andreola, business unit manager foodservice professionals di Carpigiani, identifica quattro passaggi chiave nella produzione del gelato: la pastorizzazione, la maturazione, la creazione del gusto e il congelamento. "Ogni passaggio richiede una tecnologia specifica, per cui abbiamo avuto l'opportunità di proporre al cliente tre delle nostre attrezzature: la macchina multifunzione Pastocheff 55 RTL per i primi due passaggi, il mixer Turbomix per il terzo passaggio e, infine, il mantecatore Labo 40 60 XPL/P", chiarisce.

Meno sprechi, più qualità

Il team ha spiegato che, oltre a produrre un gelato di migliore qualità, le nuove macchine avrebbero permesso di ridurre i consumi di acqua ed energia, lo spreco di ingredienti e il tempo di lavoro. La facilità di utilizzo avrebbe implicato anche meno stress in cucina.

Inoltre, la versatilità di attrezzature come il Pastocheff 55 RTL di Carpigiani, utile sia per le ricette di pasticceria che per la pastorizzazione del gelato, ha contribuito a massimizzare la resa dell'investimento.

Questo approccio a tutto tondo ha confermato il valore della scelta fatta dal brand. "La ricerca dell'eccellenza ci ha condotto a Carpigiani. Volevamo un partner in linea con il nostro impegno per l'innovazione in cucina, in particolare nel mondo dei dessert", racconta Kohen. "La scelta non poteva che ricadere su Carpigiani, data la sua reputazione nel settore nell'attrezzatura da gelato e pasticceria. Le loro macchine ad alte prestazioni garantiscono qualità e artigianalità anche nelle condizioni più critiche in cui ci si imbatte durante la navigazione".

A maggio 2019, il Pastry Chef di Princess Cruises, Eric Le Rouzic, ha frequentato la Carpigiani Gelato University. Il corso, studiato su misura e della durata di due giorni, gli ha permesso di formare il personale di bordo. Nel corso dello stesso anno, a giugno e a novembre, un istruttore della University è salito a bordo per condurre le prime sessioni di formazione. Carpigiani ha inoltre affiancato Princess Cruises nella scelta degli ingredienti, mettendola in contatto con un produttore del settore del gelato e della pasticceria.

Tutti e tre gli aspetti si sono rivelati cruciali per ottenere un prodotto impeccabile. "Non basta usare le materie prime e le attrezzature migliori, se il processo di produzione è sbagliato il gelato non sarà buono", conferma Andreola.

Il gelato è un dolce apprezzato dai passeggeri, perciò le macchine sono sottoposte a un uso frequente. "A seconda dell'itinerario e della stagione, arriviamo a servire migliaia di porzioni di gelato artigianale o soft al giorno", calcola Kohen. "Negli orari di punta, le macchine sono praticamente sempre attive e operano a ritmi davvero serrati. È quindi fondamentale che funzionino a dovere, poiché ogni interruzione ha un impatto diretto sull'esperienza degli ospiti. Una domanda simile amplifica la necessità di un'attrezzatura resistente e di precisione".

Il massimo indispensabile

Dal punto di vista di Kohen, Carpigiani è un partner eccezionale per la grande cura dedicata a ogni aspetto della produzione del gelato perfetto. "Si tratta di attrezzature note per la resistenza, il design innovativo e la capacità di produrre risultati sempre di massima qualità", spiega. "La sua profonda comprensione delle esigenze culinarie in mare e l'impegno verso un miglioramento costante sono perfettamente in linea con la nostra missione di elevare l'esperienza degli ospiti".

Descritta come un progetto all'insegna della fiducia, dell'innovazione e di una passione condivisa per la qualità, la collaborazione procede a gonfie vele. Carpigiani continua ad affiancare Princess Cruises con la fornitura di attrezzature e la formazione data dalla Carpigiani Gelato University.

Riflettendo sul successo della partnership, Andreola è certo che si tratti di un progetto con un grande margine di sviluppo. Princess fa parte della più grande Carnival Cruises Corporation, perciò le macchine Carpigiani potrebbero essere installate su molte altre navi da crociera, ed è in fase di avvio una nuova collaborazione con Welbilt Marine per la fornitura di gelato soft.

Kohen non ha nulla di cui lamentarsi sull'andamento del progetto fino ad ora. "Le attrezzature avanzate e l'assistenza professionale di Carpigiani ci hanno consentito di creare esperienze culinarie indimenticabili. Questo approccio a 360°, che include qualità, innovazione e soddisfazione del cliente, spiega perché Princess Cruises e Carpigiani formano un team così valido".

Princess Cruises è ad oggi la sola compagnia di crociere al mondo a essersi guadagnata la certificazione Gelaterie Italiane nel Mondo di Ospitalità Italiana, un marchio di qualità promosso dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio. ■

“Necessitavamo di un'attrezzatura in grado di produrre un gelato artigianale sempre cremoso e gustoso, da usare anche per diverse creazioni di pasticceria”

**Sami Kohen,
Princess Cruises**



La macchina
Labo XPL P
di Carpigiani

BRAND FOCUS



1946

Carpigiani nasce quasi 80 anni fa, nel 1946

500

L'azienda conta 500 centri di assistenza in tutto il mondo

35+

I campus Gelato University nel mondo sono più di 35
carpigiani.com

04

Storie di successo

Le tradizioni toscane in vesti inedite

Nel progettare un nuovo spazio eventi in grado di accogliere 400 persone, il resort di lusso Castelfalfi si è rivolto a Baron per coniugare funzionalità moderna e tecniche tradizionali. Chris Evans ci racconta come è andata

In alto: il resort di lusso Castelfalfi in Toscana



ncastonato nelle colline toscane e con ben tre ristoranti specializzati in cucina regionale, il resort Castelfalfi accoglie ospiti da tutto il mondo.

Oggi, il lussuoso resort a cinque stelle vanta un nuovo fiore all'occhiello: uno spazio eventi in stile tradizionale, dove delizie culinarie sono realizzate con le attrezzature di ultima generazione e made in Italy di Baron.

“Abbiamo progettato e realizzato questo spazio di 650 mq, chiamato Aria, per ospitare banchetti, eventi, matrimoni, cene ecc. Possiamo arrivare fino a 450 posti a sedere”, spiega Leonardo de Pinto, Project Manager del resort. “Il nostro obiettivo è regalare agli ospiti un'esperienza, e questo si riflette nella preparazione e mise en place realizzate dagli chef sotto gli occhi di tutti, grazie a una vetrata che dà direttamente sulla sala ristorante. L'aspetto estetico di piatti e prodotti è fondamentale, così come le finiture della cucina stessa”.

Al centro della cucina si trova la multifunzione di ultima generazione di Baron, Talent, soluzione che ottimizza gli spazi e versatile per realizzare più piatti in contemporanea. Gli chef preparano gli ingredienti in anticipo, secondo le informazioni salvate nella Talent, e un sistema di archiviazione delle ricette garantisce uniformità e qualità ai piatti.

“La nuova funzione, con la possibilità di seguire programmi e descrizioni delle ricette preimpostate

su Talent, è subito piaciuta sia a noi che all'Executive Chef”, racconta De Pinto.

“Multifunzionalità significa che gli chef possono compiere più operazioni con un solo strumento”, aggiunge con entusiasmo Raul Fadda, Sales Manager di Baron e responsabile del progetto. “Anche con i nostri forni ad alte prestazioni, basta selezionare il prodotto che si desidera cucinare e indicare il risultato finale. Il software integrato si avvale di un sistema algoritmico per determinare temperatura, tempistiche e umidità; perciò, gli chef non devono continuare a controllare le cotture.

Possono usare quel tempo per parlare con i clienti, illustrare i vari piatti e, infine, presentarli. Questo ha completamente rivoluzionato il rapporto tra chef e cliente”.

L'induzione come preziosa alleata

L'avanzata tecnologia Baron consente agli chef di adottare uno stile di cucina più tradizionale. “Molti chef preferiscono le cucine a gas perché vogliono cimentarsi nella tecnica del flambé o far saltare la pasta. I nostri piani a induzione elettrici non gli impediscono di farlo. Anche quando la padella viene sollevata dal piano in vetroceramica, la resistenza non si disattiva e il calore permane”, specifica Fadda, ricordando anche che l'induzione presenta sensori di sicurezza che evitano il surriscaldamento. ▶



“La qualità professionale e le potenzialità salvaspazio dei prodotti ci hanno davvero colpiti”

**Leonardo de Pinto,
Hotel Castelfalfi**





La cucina vanta ulteriori innovazioni Baron, tra cui una brasiera motorizzata elettrica inclinabile da 80 lt, con vasca doppia e funzione di raccolta dati per monitorare le operazioni, oltre a un Fry Top S elettrico M80 con piastra in AISI, con controllo termostatico della temperatura di cottura. Peculiarità è l'ampia canalina allagabile su tutto il perimetro della piastra che raccoglie i residui di cottura e li confluiscano in un capiente cassetto.

De Pinto osserva che questa funzionalità è supportata anche da diverse soluzioni moderne, come touchscreen e display digitali semplici da usare.

“La qualità professionale, l’efficienza e le potenzialità salvaspazio dei prodotti Baron ci hanno davvero colpiti”, dichiara. “Il nostro Executive Chef non vede l’ora di utilizzarli per preparare piatti in grado di soddisfare i nostri clienti”.

Baron e il resort di lusso stanno inoltre vagliando la possibilità di permettere agli chef di preparare il gelato artigianale insieme ai clienti. “Il cliente ci ha chiesto di trovare una macchina adatta. Ali Group ha il vantaggio di essere una realtà molto grande; perciò, ci stiamo attivando affinché un’azienda del Gruppo la fornisca”, precisa Fadda (in alto, a destra).

La funzionalità delle attrezzature Baron è supportata da soluzioni moderne

Una collaborazione che guarda al futuro

Il rapporto instaurato va ben oltre la semplice individuazione della macchina giusta. Per alimentare una collaborazione a lungo termine, Baron assicurerà al resort manutenzione e supporto tecnico regolari, oltre a sessioni di formazione per insegnare allo staff in cucina a sfruttare al massimo il potenziale dell’attrezzatura.

Baron prevederà anche consulenze su potenziali aggiornamenti futuri, al fine di consentire alle cucine di evolversi adottando le innovazioni più recenti.

“Raul ci ha affiancato in ogni fase del progetto sino a questo momento, e con lui l’ufficio tecnico di Baron, che ha completato l’installazione dei prodotti in soli tre giorni”, riferisce De Pinto.

“Siamo certi che, quando testeremo le attrezzature, lo spazio eventi e la cucina saranno un successo e Baron continuerà a fornirci un supporto eccezionale. Abbiamo già confermato l’accordo per un servizio di manutenzione entro 24 ore, una prestazione per noi fondamentale”.

Guardando al futuro, l’Hotel Castelfalfi ha in programma di realizzare alcuni nuovi ristoranti per cui Fadda è alla ricerca di potenziali soluzioni. “Dato il successo della nostra collaborazione su questo progetto, mi auguro che avremo modo di lavorare ancora insieme e consolidare ulteriormente il rapporto”, conclude. ■



“Multi-funzionalità significa che gli chef possono compiere più operazioni con un solo strumento”

**Raul Fadda,
Baron**

BRAND FOCUS



30

Baron progetta e realizza cucine professionali da 30 anni

70+

I Paesi nel mondo in cui Baron esporta i propri prodotti

1.400+

I prodotti presenti nel catalogo Baron, realizzati nello stabilimento di Belluno

baronprofessional.com

04 Storie di successo



Quando due forni guasti minacciavano di compromettere i suoi affari, **Daisy Terry** del panificio londinese The Dusty Knuckle aveva bisogno di una soluzione rapida e personalizzata. Da qui il racconto a Sam Noble su come MONO Equipment ha saputo soddisfare le sue esigenze



La ricetta vincente

In autunno 2024, il panificio The Dusty Knuckle di Dalston, nella zona est di Londra, si è trovato in una situazione difficile. "I nostri due forni non funzionavano più a dovere. E niente forno significa niente produzione", ha spiegato Daisy Terry, Operations Director dell'azienda. "Quando abbiamo avviato l'attività, abbiamo dovuto prendere in prestito l'attrezzatura, chiederla a terzi e procurarcela in altri modi. Tutto ciò che avevamo era di seconda mano". Nella sua ricerca di potenziali soluzioni sostitutive, Terry ha contattato la Craft Bakers Association, che le ha consigliato di consultare MONO per la sua gamma di forni a piani a convezione a risparmio energetico. Terry conosceva già l'azienda: "Nel 2017 abbiamo acquistato il nostro primo forno MONO, un piccolo modello da pasticceria e ci siamo sempre trovati molto bene".

Una soluzione su misura

Complessivamente, The Dusty Knuckle era alla ricerca di tre forni a piani, una sfogliatrice, un secondo forno a carrello rotativo statico e un'impastatrice a spirale. "Per The Dusty Knuckle, si trattava di un investimento considerevole", racconta Simon Moon, Sales Director di MONO, "perciò li abbiamo invitati in sede per fare qualche test di cottura nei nostri laboratori a Swansea".

"I risultati sono stati grandiosi. Eravamo certi che i profili di cottura pensati fossero in grado di garantire la qualità della crosta e l'intensità del colore ricercati da The Dusty Knuckle", ha continuato. "Sono una persona piuttosto analogica, mi piacciono i pulsanti tradizionali. Ma la tecnologia presente in questi nuovi forni rende tutto molto più facile".

Il forno a piani a convezione di MONO ha risolto uno dei problemi principali per Terry: dover girare il pane a metà cottura per

un risultato uniforme. "Il punto di forza dei nostri forni a piani ventilati è che la tecnologia del flusso d'aria garantisce una cottura uniforme senza dover girare il prodotto. Carichi il forno, chiudi lo sportello, premi il pulsante di avvio ed è fatta", ha precisato Moon.

Ma Terry aveva un altro desiderio: un sistema di carico meccanizzato. "Senza questo tipo di sistema, c'è da spaccarsi la schiena", ha spiegato, riferendosi agli "anni e anni e anni" di esperienza diretta trascorsi sul campo prima di assumere il suo ruolo attuale. MONO ha accettato la sfida, avviando una collaborazione con un fornitore

“Carichi il forno, chiudi lo sportello, premi il pulsante di avvio ed è fatta”

Simon Moon, MONO Equipment

04 Storie di successo



Quando due forni guasti minacciavano di compromettere i suoi affari, **Daisy Terry** del panificio londinese The Dusty Knuckle aveva bisogno di una soluzione rapida e personalizzata. Da qui il racconto a Sam Noble su come MONO Equipment ha saputo soddisfare le sue esigenze



La ricetta vincente

In autunno 2024, il panificio The Dusty Knuckle di Dalston, nella zona est di Londra, si è trovato in una situazione difficile. "I nostri due forni non funzionavano più a dovere. E niente forno significa niente produzione", ha spiegato Daisy Terry, Operations Director dell'azienda. "Quando abbiamo avviato l'attività, abbiamo dovuto prendere in prestito l'attrezzatura, chiederla a terzi e procurarcela in altri modi. Tutto ciò che avevamo era di seconda mano". Nella sua ricerca di potenziali soluzioni sostitutive, Terry ha contattato la Craft Bakers Association, che le ha consigliato di consultare MONO per la sua gamma di forni a piani a convezione a risparmio energetico. Terry conosceva già l'azienda: "Nel 2017 abbiamo acquistato il nostro primo forno MONO, un piccolo modello da pasticceria e ci siamo sempre trovati molto bene".

Una soluzione su misura

Complessivamente, The Dusty Knuckle era alla ricerca di tre forni a piani, una sfogliatrice, un secondo forno a carrello rotativo statico e un'impastatrice a spirale. "Per The Dusty Knuckle, si trattava di un investimento considerevole", racconta Simon Moon, Sales Director di MONO, "perciò li abbiamo invitati in sede per fare qualche test di cottura nei nostri laboratori a Swansea".

"I risultati sono stati grandiosi. Eravamo certi che i profili di cottura pensati fossero in grado di garantire la qualità della crosta e l'intensità del colore ricercati da The Dusty Knuckle", ha continuato. "Sono una persona piuttosto analogica, mi piacciono i pulsanti tradizionali. Ma la tecnologia presente in questi nuovi forni rende tutto molto più facile".

Il forno a piani a convezione di MONO ha risolto uno dei problemi principali per Terry: dover girare il pane a metà cottura per

un risultato uniforme. "Il punto di forza dei nostri forni a piani ventilati è che la tecnologia del flusso d'aria garantisce una cottura uniforme senza dover girare il prodotto. Carichi il forno, chiudi lo sportello, premi il pulsante di avvio ed è fatta", ha precisato Moon.

Ma Terry aveva un altro desiderio: un sistema di carico meccanizzato. "Senza questo tipo di sistema, c'è da spaccarsi la schiena", ha spiegato, riferendosi agli "anni e anni e anni" di esperienza diretta trascorsi sul campo prima di assumere il suo ruolo attuale. MONO ha accettato la sfida, avviando una collaborazione con un fornitore

“Carichi il forno, chiudi lo sportello, premi il pulsante di avvio ed è fatta”

Simon Moon, MONO Equipment



per progettare quello che Moon descrive come un sistema di carico e scarico "semi-automatico".

Terry è entusiasta dei risultati raggiunti. "Grazie al nuovo sistema di carico, possiamo tenere gli sportelli chiusi quando inseriamo una nuova teglia, ottenendo una minima dispersione di calore", ha precisato. "Il nostro è un impasto con lievito madre piuttosto scuro, perciò per noi il calore è un elemento di vitale importanza".

Pane per tutti

In soli 10 anni, The Dusty Knuckle è passata dall'avere un team di tre persone che lavoravano all'interno di un container a uno staff di 125 collaboratori, distribuiti in quattro diverse sedi londinesi. L'organizzazione comprende le sedi di Dalston e Haringey, il furgoncino di Highbury Fields e un furgoncino per le consegne a domicilio lanciato durante la pandemia.

"Quando è scoppiato il COVID-19, in negozio non veniva più nessuno. Ci siamo dovuti inventare un modo per portare il pane alle persone", ha ricordato Terry. Questo senso di responsabilità sociale continua a far parte dei valori fondanti dell'attività. Un esempio è l'iniziativa di Dusty Knuckle che offre ai giovani

esclusi dal mercato del lavoro l'opportunità di rafforzare autostima e fiducia.

"I partecipanti possono fare esperienza diretta di un vero lavoro in un contesto positivo, incoraggiante e inclusivo", ha raccontato Terry.

"La maggior parte sono ex detenuti, ma anche persone in difficoltà seguite dai servizi sociali. Alcuni arrivano da enti terzi, mentre altri, invece, si candidano spontaneamente".

Al termine del programma, alcuni giovani continuano a lavorare per The Dusty Knuckle, anche se Terry ha puntualizzato che il vero obiettivo è permettere loro di acquisire un'esperienza più generale.

"Con noi, i ragazzi sviluppano numerose competenze trasversali", ha spiegato. "Come la comunicazione tra i team, che è molto importante. Alcune persone sono impiegate in cucina o nella sala del nostro ristorante, che è un contesto ottimo per imparare", ha continuato Terry. "In panificio, il lavoro è fisico e ripetitivo, ma gratificante. E non bisogna dimenticare l'elemento matematico".

"Ci auguriamo di dimostrare che il mondo del lavoro non è necessariamente pieno di persone difficili", ha concluso sorridendo Terry. ■

BRAND FOCUS

MONO

1947

MONO Equipment viene fondata nel Regno Unito nel 1947: è l'inizio di una storia di successo nel mondo delle attrezzature da forno

x2

I prodotti MONO Equipment vengono realizzati secondo i rigorosi standard NQA ISO9001:2015 e NQA ISO14001:2015

2007

18 anni fa, MONO Equipment entra a far parte di Ali Group

monoequip.com



Daisy Terry (a sinistra) e i suoi colleghi di The Dusty Knuckle sono passati dal lavorare in tre all'interno di un container al dare vita a un team di 125 persone, distribuite in quattro punti vendita a Londra

per progettare quello che Moon descrive come un sistema di carico e scarico "semi-automatico".

Terry è entusiasta dei risultati raggiunti. "Grazie al nuovo sistema di carico, possiamo tenere gli sportelli chiusi quando inseriamo una nuova teglia, ottenendo una minima dispersione di calore", ha precisato. "Il nostro è un impasto con lievito madre piuttosto scuro, perciò per noi il calore è un elemento di vitale importanza".

Pane per tutti

In soli 10 anni, The Dusty Knuckle è passata dall'avere un team di tre persone che lavoravano all'interno di un container a uno staff di 125 collaboratori, distribuiti in quattro diverse sedi londinesi. L'organizzazione comprende le sedi di Dalston e Haringey, il furgoncino di Highbury Fields e un furgoncino per le consegne a domicilio lanciato durante la pandemia.

"Quando è scoppiato il COVID-19, in negozio non veniva più nessuno. Ci siamo dovuti inventare un modo per portare il pane alle persone", ha ricordato Terry. Questo senso di responsabilità sociale continua a far parte dei valori fondanti dell'attività. Un esempio è l'iniziativa di Dusty Knuckle che offre ai giovani

esclusi dal mercato del lavoro l'opportunità di rafforzare autostima e fiducia.

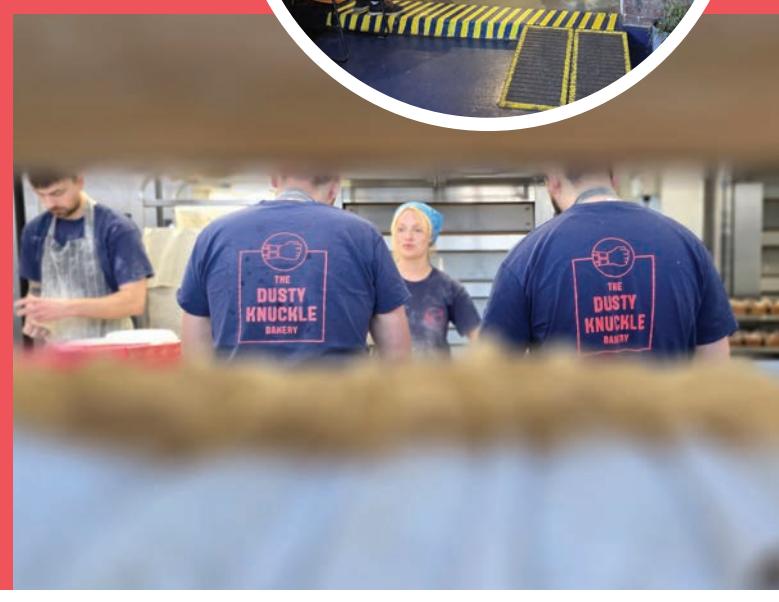
"I partecipanti possono fare esperienza diretta di un vero lavoro in un contesto positivo, incoraggiante e inclusivo", ha raccontato Terry.

"La maggior parte sono ex detenuti, ma anche persone in difficoltà seguite dai servizi sociali. Alcuni arrivano da enti terzi, mentre altri, invece, si candidano spontaneamente".

Al termine del programma, alcuni giovani continuano a lavorare per The Dusty Knuckle, anche se Terry ha puntualizzato che il vero obiettivo è permettere loro di acquisire un'esperienza più generale.

"Con noi, i ragazzi sviluppano numerose competenze trasversali", ha spiegato. "Come la comunicazione tra i team, che è molto importante. Alcune persone sono impiegate in cucina o nella sala del nostro ristorante, che è un contesto ottimo per imparare", ha continuato Terry. "In panificio, il lavoro è fisico e ripetitivo, ma gratificante. E non bisogna dimenticare l'elemento matematico".

"Ci auguriamo di dimostrare che il mondo del lavoro non è necessariamente pieno di persone difficili", ha concluso sorridendo Terry. ■



BRAND FOCUS

MONO

1947

MONO Equipment viene fondata nel Regno Unito nel 1947: è l'inizio di una storia di successo nel mondo delle attrezzature da forno

x2

I prodotti MONO Equipment vengono realizzati secondo i rigorosi standard NQA ISO9001:2015 e NQA ISO14001:2015

2007

18 anni fa, MONO Equipment entra a far parte di Ali Group

monoequip.com

04 Storie di successo



Clienti cool

Con due ristoranti principali, uno dei quali con cucina per il sushi a vista, due bar e un servizio in camera, il Mandarin Oriental di Mayfair, a Londra, presentava esigenze di refrigerazione complesse. L'Executive Head Chef **Jihun Maxime Kim**, **Gary McMullan** di Galgorm Group e **Andrew Charles** di Humble Arnold Associates raccontano a Sam Noble come Williams Refrigeration ha saputo realizzare la soluzione a cinque stelle desiderata

Senza un sistema di refrigerazione affidabile, la riuscita delle operazioni nel settore della ristorazione diventa pressoché impossibile. Al Mandarin Oriental di Mayfair, Londra, hotel a cinque stelle con diversi ristoranti e bar di fama mondiale, le esigenze in termini di refrigerazione sono notevoli e richiedono diversi tipi di attrezzature ad alte prestazioni.

La proposta gastronomica dell'hotel spazia dal ristorante principale, Akira Back, che fonde cucina giapponese e coreana dando vita a piatti invitanti e innovativi, al Dosa, un ristorante coreano con una stella Michelin dal carattere intimo e chic, con 14 posti e cucina a vista. Ne completano l'offerta un lounge bar, un rooftop bar e il servizio in camera, per un totale di circa 800 coperti al giorno, dalla colazione alla cena.

Avviato prima della pandemia e completato nella primavera del 2024, l'ambizioso progetto delle cucine dell'hotel prevedeva l'installazione di diverse celle frigorifere, cassetti refrigerati, abbattitori, un armadio per la frollatura della carne, congelatori, piani di lavoro e altri vani refrigerati. Era necessario poter contare su un brand fidato, con un'esperienza comprovata, come Williams Refrigeration.

“In una cucina professionale, il fattore più importante per garantire la riuscita e la sicurezza delle operazioni di un ristorante è la refrigerazione”, ha dichiarato Jihun Maxime Kim, Executive Head Chef del Dosa. “Oltre a essere affidabili, i sistemi di refrigerazione devono essere facili da pulire per mantenere sempre la massima sicurezza alimentare. Inoltre, in tutto il mondo il Mandarin Oriental Hotel Group dà estrema importanza alla sostenibilità, perciò l'efficienza energetica riveste un ruolo chiave”.

Da Akira Back, il ristorante dell'omonimo e pluripremiato chef, la cucina dove si prepara il sushi è interamente a vista. “La disponibilità di una cucina separata garantisce il massimo controllo e impedisce le contaminazioni crociate tra la cucina di Akira Back e quella del sushi, in cui si preparano prodotti crudi”, ha precisato Jihun.

Impreziosite dall'elegante rivestimento personalizzato in vinile nero Chameleon, di proprietà esclusiva del brand, le cassette Williams progettate su misura garantiscono che gli ingredienti rimangano separati e a temperatura controllata. La dispersione termica è, infatti, minima nel momento in cui

i cassetti vengono aperti. I cassetti sovrapponibili a refrigerazione indipendente presentano una ventilazione frontale, ideale per un utilizzo strategico dello spazio.

A sinistra: al Dosa, la refrigerazione è il fattore più importante per garantire la riuscita e la sicurezza delle operazioni di un ristorante

Un'esperienza di gusto senza precedenti

Anche la cucina a vista di Dosa vanta sistemi di refrigerazione con rivestimento personalizzato Chameleon nero e un armadio refrigerato per la frollatura della carne (MAR). “L'anatra viene appesa e lasciata frollare per 21 giorni. In questo modo, cuocendola, la pelle risulta croccante e la carne tenerissima”. La temperatura di funzionamento ideale del MAR va da +1 a +6 °C, con un'umidità del 60-90%, per una frollatura impeccabile. I blocchi di sale dell'Himalaya contribuiscono alla gestione dell'umidità e migliorano il sapore della carne.

La cucina principale è dotata di una serie di piani di lavoro e armadi Williams Jade, con sportelli in vetro e cassetti. L'attrezzatura è stata scelta con l'obiettivo di migliorare la produttività e semplificare la vita degli chef.

Jihun è particolarmente soddisfatto del modello Williams WBCF50, l'abbattitore più grande del brand: “Qui cuciniamo grandi volumi di cibo e tutto quello che viene preparato in anticipo richiede un abbattitore affidabile che ne abbassi la temperatura in tutta sicurezza”.

L'intero hotel è dotato di celle frigorifere con raffreddamento ad acqua che garantiscono una conservazione sicura e separata del cibo e delle bevande. Le celle frigorifere Williams vantano diversi optional, tra cui protezioni antiurto, porte con meccanismi di sgancio dall'interno, sportelli a pedale e rampe di accesso per agevolare le operazioni in cucina.

Una cella frigorifera separata per i bidoni dei rifiuti “protegge da eventuali rischi biologici e contiene i cattivi odori”, ha continuato Jihun.

Il progetto è stato realizzato da Galgorm Group, con la consulenza di Humble Arnold Design. “Le restrizioni dovute al COVID hanno rallentato il progetto, ma Williams e gli altri fornitori sono rimasti al nostro fianco per tutto il tempo, supportandoci in ogni fase”, ha commentato Gary McMullan, Contract Manager di Galgorm Group.

“Abbiamo un ottimo rapporto con il team Williams e nutriamo piena fiducia nei suoi collaboratori, estremamente professionali”, ha aggiunto.

Andrew Charles, Project Consultant di Humble Arnold Associates, ha detto: “Williams Refrigeration ha dato un contributo fondamentale al progetto, da un punto di vista operativo e di progettazione”.

“Sono molti i posti nel mondo in cui ho lavorato, e non ho mai avuto alcun problema con i prodotti Williams”, ha commentato Jihun. Per lui, la refrigerazione è una questione di affidabilità: “Voglio dormire sonni tranquilli, sapendo che al mio ritorno sul lavoro non troverò nessuna brutta sorpresa”. ■



“Williams Refrigeration ha dato un contributo fondamentale al progetto, da un punto di vista operativo e di progettazione”

**Andrew Charles,
Humble Arnold Associates**

BRAND FOCUS



45

Da 45 anni, Williams è sinonimo di qualità, prestazioni, innovazione e affidabilità

1980

Dal 1980, Williams continua ad accrescere la propria reputazione di eccellenza su scala globale

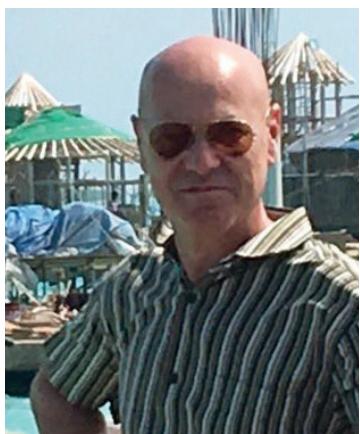
5

Williams fa parte di AFE Group, un portafoglio di cinque aziende di proprietà di Ali Group

williams-refrigeration.co.uk

Maldivi: un ambiente VIP anche in aeroporto

L'esperienza dei partner locali ha avuto un ruolo fondamentale nell'installazione delle attrezzature Mareno nella nuova area ristorante di una VIP lounge alle Maldivi. Tina Nielsen parla con il team che ha curato il progetto



Sopra: Carmelo Tortorici di Cook the Chef è stato Project Coordinator della nuova area ristorante in una VIP lounge alle Maldivi

I Velana International Airport di Malé è la porta d'accesso alle Maldivi, arcipelago noto per le sue isole tropicali circondate dall'Oceano Indiano con splendide spiagge di sabbia bianca, acque cristalline e una barriera corallina ricca di vita. Destinazione ambitissima dai viaggiatori di tutto il mondo, le Maldivi hanno accolto più di due milioni di visitatori lo scorso anno e si sono riconfermate una meta lussuosa ed esclusiva.

Cinque anni fa, l'ente governativo Maldives Airports Company Limited ha avviato la costruzione di un nuovo terminal di grandi dimensioni. Nell'ambito del progetto, ha avviato anche i lavori di un terminal dedicato alla VIP Lounge, completata due anni fa. "La lounge è pensata per gli ospiti VIP che arrivano alle Maldivi in jet privato o su voli internazionali, in business o prima classe", spiega il Project Coordinator Carmelo Tortorici di Cook the Chef. "Lo spazio può anche essere utilizzato come area riunioni per delegazioni diplomatiche estere o funzionari governativi".

Per presentare una proposta per i servizi di ristorazione, Tortorici ha scelto di collaborare con Mareno, produttore di attrezzature da cucina, e Wattson, fornitore locale di fiducia responsabile dell'installazione delle strutture per la ristorazione. Insieme, hanno sviluppato una proposta che comprende cucine attrezzate e aree buffet, con il blocco cottura Mareno M1 ed elementi self-service a incasso integrati.

L'importanza della flessibilità

"Abbiamo ideato una soluzione elastica e in grado di soddisfare il maggior numero possibile di requisiti", racconta Tortorici, sottolineando l'importanza di avere un partner in loco, non solo per l'installazione ma anche per i servizi post-vendita. "Le Maldivi sono un luogo remoto e complesso: se hai bisogno di un cavo, non puoi semplicemente andare in un negozio a comprarlo", prosegue. "Per noi è fondamentale avere un team professionale con l'esperienza e le competenze tecniche necessarie".

Khathman Abd. Sattar, Technical and After Sales ▶

Maldivi: un ambiente VIP anche in aeroporto

L'esperienza dei partner locali ha avuto un ruolo fondamentale nell'installazione delle attrezzature Mareno nella nuova area ristorante di una VIP lounge alle Maldivi. Tina Nielsen parla con il team che ha curato il progetto



Sopra: Carmelo Tortorici di Cook the Chef è stato Project Coordinator della nuova area ristorante in una VIP lounge alle Maldivi

I Velana International Airport di Malé è la porta d'accesso alle Maldivi, arcipelago noto per le sue isole tropicali circondate dall'Oceano Indiano con splendide spiagge di sabbia bianca, acque cristalline e una barriera corallina ricca di vita. Destinazione ambitissima dai viaggiatori di tutto il mondo, le Maldivi hanno accolto più di due milioni di visitatori lo scorso anno e si sono riconfermate una meta lussuosa ed esclusiva.

Cinque anni fa, l'ente governativo Maldives Airports Company Limited ha avviato la costruzione di un nuovo terminal di grandi dimensioni. Nell'ambito del progetto, ha avviato anche i lavori di un terminal dedicato alla VIP Lounge, completata due anni fa. "La lounge è pensata per gli ospiti VIP che arrivano alle Maldivi in jet privato o su voli internazionali, in business o prima classe", spiega il Project Coordinator Carmelo Tortorici di Cook the Chef. "Lo spazio può anche essere utilizzato come area riunioni per delegazioni diplomatiche estere o funzionari governativi".

Per presentare una proposta per i servizi di ristorazione, Tortorici ha scelto di collaborare con Mareno, produttore di attrezzature da cucina, e Wattson, fornitore locale di fiducia responsabile dell'installazione delle strutture per la ristorazione. Insieme, hanno sviluppato una proposta che comprende cucine attrezzate e aree buffet, con il blocco cottura Mareno M1 ed elementi self-service a incasso integrati.

L'importanza della flessibilità

"Abbiamo ideato una soluzione elastica e in grado di soddisfare il maggior numero possibile di requisiti", racconta Tortorici, sottolineando l'importanza di avere un partner in loco, non solo per l'installazione ma anche per i servizi post-vendita. "Le Maldivi sono un luogo remoto e complesso: se hai bisogno di un cavo, non puoi semplicemente andare in un negozio a comprarlo", prosegue. "Per noi è fondamentale avere un team professionale con l'esperienza e le competenze tecniche necessarie".

Khathman Abd. Sattar, Technical and After Sales ►







Manager di Wattson, dichiara che il governo ha fatto affidamento sulla loro competenza per creare una proposta vincente. "Le richieste erano un po' generiche, perciò ci hanno chiesto di fornire quante più informazioni possibili in base alle nostre competenze professionali", riferisce. "Abbiamo progettato una cucina in grado di servire un'ampia gamma di proposte culinarie. In sostanza, è suddivisa in tre zone: una è la cucina vera e propria, completamente attrezzata, mentre le altre due svolgono la funzione di aree buffet".

A volte, i visitatori chiedono sale private con eventuale servizio al tavolo, ideale per esempio per delegazioni di diplomatici con esigenze culinarie specifiche. "Sono certo che la cucina potrà soddisfare praticamente qualsiasi richiesta", afferma Tortorici.

Il team ha dovuto affrontare più di una sfida. La gara d'appalto è stata istituita a inizio 2023, ma il bando non è stato assegnato prima della fine dell'anno. Nel mentre, i lavori sono andati avanti.

Progetti a prova di imprevisto

Al ritorno in cantiere, sono emerse parecchie differenze rispetto a quanto era stato approvato. "Quando è arrivato il nostro turno, l'impianto elettrico, idraulico e di scarico erano già stati ultimati. Non è stato facile farli combaciare con i nostri disegni", ricorda Tortorici.

"C'erano alcune differenze strutturali", ribadisce Sattar. "Abbiamo lavorato al fianco di Carmelo e del team Mareno per adattare la nuova struttura e i nuovi allacci elettrici e idrici. È stata una sfida, ma le modifiche che abbiamo apportato non hanno stravolto il flusso di lavoro e il cliente ne è rimasto soddisfatto".

Al momento della scelta delle attrezzature Mareno, è stata formulata la richiesta di usare esclusivamente dispositivi elettrici. Per i progetti in luoghi remoti, come le Maldive, il carico elettrico è essenziale. "I dispositivi dovevano essere flessibili", chiarisce Tortorici. "Abbiamo scelto diverse macchine da cottura a induzione (tra cui le piastre INDUCS®), ma anche brasiere e forni multi-funzione".

In ottemperanza alle norme HACCP, sono state predisposte aree separate per la preparazione di pesce, carne e verdure e due zone a parte per il lavaggio delle pentole e le bevande.

Come ci si può aspettare da un progetto governativo, la burocrazia ha dato del filo da torcere. Ogni minimo cambiamento



“Siamo riusciti a completare il progetto in tempo e con successo, soddisfacendo ogni esigenza”

**Khathman Abd. Sattar,
Wattson**

o adeguamento dei locali e delle strutture doveva prima essere autorizzato", racconta Tortorici. "Anche per spostare uno scarico 20 cm più a destra bisogna presentare una domanda. Occorre fare domanda per presentare la richiesta di autorizzazione, poi va chiesta un'altra autorizzazione, poi un'altra ancora".

Nonostante gli ostacoli, un approccio orientato alle soluzioni, rafforzato da competenze tecniche e locali, si è rivelato vincente. "Ritengo che siamo riusciti a finire il progetto in tempo e con successo, soddisfacendo ogni esigenza e richiesta del cliente", sostiene Sattar. "È stato un progetto davvero riuscito per noi". ■

Per portare a termine il progetto, Mareno e i suoi partner hanno adottato un approccio orientato alle soluzioni, rafforzato da competenze tecniche e locali

BRAND FOCUS

MARENO
kitchen solutions since 1922

1922

Mareno viene fondata nel 1922 con il nome originale Gribaudi Domenico Cucine

90%

La percentuale di attrezzature Mareno realizzate in acciaio inossidabile 100% riciclabile

714

Il numero di modelli di cucine modulari M1 prodotti da Mareno

mareno.it

L'innovazione al volante: l'arte dell'espresso conquista le automobili

Le concept car offrono ai produttori la libertà di esplorare idee audaci. Jim Banks ci racconta come uno degli ultimi modelli Nissan strizzi l'occhio agli amanti del caffè con una macchina per caffè espresso Rancilio installata nel bagagliaio



In alto: Takahiro Ohno, Nissan, con Francesco Di Sano, Rancilio. A destra: la X-Trail Unwind



a nuova concept car Nissan, la X-Trail Unwind, è un veicolo davvero unico nel suo genere. Oltre alle novità dei sistemi di guida e di sicurezza e al comfort avanzato, propone funzionalità che rendono l'esperienza al di fuori dell'abitacolo più ricercata, trasformando le soste in

momenti all'insegna del lusso.

Sviluppando ulteriormente il modello e-POWER, caposaldo della gamma X-Trail di SUV crossover compatti, Unwind nasce dall'intento di Nissan di accogliere un concetto raramente esplorato in campo automotive: il relax. Il confine tra interno ed esterno dell'auto non è più così definito e il comfort trascende con eleganza i confini dell'abitacolo.

Il protagonista del concept Unwind è uno spazio lounge a rimorchio, realizzato su misura e pensato per il relax, che dà vita a un'esperienza outdoor

ricercata e a un'esclusiva atmosfera lounge a bordo strada. E in un contesto simile, non può mancare un buon espresso, preparato grazie a un modulo caffè che si inserisce perfettamente nel bagagliaio.

Il veicolo presenta infatti un rimorchio su misura che si trasforma in un lussuoso spazio relax outdoor. Una volta aperto, il portellone posteriore del modello Unwind rivela un elegante sistema di ripiani a forma di "S", completo di macchina per caffè a gruppo singolo, macinadosatore caffè on demand, caffettiera a sifone e ripiano per le tazzine.

“L'unicità della concept car nasce direttamente dal veicolo a cui si ispira, la Nissan X-Trail, che è dotata di una presa da 1500 W nel bagagliaio che non molti concorrenti possono dire di offrire”, confida Takahiro Ohno del Nissan Global Design Center.

“Questa concept car è l'incarnazione di uno dei migliori esempi di come sfruttare al meglio l'opportunità di rilassarsi in mezzo alla natura”.

“L'espresso risveglia dal torpore prima di mettersi alla guida, perciò auto e caffè sono un accostamento infallibile”, continua.

“Inoltre, dalle nostre ricerche è emerso che i consumatori target appartenenti alla fascia d'età principale (intorno ai cinquant'anni) solitamente preferiscono l'espresso, mentre i più giovani gravitano più verso il caffè americano”.

Una macchina da caffè su quattro ruote

Il modello Unwind si rivolge a un target ben preciso. Il cliente ideale è una persona sui cinquant'anni attenta ai dettagli, orgogliosa di poter preparare e gustare un espresso senza scendere a compromessi. Ama trascorrere del tempo nella natura con i figli, che guidano una concept car X-Trail Remastered, dotata di un impianto audio premium firmato Audio-Technica e di un giradischi per vinili.

Una volta aperto, il portellone posteriore della Unwind si allunga per riparare la macchina per il caffè dalla pioggia e svela l'elegante design dei ripiani. La sinuosa struttura in legno appare in armonia con la forma e la personalità dello spazio lounge del trailer.

Il sistema scorrevole permette di accedere facilmente a una macchina per caffè espresso Silvia, un macinacaffè Stile e una gamma completa di accessori firmati dall'azienda italiana Rancilio.

“Abbiamo stilato con cura un elenco di componenti in grado di supportare ogni fase della preparazione di un ottimo espresso. Tra questi, troviamo una bilancia digitale per pesare la dose di caffè da macinare, un piccolo flacone d'acqua spray per inumidire i chicchi, una base dove è anche possibile appoggiare il filtro, accessori per sgranare, distribuire uniformemente e ►



“ Il modello Rancilio Silvia è ideale per comunicare il carattere del nostro cliente target, che di certo può apprezzare la storia di questa macchina per il caffè ”

**Takahiro Ohno,
Nissan Global Design Center**



Nissan ha apprezzato l'impegno di Rancilio nel valorizzare la propria ricca tradizione, rimanendo all'avanguardia nell'innovazione

livellare il caffè macinato nel portafiltro, un pressino, un battifondi e così via”, precisa Ohno.

“Abbiamo scelto di puntare su un design minimal e ampiamente disponibile sul mercato, caratterizzato da una finitura nera opaca che offre un effetto uniforme e, al tempo stesso, risalta sul beige chiaro dei ripiani in legno”, continua.

“La sfida più grande è stata scegliere dimensioni e quantità dei vari elementi in ragione dello spazio a disposizione, dettato dalle dimensioni del bagagliaio, senza compromettere la qualità dell'espresso o il design del ripiano”.

La struttura è progettata in modo da apparire simmetrica rispetto allo scaffale della versione Remastered, che ospita una serie di componenti audio. La struttura del modello Unwind ricorda un numero cinque, mentre quella dell'opzione Remastered ritrae un numero due.

Insieme, i due design evocano un senso di equilibrio visivo nel momento in cui le due automobili vengono parcheggiate ai lati dello spazio lounge del trailer. Il design rimanda anche a delle date importanti, ovvero l'anno 2025 e il venticinquesimo anniversario della Nissan X-Trail.

Il fascino del Made in Italy

L'idea di integrare in una concept car l'attrezzatura per un espresso di prima qualità è indubbiamente innovativa e audace. Per trasformarla in realtà, serve un approccio pratico e una solida comprensione di ciò che rende una tazzina di caffè un'esperienza straordinaria, ma anche una serie di aggiustamenti per garantire che il risultato finale sia funzionale e user-friendly.

Per esempio, in prima battuta Nissan aveva pensato alla macchina per caffè espresso Silvia Pro X di Rancilio, ma la sua altezza era superiore allo spazio disponibile sul ripiano inferiore. Il team ha quindi optato per il modello monocaldaria, che garantisce dimensioni ideali senza rinunciare alla qualità.

“Adesso entrambi i ripiani appaiono molto armonici, né troppo vuoti né troppo ingombri”, spiega Ohno. “Il modello Rancilio Silvia è ideale per comunicare il carattere del nostro cliente target, che di certo apprezzerebbe la storia di questa macchina espresso”.

“Dopotutto, è stata la prima macchina per caffè convertita da una finalità commerciale a uso domestico. Rancilio è un'azienda con una lunga storia alle spalle, che contribuisce all'evoluzione della cultura dell'espresso dal 1926”.

Nissan ha scelto Rancilio non solo per la sua tradizione consolidata nella produzione di macchine per caffè, ma anche per il suo impegno

nel valorizzare la propria ricca tradizione, rimanendo all'avanguardia nell'innovazione.

“La nostra collaborazione ha avuto inizio quando il team Nissan ci ha contattato per valutare la creazione di un'esperienza di design pensata appositamente per il loro cliente ideale”, racconta Francesco Di Sano, Sales Area Manager di Rancilio per il Giappone. “La nostra competenza pluridecennale nella produzione di macchine per caffè resistenti e di qualità ci rendeva, a mio avviso, i candidati ideali per dare vita all'esperienza che Nissan aveva in mente”.

“In termini di design, la macchina per caffè espresso Silvia e il macinacaffè Stile si distinguono per la loro unicità, assolutamente in linea con la visione di Nissan”, prosegue. “Sono soluzioni compatte e dall'estetica minimal e funzionale, che conferiscono un aspetto più ricercato a qualsiasi spazio”.

La progettazione di un sistema funzionale, compatto ed elegante per preparare un buon espresso negli spazi limitati di un veicolo non è stata una sfida da poco. Rancilio ha collaborato a stretto contatto con Nissan, fornendo modelli in 3D dei propri prodotti. Ciascun elemento doveva integrarsi alla perfezione nel sistema scorrevole, soddisfacendo esigenze pratiche ed estetiche. Rancilio ha dato un contributo prezioso anche all'aspetto ergonomico, alla fruibilità e a come abbinare al meglio la macchina con gli accessori complementari e i chicchi di caffè.

La strada per il successo

Il modello Unwind rivela alla perfezione il potenziale e la versatilità dell'auto in termini di design degli spazi e, fino a questo momento, le reazioni del pubblico sono state incoraggianti. “I clienti sono rimasti colpiti dal vasto potenziale dell'alimentazione ad alta potenza dell'auto”, racconta Ohno. “Alcuni hanno addirittura fatto domande sul prezzo, dimostrando come apparisse fin troppo reale per essere una concept car”.

Se l'auto dovesse essere realizzata, rimarrebbe comunque una sfida: ridurre i costi di produzione.

“I costi elevati fanno sì che questa possa essere solo una concept car, proprio come molti altri prototipi del passato”, aggiunge Ohno. “Anche se il nostro piccolo team confida nel suo potenziale di diventare un successo anche a livello commerciale”.

Il modello Unwind continuerà a essere un bel sogno nel cassetto, ma nulla impedisce agli amanti del caffè che possiedono una X-Trail di riprodurre, almeno in parte, la stessa configurazione. La potenza e lo spazio disponibili, infatti, sono più che sufficienti per assaporare l'ottimo caffè della macchina Silvia di Rancilio. ■



BRAND FOCUS

115+

Rancilio Group produce e commercializza macchine per caffè professionali in più di 115 Paesi

 **RANCILIO GROUP**

7

Rancilio Group ha sette filiali, due centri ricerca e sviluppo, un Extraction Lab e una rete di vendita e assistenza globale

4

Attraverso i suoi quattro brand, Rancilio offre una vasta gamma di prodotti in grado di soddisfare ogni esigenza dei clienti

ranciliogroup.com

04 Storie di successo



Alla conquista delle Dolomiti.



La riprogettazione completa di due cucine del Gardena Grödnerhof Gourmet Hotel & Spa richiedeva l'intervento di partner di fiducia. Ambach, Niederbacher e H44 Team si sono rivelati all'altezza delle aspettative, racconta Chris Evans

Nel cuore suggestivo delle Dolomiti italiane, l'hotel a cinque stelle Gardena Grödnerhof Gourmet Hotel & Spa è la scelta ideale per qualche giorno all'insegna del relax

e della buona cucina.

Il suo connubio di tradizione e innovazione si esprime al meglio nelle nuove e sorprendenti cucine. Non molto tempo fa, i titolari dell'hotel hanno deciso di riprogettare e ristrutturare completamente due cucine: quella principale, al servizio degli ospiti dei ristoranti Gardena e 4 Sajons, e il ristorante gourmet con una stella Michelin Anna Stuben. La ricerca di un design di prestigio, con attrezzature e fornitori di alta gamma, li ha portati a rivolgersi a tre realtà di fiducia: Ambach, Niederbacher e H44 Team, tutti con sede in Alto Adige.

“Collaboriamo da tempo sia con Ambach che con Niederbacher (distributore): il primo progetto risale al 2001, con la ristrutturazione completa dell'hotel. Siamo sempre stati molto soddisfatti del loro lavoro, così come di quello di H44, ed è per questo che li abbiamo scelti per progettare le nuove cucine”, spiega Roland Oberhofer, Manager dell'hotel.

Il vero protagonista è, senza ombra di dubbio, l'elegante blocco cottura orizzontale, pezzo forte appositamente progettato da Ambach per la cucina principale.

“Come tutti i nostri blocchi di cottura, è realizzato in acciaio inossidabile di alta qualità ed è dotato di piani cottura a induzione, friggitrici, bistecciere con piastra incassata e cuocipasta (per il menu italiano tradizionale). A differenza di altri nostri blocchi con forme più lineari e squadrate, però, presenta bordi più



arrotondati e una forma particolare che segue il profilo della cucina dell'hotel, donandole un aspetto pulito e futuristico”, racconta Stefano Tommasini, Head of Sales di Ambach per il Sud Europa.

Le apparecchiature sono saldate al piano del blocco per garantire resistenza e facilità di pulizia, mentre le piastre in compound dai bordi raggiati sono sinonimo di solidità, igiene e resistenza al calore.

Potenza ed efficienza

Il piano a induzione a tutta superficie è una delle caratteristiche esclusive, che offre grande versatilità e potenza con i suoi sette kilowatts per zona di cottura.

“È presente anche un supporto per salamandra che gli chef possono utilizzare per ultimare o tenere in caldo i piatti, mentre rifiniscono le proprie creazioni, anche grazie a cucchiai lavati in un'apposita vasca con un sistema integrato di circolazione dell'acqua”, aggiunge Tommasini.

L'aspetto forse più notevole è che il blocco e tutte le attrezzature presenti in cucina (anche quelle non fornite da Ambach) possono essere controllate e monitorate elettronicamente da Creatus.cloud, un sistema IoT con app in cloud creata e gestita da Niederbacher.

“Si tratta di un sistema smart che consente di monitorare la temperatura HACCP, ottimizzare i consumi e automatizzare le unità di ventilazione e raffreddamento. L'app è inoltre dotata di un'interfaccia a parte per il blocco cottura, che mostra le condizioni e la temperatura di ogni componente. Questa opzione è molto apprezzata dagli chef, proprio come la possibilità di programmare l'utilizzo di tutte le attrezzature (anche a distanza) in un'unica piattaforma”, chiarisce Paul Schöpfer, CEO di Niederbacher.

“In caso di anomalie, riceviamo una notifica che ci fornisce dati e informazioni utili prima di inviare i nostri tecnici altamente qualificati per la manutenzione. L'app propone interfacce diverse per chef, titolari, addetti alle pulizie, ecc., in modo che tutti possano accedere alle funzionalità di propria competenza e compiere le azioni che sono autorizzati a fare”.

Semplicità di installazione: clienti soddisfatti

La combinazione di attrezzature di alta qualità e tecnologie superiori, affiancata da competenze che hanno consentito di realizzare il progetto rapidamente (meno di tre mesi) e un servizio post-vendita a tutto tondo, comprensivo di manutenzione preventiva e rapido intervento in caso di errori imprevisti, ha garantito la fluidità delle operazioni.

“Ci siamo impegnati al massimo per soddisfare le esigenze del cliente, assicurandoci che tutto e tutti fossero coordinati e che le attrezzature e i servizi fossero all'altezza degli standard più elevati”, dichiara il Foodservice Consultant Alexander Hofer FCSI, CEO di H44 Team. “Le nostre cucine vantano tecnologie di ultima generazione, ma riconosciamo l'importanza della cucina artigianale, basata sull'amore e sulle emozioni. Per questo abbiamo concepito degli spazi distinti, come quelli per la pasticceria, la preparazione e l'impiattamento, in modo da consentire agli chef di focalizzarsi sul proprio lavoro”.

Il risultato finale è un successo clamoroso, di cui beneficiano tanto l'hotel quanto i suoi ospiti.

“La collaborazione [con le tre aziende] è stata estremamente fruttuosa. Oltre a progettare lo spazio esattamente come avevamo richiesto, ci hanno anche saputo fornire consigli preziosi. Grazie alla loro competenza, ogni dettaglio è stato messo a punto con la massima precisione per ottenere una cucina funzionale, efficiente ed esteticamente impeccabile. Questo assicura un'esperienza culinaria raffinata in un'atmosfera elegante e accogliente”, conclude Oberhofer. ■

BRAND FOCUS

ambach®

You, your kitchen

1953

L'anno in cui Ambach viene fondata in Italia

70+

Il numero di Paesi nel mondo in cui Ambach esporta i propri prodotti

36

Il numero di anni trascorsi da quando Ambach è entrata in Ali Group

ambach.com

Pronti, partenza, in forno!

Nelle rapide operazioni di cottura del pane, dove la qualità è di primaria importanza, una cesta sporca o umida può avere un impatto importante. Jim Banks esplora la collaborazione tra il produttore e distributore di pane Mlinotest e KROMO, che ha portato a soluzioni di lavaggio personalizzate in grado di soddisfare qualsiasi richiesta

Con sede ad Ajdovščina, in Slovenia, Mlinotest vanta una solida reputazione d'eccellenza. Fondata nel 1867, anno in cui Wenzel Jochmann costruì un mulino sul fiume Hubelj, è diventata nel tempo azienda leader nella trasformazione di prodotti alimentari della regione adriatica e oggi produce pasta, farina, granaglie, pane e pasticceria, dolciumi, biscotti senza glutine e molto altro.

Inoltre, distribuisce pane appena sfornato come congelato fresco, semicotto e green frozen a un'ampia rete di punti vendita nella regione. Due aspetti chiave delle sue operazioni centralizzate sono la velocità e l'efficienza, perciò sia la preparazione del cibo che la pulizia delle ceste per il trasporto devono funzionare alla perfezione.

“Le ceste per il green frozen sono più difficili da asciugare, e da qui ha avuto origine la maggior parte dei grattacapi”, ricorda Monika Šporin, Head of Strategic Development per i prodotti da forno e i dolciumi di Mlinotest. “Al loro ritorno in sede, tutte le cassette vanno dritte al lavaggio. Dopodiché passano direttamente alla produzione, perciò devono essere pulite e asciugate molto rapidamente”, aggiunge.

“L'acqua e il pane appena sfornato non vanno d'accordo. Non solo la pulizia è fondamentale:

dato che il pane viene riposto sfuso, è essenziale che le cassette siano asciutte”.

Verso la fine del 2023, Šporin ha notato che le prestazioni delle macchine per il lavaggio delle ceste lasciavano a desiderare e che il processo di pulizia e asciugatura era inadeguato. Per questo motivo, si è rivolto al fornitore di attrezzature commerciali per il lavaggio KROMO e il suo rappresentante locale esclusivo, Pulito Solutions, alla ricerca di un'alternativa.

“Mlinotest aveva esigenze molto specifiche”, spiega Robert Žbogar, rappresentante locale di Pulito. “Una richiesta particolare era che le casse uscissero asciutte al 90% appena lavate. Abbiamo perciò visitato la sede KROMO per valutare quale macchina potesse essere in grado di farlo. Era una sfida notevole poiché le casse sono fatte in plastica, un materiale estremamente poroso e, quindi, difficile da asciugare”.

Asciugatura al top

KROMO offre un'ampia gamma di modelli sottobanco e a cappotta, lavastoviglie a traino e a nastro e molto altro. Sfruttando un design modulare,

KROMO ha adattato le configurazioni iniziali a Mlinotest con specifiche su misura per i vari moduli

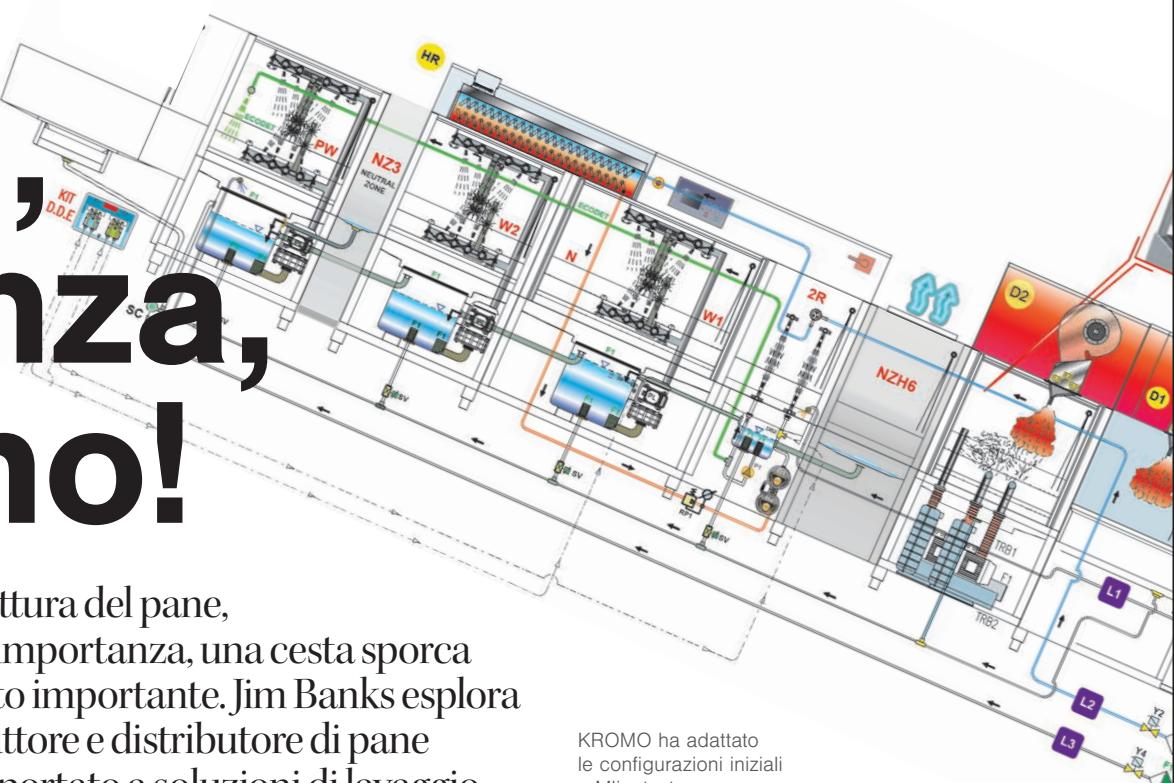
il team ha creato una macchina dotata di due potenti asciugature per garantire un'asciugatura del 90% a fine ciclo, in grado di gestire il pesante carico di lavoro di Mlinotest, con sei giorni a settimana di attività.

“La maggior parte delle aziende vende lavastoviglie senza avere la minima idea di che funzione avranno o che utensili andranno a lavare”, precisa Marco Brugnolaro, Sales Manager di KROMO. “Per noi, l'obiettivo chiave è proporre sistemi di lavaggio in cui tutti gli elementi lavorino insieme, al servizio del cliente. Sapere cosa verrà lavato e asciugato e conoscere i materiali di cui gli utensili sono realizzati dà un grande vantaggio”.

Cliente e partner prezioso, Mlinotest ha fatto molto più che fornire informazioni esaustive sul processo di preparazione dei prodotti da forno e sulle esigenze di lavaggio. Ha portato

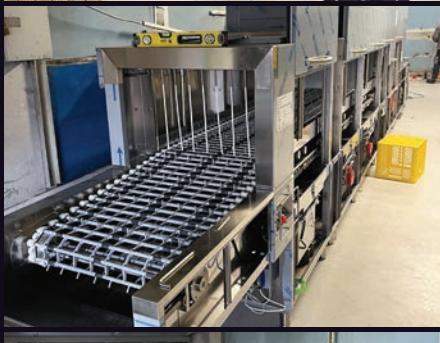
“L'obiettivo chiave è proporre sistemi in cui tutti gli elementi lavorino insieme al meglio, al servizio del cliente”

Marco Brugnolaro, KROMO





Il design modulare delle macchine KROMO è in grado di far fronte al pesante carico di lavoro di Mlinotest. In basso: Monika Šporin, Mlinotest; Robert Žbogar, Pulito



Per Mlinotest, le operazioni centralizzate devono essere veloci ed efficienti e il lavaggio delle ceste deve funzionare alla perfezione

nello stabilimento produttivo KROMO in Italia un campione delle proprie ceste, dedicando un'intera giornata a testarle con le diverse macchine. La prima configurazione si avvicinava moltissimo ai requisiti previsti, ma KROMO voleva raggiungere l'eccellenza, e non solo una soluzione accettabile. Il team ha aggiornato il design con ulteriori zone per il lavaggio e l'asciugatura, in modo da creare una soluzione personalizzata perfetta per le operazioni di Mlinotest.

La macchina installata a inizio 2024 presso la sede Mlinotest dimostra la competenza di KROMO nell'ingegneria di alto livello e nel know-how tecnico e il suo approccio collaborativo. Proprio come il suo partner, Pulito Solutions, KROMO investe molto nelle relazioni con i clienti, consapevole che il vero valore sta nei rapporti a lungo termine.

“Crediamo di essere buoni partner”, afferma Žbogar. “Tutti possono vendere delle macchine. La parte più difficile è essere un partner affidabile, perciò abbiamo introdotto nella macchina l'opzione connettività, che permette di controllare le varie fasi al meglio. Se si verifica un errore, il tecnico sa di cosa si tratta ancor prima di arrivare”.

Idee interconnesse

La nuova macchina è dotata di connettività Wi-Fi per monitorare le prestazioni da remoto. In questo modo, Pulito può supervisionare il funzionamento del sistema e garantire che



sia all'altezza degli standard. Inoltre, può analizzare come Mlinotest sta utilizzando la macchina per prevedere possibili problemi futuri di prestazioni o produttività. “Sappiamo di aver fornito una produttività decisamente superiore al necessario, perciò la macchina è già progettata per le esigenze future e un eventuale aumento di utilizzo”, continua Žbogar. “Potremmo tranquillamente aggiungere il 20-30% di ceste in più senza apportare modifiche all'attrezzatura”.

Dopo un anno di funzionamento impeccabile, Šporin è decisamente soddisfatta dei risultati. “Possiamo contare su un ottimo servizio e un'ottima assistenza e, in più, gli operatori che usano la macchina hanno più tempo per fare altro”, dichiara. “Il nostro flusso di lavoro è decisamente più efficiente”.

Nel lavaggio delle attrezzature, come in molte altre aree della vita, la collaborazione è tutto. ■

BRAND FOCUS

KROMO
YOUR SMART WASH

1987

Dal 1987 KROMO si occupa di produzione, vendita e manutenzione di un'ampia gamma di lavastoviglie commerciali, con un focus sui costi operativi del cliente, la sostenibilità e la tecnologia

120

KROMO esporta la propria ampia gamma di lavastoviglie professionali di alta qualità in 120 Paesi in tutto il mondo

135

L'intera gamma KROMO comprende 135 modelli, che spaziano da soluzioni sottobanco a opzioni a traino e a nastro su misura

kromo-ali.com

Dove la cura incontra il gusto: verso una qualità superiore

Il passaggio dal tradizionale legame fresco-caldo (Cook-Serve) al legame surgelato (Cook-Freeze) può essere un grande passo in avanti per l'efficienza e la qualità del cibo, ma un cambiamento così grande è una mossa audace nel contesto della ristorazione ospedaliera. Jim Banks racconta come il Leighton Hospital, nel Regno Unito, ha affrontato questo cambiamento con il supporto di Burlodge



Nel 2022, dopo aver assunto il ruolo di Head of Facilities per il Mid Cheshire Hospitals NHS Foundation Trust, Paula Bamber ha subito capito che il servizio di ristorazione del Leighton Hospital di Crewe doveva essere ripensato. Il tradizionale servizio fresco-caldo proponeva piatti realizzati sì al momento, come fatti in casa, ma quello era l'unico aspetto positivo.

“Le operazioni di ristorazione erano un po' caotiche”, ricorda Bamber. “Il sistema era decisamente anacronistico e per nulla innovativo. Nel 2023 è subentrato un nuovo ed esperto Catering Manager, migliorando la situazione, nella consapevolezza di avviare un cambio di passo, meno dipendente dalla presenza degli chef.

La situazione che Bamber si era trovata a gestire era piuttosto delicata: l'assenza di un solo chef poteva compromettere tutte le operazioni e la qualità del servizio. Il menù era limitato, rigido e poco efficiente.

“Eravamo a un punto critico”, dichiara Bamber. “Ho valutato delle alternative, come il legame refrigerato (Cook-Chill), ma non registrava feedback positivi, data la grande quantità di scarti e tempi di conservazione ridotti. Il tradizionale servizio fresco-caldo produceva già molti scarti. Abbiamo quindi considerato il Cook-Freeze, che aveva una serie di vantaggi. Ci è voluto un anno per pianificare il passaggio e ottenere l'approvazione, ma alla fine abbiamo ricevuto pieno sostegno dalla direzione”.

Oggi il Leighton Hospital, con 500 posti letto e circa 500.000 pasti al mese, si procura i pasti

In alto:
Il Leighton Hospital a Crewe, nel Regno Unito, conta 500 posti letto e serve circa 500.000 pasti al mese



principali dal partner Apetito, mentre gli chef interni preparano dessert e pietanze per i servizi complementari della struttura.

“Questo approccio misto ci ha consentito un risparmio economico”, aggiunge Bamber. “Abbiamo meno chef interni poiché la preparazione del cibo viene esternalizzata e le operazioni sono più efficienti. La gestione delle scorte, la pianificazione e le eventuali modifiche al menù avvengono tramite Apetito. Anche il cibo è di migliore qualità. La cucina tradizionale è deliziosa e ricorda casa,” ma gli svantaggi stavano diventando eccessivi per poter continuare”.

Trova le differenze

Per migliorare la qualità della ristorazione, l’ospedale si è affidato a Burlodge, partner di lunga data, che ha fornito 30 carrelli Multigen utili nel nuovo modello di distribuzione. Lo staff conosceva già modelli simili, ma doveva prendere confidenza con nuove modalità operative.

“In passato, lo staff si limitava a ritirare il carrello, portarlo in reparto e servire il cibo. Ora le responsabilità sono di più”, racconta Shelley Hudson, UK Regional Sales Manager di Burlodge. “Con il forno a doppio rendimento, i fornì a convezione del carrello sono a tutti gli effetti due. Cibi densi, verdure e cibi liquidi per i pazienti con disfagia (difficoltà nella degluttazione) possono essere caricati e cotti simultaneamente”.

“I vani sono ben isolati, e questo è molto importante”, prosegue. “Ad esempio, se all’arrivo in reparto c’è un’emergenza e il paziente non è in quel momento disponibile, il suo pasto può essere conservato in modalità di mantenimento del caldo, in molti casi con mantenimento passivo grazie a un ottimo isolamento del carrello”.

La maggior parte dei dipendenti conosceva già i carrelli, per cui la transizione è stata semplice e la formazione minima. Con soli tre pulsanti, è facile da

usare e avviare la rigenerazione, che dura 90 minuti. Al termine, si verificano temperatura e qualità del cibo.

“Abbiamo anche il software BCloud”, precisa Bamber. “Le informazioni inviate dalle sonde di temperatura vengono automaticamente salvate nel cloud, dove non possono essere manomesse. Questo è essenziale per il monitoraggio HACCP e per la sicurezza dal punto di vista sanitario. Vengono meno anche i diverbi più banali, sarà facile ad esempio verificare subito se la zuppa fosse fredda o meno, poiché abbiamo il registro delle temperature rilevate e i piatti rimangono in carrelli riscaldati”.

Costruire delle partnership

In breve tempo, l’impatto è risultato notevole. Dal punto di vista dell’ospedale, il servizio pasti è più efficiente, la qualità del cibo è migliore e le interruzioni del servizio pressoché nulle. I pazienti, invece, hanno più scelta e i pasti, insieme alle visite naturalmente, sono diventati la parte più bella della giornata. Il menù ora comprende 84 piatti, anziché 24.

La tecnologia ha avuto un ruolo fondamentale nella trasformazione, ma il rapporto tra le parti coinvolte non è stato da meno. “Shelley di Burlodge è straordinariamente competente”, aggiunge Bamber. “Conosce tutto, per filo e per segno, e ci ha sempre fatto sentire in ottime mani. Il servizio è fantastico e, se la chiamo, so che verrà immediatamente da noi per risolvere qualsiasi problema”.

“Le esigenze del cliente sono la priorità”, afferma Hudson. “Collaborare è questo. Bisogna trovare la soluzione giusta per tutto il ciclo di vita del carrello: nell’assistenza post-vendita, negli interventi degli ingegneri e così via”.

L’introduzione di cambiamenti in contesti istituzionali può apparire un’impresa spaventosa, ma con i giusti partner e strumenti tecnologici è possibile ridefinire gli standard della ristorazione ospedaliera. ■

“Collaborare è questo. Bisogna trovare la soluzione giusta per tutto il ciclo di vita del carrello”

**Shelley Hudson,
Burlodge**

BRAND FOCUS

burlodge
TOGETHER, WE WORK.

1984
Burlodge viene fondata
41 anni fa nel Regno Unito

5
Burlodge opera in cinque Paesi
tra Europa e Nord America

2045
Burlodge si impegna ad azzerare
le proprie emissioni entro il 2045
burlodge.com



Un'icona di sempre, con un volto nuovo

Fondata nel 1989, The Coffee Club è la più grande catena di caffetterie australiana. Al passo con le tendenze, ma sempre fedele alle proprie origini, è una realtà in continua crescita. Jim Banks racconta l'ultimo restyling, elaborato insieme al partner Moffat

Presente in 13 Paesi con 400 punti vendita e oltre 40 milioni di clienti, The Coffee Club è una storia di successo 100% australiana. Mantenere la leadership è una sfida continua, ma l'azienda ha sempre

seguito l'evoluzione delle esigenze dei clienti.

L'ultimo progetto firmato The Coffee Club si concentra sul migliorare la qualità del cibo e i risultati, oltre a ottimizzare i costi, riducendo le risorse associate al lavoro del 60%. Al contempo, l'azienda mira a ricorrere sempre meno ai cibi pronti, incrementare l'efficienza energetica e ottimizzare i flussi di lavoro nei periodi di punta.

“L'attuale tendenza del settore è rappresentata dalle caffetterie indipendenti, ma noi possiamo fare leva sull'opportunità di diventare indipendenti in massa”, afferma Christian Bright, Design and Construction Manager di The Coffee Club. “Abbiamo 400 punti vendita in tutto il mondo, di cui 220 in Australia: in questo territorio abbiamo sia un impatto maggiore sia un'esperienza decennale, fiducia, familiarità, coerenza e qualità.”

“Molti proprietari di locali ci dicono di fidarsi meno delle attività indipendenti, in quanto più inclini a chiudere o ad avere una crescita minore”, aggiunge. “Noi, al contrario, siamo in costante espansione e abbiamo una clientela fedele e abituale.

Un volto nuovo per la ristorazione

The Coffee Club seguiva tradizionalmente un modello “cook-and-serve”, con prodotti pronti da consumare e svariate proposte calde per la colazione. Di recente, tuttavia, il paradigma ha subito una trasformazione notevole, proprio come lo stesso brand e il design degli store. “Volevamo portare le aspettative dei clienti a un livello più alto”, dichiara Bright. “Nel 2023, in seguito alla nomina del nuovo CEO, abbiamo condotto una ricerca approfondita tra i clienti circa il posizionamento e l'identità del brand, la fidelizzazione dei clienti, l'esperienza negli store e l'evoluzione del prodotto”.

“Abbiamo scelto di tornare agli anni Ottanta con un design nostalgico, vivace e colorato e stiamo sviluppando l'aspetto, l'atmosfera e la personalità dei nostri punti vendita, evitando un approccio omologato e prevedibile”, aggiunge. “Alla fine dello scorso anno, per



la prima volta in 35 anni di attività, abbiamo persino cambiato caffè, passando a un nostro brand”.

Per supportare questo percorso di sviluppo del prodotto, The Coffee Club si è affidata a una partnership con Moffat, specialista in attrezzature per la ristorazione e la panificazione. L'incarico consisteva nel fornire le attrezzature e nel migliorare il flusso di lavoro e i processi operativi nelle cucine. La soluzione doveva essere flessibile e adattabile a diversi format, dalle cucine chiuse a quelle aperte con servizio diretto.

Moffat realizza soluzioni interamente su misura e collabora con un team di chef per fornire assistenza a 360 gradi, spaziando dalla creazione alla prova dei menu, senza dimenticare la pianificazione, l'implementazione e la formazione del personale. Le cucine di The Coffee Club sono ora dotate di forni a convezione a due piani Turbofan E33T5, affiancati da armadi scaldavivande umidificati.

Il forno Turbofan con funzione scaldavivande consente di ampliare la preparazione di cibi in-house, abbattere i costi dei prodotti e migliorarne la qualità.

“L'uniformità e la qualità dei prodotti appena sfornati sono eccellenti”

Christian Bright, The Coffee Club

Al tempo stesso, permette di passare a un flusso di lavoro incentrato sulla preparazione, in cui il cibo viene cucinato in anticipo e conservato a temperature sicure per accelerare il servizio.

“Volevano abbandonare i forni a impingement precedenti per un sistema di cottura più flessibile, basato su principi di cottura e conservazione ottimali”, racconta Dan Savage, Sales Manager, National Accounts/QSR di Moffat. “Nei ristoranti standard la domanda segue degli orari di punta, ma le previsioni diventano più complesse in altri contesti [come le caffetterie]. Il modello E33T5 consente di cuocere in serie e lo scaldavivande EHT10 mantiene il cibo a una temperatura e un grado di umidità ideali, per cui il prodotto che viene servito al momento richiesto sembra sempre appena preparato”.

Progettare l'eccellenza

La cottura in serie e la conservazione a caldo hanno ridotto i costi, l'impatto delle cucine e migliorato qualità e soddisfazione dei clienti. Tutto questo è possibile grazie alla preparazione autonoma, a una maggiore efficienza e a un servizio più rapido. Anche operatori poco specializzati possono cucinare con risultati uniformi grazie ai programmi preimpostati, mentre la tecnologia scaldavivande mantiene intatta la qualità.

“Ci assicuriamo che tutto funzioni in modo più agevole, migliore e più rapido”, afferma Savage. “The Coffee Club si è dimostrata molto aperta al confronto e a ponderare ogni possibilità: se, da un lato, il forno a convezione Turbofan era noto a livello globale, la nuova tecnologia scaldavivande era decisamente meno conosciuta. Quando Christian è venuto a trovarci, gli ho servito una colazione con prodotti preparati un paio d'ore prima. Non l'avrebbe mai detto. Bisogna provare per credere”.

“L'uniformità e la qualità dei prodotti appena sfornati sono eccellenti, migliori che in passato, e i clienti hanno accolto positivamente la novità”, commenta Bright. “L'esperienza dei clienti è l'elemento più importante. E la collaborazione è stata fantastica”.

Sfruttando l'esperienza di Moffat, The Coffee Club ha adottato con successo un sistema combinato di cottura e conservazione a caldo che assicura una produttività elevata anche alle cucine più compatte. Il risultato? Una qualità più uniforme, un servizio più rapido e un risparmio notevole. Tutto è pronto per altri 35 anni di successo. ■



In alto: Christian Bright, The Coffee Club (sopra); Dan Savage, Moffat

BRAND FOCUS

MOFFAT®

90+

Le aziende del gruppo Moffat operano nella maggior parte dei settori della ristorazione grazie a più di 90 anni di esperienza e competenza

1981

Nel 1981, all'Hotel Olympia nel Regno Unito, Moffat Appliances introduce il primo forno a convezione portatile, con una potenza pari a 13 A e un elemento grill con doppia funzione di cottura e conservazione a caldo

4

Moffat Australia/New Zealand opera in quattro settori chiave del mercato: ristorazione, panetterie, sanità/distribuzione dei pasti e caffetterie

moffat.com

Giocare in casa per una vittoria assicurata

Una stella Michelin porta con sé grandi onori... ma anche grandi responsabilità. Per i tre fratelli alla guida di Casa Sgarra, costruire relazioni con fornitori che condividono la loro stessa visione – come Comenda – è fondamentale per garantire fluidità, precisione e qualità nel lavoro quotidiano. Ce lo racconta Sam Noble

A destra (da sx a dx): Roberto, Felice e Riccardo Sgarra del ristorante stellato Casa Sgarra



A

circa 40 chilometri da Bari, affacciata sull'Adriatico, sorge la suggestiva cittadina di Trani. Ed è proprio qui, tra pietra e vigneti, dove il tempo sembra dilatarsi, che i fratelli Felice, Riccardo e Roberto Sgarra hanno scelto di scrivere la loro storia. "Volevamo un luogo che ci rappresentasse, che parlasse delle nostre radici", racconta lo chef Felice. "Dalla cantina, Roberto racconta la storia della Puglia attraverso i suoi vini, mentre io do voce a questa regione con la cucina".

La passione per la cucina è sempre stata nel DNA della famiglia, ma ciò che i genitori hanno trasmesso con ancora più forza è la cultura dell'accoglienza, il valore autentico del prendersi cura degli altri.

"Casa Sgarra non è nata per stupire, ma per accogliere", dichiara Felice. "In sala, Riccardo interpreta questa filosofia con eleganza e naturalezza".

C'erano una volta tre fratelli

Lo chef Felice e il gemello Riccardo sono nati ad Andria nel 1982, anno del trionfo della nazionale italiana di calcio ai Mondiali. Da bambino, Felice accompagnava il padre tra i campi, dove assorbiva ritmi e valori della terra. Oggi, quella memoria contadina incontra tecnica, creatività e desiderio di emozionare, dando vita a una cucina che unisce mare e terra, colori e consistenze, sempre con ingredienti di stagione d'eccellenza.

Riccardo, maître di sala, è il volto elegante e accogliente del ristorante. L'esperienza maturata all'estero con Hyatt Corporation e il suo ruolo di Brand Ambassador nel mondo dell'enologia l'hanno reso un raffinato narratore: in sala, così come nel racconto del territorio. ▶

Il sommelier Roberto, il più giovane dei tre fratelli, è esperto di vini e custode della cantina di Casa Sgarra, che accoglie più di 600 etichette. Trait d'union tra la cucina e la sala, supervisiona il servizio fino al minimo dettaglio, guidando con sapienza gli ospiti alla scoperta di ogni calice.

La cucina di questo ristorante stellato propone un delicato equilibrio tra tradizione e innovazione. Ogni piatto è un racconto fatto di forme, emozioni e ricordi. A completare l'esperienza, una mise en place studiata nel minimo dettaglio: superfici ora lisce ora materiche, forme irregolari, porcellane leggere come fogli di carta.

“Ogni calice, ogni piatto, ogni posata raccontano una parte della nostra storia”, dice Felice. “Basta che un solo elemento compaia in forma imperfetta sulla tavola per interrompere la storia. Per questo è essenziale che i nostri partner non siano semplici fornitori, ma custodi di questa narrazione”.

Oltre la cucina: l'eccellenza dietro le quinte

Fabio Di Michele, CEO di FERV, azienda specializzata in installazione e manutenzione di attrezzature per la ristorazione, conosce bene l'importanza dei dettagli. “Con i fratelli Sgarra, l'ascolto ha la priorità assoluta. Poi viene il lavoro. Non si tratta solo di fornire macchine, ma di costruire efficienza su misura”, racconta. Anche il lavaggio deve rispondere agli stessi standard di precisione. “Installare una lavastoviglie non basta: dobbiamo assicurarne continuità e affidabilità. Per questo scegliamo partner come Comenda, che condividono la nostra attenzione per ciò che davvero accade in cucina”.

Durante il lavaggio, bisogna soddisfare una vasta gamma di esigenze relative alle stoviglie e al servizio. “Ogni ristorante ha necessità specifiche: piatti unici, calici delicati, ritmi serrati”, commenta Livio Brugnoli, General Manager di Comenda. “I nostri cestelli sono progettati per adattarsi a queste richieste e garantire protezione e un lavaggio efficace, senza compromessi. Il risultato inizia proprio da qui”.

Per Casa Sgarra, dove ogni piatto è un'opera d'arte e ogni calice soffiato artigianalmente, è essenziale avere il cestello giusto. Da sempre, Comenda progetta e realizza i propri cestelli internamente secondo una scelta industriale precisa: ogni forma, linea e materiale nasce da competenze tecniche e un ascolto attento delle esigenze del cliente. Se un cliente non riesce a trovare la soluzione giusta tra gli oltre 80 cestelli standard, l'azienda è pronta a produrre una proposta su misura.



Sopra, in alto: Fabio di Michele, CEO di FERV, con Felice Sgarra. A destra: Livio Brugnoli, General Manager di Comenda

“Il cestello è parte integrante del risultato”, continua Brugnoli. “Non è un accessorio, ma un componente tecnico non meno importante della macchina”.

Un lavaggio perfetto non dipende solo dai cestelli: è l'intero ecosistema ad avere un ruolo determinante. Per le proprie lavastoviglie, Casa Sgarra ha scelto l'osmosi inversa, che elimina la lucidatura manuale, riduce i danni dovuti alla manipolazione, accelera i tempi di asciugatura e protegge anche le superfici più delicate. Tutto questo non fa che confermare la capacità di Comenda di garantire ciò che Brugnoli definisce “lavaggio intelligente”, capace di adattarsi a ogni contesto reale.

A suo avviso, il mercato è pronto per lo sviluppo di lavastoviglie di nuova generazione. “La macchina deve sapere dove si trova e con cosa ha a che fare e agire di conseguenza”.

“Ogni calice e ogni piatto compongono la storia che vogliamo raccontare agli ospiti. Per questo è essenziale che i nostri partner siano custodi di questa narrazione”

Felice Sgarra, Casa Sgarra



A HostMilano 2025, Comenda presenta nuove macchine in grado di riconoscere automaticamente il cestello Comenda inserito, adattando i cicli di lavaggio in autonomia per proteggere le stoviglie e ottimizzare i consumi. "Confesso che le avevamo progettate già qualche tempo fa. Era un'idea di grande impatto, ma forse troppo avanzata per l'effettivo potenziale tecnologico dell'epoca. Non l'abbiamo mai abbandonata, ma abbiamo deciso di attendere il momento giusto, senza forzature né presunzione. Oggi, grazie alle funzionalità integrate e a una tecnologia consolidata, possiamo finalmente rimettere in moto questo progetto. Non per sorprendere, ma per semplificare il lavoro di chi si affida a noi ogni giorno", dice Brugnoli.

Per Comenda, l'innovazione non è spettacolo, ma una risposta concreta alle esigenze reali. Un modo per dimostrare rispetto verso chi utilizza, installa e si affida ogni giorno a questi prodotti.

A cinque anni dall'apertura, la storia di Casa Sgarra continua a evolversi attraverso l'accoglienza che offre con orgoglio, i piatti e i vini che serve e i dettagli spesso invisibili agli occhi degli ospiti. Ma sono proprio queste scelte, lontane dai riflettori – come la cura per il lavaggio, la manutenzione e i partner – a fare davvero la differenza. "Per realizzare un grande piatto, è necessario poter contare su un grande team, anche dietro le quinte", conclude Felice. ■

BRAND FOCUS

 **COMENDA**
TO CLEAN. WITH CARE.

60+

Da oltre 60 anni, Comenda è sinonimo di prestazioni eccellenti, affidabilità e sicurezza nel lavaggio professionale delle stoviglie in tutto il mondo

100+

Grazie a una rete di distribuzione affidabile ed efficiente attiva in più di 100 Paesi nel mondo, Comenda eroga un'assistenza post-vendita immediata

ISO 9001

Le attrezzature Comenda sono prodotte in Italia in uno stabilimento certificato secondo gli standard di gestione qualità ISO 9001 e al sistema di gestione ambientale 14001

comenda.eu

Il comfort di casa che sfida l'estremo



Ogni progetto infrastrutturale di grande portata presenta delle criticità, ma lavorare in una raffineria di gas nel cuore dell'Artico norvegese le amplifica notevolmente. Jim Banks si confronta con **Endre Sørstrømmen** di Stord Innkvartering e il partner di attrezzature da cucina Metos per scoprire come le due aziende hanno creato soluzioni abitative e mense per un numero elevato di lavoratori in condizioni estreme

Situata sulla costa della Finnmark County, nella Norvegia settentrionale, la città artica di Hammerfest vanta una posizione remota e scenografica. Spesso citata come la città più a Nord del mondo, Hammerfest comprende anche la piccola isola di Melkøya, la quale ospita un impianto di gas naturale liquefatto (GNL) onshore che, attraverso un gasdotto nel Mare di Barents, riceve gas naturale dal giacimento di gas e condensato di Snøhvit.

Gestita da Equinor, ente petrolifero di stato della Norvegia, la raffineria è rimasta chiusa per 80 giorni dall'inizio di aprile 2025 per lavori di manutenzione e opere di elettrificazione. Per realizzare il progetto è stato necessario ospitare fino a 1.000 lavoratori in loco,

garantendo alloggi confortevoli e pasti regolari, nonostante l'isolamento e il gelo estremo. Per Stord Innkvartering, però, è routine.

L'azienda è specializzata nella fornitura di edifici modulari temporanei e nella costruzione di alloggi per lavoratori impegnati in grandi progetti industriali e infrastrutturali in Norvegia.

Creare spazi

“Aumentiamo le opportunità dei nostri clienti creando spazi che permettono al loro personale di recuperare le energie dopo una lunga giornata di lavoro”, afferma Endre Sørstrømmen, Managing Director di Stord.

“In sostanza, offriamo una casa temporanea a chi è lontano da casa, assicurando praticità, uno spazio confortevole e un senso di comunità. Possiamo limitarci a consegnare



dei moduli o, in alternativa, fornire tutti i servizi richiesti dalla comunità dei lavoratori. Possiamo assistere i clienti nella gestione dell'intero progetto, occupandoci dei contatti con gli enti pubblici e dei relativi permessi e allestendo tutto il necessario per offrire una soluzione degna di un hotel. O, se il cliente lo desidera, possiamo anche limitarci a consegnare i moduli dove indicato”, spiega.

“La bellezza delle soluzioni modulari sta proprio nella loro flessibilità e scalabilità. Combinando una gamma standardizzata di moduli e un'esperienza di gestione di progetti di grande portata e complessità, possiamo confezionare soluzioni idonee che possono anche essere ingrandite rapidamente”.

Concepito nell'estate del 2024, il progetto del campo di Hammerfest presentava una serie di

A destra (dall'alto verso il basso):
Endre Sørstrømmen di Stord Innkvartering;
Geir Aas e Liv Haugen di Metos

criticità progettuali. Il sito proposto celava diverse sfide, tra cui restrizioni di tipo urbanistico e di inquinamento relative allo sviluppo delle aree circostanti. Una volta ottenute le approvazioni locali, Stord si è occupato della costruzione e del trasporto dei moduli abitativi e della mensa verso una località remota nel bel mezzo del rigido inverno artico. "A gennaio ci sono solo sei ore di luce", spiega Sørstrømmen. "L'Artico non ci ha risparmiato niente, vento, freddo e neve, mentre noi dovevamo consegnare 10.000 mq di strutture. Tra queste era compresa un'enorme mensa, forse una tra le più grandi mai realizzate, in grado di servire diversi pasti al giorno a 1.000 persone".

Stord ha scelto di collaborare con Metos, leader nella fornitura di attrezzatura da cucina, per offrire ai lavoratori un servizio mensa sempre della migliore qualità. Metos fornisce i componenti base per le mense modulari procurandosi l'attrezzatura fondamentale dal portafoglio Ali Group, i bollitori Metos Viking, i forni a vapore Metos, le lavastoviglie Wexiödisk, i lavapentole KROMO, le brasiere Metos Prince e gli espositori Metos Nova/Halo. Fatta eccezione per i sistemi di refrigerazione, Metos ha una risposta per ogni esigenza.

Metos avvia ogni progetto studiando lo spazio disponibile e la quantità di moduli necessari, racconta Geir Aas, Project Manager di Metos. "Possiamo creare cucine che servono da 100 a 1.000 persone; perciò, dobbiamo sapere il numero di moduli mensa presenti nel campo. Inoltre, i campi possono trovarsi in alta montagna, lontano dai negozi di alimentari, perciò dobbiamo riflettere attentamente anche sullo stoccaggio", aggiunge. "Per 1.000 persone,



come nel caso di Hammerfest, possiamo predisporre circa 250 posti a sedere e tre o quattro turni. Dobbiamo pianificare un utilizzo efficiente dell'attrezzatura e assicurare pasti nutrienti e vari".

L'unione tra l'esperienza di Stord nei progetti complessi e il know-how di Metos nelle grandi mense dà vita a una collaborazione solida, con qualità e prestazioni garantite. "La possibilità di intervento rapido in ogni parte della Norvegia è fondamentale. Questo significa avere fiducia nel servizio di Metos lungo tutto il progetto, grazie ai suoi legami con partner in tutto il Paese", afferma Sørstrømmen. "Raggiungiamo anche le destinazioni più remote per supportare i nostri clienti e ci impegniamo a rendere le operazioni agevoli in qualsiasi luogo, anche se l'assenza di strade ci obbliga a spostarci via mare. Accettiamo la sfida, e Metos ci supporta".

I risultati di questa solida partnership sono evidenti, nonostante le richieste estreme del progetto Hammerfest. "Se la mensa e gli ambienti abitativi fossero sotto lo standard, l'umore dei lavoratori potrebbe peggiorare, e questo inciderebbe sul progetto", spiega Sørstrømmen. "Il malumore può diffondersi in un attimo, e non è facile riportare il sereno".

Liv Haugen, Sales Executive di Metos, illustra come l'azienda ha saputo adeguarsi alle richieste. "Le attività nel nord della Norvegia si sono evolute e, data la difficoltà di muoversi tra i fiordi, ci siamo avvalsi di ulteriori fornitori di assistenza nell'area", dice. "Al nord stanno accadendo molte più cose, e i lavoratori impegnati nei grandi progetti infrastrutturali hanno bisogno di posti dove mangiare e dormire. È un segmento importante dell'industria, che spesso viene dimenticato".

Una cosa è certa: se Stord Innkvartering e Metos hanno saputo trovare soluzioni vincenti ad Hammerfest, possono farlo ovunque. ■

“ L'Artico non ci ha risparmiato niente ”

**Endre Sørstrømmen,
Stord Innkvartering**



BRAND FOCUS

metos
kitchen intelligence[™]

100+

Metos viene fondata nel 1922. Nel 2022, festeggia un secolo di attività come leader del settore in Scandinavia

21.000+

Metos produce più di 21.000 macchine l'anno, focalizzandosi sull'ottimizzazione del flusso di lavoro e della redditività dei clienti

8

Leader di mercato nell'area scandinava, nei Paesi baltici e nel Benelux, Metos opera in otto Paesi europei

metos.com



04 Storie di successo



La boulangerie, con un twist

Le panetterie vegetali, come Land&Monkeys, sono una tendenza in crescita nell'industria alimentare. Tina Nielsen esplora come le competenze e le attrezzature di Bongard hanno sostenuto l'espansione a impatto zero del gruppo



Sopra: Olivier Bosc,
Key Account Manager
di Bongard



“Ci servivano ottimi forni, facili da usare e in grado di garantire una qualità costante”

Marc Raffa, Land&Monkeys

Land&Monkeys viene fondata nel 2020 con la missione di ricreare i prodotti della boulangerie francese in chiave vegana.

“Le parole chiave che descrivono i nostri prodotti sono classici, deliziosi e a base vegetale. Il nostro motto è: ‘Dream Fair, Eat Fun’”, spiega l’Head Executive Chef Baker dell’azienda, Marc Raffa.

In grado di attirare una clientela ampia, dai residenti ai turisti, passando naturalmente per chi segue un’alimentazione vegana, Land&Monkeys gestisce cinque boulangerie di proprietà e tre punti vendita in franchising a Parigi, Bordeaux ed Aix-en-Provence. Per quest’anno è prevista l’apertura di nuovi punti vendita, consolidando il brand a livello nazionale con un approccio a impatto zero prima di espandersi all’estero.

La cucina si concentra su quattro categorie di prodotti: pane, pasticceria, viennoiserie e snack. Il pane è prodotto con farina 100% biologica proveniente da un raggio massimo di 200 km da ogni punto vendita, mentre i prodotti di pasticceria contengono Yumgo, le “uova” a base vegetale di proprietà del brand, ideate dai fondatori Rodolphe e Yoshimi Landemaine.

La viennoiserie, che comprende croissant, pain au chocolat e chausson aux pommes (tortini di mele), contiene burro e latte vegetali. Il menu degli snack, che genera il 25% del fatturato totale, cambia ogni tre mesi per rispecchiare gli ingredienti di stagione. Il pane, la viennoiserie e le brioche sono interamente prodotti in loco, mentre i prodotti di pasticceria e le torte sono assemblati nel punto vendita.

La sfida: niente ingredienti animali

L’utilizzo di ingredienti vegetali presuppone un approccio diverso da parte dei fornai: l’impasto è più liquido e quindi più difficile da lavorare, e creare nuove ricette è sempre una sfida.

“Per sostituire gli ingredienti di origine animale

servono spirito di adattamento e alternative di qualità, e questo rende il nostro lavoro così interessante”, spiega Raffa, aggiungendo che il perfezionamento di nuove ricette richiede tempo poiché non ci si può basare su quelle esistenti. “Con il tempo ci abituiamo sempre più alle nuove ricette, e diventiamo più efficienti”.

Prima di fondare Land&Monkeys, il co-founder Rodolphe aveva creato il brand eponimo Maison Landemaine, con 22 punti vendita in tutta Parigi, in molti casi dotati di attrezzatura professionale Bongard. Per allestire le panetterie vegane, i soci hanno scelto ancora una volta il loro partner di fiducia.

“Ci servivano ottimi forni, facili da usare, a lunga durata e in grado di garantire una qualità costante in ogni punto vendita”, chiarisce Raffa.

“Quando dovevamo aprire i primi tre panifici Land&Monkeys, conoscevamo già Bongard e le sue attrezzature di qualità, affidabili, resistenti e semplici da riparare”, prosegue, raccontando che, nelle rare occasioni di necessità, Bongard ha sempre fornito rapidamente i ricambi tramite il rivenditore locale esclusivo Panifour.

La terra delle opportunità

Olivier Bosc, Key Account Manager di Bongard, ha lavorato a stretto contatto con Raffa per il lancio nazionale di Land&Monkeys. “Siamo

stati al loro fianco sotto ogni punto di vista, dallo studio del progetto all’assistenza post-vendita”, racconta. Land&Monkeys vuole che tutti i punti vendita futuri replichino i modelli esistenti per permettere a tutti i fornai di lavorare con le stesse attrezzature, senza dover adattare le ricette.

Bongard ha pensato di sostenere questo obiettivo proponendo una gamma completa di attrezzature, dall’impasto alla cottura, per garantire che i risultati siano sempre gli stessi, in 20 o 80 mq di spazio e in qualsiasi luogo.

“Vendendo grandi volumi ogni giorno, la sfida più grande era offrire una strumentazione dalle capacità elevate e in grado di assicurare il livello di qualità richiesto”, spiega Bosc. Le aspettative sono state soddisfatte dai forni a piani Bongard Orion Evo e Soleo Evo. Quest’ultimo è un modello modulare che si adatta agli spazi più limitati, senza rinunciare alle prestazioni.

Oggi, Land&Monkeys ha in programma di creare un laboratorio per la formazione e la preparazione di pane e viennoiserie. Bongard accompagnerà il team anche in questo nuovo capitolo, proseguendo la ricerca di alternative vegetali ai classici prodotti da forno francesi. ■

BRAND FOCUS



1922

Oscar Bongard fonda il panificio Bongard nel 1922

70%

Nel 70% delle boulangerie francesi è presente almeno una soluzione Bongard

140+

Bongard è presente in più di 140 Paesi nel mondo

bongard.fr





La catena di ristoranti Tex-Mex Chili's Grill & Bar e gli specialisti della pasticceria francese PAUL si stanno rapidamente espandendo in India, con grande soddisfazione per i palati locali. Questa crescita è merito del franchising del

settore alimentare Trimex Foods Pvt. Ltd. e delle indispensabili soluzioni per la ristorazione firmate Welbilt®. Fino al 2010, erano davvero poche le catene di ristoranti occidentali in India.

“Per lo più, si poteva scegliere tra hotel a cinque stelle e catene del posto”, racconta Vaibhav

Kaushish, COO e Director di Trimex Foods Pvt. Ltd.

Anche se il menù poteva risultare poco familiare a molte persone del posto, all'inaugurazione del primo ristorante si sono registrate lunghe code. “All'inizio, i clienti erano per lo più le élite che avevano viaggiato molto (circa il 2% della popolazione), ma dopo alcuni anni i palati locali sono cambiati, adattandosi al cibo”, aggiunge Kaushish.

Soluzioni smart per una crescita eccezionale

Grazie a Trimex Foods, Chili's è cresciuto costantemente, mantenendo qualità e coerenza in linea con gli standard USA. Un risultato possibile solo con attrezzature da cucina vincenti.

Welbilt non si è tirata indietro, garantendo la massima disponibilità. In quanto fornitore di fiducia di attrezzature da cucina per Chili's negli USA, Welbilt conosce alla perfezione le esigenze del brand. Avvalendosi di cucine demo e chef interni, Welbilt ha aiutato a sviluppare i menù, testare l'attrezzatura e migliorare l'efficienza operativa.

“Abbiamo potuto provare e sviluppare i menù, ma anche sperimentare con l'attrezzatura per testarne l'efficienza e i risultati”, spiega Kaushish.

“Un ottimo esempio sono i forni combinati Convotherm®, che usavamo solo per scaldare la carne. Welbilt ci ha mostrato che possono essere usati anche per cuocere il pane e il riso e bollire le verdure. Non abbiamo più avuto bisogno di forni separati, fornitori esterni e cuociriso. Questo ci ha permesso di risparmiare molto tempo e denaro in tutti i locali”. ▶

L'Ovest guarda a Est

Grazie a Trimex Foods Pvt. Ltd, la celebre catena Tex-Mex Chili's Grill & Bar sbarca in India, Sri Lanka e Bangladesh e le caffetterie-pasticcerie francesi PAUL arrivano in India.

Chris Evans rivela come il fornitore Welbilt ha saputo offrire assistenza tecnica, consulenza e un eccezionale servizio post-vendita



In alto: Vaibhav Kaushish di Trimex Foods Pvt. Ltd. In alto, a destra: l'elegante pasticceria francese PAUL a Mumbai. A destra: il nuovo ristorante Chili's, in arrivo ad Ahmedabad



Anche i forni Convootherm mini, con soli 50,5 cm di lunghezza e 7 kW di potenza, sono entrati a far parte della fornitura. "Il cliente ha potuto risparmiare spazio ed energia rispetto all'attrezzatura della concorrenza che utilizzava prima", spiega Gaurav Sharma, Associate Director Strategic Accounts di Welbilt India.

Una ricetta vincente

Kaushish illustra come i forni a nastro Lincoln® sono diventati parte integrante delle cucine Chili's di tutto il mondo. "In passato, Chili's usava forni a nastro di una società concorrente (per le pizze), ma ci siamo rivolti all'ufficio centrale per spiegare che avevamo testato i forni Lincoln e le pizze erano molto buone. Inoltre, prezzo e garanzia sono migliori, e di Welbilt ci fidiamo ciecamente. Adesso sono stati approvati a livello globale", conclude entusiasta.

Anche le friggitrici FilterQuick® di Frymaster® sono state introdotte nei ristoranti Chili's. Dotate di sensori per controllare le ricette, si attivano semplicemente premendo un pulsante e danno priorità all'efficienza energetica, garantendo una riproduzione sempre fedele dei piatti. "Il sistema di filtraggio dell'olio evita sprechi e prolunga i tempi di conservazione. Trimex ne è rimasta davvero colpita", racconta Sharma.

L'uso di macchine automatizzate consente anche di ridurre al minimo la formazione del personale. "Le friggitrici precedenti richiedevano la formazione continua dei collaboratori, mentre nei nostri nuovi modelli le ricette sono preimpostate. Per avviare la cottura, basta premere un pulsante", spiega Sharma.

Kaushish è rimasto colpito dalla qualità e dalle prestazioni dei prodotti Welbilt, progettati per durare a lungo. "Sono realizzati in materiali ultraresistenti e non si rompono, diversamente da alcuni prodotti della concorrenza che non sempre sono affidabili. Questo si traduce in costi operativi ridotti. Inoltre, la tecnologia avanzata consente un risparmio energetico", precisa.

Anche l'assistenza e i servizi post-vendita forniti da Welbilt sul territorio si sono rivelati proattivi e di qualità eccezionale. "Tecnici qualificati ci insegnano come utilizzare i prodotti nelle loro cucine, mostrandone il potenziale".

"Tra i nostri partner contiamo circa 100 ingegneri pronti a occuparsi dei prodotti Welbilt e dislocati su tutto il territorio indiano, anche nelle città più piccole e in crescita," dice Sharma.

Poiché Trimex ha un accordo globale con Welbilt, componenti e pezzi di ricambio hanno sempre prezzi ragionevoli e sono disponibili in tempi brevi, dato che Welbilt rifornisce anche grandi brand del settore come McDonald's® e KFC®. "I loro magazzini in India sono sempre forniti, per cui le sostituzioni sono rapide, mentre i concorrenti a volte dispongono di un solo magazzino in una sola città", chiarisce Kaushish.

La fiducia di Trimex in Welbilt ha portato ad

adottare anche attrezzature inizialmente non previste, come le macchine per il ghiaccio Icematic, apprezzate per l'affidabilità.

"Anche i prezzi che ci riservano in quanto partner e la loro ripartizione sono di vitale importanza", spiega Kaushish. "Welbilt è un'azienda trasparente, che spiega con esattezza i costi di produzione e di importazione, l'ammontare dei margini, tutto quanto. Nessun concorrente si è dimostrato altrettanto aperto o disponibile. Questo ci ha aiutato a fare le nostre scelte, portandoci a concludere un gran numero di affari con Welbilt".

Con 24 ristoranti Chili's già operativi in India e Sri Lanka, Trimex Foods punta ad aprire almeno altri 10 franchising per quest'anno e ad avere 200 ristoranti entro il 2030, prima di diventare una società quotata in Borsa.

"Al momento, Chili's sta raggiungendo i suoi massimi storici nel mercato statunitense. Negli ultimi 18 mesi, il valore delle sue azioni è aumentato di sei volte. È un testa a testa con i brand QSR, leader del mercato statunitense. Riceviamo moltissimi dati rispetto ai trend positivi negli USA e teniamo traccia dei nuovi prodotti in fase di lancio e dell'attrezzatura necessaria, anche eliminando alcuni elementi in caso di modifiche ai menù. Welbilt è centrale nel dialogo", spiega Kaushish.

Intanto, il rapporto tra Trimex – attraverso la società collegata Cogent Hospitality Ltd, supportata da un team di oltre 350 dipendenti, una base di fornitori affidabili e una rete logistica efficiente – e Welbilt per le sedi PAUL si è ulteriormente rafforzato.

Non solo pâtisserie

Dal 2019, in India sono state aperte sette bakery e caffetterie PAUL, portabandiera di un'esperienza culinaria francese autentica e casual. Altri tre punti vendita saranno inaugurati nel prossimo anno.

Nei punti vendita PAUL, Welbilt ha già introdotto piastre Garland®, friggitrici Frymaster con sistema di conservazione dell'olio, forni combinati Convootherm, forni Merrychef® (due in ciascun esercizio) e macchine per il ghiaccio Icematic.

“Tra i nostri partner contiamo circa 100 ingegneri dislocati su tutto il territorio indiano, anche nelle città più piccole”

Gaurav Sharma, Welbilt



Anche i forni Convootherm mini, con soli 50,5 cm di lunghezza e 7 kW di potenza, sono entrati a far parte della fornitura. "Il cliente ha potuto risparmiare spazio ed energia rispetto all'attrezzatura della concorrenza che utilizzava prima", spiega Gaurav Sharma, Associate Director Strategic Accounts di Welbilt India.

Una ricetta vincente

Kaushish illustra come i forni a nastro Lincoln® sono diventati parte integrante delle cucine Chili's di tutto il mondo. "In passato, Chili's usava forni a nastro di una società concorrente (per le pizze), ma ci siamo rivolti all'ufficio centrale per spiegare che avevamo testato i forni Lincoln e le pizze erano molto buone. Inoltre, prezzo e garanzia sono migliori, e di Welbilt ci fidiamo ciecamente. Adesso sono stati approvati a livello globale", conclude entusiasta.

Anche le friggitrici FilterQuick® di Frymaster® sono state introdotte nei ristoranti Chili's. Dotate di sensori per controllare le ricette, si attivano semplicemente premendo un pulsante e danno priorità all'efficienza energetica, garantendo una riproduzione sempre fedele dei piatti. "Il sistema di filtraggio dell'olio evita sprechi e prolunga i tempi di conservazione. Trimex ne è rimasta davvero colpita", racconta Sharma.

L'uso di macchine automatizzate consente anche di ridurre al minimo la formazione del personale. "Le friggitrici precedenti richiedevano la formazione continua dei collaboratori, mentre nei nostri nuovi modelli le ricette sono preimpostate. Per avviare la cottura, basta premere un pulsante", spiega Sharma.

Kaushish è rimasto colpito dalla qualità e dalle prestazioni dei prodotti Welbilt, progettati per durare a lungo. "Sono realizzati in materiali ultraresistenti e non si rompono, diversamente da alcuni prodotti della concorrenza che non sempre sono affidabili. Questo si traduce in costi operativi ridotti. Inoltre, la tecnologia avanzata consente un risparmio energetico", precisa.

Anche l'assistenza e i servizi post-vendita forniti da Welbilt sul territorio si sono rivelati proattivi e di qualità eccezionale. "Tecnici qualificati ci insegnano come utilizzare i prodotti nelle loro cucine, mostrandone il potenziale".

"Tra i nostri partner contiamo circa 100 ingegneri pronti a occuparsi dei prodotti Welbilt e dislocati su tutto il territorio indiano, anche nelle città più piccole e in crescita," dice Sharma.

Poiché Trimex ha un accordo globale con Welbilt, componenti e pezzi di ricambio hanno sempre prezzi ragionevoli e sono disponibili in tempi brevi, dato che Welbilt rifornisce anche grandi brand del settore come McDonald's® e KFC®. "I loro magazzini in India sono sempre forniti, per cui le sostituzioni sono rapide, mentre i concorrenti a volte dispongono di un solo magazzino in una sola città", chiarisce Kaushish.

La fiducia di Trimex in Welbilt ha portato ad

adottare anche attrezzature inizialmente non previste, come le macchine per il ghiaccio Icematic, apprezzate per l'affidabilità.

"Anche i prezzi che ci riservano in quanto partner e la loro ripartizione sono di vitale importanza", spiega Kaushish. "Welbilt è un'azienda trasparente, che spiega con esattezza i costi di produzione e di importazione, l'ammontare dei margini, tutto quanto. Nessun concorrente si è dimostrato altrettanto aperto o disponibile. Questo ci ha aiutato a fare le nostre scelte, portandoci a concludere un gran numero di affari con Welbilt".

Con 24 ristoranti Chili's già operativi in India e Sri Lanka, Trimex Foods punta ad aprire almeno altri 10 franchising per quest'anno e ad avere 200 ristoranti entro il 2030, prima di diventare una società quotata in Borsa.

"Al momento, Chili's sta raggiungendo i suoi massimi storici nel mercato statunitense. Negli ultimi 18 mesi, il valore delle sue azioni è aumentato di sei volte. È un testa a testa con i brand QSR, leader del mercato statunitense. Riceviamo moltissimi dati rispetto ai trend positivi negli USA e teniamo traccia dei nuovi prodotti in fase di lancio e dell'attrezzatura necessaria, anche eliminando alcuni elementi in caso di modifiche ai menù. Welbilt è centrale nel dialogo", spiega Kaushish.

Intanto, il rapporto tra Trimex – attraverso la società collegata Cogent Hospitality Ltd, supportata da un team di oltre 350 dipendenti, una base di fornitori affidabili e una rete logistica efficiente – e Welbilt per le sedi PAUL si è ulteriormente rafforzato.

Non solo pâtisserie

Dal 2019, in India sono state aperte sette bakery e caffetterie PAUL, portabandiera di un'esperienza culinaria francese autentica e casual. Altri tre punti vendita saranno inaugurati nel prossimo anno.

Nei punti vendita PAUL, Welbilt ha già introdotto piastre Garland®, friggitrici Frymaster con sistema di conservazione dell'olio, forni combinati Convootherm, forni Merrychef® (due in ciascun esercizio) e macchine per il ghiaccio Icematic.

“Tra i nostri partner contiamo circa 100 ingegneri dislocati su tutto il territorio indiano, anche nelle città più piccole”

Gaurav Sharma, Welbilt





“Offriamo un’assistenza completa perché sappiamo che si tratta di una catena in fase di avvio in India, che necessita di cucine ampie e ben attrezzate”

Gaurav Sharma, Welbilt

“Si sono rivolti a noi perché eravamo già fornitori di Chili’s”, afferma Sharma. “Inizialmente hanno scelto una friggitrice compatta, prevedendo vendite limitate per questa categoria. Ma l’India li ha sorpresi: la domanda si è impennata e in poco tempo sono passati alle macchine Frymaster ad alte prestazioni, che hanno saputo far fronte ai volumi richiesti alla perfezione”.

Una gamma variegata

“Offriamo un’assistenza completa perché sappiamo che si tratta di una catena in fase di avvio e in rapida crescita in India, che necessita di cucine ampie e ben attrezzate. Sono richieste molte attenzioni, ma siamo lieti di poter essere d’aiuto”, afferma Sharma entusiasta.

Welbilt è inoltre in fase di trattativa con Trimex per la sostituzione delle macchine da caffè e delle lavastoviglie esistenti. “Ora che facciamo parte di Ali Group, abbiamo una gamma di prodotti molto ampia, per cui questo rapporto non potrà che crescere e migliorare”, conclude Sharma. ■

BRAND FOCUS



1929

Le competenze e l’esperienza di Welbilt risalgono a quasi un secolo fa, quando i fratelli Hirsch fondano la Welbilt Stove Company nel 1929

57

Numero di brand nel mondo

8.000+

Numero di dipendenti su scala globale

welbiltasia.com



“Offriamo un’assistenza completa perché sappiamo che si tratta di una catena in fase di avvio in India, che necessita di cucine ampie e ben attrezzate”

Gaurav Sharma, Welbilt

“Si sono rivolti a noi perché eravamo già fornitori di Chili’s”, afferma Sharma. “Inizialmente hanno scelto una friggitrice compatta, prevedendo vendite limitate per questa categoria. Ma l’India li ha sorpresi: la domanda si è impennata e in poco tempo sono passati alle macchine Frymaster ad alte prestazioni, che hanno saputo far fronte ai volumi richiesti alla perfezione”.

Una gamma variegata

“Offriamo un’assistenza completa perché sappiamo che si tratta di una catena in fase di avvio e in rapida crescita in India, che necessita di cucine ampie e ben attrezzate. Sono richieste molte attenzioni, ma siamo lieti di poter essere d’aiuto”, afferma Sharma entusiasta.

Welbilt è inoltre in fase di trattativa con Trimex per la sostituzione delle macchine da caffè e delle lavastoviglie esistenti. “Ora che facciamo parte di Ali Group, abbiamo una gamma di prodotti molto ampia, per cui questo rapporto non potrà che crescere e migliorare”, conclude Sharma. ■

BRAND FOCUS



1929

Le competenze e l’esperienza di Welbilt risalgono a quasi un secolo fa, quando i fratelli Hirsch fondono la Welbilt Stove Company nel 1929

57

Numero di brand nel mondo

8.000+

Numero di dipendenti su scala globale

welbiltasia.com



Okttoberfest: lavastoviglie a dura prova

A Monaco, i milioni di litri di birra consumati nelle due settimane dell'evento, impongono ritmi davvero incalzanti ai sistemi di lavaggio. Jim Banks racconta perché le macchine DIHR sono la scelta sicura per non far mai mancare i boccali



In alto: Giovanni Bianco di DIHR con Andreas Krug, Area Manager per Svizzera, Austria e Germania meridionale



gni anno, verso la fine di settembre, Monaco prende vita con l'Okttoberfest, un festival di fama mondiale fatto di folle entusiaste, boccali extra large e fiumi di birra tedesca. Nata per celebrare le nozze tra il principe Ludovico di Bavaria (il futuro re Ludovico I) e la principessa Teresa di Sassonia-Hildburghausen, la ricorrenza è diventata un fenomeno mondiale, diffusosi a macchia d'olio anche in Brasile, USA, Cina e non solo.

Ma Monaco rimane la meta più ambita. Circa 6,5 milioni di visitatori accorrono partecipano a questo festival frequentatissimo, secondo solo alla celebrazione industa di Kumbh Mela. La metà dei partecipanti visiterà uno dei 14 grandi tendoni o dei 20 più piccoli, contribuendo al consumo di circa sette milioni di litri di birra nell'arco di 16 giorni.

“L'evento fa parte della tradizione e cultura locale, ma oggi è diventato un festival mondiale, che attira persone da tutto il pianeta in una località splendida”, racconta Hubert Hackl, proprietario di Hackl GmbH e fornitore della maggior parte dell'attrezzatura da catering dell'evento. “Nei tendoni, ogni visitatore consuma da una a cinque birre e mangia piatti tipici bavaresi, come salsicce e stinchi di maiale”, aggiunge, sottolineando che il menù prevede anche opzioni vegane, vegetariane e a base di pollo.

“Forniamo circa l'80% dell'attrezzatura da catering, comprese brasiere, strumenti per la

L'attrezzatura DIHR è perfetta per i lavaggi intensivi e, di conseguenza, per l'Oktoberfest, dichiara Hubert Hackl (sotto)



“Non servono lavastoviglie progettate come auto di Formula 1, ma come panzer”

Hubert Hackl, Hackl GmbH



conservazione dei cibi e lavastoviglie”, continua Hackl. “Per i clienti, un elemento fondamentale è una lavastoviglie robusta e affidabile”.

Come bere un bicchier di... Lager

Considerato il numero di partecipanti, la quantità di piatti e boccali da lavare è a dir poco sbalorditiva. L'uso intensivo di lavapiatti e lavabicchieri rende indispensabile la presenza di attrezzature robuste e affidabili, evitando rallentamenti del servizio. “Lavapiatti e lavabicchieri sono in funzione quasi ininterrottamente”, precisa Hackl. “Ogni macchina arriva a lavare fino a 2.000 boccali da un litro all'ora, e le lavapiatti devono gestire circa 3.000 piatti all'ora. Durante il giorno le macchine lavorano senza sosta con una sola breve pausa tra mezzanotte e le 6:00.”

In un ambiente di lavaggio molto intenso come questo, alcune caratteristiche sono irrinunciabili. Prima tra tutte, la semplicità. Migliaia di lavoratori stagionali vengono assunti per l'evento, perciò le operazioni devono essere il più semplici possibile. “Per utilizzare queste macchine non serve essere ingegneri o medici”, riflette Hackl. “Non serve parlare il tedesco o l'inglese alla perfezione, perché le istruzioni di funzionamento sono chiare e semplici. Non ci sono grandi display che indicano ogni minimo problema, ma semplici pulsanti on e off. Non servono lavastoviglie progettate come auto di Formula 1, ma come panzer”.

Al tempo stesso, anche gli alti standard prestazionali sono di cruciale importanza.

I boccali devono risultare, dopo il lavaggio, puliti e pronti all'uso, come richiesto dai controlli comunali. Ma non è facile, date le alte temperature delle lavastoviglie.

Assemblaggio all'interno delle tende

Negli anni Novanta, Hackl utilizzava lavastoviglie tedesche, ma la logistica era diventata un ostacolo. Era impossibile unire capienza, resistenza e alti livelli di prestazioni in un solo sistema modulare e di facile installazione. “Eravamo costretti a farci consegnare macchine gigantesche e assemblarle all'interno dei tendoni, con grandi sprechi di tempo e poca efficienza”, ricorda.

L'installazione è un lavoro enorme. “Abbiamo sei settimane per la consegna e l'installazione di 1.500 macchine per l'Oktoberfest, e le lavastoviglie sono gli elementi più grandi nei tendoni”, continua. “DIHR è stato il primo fornitore a proporre macchine a nastro da sei metri con la produttività necessaria, trasportabili con un muletto senza dover cambiare l'intero sistema”.

Il rapporto che unisce Hackl e DIHR dura da quasi 30 anni. La collaborazione tra le aziende è cresciuta grazie agli elevati livelli di soddisfazione per le attrezzature (dalle lavaoggetti QX e RX alle lavastoviglie sottobanco Optima ed Electron, più piccole) e al rapido riscontro a ogni richiesta. “Ascoltiamo i clienti e siamo sempre pronti a migliorarci”, chiarisce Giovanni Bianco, Sales Manager di DIHR.

“Il feedback degli esperti che vedono

l'attrezzatura all'opera è molto prezioso per noi. Per continuare a migliorare la tecnologia abbiamo bisogno delle loro testimonianze. Per esempio, in un modulo di prelavaggio della lavastoviglie a nastro, composta dalle zone di prelavaggio, lavaggio e risciacquo, l'acqua passava da una vasca all'altra. Siamo intervenuti rapidamente per risolvere il problema”.

Per entrambe le parti, il rapporto professionale conta quanto l'ingegneria. Senza di esso, i visitatori rischierebbero di restare più assetati. A ottobre, brindiamo a Hackl e DIHR! ■

BRAND FOCUS

DIHR
we mean clean

40

DIHR può contare su 40 anni di esperienza al servizio di hotel e ristoranti in tutto il mondo

20.000

Ogni anno l'azienda produce 20.000 apparecchi suddivisi in 20 diverse gamme di prodotti

120

Dal quartier generale di Castelfranco Veneto, DIHR distribuisce i suoi prodotti in 120 Paesi su scala globale

dihr.com

Non solo bubble tea: la crescita di Yumity continua

Quando un'idea ha fondamenta solide, la crescita è inevitabile. Con il suo mix di cucina asiatica e bubble tea, il concept fondamentale di Yumity ne è la conferma. Jim Banks indaga come la giusta partnership ha aiutato il brand a spiccare il volo

Asoli 20 anni, Leane Schlegel è la forza trainante del brand Yumity, catena di ristoranti nel nord-est della Francia in crescita e prima realtà del Paese a offrire un menù interamente personalizzabile con poke bowl, bagel e bubble tea. Oltre a servire cibo di prima scelta, Yumity attira l'attenzione dei clienti preparando ciascun piatto a vista con ingredienti freschi, sani e gourmet. Il brand si impegna a garantire un'innovazione costante, esplorando nuove idee culinarie e offrendo uno spazio caldo e accogliente per un buon pasto, uno spuntino o anche solo una bevanda.

“L'idea da cui si è sviluppata Yumity risale al 2017, ma il lancio è avvenuto nel 2020, mentre studiavo economia”, spiega Schlegel. “Quando ho avuto questa intuizione, ho spiegato il modello di business a mio padre: servire in tutta semplicità poke bowl, bagel, cookie, ciambelle e bubble tea. Di lì a poco, lui ha deciso di ampliare il concept insieme ad altre persone interessate”.

“Nel 2024, l'espansione è stata notevole”, continua. “All'inizio, avevamo due punti vendita e l'obiettivo di aprirne un terzo.

Nel giro di poco, ci siamo trovati con quattro locali nell'area di Metz e, a gennaio 2025, ne abbiamo aperto un altro a Strasburgo, per un totale di cinque esercizi”.

In Francia ci sono molti ristoranti asiatici, ma poche catene hanno riscosso il successo di Yumity. Il suo concept è immediato e incentrato su un cibo semplice e di alta qualità, preparato in loco al momento. Anziché proporre un menù eccessivamente ampio, si focalizza sui sapori e sull'esperienza del cliente.

Per dare vita a questa idea è stato necessario fare scelte ragionate sull'attrezzatura: in una cucina Yumity, dove la velocità è essenziale, servono forni di alta qualità, resistenti e versatili, capaci di garantire flessibilità e risultati costanti tutto il giorno.

“Abbiamo scoperto che per alcuni prodotti, tra cui i bagel, i tempi di attesa erano troppo lunghi, per cui ci siamo messi alla ricerca di forni rapidi”, racconta Schlegel. “Nel 2023 abbiamo assistito a una dimostrazione del forno Oracle di Lainox, per scoprirne le prestazioni con prodotti come bagel, pollo katsu, straccetti di pollo e altro. Oggi ogni ristorante è dotato di due forni Oracle”.

“Da allora abbiamo anche lanciato il brand Pause Tomate, i cui punti vendita prevedono quattro forni Oracle ciascuno”, continua. “Ci servono per la pizza, i panini e la pasta. Abbiamo scelto i forni Oracle per la loro velocità, le prestazioni di cottura, le dimensioni e la versatilità, ma anche perché non rilasciano odore quando sono in uso. Avendo molti programmi differenti, possono essere usati per preparare molti prodotti diversi”.

Obiettivi di crescita

Il forno Oracle nero è stato scelto sulla base di criteri estetici, tecnici e di risparmio energetico. In primo luogo, la raffinata finitura nera crea un contrasto elegante e moderno con un ambiente luminoso, dando allo spazio un tocco sofisticato e di carattere.

La contrapposizione visiva mette in risalto la presenza della macchina, fondendola con equilibrio nell'estetica di una cucina contemporanea.

“Dal punto di vista tecnico, il forno funziona a energia monofase ed è perciò semplice da installare nella maggior parte degli spazi, senza avere bisogno di adattamenti complessi





Il forno Oracle offre facilità di manutenzione e ispezione

o costosi", spiega Jean Bellet, Director of Sales di Lainox Francia. "Questo lo rende accessibile a molti. Da ultimo, i consumi energetici contenuti sono un vantaggio fondamentale, soprattutto per ridurre l'impatto energetico di Yumity. È una scelta ragionata dal punto di vista economico ed ecologico, in linea con le attuali aspettative di efficienza energetica".

Il forno Oracle emerge come una soluzione innovativa in termini sia tecnici che estetici. È progettato per funzionare a energia monofase, senza la necessità di infrastrutture elettriche specifiche. Inoltre, consuma meno energia rispetto alla maggior parte dei forni a cottura rapida.

Le innumerevoli funzioni avanzate comprendono un sistema di cottura ibrido che combina una tecnologia a ventilazione forzata, a convezione e a microonde per una cottura ultra-rapida, che non scende a compromessi sulla qualità, la consistenza o il sapore.

L'interfaccia touchscreen personalizzabile semplifica la programmazione e riduce i tempi di formazione, mentre la connettività Nabook Plus consente di creare o aggiornare le ricette da remoto.



I forni Oracle, infine, offrono facilità di manutenzione e ispezione, con componenti accessibili come i filtri d'aria magnetici. Il design compatto non richiede alcun sistema di aspirazione dei fumi grazie al catalizzatore integrato, sinonimo di maggiore versatilità di installazione rispetto ai modelli della concorrenza.

Oltre alle specifiche tecniche, anche l'assistenza di Lainox riveste un ruolo chiave per Yumity. "Il rapporto con il team Lainox è importante: sono sempre pronti ad aiutarci se abbiamo bisogno di modifiche o programmi per nuove ricette", commenta Schlegel.

"Riteniamo di aver raggiunto un livello di fiducia ideale, e che l'aspetto umano sarà determinante nel nostro percorso di espansione. Avremo nove punti vendita all'attivo dopo l'apertura del locale a Strasburgo, per Yumity e Pause Tomate. Il tutto in meno di un anno. Questo non sarebbe certo possibile senza i partner giusti".

L'approccio di Lainox, incentrato sullo sviluppare soluzioni in collaborazione con i clienti, sta chiaramente dando i suoi frutti, e sembra che per Yumity nulla sia impossibile. ■

“ Il rapporto con il team Lainox è importante. Sono sempre pronti ad aiutarci ”

Leane Schlegel, Yumity



Lanciato a giugno 2025, il nuovo Oracle XS è il forno ad alta velocità più piccolo della gamma, con soli 356 mm (L) x 588 mm (P) x 580 mm (A)

BRAND FOCUS

LAINOX®

100+

Il brand Lainox si è guadagnato una solida reputazione nel settore della ristorazione in più di 100 Paesi nel mondo

1981

Lainox lancia il primo forno ad aria calda ventilata nel 1981. Nel 2021, ne celebra il quarantesimo anniversario

300°

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

lainox.it



Quando i dettagli fanno la differenza

In vista dei futuri appuntamenti calcistici internazionali in Marocco, l'hotel a cinque stelle Park Hyatt Marrakech punta a garantire una qualità ineccepibile sotto ogni aspetto. Fran Cotton ci racconta come Alicontract si è rivelato il partner ideale per la ristorazione, con un'attenzione non scontata anche agli aspetti di design



Potrebbe sembrare un cliché, ma a 25 minuti d'auto a sud-est del centro di Marrakech sorge una vera e propria oasi nel deserto. Con le sue 130 stanze e suite di lusso, tre ristoranti, una magnifica area piscina e spa e vista sulle montagne dell'Atlante, l'hotel a cinque stelle Park Hyatt Marrakech contribuisce allo status della città come meta di lusso per i viaggiatori stranieri. L'inaugurazione? Giusto in tempo per la Coppa d'Africa e i Mondiali di calcio FIFA del 2030, che il Marocco ospiterà insieme ad altri Paesi.

Dopo otto anni di lavori, l'hotel è oggi un capolavoro di artigianato e design curato nei minimi dettagli, soprattutto in cucina e nelle aree di lavoro. Alicontract ha ricevuto l'incarico di fornire "attrezzature di alta qualità e a un'assistenza costante e puntuale per tutta la durata dei lavori", afferma Antonio Mongiardo, Project Manager di Alicontract.

"Il cliente e l'appaltatore principale erano alla ricerca di un fornitore internazionale di cucine in grado di soddisfare i requisiti tecnici di una catena a cinque stelle come Hyatt. Il partner avrebbe dovuto gestire un progetto particolarmente complesso dall'inizio alla fine, con diversi spazi esclusivi per cibo e bevande".

L'hotel offre tre esperienze di ristorazione distinte, tutte supervisionate dall'Executive Chef marocchino Issam Rhachi. Da TFAYA, "i protagonisti sono i sapori marocchini autentici, rivisitati con raffinatezza", dichiara Issam, il cui stile è "profondamente legato alle tradizioni del Paese. Piatti classici con un tocco moderno e raffinato". Il Pavilion Terrace & Pool si ispira alla cucina mediterranea, mentre il Living Room serve piatti informali e drink ricercati.

Fondamenta solide, leadership visibile

I lavori hanno coinvolto in primis le aree operative, le zone di preparazione e conservazione, le aree pasticceria e panetteria, la mensa del personale, oltre alle zone lavanderia e stireria, tutte rifornite da Alicontract dell'attrezzatura necessaria. Al piano terra si trovano i ristoranti, la cucina principale, le aree per il lavaggio delle stoviglie e uno spazio per le preparazioni fredde.

Nell'hotel ci sono anche locali di piccole dimensioni, dedicati esclusivamente al servizio in camera. "Ognuno di questi include una lavastoviglie Comenda, un frigorifero Friulinox,

una macchina per caffè Egro e altre attrezzature più piccole", racconta Mongiardo.

"L'obiettivo era ridurre il tempo che intercorre tra la preparazione in cucina e la consegna in camera, in modo da servire il cliente quanto prima a qualsiasi orario".

La portata dell'operazione e la dedizione alla soddisfazione dei clienti sono certamente degne di nota, ma sono le finiture e i dettagli a rendere Park Hyatt Marrakech unico nel suo genere. "Il consulente della cucina ha chiesto un piano unico in acciaio", ricorda Mongiardo.

"Abbiamo optato per uno spessore di 1,5 mm, usato anche per il rivestimento sottobanco in acciaio inossidabile, per le coperture dei lavabi su tutti i relativi moduli e per un pannello paraschizzi da 150 mm", aggiunge.

Saldatori italiani specializzati hanno lavorato sul posto per ottenere una superficie impeccabile e secondo Mongiardo, "con un design decisamente più bello e pulito di un tavolo singolo".

L'altra star delle cucine è il blocco modulare Ambach System 900. Grazie alla sua flessibilità, all'affidabilità e al risparmio energetico, Issam è molto soddisfatto della scelta fatta.

"Le prestazioni dei piani cottura a induzione sono incredibili e contribuiscono al controllo preciso della temperatura, fondamentale per le preparazioni più delicate", conferma.

Quando il lavoro di squadra è vincente

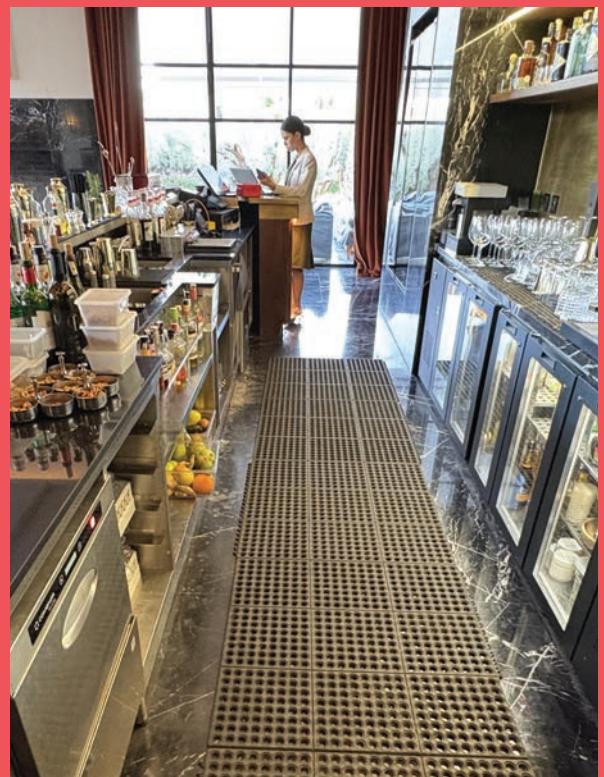
Avviato nel 2016, il progetto è stato rallentato dallo scoppio della pandemia di COVID-19. ▶



“ Il cliente e l'appaltatore principale erano alla ricerca di un fornitore internazionale di cucine in grado di soddisfare i requisiti tecnici di una catena a cinque stelle come Hyatt ”

**Antonio Mongiardo,
Alicontract**





I prezzi delle materie prime e la nuova normativa marocchina sull'edilizia hanno comportato grosse sfide, ma una buona dose di lavoro di squadra ha permesso di rispettare la scadenza iniziale.

“Possiamo affermare con orgoglio che il coordinamento tra il nostro team, l'azienda, i produttori, il general contractor, il designer d'interni e il partner locale è stato gestito nel migliore dei modi”, sostiene Mongiardo.

Alicontract ha fornito un servizio chiavi in mano a 360°, come raccontato dallo stesso Mongiardo: “dalla progettazione MEP alla presenza costante in loco per monitorare i lavori, sino all'ufficio acquisti e all'assistenza per garantire che tutti gli ordini venissero inoltrati ai fornitori”.

L'attrezzatura è stata spedita via mare dal magazzino Alicontract di Milano, con una garanzia di un anno per eventuali guasti o parti danneggiate. “L'assistenza post-vendita è incredibilmente rapida grazie al contributo del nostro partner (marocchino) per il mercato locale”, spiega Mongiardo. “Questo consente di erogare il servizio di assistenza nel migliore dei modi e ridurre i tempi di attesa”.

L'approccio meticoloso adottato dall'inizio alla fine, sia nelle aree operative sia nelle aree riservate agli ospiti, ha fatto del Park Hyatt Marrakech un progetto di successo.

“Il pubblico vede una struttura d'impatto, ma è nel cuore della cucina che il consulente voleva superare la concorrenza”, racconta Mongiardo. Questo significa “separare in modo chiaro e definito il percorso pulito da quello sporco” e avere un'attrezzatura che supera di gran lunga le aspettative.

“Le aree multifunzione contribuiscono a snellire le operazioni e ridurre i movimenti in cucina; aspetto cruciale per garantire l'efficienza”, puntualizza Rhachi.

Alicontract ha fornito un servizio chiavi in mano a 360° per l'hotel a cinque stelle Park Hyatt Marrakech

La qualità che fa la differenza

Mongiardo ricorda la reazione di Rhachi e del team quando hanno visto la qualità delle attrezzature che avrebbero utilizzato. “Ho incontrato Issam (e il suo team) per la prima volta nell'area bakery. Dopo aver visto che tutte le attrezzature (forno statico, forno rotativo, abbattitore, cella fermalievitazione, impastatrice a spirale fissa e frigorifero) erano Bongard, non sono riusciti a trattenere il loro stupore: in fondo, una macchina Bongard è come una Ferrari. Ne sono davvero entusiasti”.

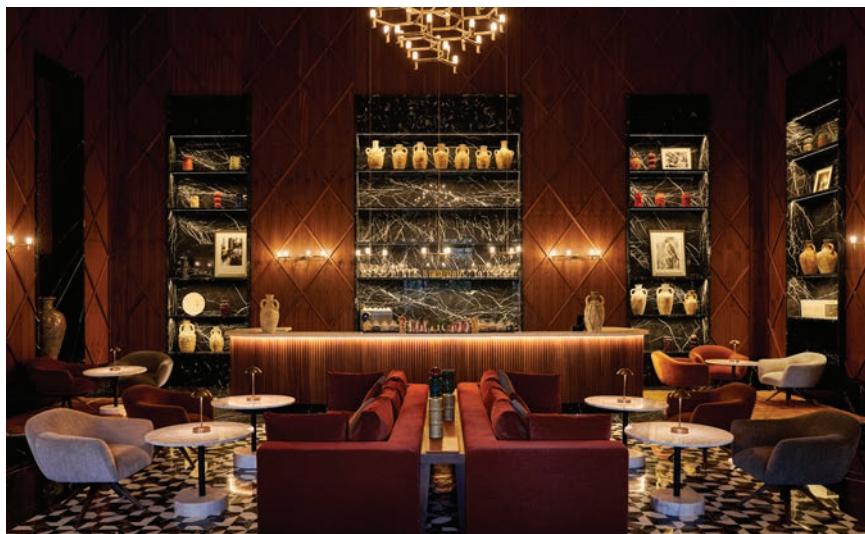
Tutte le aree raccontano una storia simile, dai sistemi di refrigerazione alla mensa dello staff. “I frigoriferi sono Friulinox, con cassetti, serrature e rotelle per una pulizia agevole”, spiega Mongiardo. “La lavaoggetti e la lavastoviglie a capote sono firmate Comenda, e tutte includono un sistema di recupero del calore. Abbiamo attrezzature Baron nella mensa riservata ai dipendenti e forni combinati Lainox”.

Sono proprio i forni combinati ad aver fatto la differenza per Rhachi e il suo team. “Sono versatili, occupano poco spazio e offrono tempi di cottura significativamente ridotti, senza rinunciare alla qualità”, afferma. Non mancano anche le macchine per il gelato Carpigiani e quelle per il ghiaccio Scotsman. Anche la lavanderia è di alto livello, grazie alle lavatrici e asciugatrici di Grandimpianti I.L.E.

Per Mongiardo e Alicontract, Park Hyatt Marrakech è chiaramente motivo di grande orgoglio. “Abbiamo completato uno degli hotel a cinque stelle più prestigiosi di Marrakech, che presto attirerà visitatori da tutto il mondo”, commenta Mongiardo.

Con i riflettori puntati sui prossimi eventi calcistici in Marocco, il futuro è dietro l'angolo. E, proprio come in una bella partita, sono i dettagli a fare la differenza.

“Le attrezzature funzionano al meglio, ma le finiture sono di un altro livello”, conclude Mongiardo. ■



“Le aree multifunzione contribuiscono a snellire le operazioni e a ridurre i movimenti in cucina; aspetto cruciale per garantire l'efficienza”

**Issam Rhachi,
Park Hyatt Marrakech**

BRAND FOCUS

AliCONTRACT

110+

Alicontract lavora con tutti i brand Ali Group

30+

Alicontract vanta più di 30 anni di esperienza nella creazione di progetti chiavi in mano in tutto il mondo

84

Alicontract ha sviluppato progetti in 84 Paesi in tutto il mondo

alicontract.com

Quali segreti nasconde



un semplice cubetto

di ghiaccio?

La qualità di un cocktail va oltre i singoli ingredienti: a fare la differenza sono le capacità del bartender. Jim Banks ci racconta della collaborazione tra la European Bartender School e il produttore di macchine per il ghiaccio Scotsman, rivelando perché il ghiaccio non dovrebbe mai essere trascurato



Nei prossimi cinque anni, Scotsman sarà il fornитore esclusivo di ghiaccio per l'EBS



Per oltre 25 anni, la European Bartender School (EBS) è stata leader della formazione in questo segmento altamente specializzato del settore dell'ospitalità. Con programmi eccezionalmente sofisticati in oltre 20 Paesi e più di 80.000 allievi all'attivo, l'EBS sta indiscutibilmente plasmendo le competenze dei bartender di tutto il mondo.

Da Amsterdam a Sydney, dal Messico a Delhi, oggi l'EBS forma più di 8.000 bartender l'anno grazie alle 25 accademie dedicate presenti in tutto il mondo.

“A contraddistinguerci sono l'approccio pratico, gli insegnanti leader del settore e l'impegno a fornire ai bartender le competenze che consentiranno loro di avere successo nel mondo reale”, dichiara Gavin Wrigley, Head of Education per l'EBS. “Un altro elemento fondamentale è avere un network di respiro globale, che ci consente di allinearci e portare un cambiamento radicale nel settore”.

“I nostri programmi non si limitano a insegnare delle ricette”, prosegue. “Trasmettiamo tecnica, efficienza, creatività e un'approfondita conoscenza dei prodotti, senza scorciatoie o corsi rapidi che spesso compromettono la concentrazione e l'impegno di chi li frequenta. Nelle nostre scuole offriamo una formazione immersiva, intensa e molto efficace”.

Proprio in questo risiede l'elemento cruciale per la formazione dei bartender più competenti al mondo: la consapevolezza che ogni dettaglio fa la differenza, comprese le competenze dei bartender, le ricette e persino il ghiaccio che dona il tocco finale.

“Al ghiaccio viene spesso data poca importanza e molti clienti pensano che sottragga volume al drink. In realtà, il ghiaccio è presente in quasi tutti i cocktail e, senza ghiaccio, l'arte del bartending per come la conosciamo cesserebbe di esistere”, afferma Wrigley.

“Di quali altri ingredienti si può dire lo stesso? Mentre un ghiaccio di scarsa qualità può rovinare un drink, quello giusto esalta l'aroma, rallenta la diluizione e migliora la presentazione e la temperatura”.

Il ghiaccio diventa protagonista

Riconoscendo il ruolo fondamentale del ghiaccio nel mondo della mixology, la EBS ha avviato una partnership con Scotsman, leader nella produzione di macchine per il ghiaccio. La collaborazione punta ad ampliare il ruolo del ghiaccio nella formazione dei bartender e a fornire agli allievi dell'EBS attrezzature di qualità, in linea con gli alti standard di settore.

Scotsman ha basato la propria reputazione su decenni di innovazione, che hanno dato vita a più di 300 modelli di macchine per il ghiaccio, contenitori e dispenser. La sua gamma di prodotti include cubetti, flake, superflake, scale, nugget e gourmet, con una produzione che spazia dal singolo cubetto alle dieci tonnellate di ghiaccio al giorno.

Con il nuovo accordo quinquennale, Scotsman diventerà fornitore esclusivo di ghiaccio per l'EBS. Nell'ambito della partnership, le macchine per il ghiaccio Scotsman saranno installate nelle 25 scuole EBS, in modo da garantire uniformità e prestazioni in linea con gli elevati standard della formazione. Anche i collaboratori di Scotsman parteciperanno ai corsi di formazione per bartender per consolidare la collaborazione e promuovere la comprensione reciproca.

Ad oggi, Scotsman ha installato macchine MXG 638 per cubetti di ghiaccio gourmet, con una capacità pari a 300 kg/24 ore, e macchine MFN per ghiaccio nugget, in grado di produrre fino a 200 kg di ghiaccio al giorno.

Grazie alla rete globale di distributori e rivenditori Scotsman, le unità sono presenti in ogni scuola EBS.

“Negli ultimi tre anni, Scotsman ha investito molto nel mondo del caffè e della mixology con l'obiettivo di accrescere la brand awareness”, spiega Simone ▶



Sopra: la European Bartender School (EBS) di Maiorca, Spagna



“La trasparenza e la forma del ghiaccio sono cruciali nella preparazione dei cocktail e il ghiaccio Scotsman preserva il profilo aromatico”

Simone Buratti, Scotsman



La partnership tra Scotsman e l'EBS definisce “un nuovo benchmark nella formazione professionale dei bartender”



Buratti, International Marketing Manager di Scotsman e ideatore della proposta di partnership. “Volevamo portare la nostra filosofia a un livello superiore, per cui abbiamo pensato di avviare una partnership con un’importante scuola di bartending. Abbiamo subito contattato l’EBS, l’istituto più grande e importante al mondo e, dopo un anno, l’accordo è diventato ufficiale”.

Ma perché proprio Scotsman, se sul mercato sono presenti tanti produttori di macchine per il ghiaccio? La risposta sta nella qualità dei prodotti, nell'affidabilità e nella competenza dell'azienda, caratteristiche che la rendono il partner ideale per perfezionare gli standard del bartending.

“Scotsman è uno dei brand più noti e affidabili del settore, produttore di macchine per il ghiaccio per l’ospitalità, la ristorazione ed esclusivi bar internazionali”, spiega Buratti. “Offriamo una gamma di cubetti di ghiaccio gourmet cristallini e a lento scioglimento, ideali per la mixology di alto livello e per una presentazione sempre curata. La trasparenza e la forma del ghiaccio hanno una grande importanza nella preparazione dei cocktail. Il ghiaccio Scotsman evita la diluizione preservando il profilo aromatico previsto”.

Formazione, formazione, formazione

Nel campo della formazione, Scotsman offre agli aspiranti bartender una comprensione approfondita della scienza del ghiaccio, delle ragioni per cui per ciascun cocktail viene usato un tipo di ghiaccio specifico e dell’impatto del ghiaccio a livello di diluizione, consistenza ed estetica.

L'accordo di collaborazione consente a Scotsman di arricchire i corsi EBS con le proprie competenze tecniche e la condivisione di nozioni sulla qualità del ghiaccio e le migliori pratiche di conservazione.

“Le scuole EBS necessitano di attrezzature resistenti, efficienti e di facile manutenzione anche in condizioni di utilizzo molto frequente”, afferma Buratti. “Le macchine Scotsman sono progettate per sopportare un uso intensivo, fornendo sempre agli allievi ghiaccio di altissimo livello. Inoltre, le innovazioni attente all’ambiente, come i modelli refrigeranti a efficienza energetica e R290, sono in linea con le moderne tendenze di sostenibilità e, di conseguenza, una scelta responsabile in una struttura formativa”.

Il vantaggio per l'EBS è chiaro: gli allievi hanno accesso a un’esperienza reale, con un ghiaccio progettato per la mixology professionale. Per Scotsman, la partnership migliora la brand awareness tra i futuri bartender ed eleva le aspettative del settore rispetto alla qualità del ghiaccio.

“Scotsman è leader di settore grazie a una tecnologia d'avanguardia che consente di produrre ghiaccio trasparente, compatto e a lento scioglimento che migliora la qualità dei cocktail”, spiega Wrigley.

“Le macchine per il ghiaccio dell'azienda sono sinonimo di efficienza, igiene e costanza nei risultati, qualità perfettamente in linea con la nostra filosofia di formazione. Le diverse tipologie di ghiaccio, dai cubetti gourmet al ghiaccio tritato, offrono agli studenti un’esperienza diretta di come il ghiaccio incida sulla diluizione e sulla temperatura”.



“ Il ghiaccio non è un elemento banale di un cocktail. Anche se viene spesso dato per scontato, è l'ingrediente più utilizzato nei drink ”

Gavin Wrigley, EBS



Standard sempre più elevati

La collaborazione tra Scotsman e EBS rappresenta un salto in avanti nella formazione per bartender. Basata sulla comprensione reciproca, apre la strada a una formazione in cui i bartender imparano a utilizzare ed aspettarsi il meglio. “Il ghiaccio non è un elemento banale di un cocktail. Anche se viene spesso dato per scontato, è l'ingrediente più utilizzato nei drink”, sottolinea Wrigley.

“Incide sulla temperatura, sulla diluizione, sulla consistenza e, in definitiva, sull'esperienza. Avendo Scotsman come partner esclusivo, possiamo stabilire un nuovo standard nella formazione dei bartender garantendo agli allievi la miglior tecnologia disponibile”.

“Il nostro obiettivo non è solo insegnare ai futuri bartender come maneggiare il ghiaccio, ma anche spiegarne l'importanza”, aggiunge.

“Questa collaborazione permetterà a ogni diplomato EBS di comprendere la scienza del ghiaccio e come utilizzarlo al meglio per dare una marcia in più ai propri drink. Ci auguriamo, inoltre, che queste conoscenze possano permeare l'intero settore e migliorare la qualità dei drink”.

La partnership definisce un nuovo benchmark nella formazione professionale dei bartender, arricchisce il programma EBS, assicurando che gli allievi lavorino con strumentazione di qualità, e consolida l'importanza del ghiaccio come ingrediente chiave. Tutti possono trarre vantaggio da questa sinergia: il produttore di attrezzature, la scuola e gli studenti, fino ad arrivare ai clienti serviti. ■



BRAND FOCUS

Scotsman®

1955

Negli anni '50, Scotsman è pioniere dello sviluppo di macchine per il ghiaccio affidabili e convenienti

2012

Nel 2012 Scotsman Industries, il maggior produttore di macchine per il ghiaccio commerciali al mondo, entra a far parte di Ali Group

300+

Scotsman offre un'innovazione strategica con più di 300 modelli di macchine per il ghiaccio, contenitori e dispenser
scotsman-ice.it

Opportunità da sfornare



Da quando ha aperto il primo punto vendita, nel 1995, Boyce's Bakery non ha mai smesso di espandersi nel Kent. Il comproprietario **Nicholas Canty** racconta a Chris Evans come Merrychef e Welbilt hanno contribuito a trovare dei forni perfetti per le loro ambizioni



I comproprietari di Boyce's Bakery: Nicholas Canty (in alto), Tommy Boyce e Gemma Boyce. In alto, a sinistra: Stacey Canty

Come dimostrano i suoi 13 punti vendita in tutto il Kent, in Inghilterra, Boyce's Bakery è da sempre orientata alla crescita. Poco tempo fa, tuttavia, i titolari si sono accorti della necessità di ampliare anche il menù. "Avevamo già una gamma piuttosto ampia di prodotti da forno: panini, hot wrap, toast, sausage roll e pasticcini", racconta Nicholas Canty, comproprietario di Boyce's Bakery insieme alla moglie Stacey e Tommy e Gemma Boyce. "Ma volevamo introdurre anche la pizza: a fette, a tranci o intera".

L'azienda era stata fondata dai suoceri di Nicholas, Keith e Karen, nel 1995. Quando, una decina di anni fa, Nicholas avviò un suo panificio ed entrambi iniziarono ad aprire nuovi punti vendita nel Kent, sembrò naturale a tutti unire le forze e fondere le due attività.

I forni usati nei negozi potevano contenere e scaldare soltanto un panino alla volta. Inoltre, erano "difficili da riparare e trovare tecnici in grado di farlo oltre il termine della garanzia non era semplice", ricorda Canty. Per tutte queste ragioni, all'inizio di quest'anno, si sono rivolti a Merrychef.

Il consiglio degli esperti

"Abbiamo notato che Merrychef riforniva brand di grande prestigio come Costa®, Marks & Spencer® e Subway® ed eravamo curiosi di vedere cosa li rendesse così validi", spiega Canty.

Welbilt®, società madre di Merrychef, ha incontrato Boyce's Bakery per parlare della visione e delle esigenze operative dell'azienda. Il team di Boyce's è andato a Guildford per provare a realizzare i propri prodotti con diversi forni Merrychef: i modelli conneX® 12e, conneX® 12 con piastra per panini e conneX® 16. "È stato subito evidente che si trattava di prodotti di qualità. Siamo rimasti colpiti dalla velocità alla quale erano in grado di produrre, cuocere e riscaldare i nostri prodotti da forno. E i prodotti finiti avevano tutti un ottimo aspetto", prosegue Canty.

La scelta è ricaduta sul modello conneX 12: un forno compatto e ad alta velocità, perfetto non solo in termini di rapidità e qualità, ma anche di capienza. "È l'ideale per i volumi che si desiderano produrre in un certo intervallo di tempo e ha misure compatibili con un piano di lavoro standard da 600 mm", spiega Randeep Prabhakar, Regional Sales Manager di Welbilt per Londra e l'Inghilterra meridionale.

I forni hanno trasformato il modo di lavorare di Boyce's Bakery. "La possibilità di preparare fino a tre panini alla volta ha accelerato i processi e la consegna ai clienti. I tempi di cottura si sono dimezzati, arrivando a

un minuto, e qualità e consistenza sono sempre ottime", aggiunge Canty. "In più, è fantastico poter enfatizzare il sapore delicato del pane, sfornato in loco, che con gli altri forni veniva invece compresso e schiacciato. E la farcitura rimane sempre al suo posto, senza fuoriuscire. Ha davvero rivoluzionato il lavoro".

Il forno conneX 12 è anche facile da usare. Il nuovo display vanta l'ultima versione del software easyTouch® 2.0 e più di 100 ricette preimpostate. "Basta premere il pulsante relativo a ciascun prodotto ed è fatta. Lo chef di Welbilt, Greg Crump, ci ha mostrato come impostare i programmi delle ricette e apportare modifiche. La transizione è andata liscia come l'olio", dice Canty. Talmente liscia che, dopo il test nel frequentatissimo punto vendita di Leysdown-on-Sea, il forno è stato adottato in tutti gli altri negozi.

Una marcia in più

In caso di necessità, Welbilt è sempre a disposizione. "Vogliamo lavorare a stretto contatto con i clienti e dare vita a nuove collaborazioni, anziché limitarci a produrre, vendere e poi sparire", precisa Prabhakar.

"Randeep è fantastico, è sempre attento alle nostre esigenze e viene addirittura a trovarci per accertarsi che tutti siano soddisfatti dei forni", dice Canty. "E per eventuali problemi, che non si sono mai verificati, abbiamo a disposizione un sistema per ottenere l'intervento rapido di un tecnico", aggiunge.

"Abbiamo un reparto manutenzione interno e tecnici di riferimento qui nel Regno Unito, oltre a chef dedicati che possono creare o rivedere i menù", afferma Prabhakar.

Welbilt può contribuire al monitoraggio di tutte le attrezzature conneX nei punti vendita Boyce's con il sistema online KitchenConnect®. Una volta collegato, questo fornisce dati su ogni aspetto: dalla tipologia di prodotto che è in cottura, quando e dove, alle ultime tendenze. "Usando la piattaforma, i clienti possono implementare nuovi menù da remoto", aggiunge Prabhakar.

"Il software fornisce qualsiasi informazione, dall'adeguatezza e frequenza della pulizia dei forni a un eventuale calo nelle vendite di un dato prodotto", spiega Canty. "Inoltre, indica se un determinato punto vendita necessita di più forni".

Ci aspettiamo nuove aperture. Il tredicesimo negozio, a Sittingbourne, sta per aprire e altri sono in programma. "Stiamo osservando le aree più densamente popolate della zona. Considerati i prodotti che vendiamo, il nostro target va dai bambini ai pensionati, per cui possiamo arrivare in zone in cui le grandi catene non sono presenti", spiega Canty.

Il numero di clienti soddisfatti corrobora questa ambizione, aggiunge: "Tutti adorano il cibo preparato nei nuovi forni". ■



“Il forno conneX 12 è ideale per i volumi che si desiderano produrre in un certo intervallo di tempo”

Randeep Prabhakar, Welbilt

BRAND FOCUS

MERRYCHEF

1950

Nel 1950, Merrychef progetta il suo primo forno a microonde professionale dando il via a 75 anni di innovazione nella ristorazione veloce

2022

Nel 2022, l'azienda lancia gli innovativi forni conneX 12 e conneX 16

80%

La gamma conneX offre velocità senza precedenti, fino all'80% superiori agli altri metodi di cottura

merrychef.com

Il mito greco nell'era moderna

In un connubio tra lusso e benessere, il resort Minos Palace sull'isola di Creta promuove una vita più longeva e felice a partire da una sana alimentazione. Jim Banks spiega la scelta di Olis e Xenex come partner

Il Minos Palace Resort offre agli ospiti le ultime innovazioni nel campo del benessere





Un resort incantevole in una location a dir poco idilliaca. Situato su una penisola privata sulla costa cretese, in Grecia, il Minos Palace Resort è un vero e proprio santuario moderno, con una vista mare a 360° e le ultime innovazioni nel campo del benessere. Destinazione di lusso per soli adulti, rivela un design su misura, che esalta la bellezza del paesaggio, e offre agli ospiti tutto il necessario per vivere un'esperienza trasformativa per il corpo e la mente.

L'esperienza culmina nella nuovissima Nao Spa, un centro benessere focalizzato sulla longevità con otto sale per i trattamenti. Qui gli ospiti possono sottoporsi a trattamenti che combinano il meglio delle antiche pratiche

“ Il centro per la longevità Nao è pensato per ispirare una vera rivoluzione dello stile di vita ”

Stratos Patsakis, Minos Palace Resort

di guarigione con le moderne tecniche diagnostiche. La spa adotta un approccio basato su dati, concentrando su nutrizione, sonno, movimento e autocontrollo.

La struttura include una brain gym, una sala crioterapica, sale da meditazione, poltrone vibroacustiche, una sauna a infrarossi, una vitality pool, vasche d'acqua calda e fredda, una sala per la fotobiomodulazione, una boutique, zone relax al chiuso e all'aperto e un tunnel sensoriale.

“ La posizione del resort, situato su una penisola privata e nascosta, dona un singolare senso di pace, sembra quasi di essere su un'isola nell'isola ”, racconta il General Manager Stratos Patsakis. “ La natura circostante crea un'atmosfera rilassante ed esclusiva, con una vista mozzafiato sul mare ”.

“ Il centro per la longevità Nao, nel cuore del resort, è pensato per ispirare una vera rivoluzione dello stile di vita ”, spiega. “ Attraverso la diagnostica e un percorso personalizzato, Nao ha effetti benefici sul corpo e la mente e perfeziona le abitudini quotidiane, offrendo tutti gli strumenti per una vita più lunga e felice. Da questo approccio fondato su principi scientifici nascono programmi personalizzati, che stimolano un profondo rinnovamento, la scoperta di sé e la connessione con sé stessi e con il mondo circostante ”.

Siamo ciò che mangiamo

Il successo di un wellness resort non può prescindere da un'attenzione profonda per l'alimentazione, elemento chiave per la salute. Di conseguenza, i pasti sono una parte essenziale del viaggio verso il benessere.

“ Il nostro servizio ristorazione si rivolge a più di 200 ospiti al giorno con due ristoranti e due bar ricercati, ciascuno dei quali offre un'esperienza culinaria unica ben radicata nei principi di salute, sostenibilità ▶



Nao: nutrimento per il corpo e lo spirito

La spa Nao si ispira all'elemento dell'acqua, fonte di vita e simbolo della capacità di adattamento. Il suo approccio scientifico, che agisce in modo mirato sui 12 fattori dell'invecchiamento - dalla senescenza cellulare alle disfunzioni mitocondriali - , si basa su quattro pilastri chiave: alimentazione, sonno, autocontrollo e movimento.

Tra questi, è l'alimentazione ad avere la precedenza. La dieta mediterranea su cui si basa prevede un apporto giornaliero di verdure, frutta, cereali integrali e grassi vegetali, con una quota di pesce fresco, pollame, fagioli, legumi e uova. È previsto un quantitativo moderato di latticini, mentre il consumo di carne rossa è limitato. “ La scienza alimentare contemporanea ha un ruolo fondamentale ”, commenta Patsakis.

“ I nostri piatti sono pensati per essere ricchi di micronutrienti e antiossidanti, a basso contenuto di ingredienti processati e completi sotto ogni punto di vista. Superfood, prodotti biologici e alternative vegetali sono sapientemente integrati e allineati alla crescente domanda di una cucina consapevole, che pone l'enfasi sulla salute, in tutto il mondo. La nostra offerta di ristorazione è guidata dal desiderio di creare esperienze culinarie in grado di promuovere equilibrio, longevità e felicità, in armonia con la natura circostante e con il viaggio personale degli ospiti ”.

“ In futuro questo progetto sarà un punto di riferimento - sia per la progettazione che per la realizzazione - per le ristrutturazioni e per i nuovi sviluppi all'interno del nostro portfolio, rafforzando ulteriormente la nostra reputazione di leader dell'ospitalità e della gastronomia ”.



e autenticità cretese", dichiara Patsakis. "Lo staff di Nao lavora a stretto contatto con il team di chef per assicurarsi che tutti i menù siano ricchi di nutrienti e in linea con i criteri scientifici del benessere a lungo termine".

Gli chef utilizzano ingredienti locali e di stagione per creare pietanze nutrienti e saporite, con opzioni vegetali, carne a chilometro zero, formaggi artigianali e l'olio d'oliva di Creta. I cibi processati sono pressoché assenti, mentre i micronutrienti, i superfood e i prodotti biologici sono elementi chiave nell'approccio salutista del resort.

Il servizio di ristorazione è profondamente influenzato da un impegno verso il benessere e la sostenibilità, entrambi valori integranti dell'identità della struttura. Il cibo nutre, guarisce e dà energia. La dieta cretese, simile





e autenticità cretese", dichiara Patsakis. "Lo staff di Nao lavora a stretto contatto con il team di chef per assicurarsi che tutti i menù siano ricchi di nutrienti e in linea con i criteri scientifici del benessere a lungo termine".

Gli chef utilizzano ingredienti locali e di stagione per creare pietanze nutrienti e saporite, con opzioni vegetali, carne a chilometro zero, formaggi artigianali e l'olio d'oliva di Creta. I cibi processati sono pressoché assenti, mentre i micronutrienti, i superfood e i prodotti biologici sono elementi chiave nell'approccio salutista del resort.

Il servizio di ristorazione è profondamente influenzato da un impegno verso il benessere e la sostenibilità, entrambi valori integranti dell'identità della struttura. Il cibo nutre, guarisce e dà energia. La dieta cretese, simile





Sopra, dall'alto verso il basso:
Thomas Fabris, Olis;
Emil Kioulpapas, Xenex;
Stratos Patsakis, Minos Palace Resort

a quella mediterranea e nota per i suoi benefici per la salute, è alla base dei menù. La preparazione di piatti nutrienti dipende non solo dagli ingredienti, ma anche dalla configurazione della cucina.

Cooperazione ai fornelli

“Con la ristrutturazione completa del Minos Palace e il suo riposizionamento sul mercato come meta del benessere olistico, le nostre esigenze operative sono cambiate notevolmente, soprattutto in cucina”, riflette Patsakis. “Avevamo la necessità di riconfigurare gli spazi per renderli adatti a sostenere agevolmente operazioni impegnative e improntate sulla salute. Con l'aiuto di Xenex e Olis, abbiamo progettato e realizzato con successo una cucina ad alte prestazioni che unisce efficienza, funzionalità ed ergonomia”.

“Forniamo attrezzature molto affidabili, con un controllo preciso della temperatura”

Thomas Fabris, Olis

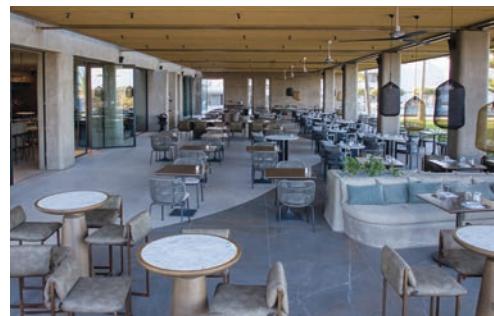
Leader nella produzione di attrezzatura da cucina di alta qualità, Olis è rappresentata in Grecia dal suo distributore storico, Xenex. “Insieme, grazie all'uso di attrezzature all'avanguardia, flussi di lavoro ottimizzati e soluzioni orientate alla sostenibilità, siamo riusciti a creare uno spazio in grado di realizzare una visione gastronomica ambiziosa. Forniamo attrezzature molto affidabili, con un controllo della temperatura più preciso rispetto alla concorrenza”, afferma Thomas Fabris, Direttore Commerciale di Olis, che ha fornito l'intera linea cottura, comprensiva di piani a induzione, friggitrici e griglie.

“Inoltre, la nostra attrezzatura è di facile manutenzione. Per esempio, il nuovo SuperFryTop ha una piastra rimovibile, ottimale per la manutenzione e con canalina allagabile per una pulizia rapida e continua”.

“Ogni cucina nasce dalle esigenze degli chef e dei menù. Inoltre, anche il design dell'attrezzatura deve essere bello”, aggiunge. “L'aspetto più importante, tuttavia, è poter installare l'attrezzatura creando un sistema modulare, facile da pulire e della stessa altezza e profondità, senza fenditure in cui potrebbero sedimentarsi residui grassi. Tutto è modulare, così ogni elemento della linea può essere facilmente sostituito”.

Collaborazioni senza tempo

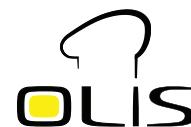
Ogni progetto ha le sue sfide, ma superarle è indubbiamente più facile se si hanno partner di grande esperienza. “Xenex opera nel settore da 55 anni e rappresenta Olis in Grecia dalla fine degli anni Novanta”, racconta Emil Kioulpapas, General Manager di Xenex. “Abbiamo un rapporto solido, e Olis ci offre sempre l'assistenza di cui abbiamo bisogno. Anche in caso di difficoltà, troviamo sempre una soluzione”.



“Il progetto si è evoluto con la massima naturalezza”, conclude. “Le attrezzature Olis si sono rivelate perfette per aggiornare la configurazione della cucina, poiché sono resistenti, moderne e avanzate. Inoltre, possiamo garantire un'ottima assistenza, riducendo i momenti di inattività”.

Così come l'unione tra i quattro pilastri – nutrizione, sonno, movimento e autocontrollo – può migliorare il benessere, la complementarietà delle competenze tra partner può portare a risultati eccellenti. Rispetto reciproco, fiducia e un impegno condiviso per l'eccellenza hanno portato il Minos Palace, Olis e Xenex a forgiare un'esperienza di lusso, con l'obiettivo di regalare una vita migliore e più lunga. ■

BRAND FOCUS



WEinnovate cooking

1972

Fondata nel 1972, Olis è nota per il suo approccio innovativo alla tecnologia e al design

2021

Nel 2021, Olis lancia una gamma completa di prodotti con connessione 4.0 per il settore HoReCa, potenziati dall'Olis Cloud System

150+

Il catalogo standard di Olis offre più di 150 sistemi di cottura e refrigerazione con funzioni di connettività 4.0

olis.it



Sopra, dall'alto verso il basso:
Thomas Fabris, Olis;
Emil Kioulpapas, Xenex;
Stratos Patsakis, Minos Palace Resort

a quella mediterranea e nota per i suoi benefici per la salute, è alla base dei menù. La preparazione di piatti nutrienti dipende non solo dagli ingredienti, ma anche dalla configurazione della cucina.

Cooperazione ai fornelli

“Con la ristrutturazione completa del Minos Palace e il suo riposizionamento sul mercato come meta del benessere olistico, le nostre esigenze operative sono cambiate notevolmente, soprattutto in cucina”, riflette Patsakis. “Avevamo la necessità di riconfigurare gli spazi per renderli adatti a sostenere agevolmente operazioni impegnative e improntate sulla salute. Con l'aiuto di Xenex e Olis, abbiamo progettato e realizzato con successo una cucina ad alte prestazioni che unisce efficienza, funzionalità ed ergonomia”.

“Forniamo attrezzature molto affidabili, con un controllo preciso della temperatura”

Thomas Fabris, Olis

Leader nella produzione di attrezzatura da cucina di alta qualità, Olis è rappresentata in Grecia dal suo distributore storico, Xenex. “Insieme, grazie all'uso di attrezzature all'avanguardia, flussi di lavoro ottimizzati e soluzioni orientate alla sostenibilità, siamo riusciti a creare uno spazio in grado di realizzare una visione gastronomica ambiziosa. Forniamo attrezzature molto affidabili, con un controllo della temperatura più preciso rispetto alla concorrenza”, afferma Thomas Fabris, Direttore Commerciale di Olis, che ha fornito l'intera linea cottura, comprensiva di piani a induzione, friggitrici e griglie.

“Inoltre, la nostra attrezzatura è di facile manutenzione. Per esempio, il nuovo SuperFryTop ha una piastra rimovibile, ottimale per la manutenzione e con canalina allagabile per una pulizia rapida e continua”.

“Ogni cucina nasce dalle esigenze degli chef e dei menù. Inoltre, anche il design dell'attrezzatura deve essere bello”, aggiunge. “L'aspetto più importante, tuttavia, è poter installare l'attrezzatura creando un sistema modulare, facile da pulire e della stessa altezza e profondità, senza fenditure in cui potrebbero sedimentarsi residui grassi. Tutto è modulare, così ogni elemento della linea può essere facilmente sostituito”.

Collaborazioni senza tempo

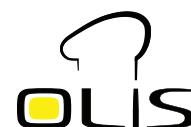
Ogni progetto ha le sue sfide, ma superarle è indubbiamente più facile se si hanno partner di grande esperienza. “Xenex opera nel settore da 55 anni e rappresenta Olis in Grecia dalla fine degli anni Novanta”, racconta Emil Kioulpapas, General Manager di Xenex. “Abbiamo un rapporto solido, e Olis ci offre sempre l'assistenza di cui abbiamo bisogno. Anche in caso di difficoltà, troviamo sempre una soluzione”.



“Il progetto si è evoluto con la massima naturalezza”, conclude. “Le attrezzature Olis si sono rivelate perfette per aggiornare la configurazione della cucina, poiché sono resistenti, moderne e avanzate. Inoltre, possiamo garantire un'ottima assistenza, riducendo i momenti di inattività”.

Così come l'unione tra i quattro pilastri – nutrizione, sonno, movimento e autocontrollo – può migliorare il benessere, la complementarietà delle competenze tra partner può portare a risultati eccellenti. Rispetto reciproco, fiducia e un impegno condiviso per l'eccellenza hanno portato il Minos Palace, Olis e Xenex a forgiare un'esperienza di lusso, con l'obiettivo di regalare una vita migliore e più lunga. ■

BRAND FOCUS



WEinnovate cooking

1972

Fondata nel 1972, Olis è nota per il suo approccio innovativo alla tecnologia e al design

2021

Nel 2021, Olis lancia una gamma completa di prodotti con connessione 4.0 per il settore HoReCa, potenziati dall'Olis Cloud System

150+

Il catalogo standard di Olis offre più di 150 sistemi di cottura e refrigerazione con funzioni di connettività 4.0

olis.it



San Patrignano: l'amore come cura alle dipendenze

Da oltre 40 anni, la comunità di San Patrignano offre sostegno gratuito ai giovani che combattono contro la tossicodipendenza.

Jim Banks va alla scoperta di come il fornitore di sistemi di refrigerazione Castel MAC partecipa al consolidamento dei suoi programmi di formazione e recupero



Fondata nel 1978, San Patrignano è la comunità di recupero più grande d'Europa

A sinistra: Christian Sebastiani, Castel MAC

La tossicodipendenza può causare danni irreparabili nelle famiglie e nelle comunità di tutto il mondo. Con l'aiuto di pari, educatori e figure con esperienza nella riabilitazione, può però essere superata. Il progetto di San Patrignano ha saputo darne prova innumerevoli volte.

San Patrignano è una comunità per la vita che accoglie persone con problemi di tossicodipendenza ed emarginazione, aiutandole a ritrovare una vita sana e produttiva attraverso un programma di riabilitazione basato sull'amore, sull'accettazione e sul sostegno reciproco. "È la comunità di recupero più grande d'Europa", afferma Matteo Diotalevi, Communications Manager di San Patrignano. "Fondata nel 1978, si impegna ad assistere i giovani con problemi di tossicodipendenza. Grazie al suo approccio socio-educativo, è diventata un punto di riferimento per la riabilitazione e offre percorsi di recupero individuali, caratterizzati dall'ascolto e dal confronto".

Attualmente, la comunità accoglie più di 800 persone ed è organizzata come una piccola città. Nel corso degli anni, ha aperto le porte a ben 26.000 ragazzi. La percentuale di chi, dopo aver concluso il percorso riabilitativo, guarisce completamente dalla dipendenza è pari a oltre il 72%. Un tasso di successi straordinario, che fa di San Patrignano un vero faro di speranza per i giovani.

"Vogliamo aiutare non solo chi è già caduto nella droga, ma anche tanti giovani a rischio", dice Diotalevi. "Ed è gratuito, perché l'amore è un dono".

Percorsi di recupero differenti

All'interno della comunità, ognuno segue un percorso riabilitativo personalizzato in base alle sue esigenze. L'intervento può essere di natura educativa, ma, al bisogno, è possibile accedere anche a forme di sostegno psicologico o psicoterapeutico.

San Patrignano offre a tutti opportunità di formazione professionale in diversi settori. Gli ospiti imparano per prima cosa a relazionarsi, poi sviluppano competenze utili per il lavoro fuori dalla comunità.

Tra le competenze offerte troviamo mestieri artigianali, soprattutto nella produzione agro-alimentare, come il lavoro nelle cantine, nel settore lattiero-caseario o della panificazione. "Indipendentemente dal settore in cui vengono inserite, le persone apprendono le regole di base di un posto di lavoro, come rispettare gli orari, i collaboratori e le responsabilità loro assegnate", racconta Diotalevi, sottolineando che anche le attività artistiche, come coro e teatro, e gli sport fanno parte del percorso. "Le forze che animano il progetto di San Patrignano sono l'amore per gli altri, la convinzione che ognuno debba avere una seconda possibilità e l'impegno a consentire a chi chiede aiuto di ricostruire la propria vita. Il successo

della comunità è dimostrato dalle migliaia di storie di guarigione e reintegrazione nella società e nel mondo del lavoro".

Per i programmi di formazione professionale, soprattutto nel campo della ristorazione, avere accesso alle attrezzature tipicamente presenti nelle cucine commerciali è indispensabile. Per raggiungere questo obiettivo, San Patrignano ha avviato una collaborazione con Castel MAC, un'azienda di Ali Group.

Una visione condivisa

Specializzato in sistemi di refrigerazione professionale, Castel MAC sostiene le iniziative di comunità come San Patrignano con attrezzatura e competenze tecniche. "Castel MAC è un gruppo ben strutturato, composto da tre brand principali che vantano, ciascuno, la propria area di competenza", spiega Christian Sebastiani, Commercial and Marketing Director di Castel MAC S.r.l.

"Punto di riferimento per i sistemi fermalievitazione, Tecnomac offre celle e armadi a carrello e a sportello per una lievitazione e fermentazione controllata dell'impasto. La gamma di prodotti comprende attrezzature come celle di lievitazione e da fermentazione, abbattitori sia a carrello, che a tunnel e soluzioni personalizzate", continua.

"Icematic è un noto produttore di macchine per il ghiaccio. La serie K presenta un innovativo sistema a palette per produrre cubetti di ghiaccio cavi, che assicura affidabilità e prestazioni di alto livello anche negli ambienti più esigenti. Hiber, infine, è specializzata in soluzioni di refrigerazione per i mondi della gelateria e pasticceria, con una gamma di abbattitori di temperatura, armadi refrigerati e per la conservazione di alta qualità".

Castel MAC offre a San Patrignano anche competenze che consentono di migliorare l'efficacia dei suoi programmi di recupero. Questo, tuttavia, non è l'unico motivo per cui la collaborazione procede a gonfie vele. "Abbiamo scelto Castel MAC perché condivide i nostri stessi valori di responsabilità sociale", afferma Diotalevi. "Le attrezzature dell'azienda sono in linea con le esigenze professionali e formative della comunità. I giovani possono così acquisire competenze utili per il loro futuro: sono costantemente aggiornati sulle nuove tecniche di produzione".

Il successo del programma e la collaborazione tra San Patrignano e Castel MAC porteranno senza dubbio a ulteriori iniziative di formazione per aiutare la comunità a essere sempre aggiornata sulle tecnologie più innovative e trovare il proprio posto nel settore della ristorazione. Anche se il motore del successo di San Patrignano è l'amore, il know-how pratico rimane fondamentale per reintegrarsi con successo nella società. ■

“Le attrezzature Castel MAC sono in linea con le esigenze professionali e formative della comunità”

**Matteo Diotalevi,
San Patrignano**

Castel MAC è un gruppo consolidato formato da tre brand affermati: Hiber, Icematic e Tecnomac

hiber
ICEMATIC
TECNOMAC

BRAND FOCUS

Castel MAC

1963

Nel 2023, Castel MAC festeggia il raggiungimento di un traguardo straordinario: 60 anni di successi, innovazione e crescita

100+

Castel MAC conta più di 100 dipendenti suddivisi nei vari reparti

6.000+

Le aziende Tecnomac e Icematic del gruppo Castel MAC producono più di 6.000 macchine modulari l'anno

castelmac.eu



À la carte: la ristorazione ospedaliera come pilastro della sanità

Al momento di rivoluzionare le proprie operazioni di ristorazione, la Jeroen Bosch Clinic di Den Bosch si è rivolta al partner fidato temp-rite per avviare una transizione vincente. Jim Banks racconta come la collaborazione ha reso il cibo un elemento chiave nel benessere dei pazienti



Nel settore sanitario, il cibo ha un ruolo chiave nell'esperienza dei pazienti. Se preparato con cura e bilanciato sotto il profilo nutrizionale, può favorire la guarigione e avere effetti positivi a lungo termine sulla salute. Questo implica che i cambiamenti nella ristorazione ospedaliera possono avere un significato e un potenziale notevoli.

Alla Jeroen Bosch Clinic di Den Bosch, nei Paesi Bassi, nel 2020 è iniziata una trasformazione radicale. L'ospedale, che in precedenza offriva un menù limitato, ha preso le distanze dal tradizionale modello cucinare-refrigerare-riscaldare per introdurre un innovativo sistema à la carte con cui serve fino a 600 pasti freschi al giorno.

“Avevamo una cucina del 2000. A un certo punto, occorre chiedersi se sia il caso di rinnovarla e ripensarla completamente”, dichiara René de Bont, Head of Nutrition and Catering della clinica. “Osservando il nostro modo di servire i pasti ci siamo resi conto di dover cambiare qualcosa, per cui ci siamo messi a cercare sistemi adeguati”.

“Volevamo continuare a cucinare pasti freschi e dare ai pazienti pieno controllo su cosa mangiare, quando e con chi, perciò ci siamo rivolti a Sodexo, che aveva già adottato un modello simile in un'altra struttura nei Paesi Bassi. In ospedale c'era dello spazio inutilizzato e siamo riusciti a costruire una cucina completamente nuova, che oggi lavora à la carte, come un hotel”.





I cambiamenti hanno coinvolto anche gli orari: il servizio va dalle 7:00 alle 19:00, con piatti caldi dalle 11:30 alle 18:15, e i turni di lavoro sono stati modificati. Ora i pazienti possono ordinare i pasti direttamente al telefono.

“Possiamo incoraggiare le persone a fare scelte sane e adatte alla loro dieta, e questo è un aspetto del tutto nuovo del servizio”, spiega de Bont. “In passato, erano gli infermieri a consegnare e a ritirare i vassoi. Ora il servizio parte dalla porta sul retro della cucina e il cibo viene consegnato con un sorriso dallo staff specializzato. Molti pazienti sono in grado di mangiare normalmente, per cui non è necessario che siano gli infermieri a consegnare il cibo”.

Progettare l'eccellenza

Per passare da tre orari fissi a un sistema di ristorazione che copre l'intera giornata, in cui visitatori e pazienti scelgono il pasto meno di un'ora prima di mangiare invece che il giorno prima, serviva un'attrezzatura diversa. In questo è stato essenziale l'intervento di temp-rite, partner storico della clinica.

Per supportare il nuovo modello, temp-rite ha fornito 24 carrelli su misura ideati per soddisfare le nuove esigenze. “Eravamo partner della clinica da molto tempo e, insieme a Sodexo NL, abbiamo ideato la soluzione più calzante per questo modello di servizio in camera. Più del 90% delle vendite della nostra azienda interessa il settore sanitario, quindi comprendiamo le esigenze dei clienti”, racconta Aimé Eijssen, Area Manager di temp-rite nei Paesi Bassi.

“Conoscevamo già temp-rite e li abbiamo contattati per farci consegnare attivatori a induzione, basi e cloche isolate per tenere caldo il cibo”, aggiunge de Bont.

“Ogni base è dotata di una piastra riscaldante a induzione dove posizionare il cibo coperto da una cloche per mantenerlo caldo per almeno 60 minuti. Al fianco di temp-rite, abbiamo partecipato alla progettazione di nuovi carrelli in grado di servire fino a 10 pasti alla volta”.

Anche se molti clienti utilizzano con successo i prodotti esistenti del portafoglio temp-rite, l'azienda offre anche soluzioni personalizzate, come il carrello sviluppato appositamente per la Jeroen Bosch Clinic.

Il pezzo forte del sistema è il dispositivo a induzione Activator, innovativo e di facile utilizzo, sviluppato da Aladdin Temp-Rite, altra azienda del Gruppo Ali. Questo sistema compatto garantisce le



temperature minime previste dagli standard HACCP e colpisce per la sua robustezza e sicurezza. I carrelli di recente progettazione comprendono anche manici ergonomici per un trasporto più agevole. Anche se il servizio dovrebbe richiedere solo 45 minuti, il sistema temp-active mantiene il cibo caldo per più di un'ora, dando allo staff maggiore flessibilità in ambienti clinici movimentati.

Il potere della collaborazione

Grazie allo stretto rapporto instaurato con il cliente, temp-rite ha saputo progettare una soluzione ideale per la clinica. “La guarigione del paziente è la priorità assoluta e, di conseguenza, il cibo dell'ospedale è considerato parte del processo, soprattutto per l'apporto proteico”, precisa Niek van der Rijcken, Country Manager di temp-rite nei Paesi Bassi. “La giusta alimentazione permette di risparmiare denaro e creare benessere e la soddisfazione del paziente è migliorata notevolmente. Inoltre, gli sprechi alimentari sono diminuiti del 60%”.

“Il nostro obiettivo è creare soluzioni per i nostri clienti. Vogliamo trovare un punto d'incontro, dialogare per accordarci sulla soluzione migliore. Più che fornitori, ci consideriamo partner”, aggiunge Frank Höck, Managing Director di temp-rite International. Pazienti più felici, migliore alimentazione e meno sprechi: i risultati parlano da sé. ■



In alto: René de Bont, Jeroen Bosch Clinic (sopra); Aimé Eijssen, temp-rite (sotto)

BRAND FOCUS

temp-rite

50+

temp-rite è un'azienda leader nella distribuzione dei pasti in ambito sanitario da oltre 50 anni

2002

Il gruppo temp-rite entra a far parte di Ali Group nel 2002

90%+

Più del 90% delle vendite avviene nel settore sanitario

temp-rite.eu

04 Storie di successo



Qualità da laboratorio

La gamma di attrezzature da cucina EsmachLab ha trasformato il modo di lavorare di Fabrico Pizzalab, spingendo lo chef **Patryk Nowakowski** a lanciare la propria scuola di formazione per condividerne i segreti. Chris Evans va alla scoperta del progetto

EsmachLab sta trasformando il mondo della panificazione professionale. Le sue attrezzature tecnologiche e potenziate dall'AI garantiscono una riuscita perfetta e una qualità uniforme nella preparazione di pizza, pane e altri prodotti artigianali.

EsmachLab è presente presso il ristorante Fabrico Pizzalab di Turek, in Polonia, con un'impastatrice a spirale SPI AI, un generatore di lievito liquido GL AI, un forno elettrico modulare EF-P e una cella di lievitazione Climother®. "EsmachLab ha rivoluzionato il mio modo di lavorare", dichiara Patryk Nowakowski, titolare di Fabrico Pizzalab. "La maggior parte delle pizzerie e dei panifici non utilizza il lievito

madre, ma queste attrezzature mi permettono di farlo. Solitamente il lievito madre è un ingrediente difficile da usare, ma con Esmach posso impostare temperatura, tempi di cottura e ricette semplicemente premendo un tasto. E i prodotti finali sono perfetti, con un sapore e una croccantezza inconfondibili".

Ogni macchina lavora in armonia con le altre. L'impastatrice a spirale Esmach offre risultati impeccabili grazie alle velocità della vasca e del braccio a spirale, calibrate con precisione. L'impasto ottenuto è omogeneo, morbido e di qualità. In fase di lavorazione, gli operatori possono monitorare le proprietà reologiche degli impasti, i tempi e la temperatura finale.

"Con questa impastatrice posso fare le quantità che desidero: che siano 2 o 40 kg, la qualità

e la consistenza sono sempre le stesse", spiega Nowakowski. "L'impastamento è molto rilassato, non è né rapido né stressante come con alcuni apparecchi. Il processo è controllato e l'impasto finale è sempre perfetto".

Naturale al 100%

Il generatore di lievito liquido prepara e conserva il lievito naturale con solo acqua e farina, garantendo impasti leggeri e fragranti. Inoltre, rigenera il lievito automaticamente durante l'uso. "Questo generatore è essenziale per i prodotti da forno con lievito madre. È un ingrediente dalla microbiologia unica, che esige determinate temperature, tempi e umidità. E il generatore Esmach consente di gestire tutti questi aspetti", racconta Nowakowski.



Inoltre, la temperatura della cella può essere adattata durante la giornata. "Posso impostare 25 °C alle 8 di mattina, 8 °C 18 ore dopo e, di nuovo, 25 °C la mattina successiva. La macchina si regola in autonomia. È davvero intelligente".

Quando la lievitazione è arrivata al punto giusto, gli chef iniziano a tagliare e modellare a mano l'impasto prima di trasferirlo nel sistema brevettato Esmach Climother®, che gestisce la cottura dei prodotti con lievito naturale e include una soluzione di conservazione prolungata. L'ultimo step è il forno. Il forno elettrico modulare EF-P raggiunge agevolmente la temperatura di 270 °C, ideale per la cottura della pizza napoletana, uno dei cavalli di battaglia di Fabrico Pizzalab. L'umidità si regola facilmente dal display presente sul forno. "L'intero procedimento è facile da apprendere e vanta procedure standardizzate, tecnologie touchscreen e ricette su misura", precisa Nowakowski. "Per il mio pizzaiolo erano tutte novità, ma ha imparato in fretta".

Successo assicurato

La facilità d'uso, la stabilità delle attrezzature e la qualità uniforme del cibo sono così importanti per Nowakowski e il suo team che scelgono di lavorare 12-14 ore al giorno per assicurarsi che tutto vada liscio. "EsmachLab nasce dall'idea di garantire alle attività commerciali del settore HoReCa gli stessi vantaggi che Esmach ha offerto al mondo

EsmachLab ha rivoluzionato il modo di lavorare di Patryk Nowakowski



“La macchina si regola in autonomia. È davvero intelligente”

Patryk Nowakowski, Fabrico Pizzalab

dei prodotti da forno", sostiene Paolo Pescatori, General Manager di Esmach. "Tra questi, la disponibilità di un sistema salvaspazio, rapido e di facile gestione, con processi standardizzati adatti anche ai lavoratori più inesperti. L'attrezzatura non è troppo ingombrante, perciò la redditività per mq è maggiore".

Nowakowski è rimasto talmente colpito dall'attrezzatura che ha deciso di fondare una scuola chiamata Arte Bianca Lab, dove insegna ad altri pizzaioli e titolari di ristoranti, panifici e pizzerie in Polonia come usare EsmachLab. "A scuola, abbiamo anche un'impastatrice a spirale SPI 45 AI che, grazie all'AI, consente di impostare automaticamente le ricette desiderate e gli ingredienti necessari (sale, lievito, acqua, ecc.). E la macchina fa tutto il resto. È incredibile", si entusiasma Nowakowski. "Il sistema prevede già circa 10 ricette preimpostate per preparazioni come pizza, pane e croissant".

EsmachLab è una soluzione adatta sia ai piccoli panifici che ai grandi ristoranti che consente di creare prodotti di qualità.

Nowakowski sta ora testando i forni a carrello rotativo Esmach, ideali per le pizze gourmet e per raggiungere risultati eccellenti nella cottura di panini da hamburger e prodotti senza glutine. A questo proposito, Esmach è fiera di presentare il nuovo EvaLab, sviluppato appositamente per il settore gluten-free e dotato di un'avanzata tecnologia AI. ■



BRAND FOCUS

ESMACH

50+

Da oltre 50 anni, Esmach è al servizio del settore dei prodotti da forno con la sua gamma di qualità superiore: impastatrici, formatrici, spezzatrici, celle di lievitazione e fermalievitazione e forni per panifici, pasticcerie e pizzerie

1980

Negli anni Ottanta, l'azienda cambia nome: da Esperia Macchine a Esmach per supportare la propria espansione internazionale e promuovere le sue linee per la panificazione industriale

1990

All'inizio degli anni Novanta, Bongard sceglie Esmach come partner per ampliare la presenza dei propri forni in Italia, stipulando un accordo di distribuzione incrociata che consolida il forte legame tra le due aziende

esmach.com



Un caffè consapevole

But First, Coffee sostiene i coltivatori nelle Filippine creando un caffè di alta qualità a un prezzo accessibile e consolidando il messaggio di sostenibilità del brand. Jim Banks indaga i motivi che hanno spinto l'azienda a scegliere le macchine per caffè Crem

Il caffè è parte integrante della cultura delle Filippine

Lanciato nel 2020 in piena pandemia di COVID-19, But First, Coffee (BFC) è frutto dell'ingegno di Anna Magalona, che ha avviato l'attività dal suo appartamento di Manila.

Mentre il mondo era in lockdown e le persone erano separate dai propri cari, Magalona immaginava un brand che mettesse al centro del suo operato la comunità.

Grazie a un marketing strategico e al tocco personale della sua fondatrice, come il servizio di consegna gratuita offerto, BFC ha rapidamente guadagnato terreno sul mercato. L'allora franchising di caffetterie a più rapida crescita nell'area metropolitana di Manila è oggi attivo in tutte le Filippine, con più di 200 punti vendita.

Cosa ha permesso un successo così rapido? Essenzialmente, l'incontro di due fattori: un caffè eccezionale e un forte senso di responsabilità sociale.

“La nostra strategia consiste nel posizionare il brand come punto di riferimento per il caffè, offrendo una miscela perfetta di qualità, convenienza e comunità”, spiega Magalona. “L'obiettivo è dare vita a esperienze straordinarie e offrire ai clienti bevande ottime a qualsiasi ora, ovunque si trovino. I valori del brand si basano sull'elevare i momenti quotidiani garantendo praticità, qualità costante e un forte senso di connessione con il pubblico”.

Sostenere la comunità locale

“Sosteniamo i coltivatori filippini sin dalle origini attraverso il caffè locale Barako, da cui nasce la nostra linea di caffè filtro e una delle nostre proposte più apprezzate, il caffè vietnamita”, aggiunge. “Continuiamo a promuovere questi prodotti per mantenere volumi di vendita solidi e garantire una domanda stabile per i chicchi locali. Inoltre, sosteniamo i fornitori del posto acquistando da loro alcuni ingredienti”.

Il caffè è parte integrante della cultura delle Filippine, dove viene consumato in più momenti della giornata. Oggi BFC conta ben 212 punti vendita, di cui 182 in franchising e 30 di proprietà. Il brand continua a rinnovarsi ed espandersi, portando caffè di alta qualità a prezzi accessibili a sempre più comunità nelle Filippine.

Il mercato accoglie con entusiasmo sia i chicchi locali tradizionali, come la varietà Barako, sia le tendenze internazionali, come le bevande fredde o a base di latte. BFC ha

“La nostra strategia mira a posizionare il brand come meta di riferimento per il caffè”

Anna Magalona, But First, Coffee

sfruttato al meglio la situazione offrendo bevande ottime a prezzi abbordabili per andare incontro alle mutevoli preferenze dei consumatori e rendere il caffè di qualità più accessibile ai consumatori locali.

La Crem de la crème

In un mercato competitivo e in rapida crescita, per offrire un'esperienza di alta qualità non basta avere una materia prima pregiata: anche l'attrezzatura è determinante, ed è proprio per questo che il brand ha scelto la macchina per caffè Crem® EX3 2G. Il modello EX3 ha debuttato sul mercato nel 2020, come BFC, e questo fattore unisce ulteriormente i due brand, che puntano a fornire un'esperienza di caffè specialty a prezzi accessibili per garantire una qualità premium alla portata di tutti.

“Agli inizi, utilizzavamo una semplice macchina per il caffè filtro”, spiega Magalona. “Quando l'attività ha iniziato a crescere, siamo passati a soluzioni professionali per garantire uniformità e qualità. Dopo aver testato varie macchine, abbiamo scelto la Crem EX3 2G per la sua affidabilità e le sue prestazioni. Da allora, è diventata la macchina standard in gran parte dei punti vendita e il modello richiesto per gli store in franchising. Abbiamo piena fiducia nella sua resistenza ed efficienza, che garantisce che ogni tazza sia all'altezza degli standard di qualità e che i nostri partner in franchising abbiano successo”.

La EX3 2G è una macchina per espresso professionale nota per la precisione, l'affidabilità e il design intuitivo. Il suo sistema modulare personalizzabile va incontro alle esigenze specifiche dell'attività, mentre l'avanzata stabilità della temperatura e le lance vapore ad alta efficienza garantiscono una montatura del latte di qualità. La facilità d'uso permette a tutti i baristi di BFC di preparare un caffè di alta qualità con rapidità e precisione, mentre la sua resistenza nel tempo garantisce prestazioni costanti. “Questa macchina è fondamentale ▶





In alto: Tommy Cheong, Crem (sopra); Yasmin Vasquez, Allegro; Anna Magalona, But First, Coffee

nel mantenere gli standard del brand e promettere sempre bevande deliziose a prezzi accessibili, agevolando le operazioni nei punti vendita di proprietà e in quelli in franchising”, sottolinea Magalona.

“Noi di Crem crediamo nella qualità costante, nell’artigianalità e nella connessione”, dichiara Tommy Cheong, Regional Product Sales Manager di Crem per l’area nord e sud-est asiatica. “Le nostre macchine sono progettate per garantire la massima affidabilità fin dalla prima tazzina, un giorno dopo l’altro. Ma non è solo questo: le caffetterie restano con noi poiché non siamo semplici fornitori, ma partner. Ci evolviamo secondo le loro esigenze, dalla crescita dell’attività alla consulenza per la creazione dei menù, migliorando l’esperienza dei baristi. Il nostro è un rapporto a lungo termine fondato sulla fiducia, guadagnata in anni di affiancamento costante”.

I professionisti scelgono i prodotti Crem per la sua meritata reputazione in termini di precisione e resistenza. Le macchine da caffè Crem sono progettate con attenzione e cura per garantire che siano sia belle da vedere sia in grado di funzionare perfettamente anche negli orari di punta. “I baristi e i proprietari delle attività danno grande importanza a queste qualità: interfacce intuitive, impostazioni personalizzabili e un’estrazione sempre eccellente”, aggiunge Cheong. “In un mercato competitivo, aiutiamo i professionisti a distinguersi e garantire un servizio più rapido e un prodotto indimenticabile. Ogni volta”.

Una sinergia virtuosa

Una collaborazione così solida non sarebbe stata possibile senza il contributo di Allegro Beverage Corporation che, con i suoi prodotti e soluzioni di alto livello, ha sostenuto la crescita di BFC sin dall’inizio. “Quando ci hanno consigliato Crem ci siamo fidati ciecamente, certi che questa scelta avrebbe migliorato la qualità del servizio e rafforzato il nostro brand”, racconta Magalona. “La collaborazione tra BFC, Allegro e Crem assicura alla nostra espansione attrezzature affidabili, in grado di mantenere l’alta qualità in tutti i punti vendita”.

“Crem ha fornito una macchina per espresso classica e perfetta per le nostre esigenze”, conferma Yasmin A. Vasques, Presidente e CEO di Allegro. “Il suo design elegante non passa inosservato, pur rimanendo di facile utilizzo e

“Noi di Crem crediamo nella qualità costante, nell’artigianalità e nella connessione”

Tommy Cheong, Crem

in grado di fare esattamente ciò che ci si aspetta da una macchina da caffè professionale”.

La piattaforma modulare della linea EX è perfetta per una catena di franchising in rapida crescita, in quanto le configurazioni possono essere adattate alle esigenze di spazio o al flusso di lavoro. Assicura, inoltre, vantaggi operativi, in quanto in molti casi tutta la serie EX impiega gli stessi componenti e pezzi di ricambio per una manutenzione più semplice e meno costosa. Infine, le opzioni di personalizzazione, in termini di abbinamenti cromatici, finiture in legno e materiali dei pannelli, permettono a queste macchine di inserirsi perfettamente nell’estetica di ogni caffetteria.

Acqua dura, acqua chiara

Le macchine Crem aiutano i franchising a garantire una qualità costante in un paese dove la qualità dell’acqua e le oscillazioni di potenza possono rappresentare delle sfide. Oltre a incentivare gli operatori a investire in regolatori di tensione automatici per stabilizzare gli sbalzi di tensione, Allegro offre assistenza per la gestione della durezza dell’acqua nelle macchine Crem. Con la giusta manutenzione, i residui di calcare non sono più un problema, a differenza di quanto spesso accade con le macchine meno resistenti.

Con l’espansione di BFC, l’ampliamento del portafoglio clienti e il consolidamento del rapporto con la comunità locale di coltivatori, la collaborazione con Allegro e Crem sarà sempre più determinante per il brand e per i coltivatori da questo sostenuti, anche grazie alla supply chain solida e ottimizzata di Crem in Asia. “La collaborazione si fonda su fiducia, qualità e assistenza”, dichiara Magalona. “Crem fornisce attrezzature affidabili e ad alte prestazioni, Allegro garantisce prodotti di qualità elevata, assistenza tecnica e manutenzione. Per un successo a lungo termine, diamo priorità a una qualità costante, un’assistenza a intervento rapido e un’idea di crescita condivisa”. ■



Le macchine Crem aiutano i franchising a garantire una qualità costante

La macchina EX3 di Crem è caratterizzata da una vasta gamma di opzioni ed extra. Scansiona il codice QR per scoprire il configuratore online:



BRAND FOCUS

CREM®
1985

Crem nasce in Spagna, con il nome di Expobar, nel 1985. Dal 1993, l’azienda opera con la ragione sociale Crem Aparatos S.L. dedicandosi alla realizzazione di macchine smart e ad alte prestazioni

2008

Crem International nasce dalla fusione con il brand svedese Coffee Queen nel 2008. Nel 2015 si unisce al gruppo anche Spengler GmbH

2020

Il modello EX3 debutta nel 2020 aggiudicandosi, da allora, quattro premi internazionali per il design. Nel 2022, Crem si unisce ad Ali Group nella divisione del caffè

crem.coffee

05

Innovazione



La nuova frontiera delle lavanderie

Da una collaborazione avviata durante il COVID è nato un approccio pratico e innovativo alle apparecchiature da lavanderia commerciali. **Herman Harsevoort** di Laundry Total e **Gabriele Giotto** di Grandimpianti I.L.E. illustrano la loro visione a Chris Evans



Le nuove apparecchiature Grandimpianti I.L.E. contribuiscono in modo efficiente alle operazioni di lavanderia di Laundry Total, dichiara Herman Harsevoort, Managing Director (in alto)

Le macchie ostinate sono una minaccia nota per le lavanderie commerciali. “Di recente, un’azienda chimica ci ha chiesto di lavare le divise dei loro dipendenti, macchiate da emulsioni adesive. Erano davvero difficili da rimuovere”, racconta Ronald van Velzen, titolare dell’attività Velzen Textiel di Bolsward, nei Paesi Bassi, che offre servizi di lavanderia professionale a diverse imprese. “È dovuta intervenire Laundry Total con

un programma su misura, con sostanze chimiche specifiche e un ciclo più lungo. Ha funzionato alla perfezione”.

Il servizio clienti dedicato offerto dal distributore olandese Laundry Total è proprio questo. L’azienda ha iniziato a vendere lavatrici e asciugatrici Grandimpianti I.L.E. ad aziende locali durante il COVID. Questo periodo difficile per molte aziende ha messo in luce i vantaggi delle apparecchiature con controllo da remoto del brand italiano, che aiutavano a ridurre al minimo l’impatto delle restrizioni di accesso. Da allora, la collaborazione si è consolidata sempre di più.

“Sanno gestire al meglio la vendita e la distribuzione delle nostre macchine e hanno un’assistenza post-vendita incredibile”, dichiara entusiasta Gabriele Giotto, Sales and Product Manager di Grandimpianti I.L.E. “Seguono un approccio scientifico e danno grande importanza ai costi di esercizio delle apparecchiature”.

“Il nostro obiettivo è garantire pulizia ed efficienza”, chiarisce Herman Harsevoort, Managing Director di Laundry Total. “Numerose aziende che forniscono servizi commerciali di lavanderia in Olanda applicano metodi tradizionali e ricorrono sempre



al lavaggio ad alte temperature. Noi, invece, spieghiamo ai clienti come abbandonare i lavaggi a 60° e ottenere una pulizia eccezionale anche a 40°, selezionando i giusti prodotti e i tempi adatti per consumare meno elettricità. Ogni ciclo è un investimento”.

Controllo in cloud

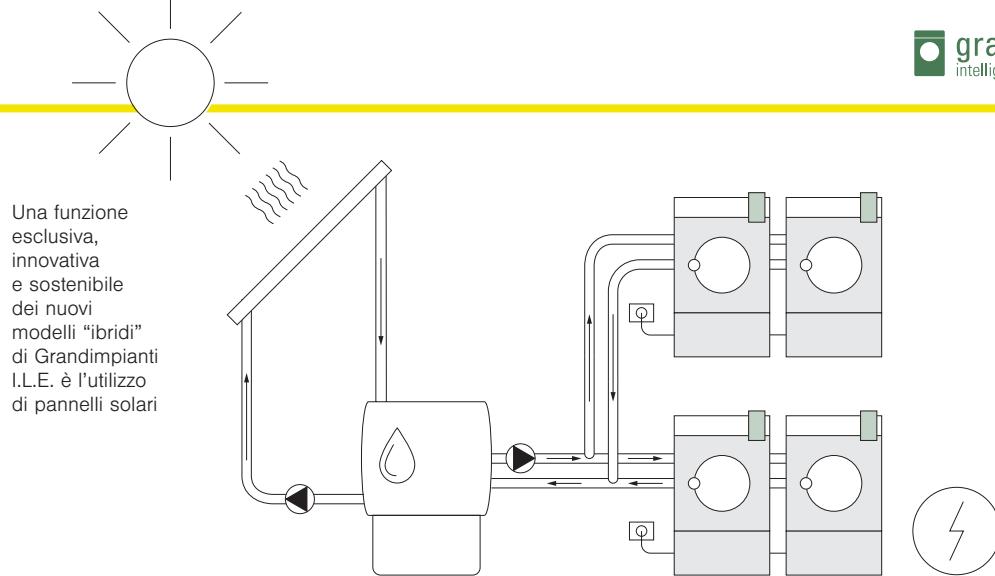
Il lavoro di Laundry Total è agevolato dalla possibilità di gestire da remoto le apparecchiature Grandimpianti I.L.E. con l'esclusiva piattaforma TheMind. cloud. Il sistema consente di monitorare, tracciare e controllare tutti gli aspetti delle operazioni e comprende funzioni per supervisionare i cicli di lavaggio, tracciare i consumi energetici e soddisfare le esigenze di ogni cliente. La piattaforma permette di controllare con precisione le impostazioni di asciugatura per poter trattare anche i capi più delicati adattando durata del ciclo, temperatura e velocità di rotazione del cestello al tipo di tessuto.

“Grazie a questo servizio smart, i clienti hanno accesso a grandi quantità di informazioni 24 ore su 24, tra cui consumi energetici e idrici, eventuali problemi e accorgimenti per risparmiare sui programmi di lavaggio”, precisa Harsevoort.

“È un pacchetto smart impressionante, e noi siamo sempre alla ricerca di nuovi modi per usare i dati in modo da offrire miglioramenti alla clientela.”

Velzen ne è stato indubbiamente conquistato. “Se non riusciamo a rimuovere dello sporco, possiamo chiamarli e chiedere di cambiare il programma di lavaggio da qualsiasi luogo: regolando la temperatura, aggiungendo più detersivo o acqua, ecc.”, chiarisce Velzen.

Le lavatrici sono dotate del nuovo sistema di controllo interattivo Wavy, con un'interfaccia touchscreen che fornisce informazioni sul programma e sul funzionamento dell'apparecchio



Una funzione esclusiva, innovativa e sostenibile dei nuovi modelli “ibridi” di Grandimpianti I.L.E. è l'utilizzo di pannelli solari

secondo l'esperienza degli utenti. Il sistema di pesatura di serie MWS integrato “permette di monitorare, controllare, misurare, registrare online e modificare al bisogno ogni carico, ottenendo un risparmio di detersivo fino al 50%”, continua Giotto.

La funzione più esclusiva, innovativa e sostenibile del nuovo modello “ibrido” di macchine Grandimpianti I.L.E. potrebbe tuttavia essere l'utilizzo di pannelli solari.

“L'energia solare viene utilizzata per riscaldare l'acqua nelle caldaie e parte di quell'acqua viene impiegata anche per l'asciugatrice, in combinazione con l'energia elettrica, per scaldare l'apparecchio (in un sistema ibrido)”, spiega Velzen. “Questo consente di risparmiare denaro e avere un impatto minore sull'ambiente”.

Efficienza energetica

Il motore, lo scarico e la parte posteriore di tutte le asciugatrici Grandimpianti I.L.E. sono raffreddati ad aria. “L'energia termica assorbita dall'aria asciuga i capi all'interno dell'apparecchio. È un altro processo di efficienza energetica che abbiamo introdotto. Consente di risparmiare circa 12 minuti per ciclo, un tempo notevole”, spiega Giotto. “Grazie all'algoritmo che abbiamo sviluppato, la temperatura dell'aria in entrata e in uscita dal cestello può essere controllata con un semplice pulsante. Una volta eseguito il calcolo, la macchina si auto-regola in base ai capi al suo interno, dalle t-shirt agli accappatoi”.

Nell'organizzazione degli apparecchi, Laundry Total e Grandimpianti I.L.E. hanno un

approccio creativo. “Le lavanderie sono spesso confinate in angoli remoti e lontani da occhi indiscreti perché sono considerate spazi sporchi, rumorosi e umidi. Noi vogliamo che siano ambienti piacevoli dove i clienti sono invogliati a mostrare con orgoglio i nostri macchinari. Per questo proponiamo una resa in 3D dei progetti migliori per gli spazi a disposizione”, spiega Giotto. “In un bel ristorante, la prima cosa che un cliente nota sono le tovaglie, non il cibo. E gli ospiti di un hotel fanno caso a lenzuola e asciugamani. Perciò è essenziale assicurarsi che lo spazio in cui questi elementi vengono lavati sia igienico ed efficiente”. ■

BRAND FOCUS

 **grandimpianti**
intelligent laundry equipment

1972

Grandimpianti I.L.E. opera nel campo dei sistemi di lavanderia da oltre 50 anni

2020

Nel 2020, l'azienda riceve l'ambita certificazione ISO 45001 relativa ai sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro

20%

Le nuove stiratrici Grandimpianti I.L.E. offrono il 20% di ingombro in meno con rulli della stessa lunghezza. Occupano meno spazio, lasciandone di più agli operatori

grandimpianti.com



Una rivoluzione in cucina

Gli chef più audaci stanno abbracciando tecniche di cottura a ultrasuoni per trasformare i tagli di carne meno pregiati e gli scarti di verdure in nuovi piatti creativi. Silko e Next Cooking Generation, co-creatori di Sonika, raccontano a Chris Evans di cosa si tratta

Nel lancio di nuovi prodotti, parole come "rivoluzionario" e "innovativo" sono spesso utilizzate a sproposito, e soltanto di rado la realtà è all'altezza delle aspettative. Tuttavia, questi termini sono più che adatti nel caso di Sonika, nuovo prodotto con tecnologia brevettata a ultrasuoni focalizzati ideato da Silko e Next Cooking Generation.

In passato usata per la pulizia, la tecnologia a ultrasuoni trova ora un'applicazione del tutto nuova: Silko e Next Cooking Generation la impiegano nella preparazione di cibi e liquidi, proponendo una macchina professionale in

elegante acciaio inossidabile.

“Abbiamo voluto pensare fuori dagli schemi”, racconta Michele Bartolini, Product Specialist di Silko. “Utilizzando waveco®, la tecnologia a ultrasuoni focalizzati brevettata di Next Cooking Generation [sviluppata insieme all’Università di Teramo], gli alimenti si esaltano grazie a un massaggio distensivo delle fibre, tecnica nota come maturazione spinta”.

“Questo “massaggio” ammorbidisce le proteine presenti nel cibo senza perderne l’idratazione e rendendolo più tenero. Inoltre, uccide i batteri come la salmonella e la listeria, aumentando significativamente la durata di conservazione degli alimenti “di circa il 50%”, secondo Bartolini.

Ancora più rilevante per chef e ristoratori, Sonika permette di valorizzare tagli di carne meno pregiati, con ottimi risultati.

Tagli di carne

Al ristorante bolognese Il Posto, l’Executive Chef Gianpaolo Rola è solito utilizzare per le sue tartare il filetto di manzo. Non per il sapore, quanto per la sua consistenza e morbidezza. Con Sonika, è possibile ottenere lo stesso risultato con la spalla di manzo, un taglio ancora più saporito e a un costo inferiore. “Il filetto costava 32€ al kg e la spalla solo 11€, per un risparmio annuo di circa 7.000€”, calcola Bartolini. “Inoltre, non servono condimenti (olio o aceto) poiché la distribuzione dei liquidi garantita dagli ultrasuoni

Una rivoluzione in cucina

Gli chef più audaci stanno abbracciando tecniche di cottura a ultrasuoni per trasformare i tagli di carne meno pregiati e gli scarti di verdure in nuovi piatti creativi. Silko e Next Cooking Generation, co-creatori di Sonika, raccontano a Chris Evans di cosa si tratta

Nel lancio di nuovi prodotti, parole come "rivoluzionario" e "innovativo" sono spesso utilizzate a sproposito, e soltanto di rado la realtà è all'altezza delle aspettative. Tuttavia, questi termini sono più che adatti nel caso di Sonika, nuovo prodotto con tecnologia brevettata a ultrasuoni focalizzati ideato da Silko e Next Cooking Generation.

In passato usata per la pulizia, la tecnologia a ultrasuoni trova ora un'applicazione del tutto nuova: Silko e Next Cooking Generation la impiegano nella preparazione di cibi e liquidi, proponendo una macchina professionale in

elegante acciaio inossidabile.

"Abbiamo voluto pensare fuori dagli schemi", racconta Michele Bartolini, Product Specialist di Silko. "Utilizzando waveco®, la tecnologia a ultrasuoni focalizzati brevettata di Next Cooking Generation [sviluppata insieme all'Università di Teramo], gli alimenti si esaltano grazie a un massaggio distensivo delle fibre, tecnica nota come maturazione spinta".

"Questo "massaggio" ammorbidisce le proteine presenti nel cibo senza perderne l'idratazione e rendendolo più tenero. Inoltre, uccide i batteri come la salmonella e la listeria, aumentando significativamente la durata di conservazione degli alimenti "di circa il 50%", secondo Bartolini.

Ancora più rilevante per chef e ristoratori, Sonika permette di valorizzare tagli di carne meno pregiati, con ottimi risultati.

Tagli di carne

Al ristorante bolognese Il Posto, l'Executive Chef Gianpaolo Rola è solito utilizzare per le sue tartare il filetto di manzo. Non per il sapore, quanto per la sua consistenza e morbidezza. Con Sonika, è possibile ottenere lo stesso risultato con la spalla di manzo, un taglio ancora più saporito e a un costo inferiore. "Il filetto costava 32€ al kg e la spalla solo 11€, per un risparmio annuo di circa 7.000€", calcola Bartolini. "Inoltre, non servono condimenti (olio o aceto) poiché la distribuzione dei liquidi garantita dagli ultrasuoni



“SONIKA OFFRE UNA GESTIONE COMPLETAMENTE AUTOMATIZZATA, CHE SI TRADUCE IN FACILITÀ DI UTILIZZO E RISULTATI UNIFORMI”

Mauro Piovesan, Silko

dona alla tartare un aspetto già piuttosto lucido”.

Grazie a Sonika, il ristorante ha inoltre ridotto notevolmente i tempi di cottura della carne. Ad esempio, le costine di maiale che cuocevano a 60 °C per 4 ore prima di passare alla piastra ora impiegano metà del tempo grazie alla trasmissione del calore e all’eliminazione rapida dei batteri, che consente anche di cucinare a temperature più basse.

Anche la marinatura è più semplice e rapida: richiede solo qualche ora. “Possiamo riscaldare l’acqua a 85 °C e cuocere il cibo alla perfezione in sacchetti sottovuoto senza nemmeno toccarlo. Il funzionamento è del tutto automatizzato grazie al display digitale”, racconta Bartolini.

“Sonika offre una gestione completamente automatizzata, che si traduce in facilità di utilizzo e risultati uniformi. La macchina rimuove automaticamente l’ossigeno dall’acqua e regola in autonomia l’intensità degli ultrasuoni in base alla quantità di ingredienti presenti nella vasca”, spiega Mauro Piovesan, Area Manager per i Paesi francofoni di Silko.

“Quando è in funzione, la macchina indica la temperatura dell’acqua in tempo reale e le tempistiche di lavorazione. Basta un’occhiata per avere tutto sotto controllo”, aggiunge. “Il menu integrato contiene ricette preimpostate e personalizzabili, che riducono al minimo la possibilità di errore da parte degli operatori e garantiscono un’eccellenza replicabile”.

La macchina può essere controllata tramite smartphone e tutti i dati di preparazione sono inviati al sistema di gestione della sicurezza alimentare HACCP.

Nuova vita agli scarti

Sonika riesce persino a trasformare alimenti

normalmente scartati.

Per esempio, le foglie verdi del cavolfiore possono essere tritate finemente, zuccherate e saltate per creare un condimento di verdure caramellate come antipasto.

“Abbiamo addirittura usato le foglie di sedano di un brodo per preparare una bevanda alcolica inedita”, racconta Bartolini.

“Abbiamo riempito una busta per il sottovuoto con foglie e alcol, l’abbiamo inserita nella macchina a ultrasuoni per un’ora e l’abbiamo lasciata riposare per una notte. Dopodiché abbiamo aggiunto acqua e zucchero per bilanciarne l’aroma. Il risultato era davvero ottimo”, continua Bartolini, che spera di introdurre Sonika anche nei lounge bar.

“Possiamo creare infusioni a base di olio, acqua, alcol, latte e molto altro e partire da qualsiasi scarto alimentare per ottenere piatti deliziosi e salvaguardare l’ambiente”.

Il successo di Sonika si sta rapidamente diffondendo e le macchine vengono vendute in tutto il mondo. “In Asia, dove si cucinano molte verdure, si stanno rendendo conto di poter usare direttamente la macchina a ultrasuoni per preservarne tutte le vitamine e il sapore. È anche una scelta più sostenibile”, conclude Bartolini.

In Francia, al Sirha di Lione a gennaio 2025, il noto chef specializzato in cucina a domicilio Benjamin Moulinas ha dimostrato come cucinare le ricette francesi tradizionali usando Sonika.

“Ha realizzato una ricetta a base di anatra disidratata. Solitamente, la carne deve essere lasciata disidratare nel sale almeno tre o quattro settimane, ma con Sonika ci sono volute solo alcune ore”, racconta Piovesan.

“La tecnologia a ultrasuoni non ha pari”, afferma Moulinas. “La uso per scoprire nuove

consistenze ed esplorare tecniche innovative, come conferire colore e sapore al cibo crudo”.

Un progresso concreto

“Le presentazioni al Sirha hanno avuto un successo clamoroso e il pubblico [tra cui chef stellati Michelin] è rimasto meravigliato dalle texture raffinate e dagli aromi intensificati”, aggiunge Moulinas.

Bartolini ricorda che Moulinas ha contribuito alla diffusione della formazione sull’utilizzo di Sonika, mostrando come personalizzarne l’impiego per ciascun cliente e ricetta. “Basta dare un’indicazione temporale per ogni ingrediente ed è fatta”, precisa Bartolini.

Silko e Next Cooking Generation continuano a lavorare insieme per trovare nuove funzioni e applicazioni della tecnologia waveco®, e della macchina Sonika. “Li aiutiamo a crescere nel mercato e, al tempo stesso, forniamo suggerimenti per il design e la struttura. I nostri reparti tecnici apprendono l’uno dall’altro”, conclude Bartolini. ■

BRAND FOCUS

SILKO

1980

Silko viene fondata 45 anni fa in Italia. La sua sede si trova a Vittorio Veneto, in provincia di Treviso

100%

Silko produce una gamma completa di attrezzature da cucina, il 100% delle quali Made in Italy

60%

L’utilizzo della pellicola eco-friendly Fiber Film™ nel packaging Silko riduce il consumo di plastica del 60%

silko.it



“SONIKA OFFRE UNA GESTIONE COMPLETAMENTE AUTOMATIZZATA, CHE SI TRADUCE IN FACILITÀ DI UTILIZZO E RISULTATI UNIFORMI”

Mauro Piovesan, Silko

dona alla tartare un aspetto già piuttosto lucido”.

Grazie a Sonika, il ristorante ha inoltre ridotto notevolmente i tempi di cottura della carne. Ad esempio, le costine di maiale che cuocevano a 60 °C per 4 ore prima di passare alla piastra ora impiegano metà del tempo grazie alla trasmissione del calore e all’eliminazione rapida dei batteri, che consente anche di cucinare a temperature più basse.

Anche la marinatura è più semplice e rapida: richiede solo qualche ora. “Possiamo riscaldare l’acqua a 85 °C e cuocere il cibo alla perfezione in sacchetti sottovuoto senza nemmeno toccarlo. Il funzionamento è del tutto automatizzato grazie al display digitale”, racconta Bartolini.

“Sonika offre una gestione completamente automatizzata, che si traduce in facilità di utilizzo e risultati uniformi. La macchina rimuove automaticamente l’ossigeno dall’acqua e regola in autonomia l’intensità degli ultrasuoni in base alla quantità di ingredienti presenti nella vasca”, spiega Mauro Piovesan, Area Manager per i Paesi francofoni di Silko.

“Quando è in funzione, la macchina indica la temperatura dell’acqua in tempo reale e le tempistiche di lavorazione. Basta un’occhiata per avere tutto sotto controllo”, aggiunge. “Il menu integrato contiene ricette preimpostate e personalizzabili, che riducono al minimo la possibilità di errore da parte degli operatori e garantiscono un’eccellenza replicabile”.

La macchina può essere controllata tramite smartphone e tutti i dati di preparazione sono inviati al sistema di gestione della sicurezza alimentare HACCP.

Nuova vita agli scarti

Sonika riesce persino a trasformare alimenti

normalmente scartati.

Per esempio, le foglie verdi del cavolfiore possono essere tritate finemente, zuccherate e saltate per creare un condimento di verdure caramellate come antipasto.

“Abbiamo addirittura usato le foglie di sedano di un brodo per preparare una bevanda alcolica inedita”, racconta Bartolini.

“Abbiamo riempito una busta per il sottovuoto con foglie e alcol, l’abbiamo inserita nella macchina a ultrasuoni per un’ora e l’abbiamo lasciata riposare per una notte. Dopodiché abbiamo aggiunto acqua e zucchero per bilanciarne l’aroma. Il risultato era davvero ottimo”, continua Bartolini, che spera di introdurre Sonika anche nei lounge bar.

“Possiamo creare infusioni a base di olio, acqua, alcol, latte e molto altro e partire da qualsiasi scarto alimentare per ottenere piatti deliziosi e salvaguardare l’ambiente”.

Il successo di Sonika si sta rapidamente diffondendo e le macchine vengono vendute in tutto il mondo. “In Asia, dove si cucinano molte verdure, si stanno rendendo conto di poter usare direttamente la macchina a ultrasuoni per preservarne tutte le vitamine e il sapore. È anche una scelta più sostenibile”, conclude Bartolini.

In Francia, al Sirha di Lione a gennaio 2025, il noto chef specializzato in cucina a domicilio Benjamin Moulinas ha dimostrato come cucinare le ricette francesi tradizionali usando Sonika.

“Ha realizzato una ricetta a base di anatra disidratata. Solitamente, la carne deve essere lasciata disidratare nel sale almeno tre o quattro settimane, ma con Sonika ci sono volute solo alcune ore”, racconta Piovesan.

“La tecnologia a ultrasuoni non ha pari”, afferma Moulinas. “La uso per scoprire nuove

consistenze ed esplorare tecniche innovative, come conferire colore e sapore al cibo crudo”.

Un progresso concreto

“Le presentazioni al Sirha hanno avuto un successo clamoroso e il pubblico [tra cui chef stellati Michelin] è rimasto meravigliato dalle texture raffinate e dagli aromi intensificati”, aggiunge Moulinas.

Bartolini ricorda che Moulinas ha contribuito alla diffusione della formazione sull’utilizzo di Sonika, mostrando come personalizzarne l’impiego per ciascun cliente e ricetta. “Basta dare un’indicazione temporale per ogni ingrediente ed è fatta”, precisa Bartolini.

Silko e Next Cooking Generation continuano a lavorare insieme per trovare nuove funzioni e applicazioni della tecnologia waveco®, e della macchina Sonika. “Li aiutiamo a crescere nel mercato e, al tempo stesso, forniamo suggerimenti per il design e la struttura. I nostri reparti tecnici apprendono l’uno dall’altro”, conclude Bartolini. ■

BRAND FOCUS

SILKO

1980

Silko viene fondata 45 anni fa in Italia. La sua sede si trova a Vittorio Veneto, in provincia di Treviso

100%

Silko produce una gamma completa di attrezzature da cucina, il 100% delle quali Made in Italy

60%

L’utilizzo della pellicola eco-friendly Fiber Film™ nel packaging Silko riduce il consumo di plastica del 60%

silko.it

05 Innovazione

Le lavastoviglie Wexiödisk sono da tempo lo standard di riferimento del settore per efficienza, sostenibilità e prestazioni. Jim Banks racconta come la lavaoggetti WD-10S ha aiutato un affollato supermercato svedese a dire addio alle perdite e rendere il negozio meno rumoroso

Lavaggi senza pensieri



I supermarket ICA di Borgholm, sull'isola svedese di Öland, ha un ruolo centrale nelle vite degli 11.000 abitanti del comune. I suoi prodotti di alta qualità sono sempre freschi e la sua gamma di cibi pronti e insalate ha un'ottima reputazione tra la gente del posto.

Per mantenere questi standard, la cucina deve dimostrare un'efficienza che va oltre la preparazione del cibo. Quando si è trovato a fare i conti con le perdite di una lavaoggetti rumorosa, lo Store Manager Felix Teern ha capito che era giunto il momento di trovare un'alternativa più affidabile e pratica.

“La macchina precedente aveva 10 anni e perdeva acqua”, spiega Teern. “Abbiamo chiamato un rivenditore Wexiödisk e chiesto informazioni sui nuovi modelli, e ci è stato indicato un prodotto nuovissimo in arrivo. Abbiamo deciso di includerlo nel nostro progetto pilota”.

Teern racconta che, soprattutto in alta stagione, la lavastoviglie viene usata moltissimo. “La usiamo principalmente per lavare i coperchi in plastica della saladette e le posate di servizio. I cucchiai sono sempre particolarmente sporchi per via di alimenti come pasta, pollo, gamberetti e condimenti vari e, a volte, abbiamo parecchie pentole e padelle da lavare”.

In bassa stagione, la macchina viene azionata tra le 20 e le 40 volte al giorno. Il programma rapido, quello usato più di frequente, dura circa due minuti, ma può arrivare fino a quattro o sei minuti per i cicli più intensi. In alta

A sinistra: La nuova lavaoggetti WD-10S selezionata dal supermarket ICA è perfetta per la pulizia dei cestini. La macchina è realizzata al 98% in acciaio riciclato



“IL PRIMO PASSO VERSO LA SOSTENIBILITÀ È UNA VITA UTILE PROLUNGATA, E I NOSTRI PRODOTTI SONO PROGETTATI IN TAL SENSO”

Johan Engström, Wexiödisk

stagione, quando le vendite triplicano, la macchina viene usata dalle 60 alle 80 volte al giorno.

Pulizia e sostenibilità

Selezionata per far fronte a un carico di lavoro ingente, la nuova lavaoggetti Wexiödisk WD-10S non è solo sinonimo di efficienza e affidabilità: anche le sue prestazioni ambientali sono straordinarie.

Grazie alla tecnologia ECO-FLOW che riduce il consumo di energia a ogni ciclo di lavaggio, al lavaggio senza granuli, alla modalità a risparmio energetico smart e a quattro programmi di lavaggio flessibili, tra cui un ciclo in ammollo per utensili molto sporchi, la WD-10S offre risultati impeccabili con il minimo sforzo.

“Flusso dell'acqua, pressione, detergenti e tempi di lavaggio sono i quattro parametri chiave

che possono essere combinati in modi diversi per ottimizzare la pulizia”, dichiara Henrik Florentzson, International Area Sales Manager di Wexiödisk. “All'avvio, il sistema a pompa doppia imposta una pressione più bassa, che va successivamente ad aumentare con l'attivazione della seconda pompa, in modo da coprire tutti gli elementi da lavare con i quattro programmi”.

La WD-10S è realizzata in acciaio riciclato, materiale che contribuisce al suo impegno a favore della sostenibilità. In Svezia, dove l'attenzione verso l'ambiente è nel DNA di ogni impresa, questo è un bonus aggiunto di grande importanza.

“La macchina precedente era realizzata al 90% in materiale riciclato. In questa, la percentuale di acciaio riciclato è del 98%”, afferma Johan Engström, Sales and Marketing Manager di Wexiödisk. “È il mercato a richiederlo, e per noi è motivo di orgoglio essere leader nell'utilizzo dell'acciaio. Sotto questo punto di vista, siamo la prima azienda sul territorio”.

“Oggi i nostri clienti vogliono essere informati anche sulle emissioni di carbonio”, aggiunge. “Utilizzando meno nichel e cromo ex novo, il modello WD-10S garantisce un impatto ambientale ridotto del 47%.”

Engström ribadisce che la sostenibilità influenza lo sviluppo dei prodotti dell'azienda da svariati anni. “Il primo passo verso la sostenibilità è una vita utile prolungata, e i nostri prodotti sono progettati in tal senso. I clienti desiderano un impatto ambientale ridotto, una lunga durata e un utilizzo efficiente delle risorse”.

Clienti soddisfatti

La lavaoggetti WD-10S dà il meglio di sé sotto tutti questi aspetti e i livelli di soddisfazione dei clienti di Borgholm sono ai massimi storici.

“Siamo soddisfatti al 110%”, dichiara Teern. “È davvero facile da utilizzare. Premi il pulsante e apri lo sportello. A inizio giornata, impiega dieci minuti a riempirsi d'acqua, poi procede con il programma preimpostato da due minuti. Se durante la giornata compare la necessità di sostituire l'acqua, la macchina lo fa in automatico”.

“È più economica ed efficiente e il lavaggio è ottimo”, continua. “Ogni volta che estraiamo coperchi e pentole, sono come nuovi. Inoltre, è decisamente più silenziosa, il che è molto importante in una cucina di piccole dimensioni”.

Non solo: la WD-10S ha un altro asso nella manica. Con un'altezza utile di carico pari a ben 820 mm, offre maggiore versatilità per gestire una gamma più ampia di utensili.

“Nel nostro portafoglio prodotti mancavano soluzioni con capacità di carico maggiori. Non avendo una cappa, questo modello può essere utilizzato per lavare gli oggetti più ingombranti”, precisa Florentzson. “Questo apre davanti a noi un mercato del tutto nuovo, in termini di punti vendita al dettaglio”. ■

BRAND FOCUS

Wexiödisk

1972

Wexiödisk nasce a Växjö, Svezia, nel 1972, e negli anni continua a promuovere un'attenzione particolare per l'artigianato

100%

Il Service Tag Wexiödisk è un registro di manutenzione che assicura che ogni macchina mantenga il massimo delle prestazioni e dell'efficienza di lavaggio

98%

La macchina WD-10S di Wexiödisk è realizzata al 98% in acciaio riciclato. Utilizzando meno nichel e cromo ex novo, garantisce un impatto ambientale ridotto del 47%

wexiödisk.com



Alta quota, alte prestazioni

A 3.100 m sul livello del mare, il 3100 Kulmhotel Gornergrat dello Zermatt Hospitality Group AG è una delle destinazioni europee di maggior prestigio, nota per l'esperienza che riserva ai propri ospiti. **Thomas Marbach**, Managing Director, racconta a Sam Noble perché l'hotel ha scelto INDUCS per portare la propria cucina a un livello superiore



Da sinistra a destra:
Damiano Grillo, Sales
Manager di INDUCS;
Daniele Romano,
Managing Director
di INDUCS



A 3.100 m sul livello del mare ogni attività comporta innumerevoli sfide, e l'installazione di una nuova attrezzatura da cucina non fa certo eccezione. Situato sul dorsale del Gornergrat, il 3100 Kulmhotel Gornergrat è l'hotel più alto ed esclusivo delle Alpi svizzere. Oltre che per la vista mozzafiato e la neve perenne, gli ospiti lo scelgono per la sua eccellente selezione gastronomica alpina, che rende di primaria importanza le prestazioni in cucina.

Con sede a Zermatt, in Svizzera, lo Zermatt Hospitality Group AG gestisce strutture in alta quota che uniscono la tradizione alpina più autentica a un'ospitalità di prim'ordine. Il gruppo gestisce nove hotel tra

“TUTTO IL TEAM ERA ENTHUSIASTA DELLA NUOVA TECNOLOGIA A INDUZIONE INSTALLATA IN CUCINA”

**Thomas Marbach,
3100 Kulmhotel Gornergrat**

i più esclusivi della regione, tra cui il Grand Hotel Zermatterhof, nel cuore di Zermatt, e lo storico Riffelhaus 1853, a 2.548 m. L'altimetria unica del 3100 Kulmhotel Gornergrat, tuttavia, riservava delle sfide inedite. “La prima domanda che ci siamo posti”, ricorda Thomas Marbach, Managing Director del 3100 Kulmhotel Gornergrat, “è stata se fosse possibile collegare e utilizzare l'induzione a 3.100 m di altezza sul livello del mare”. Il compito di scoprirlo è stato affidato a INDUCS®, produttore svizzero di attrezzatura da cucina specializzato in sistemi a induzione, un metodo di cottura in cui la pentola viene riscaldata tramite induzione magnetica.

“Per noi, era un progetto davvero prestigioso. Il sogno di vedere la nostra tecnologia a induzione installata al 3100 Kulmhotel Gornergrat, con il suo panorama mozzafiato sul Cervino, era una motivazione perfetta”, afferma Daniele Romano, Managing Director di INDUCS.

Controllo da remoto

Negli scenari più remoti, e a quote estreme, gli hotel sono costretti ad affrontare complicazioni pratiche davvero particolari. “In alta quota, il gas è meno efficiente per la minor concentrazione di ossigeno nell'aria”, dice Romano, e i piani cottura elettrici in vetroceramica di cui era dotato il

Kulm erano lenti e imprecisi. “In situazioni simili, l'induzione ha molti vantaggi”, precisa Romano.

Una volta confermata la fattibilità tecnica, i team sono passati alla progettazione. “Siamo riusciti a installare la nostra tecnologia a induzione più recente, ideale e affidabile per le operazioni e le sfide quotidiane e, di conseguenza, essenziale per un hotel/ristorante in alta quota”, afferma Romano.

La trasformazione della cucina ha portato enormi vantaggi. “Il team era entusiasta della nuova tecnologia a induzione installata in cucina”, racconta Marbach.

“I vecchi piani cottura elettrici in vetroceramica rallentavano parecchio il lavoro. L'induzione permette di raggiungere le temperature di cottura desiderate molto più rapidamente e l'intensità e la temperatura possono essere regolate con precisione. Questo consente di preparare anche piatti delicati alla temperatura perfetta”, continua.

L'induzione si è dimostrata migliore anche in ragione delle particolari esigenze fisiche. “I piani cottura a induzione non hanno fiamme libere, e sono quindi più sicuri. Sono anche più facili da pulire e necessitano di meno manutenzione rispetto ai piani a gas”.

Caldo... Ma non troppo

Un ulteriore vantaggio è dato dalla riduzione del calore. “La tecnologia a induzione diffonde molto meno calore rispetto a un piano elettrico in vetroceramica o a gas”, spiega Damiano Grillo, Sales Manager di INDUCS, “perciò la cucina risulta molto più confortevole”.

Il nuovo sistema si basa sulla tecnologia proprietaria INDUCS RTCS®mp (Realtime Temperature Control System multi-point). “Questa soluzione assicura un utilizzo ottimale dell'energia assorbibile dai materiali con cui sono realizzati gli utensili”, dice Romano.

INDUCS continua a proporre delle innovazioni. Lanciata lo scorso anno, la nuova tecnologia a induzione INDUCS X2 vanta un generatore a induzione che può essere posizionato fino a sei metri di distanza dal piano cottura. “Questo ne permette l'installazione in blocchi cottura dallo spazio limitato, dove non c'è posto per l'elettronica”, chiarisce Romano.

La nuova gamma offre tre opzioni di comando: un classico interruttore a rotazione, un interruttore a rotazione con display digitale e un interruttore a rotazione con display al di sotto della vetroceramica. Sono inclusi anche diversi optional, come il blocco delle impostazioni di cottura, il controllo della temperatura, il timer e la riduzione di potenza.

Per lo Zermatt Hospitality Group AG, questo salto di qualità riflette una visione che unisce prestazioni, precisione e sostenibilità, anche in condizioni estreme. INDUCS si è rivelata un partner affidabile e all'altezza delle sfide tra le vette d'Europa. ■

BRAND FOCUS

INDUCS®

1998

Fondata nel 1998 a Herisau, in Svizzera, INDUCS è tra i leader mondiali nella fornitura di tecnologie a induzione per cucine professionali

2024

Nel 2024, INDUCS lancia l'avanzata tecnologia X2 Induction con RTCS®mp (Realtime Temperature Control System multi-point)

90%

Con le attrezzature INDUCS, più del 90% dell'energia raggiunge il recipiente, con risparmi sui costi dell'elettricità pari a fino al 40%

inducs.com

La pasticceria sfida il lavaggio

I residui ostinati sugli utensili da pasticceria di alta qualità sono un importante banco di prova per le lavastoviglie.

Luigi Biassetto spiega a Jim Banks perché ha deciso di affidarsi a Hoonved per ottenere risultati impeccabili



Nato a Bruxelles, una città legata alla produzione del miglior cioccolato,

Luigi Biassetto ha conseguito la qualifica di Maitre Pâtissier Chocolatier Confiseur Glacier. Una volta rientrato in Italia, negli anni Novanta, ha intrapreso una carriera da maestro pasticciere facendosi notare per la sua creatività. Da allora, il metodo Biassetto è diventato un punto di riferimento nel mondo della pasticceria.

La sua pasticceria a Padova è una meta imperdibile per chi è alla ricerca dei prodotti dolciari più raffinati e L'Atelier Biassetto, noto anche come "Il Tempio della Dolcezza", è il laboratorio dove può dare libero sfogo al proprio estro creativo.

Dietro alle splendide vetrine e al fascino sofisticato delle sue creazioni di laboratorio, si celano duro lavoro, impegno e la giusta dose di creativo fermento. Per fare dolci occorre sporcarsi le mani, ed è perciò indispensabile dotarsi di un'attrezzatura resistente, in grado di garantire livelli di pulizia e igiene all'altezza dei prodotti proposti.

"Una sfida significativa è rappresentata dai grassi", ha affermato Biassetto. "Hanno un punto di fusione molto alto ed è fondamentale poter fare affidamento su una soluzione per il lavaggio in grado di rimuoverli in modo efficace.

In cucina, la maggior parte dei residui è correlata alla reazione di Maillard, responsabile della caramellizzazione degli zuccheri. La loro rimozione è relativamente semplice. In pasticceria, tuttavia, ci troviamo ad affrontare un tipo

diverso di sporco".

"Usiamo molte teglie e contenitori in plastica, e l'unto aderisce molto bene a questo materiale", ha aggiunto. "La plastica non trattiene il calore come il metallo; perciò, durante il lavaggio è più difficile disincrostante il grasso ostinato.



A pieno carico

Nel laboratorio di Biassetto, le lavastoviglie funzionano senza sosta dalle 6 di mattina fino a mezzanotte. In media, lavano 1.200 teglie al giorno, così come pentole, vassoi, utensili e molto altro. La soluzione di lavaggio deve essere sufficientemente robusta da poter resistere anche ad un uso improprio da parte degli operatori meno esperti.

"Per noi, la vera sfida è questa. Una macchina dal design ottimale può diventare un problema se



In alto:
Alberto Carioni
di Hoonved.
In basso: il maestro
pasticciere Luigi
Biassetto



Hoonved è il produttore di attrezzature per il lavaggio delle stoviglie preferito da Luigi Biasetto



non è in grado di sopportare eventuali manovre brusche o distrazioni", ha chiarito Biasetto.

Anche i consumi di energia e risorse sono essenziali. Per Biasetto, poter utilizzare meno acqua, meno detergente e meno energia è fondamentale. Le ultime macchine installate in laboratorio da Hoonved, suo fornitore di fiducia di attrezzature per il lavaggio, soddisfano tutti i requisiti elencati.

L'azienda ha introdotto il lavaggio di stoviglie ad acqua pulita nel 1985 e, da allora, non ha mai smesso di lavorare allo sviluppo di questa tecnologia. Caratterizzata da un design moderno, una maggiore altezza utile e un'interfaccia intuitiva e user-friendly, con controllo da remoto tramite Wi-Fi, la nuova macchina APx è l'evoluzione più recente di questo concetto.

La lavastoviglie ad acqua pulita

**“PER ME,
HOONVED
È SINONIMO
DI SICUREZZA
E TECNOLOGIA”**

**Luigi Biasetto,
L'Atelier Biasetto**

APx68 Extreme vanta un'altezza utile pari a 400 mm e un cestello da 600x500 mm, caratteristiche ideali per il lavaggio di grandi contenitori in plastica, vassoi, teglie GN 1/1, utensili da pasticceria e altri accessori.

“La lavastoviglie APx è progettata per offrire elevate prestazioni di pulizia, garantendo una rimozione efficace dello sporco e una riduzione del carico microbico”, ha spiegato Alberto Carioni, Senior Sales Manager di Hoonved in Italia.

“La macchina combina lo scarico totale dell'acqua presente nella vasca dopo ogni ciclo e la disinfezione termica. Questo è cruciale per ambienti come i laboratori di pasticceria, dove la concentrazione di grassi e cioccolato è elevata”.

A differenza dei modelli tradizionali, l'acqua presente nella vasca della lavastoviglie APx viene completamente scaricata e sostituita alla fine di ciascun ciclo. In questo modo, l'acqua presente nella vasca è sempre priva di residui alimentari. Questo garantisce risultati impeccabili e la totale assenza di cattivi odori.

“La disinfezione termica, corrispondente al ciclo X10, prevede temperature più elevate e cicli più lunghi per eliminare i residui più ostinati”, ha chiarito Carioni. “Sostituendo l'acqua alla fine di ogni ciclo, il modello APx

BRAND FOCUS

HOONVED

PEOPLE · PASSION · INNOVATION

50+

Da oltre 50 anni, Hoonved progetta e realizza sistemi di lavaggio innovativi e affidabili

600+

Hoonved collabora con oltre 600 rivenditori nel solo territorio italiano e importatori e rivenditori in più di 70 Paesi

10.000+

Ogni anno, Hoonved produce più di 10.000 macchine: dalle piccole lavastoviglie sottobanco alle grandi soluzioni a traino

hoonved.com

Extreme sconsigli il rischio di contaminazione incrociata”.

Crescere insieme

Biasetto è un cliente Hoonved da più di 25 anni, a testimonianza della qualità delle attrezzature vendute dal brand e della solidità di un rapporto coltivato nel tempo. “Amo acquistare prodotti italiani, soprattutto quando vantano una tecnologia avanzata”, ha dichiarato Biasetto. “Apprezzo la tipica mentalità italiana che mira a guardare oltre i problemi in modo da superare gli ostacoli, anziché limitarsi ad affrontarli”.

“Per me Hoonved è sinonimo di sicurezza, tecnologia e un'assistenza post-vendita eccellente”.

Lanciata ufficialmente in occasione della fiera SIGEP, la lavastoviglie APx Extreme si sta già costruendo una solida reputazione nei laboratori di pasticceria. ■

06

Aliworld



Metro

PINK SHELL: LA RINASCITA DOPO L'URAGANO

Nel 2022, sulla costa del Golfo in Florida si è abbattuto l'uragano Ian. Il Pink Shell Beach Resort & Marina, rinomato resort da 200 stanze sul litorale di Fort Myers, ha visto spazzare via le sue strutture per la ristorazione. "Fortunatamente, dal punto di vista strutturale era tutto a posto", racconta Mathew Mitnitsky, Chef ed Executive Director of Food and Beverage di Pink Shell. La ristrutturazione ha incluso una riprogettazione dell'infrastruttura ristorativa al fine di massimizzare e centralizzare lo stoccaggio, migliorare l'efficienza e il flusso verso le aree del servizio. Nella ristrutturazione hanno avuto un ruolo chiave le scaffalature Metro®, i prodotti per il trasporto e le mensole a parete salvaspazio SmartWall®. "Volevo creare un Pink Shell 2.0, progettato e attrezzato meglio per affrontare i prossimi 70 anni", spiega Mitnitsky.

Nella cucina principale del resort, Mitnitsky ha creato postazioni dedicate al fine di migliorare l'organizzazione. Uno degli obiettivi principali era introdurre una cella frigo per conservare i prodotti con strategie d'avanguardia. Con la sua configurazione sopraelevata a binari, il sistema ad alta portata Top-Track® ha fatto centro, incrementando la capienza della cella frigo e ottimizzando lo spazio. Inoltre, sono state installate due unità SmartWall di Metro dove riporre pentole e utensili appena lavati. Anche la riprogettazione e la ristrutturazione del back of house hanno visto l'introduzione delle unità Metro SmartWall, che hanno consentito al team di Mitnitsky di sfruttare al meglio le pareti. Tutte le unità SmartWall presentano staffe a griglia regolabili e intercambiabili e svariati accessori, come ripiani,

ganci e cesti contenitori. I ripiani, i supporti e le griglie possono essere facilmente rimossi per pulire le pareti e gli elementi fissi.

Anche la portabilità era cruciale. Data la distanza tra la cucina principale, i locali dedicati alla conservazione, la piscina, la spiaggia e le sale ristorante, l'inserimento di scaffalature trasportabili in corridoi e ascensori di servizio è stato determinante. "Il sistema di scaffalature su ruote consente di avvicinare le unità quando non occorre una capienza maggiore, ma anche di separarle per avere più spazio a cui accedere agevolmente ove necessario. Abbiamo dovuto prendere parecchie misure, ma ci siamo affidati a Metro per tutto", racconta Mitnitsky. Il settore Food and Beverage di Pink Shell è tornato a un'operatività del 95% a metà 2024, con l'efficienza più alta di sempre.



Grazie a Metro, Pink Shell ha l'attrezzatura ideale "per i prossimi 70 anni"

Belshaw Duck Donuts: un pacchetto completo

La personalizzazione e il servizio rapido sono fondamentali per gli obiettivi internazionali di Duck Donuts. I punti vendita inaugurati tra Irlanda del Nord e Bahamas nell'autunno 2024 portano la catena di Mechanicsburg, Pennsylvania, ad avere 15 store su scala internazionale, oltre che 150 sedi negli Stati Uniti e il progetto di aprire almeno 30 siti l'anno. Nell'espansione, l'attrezzatura Belshaw efficiente è stata uno dei fattori determinanti.

Russ DiGilio inaugura il primo Duck Donuts a Kitty Hawk, Carolina del Nord, nel 2007, ispirandosi alle ciambelle che rendevano ancor più gustose le sue vacanze. Nel 2013, il brand riceve numerose richieste da parte dei vacanzieri che, dopo il rientro, sentivano la mancanza dei suoi dolci e decide di buttarsi sul franchising. "Con un tale aumento della domanda, papà avrebbe pensato di essere impazzito se non si fosse lanciato nell'impresa", ricorda Marissa Heath, Franchise Director of Onboarding e figlia di DiGilio.

In ogni punto vendita Duck Donuts le ciambelle vengono preparate davanti al cliente e personalizzate con creme, decorazioni e glasse. L'esperienza è rapida e su misura. Per cuocere una ciambella nella friggitrice automatica Donut Robot® Belshaw ci vogliono dai 115 ai 125 secondi. Dopo circa 30 secondi di raffreddamento, l'operatore aggiunge glasse, decorazioni e creme.

Gli store sono dotati di due friggitrici Belshaw perciò, in caso di problemi, le operazioni non devono essere sospese. Nel pacchetto completo di attrezzature Belshaw è incluso anche il sistema



sciogli-grasso EZMelt, che mantiene l'olio caldo e liquido. La macchina funziona anche come sistema di filtraggio poiché rimuove le particelle presenti nell'olio, allungandone la vita utile e riducendo la frequenza di sostituzione.

Per le rare occasioni in cui è necessaria una riparazione, Duck Donuts ha fornito a ogni punto vendita un kit di pezzi di ricambio Belshaw. Inoltre,

consiglia a ciascun franchising di acquistare lo stesso pacchetto Belshaw, con dosatori di impasto manuali, stampi e tramogge, per permettere agli store di offrire diversi gusti, forme e dimensioni.



Duck Donuts ha anche valutato l'utilizzo dell'unità Belshaw Insider che, con la sua funzionalità di ricircolo interno dell'aria, permetterebbe di stabilirsi in luoghi non convenzionali, privi di cappa.

"L'obiettivo è cercare di inserirci anche nei posti meno convenzionali", afferma Heath. "In tutti probabilmente servirebbe l'unità Insider, a meno che non vi sia installata una cappa".



XpressChef SCALDATO A REGOLA D'ARTE

Interamente fatte a mano, le creazioni di Maisie Eatery, bistrot artigianale all'interno del Sam Centre di Calgary in Canada, riescono sempre a conquistare i passanti. Con un menù giornaliero sempre diverso, formato da molte proposte tra insalate, sandwich, prodotti salati da forno e dolci, per la chef e fondatrice Barbara Spain è cruciale che la cucina sia sempre ben organizzata. Progettando la cucina, Spain ha trovato nel forno MRX2 XpressChef® di Accelerated Cooking Products (ACP, Inc.) la soluzione ideale.

Dopo aver gestito quattro locali a Dublino, essersi trasferita a Calgary e aver aperto i ristoranti Cleaver e Gringo Street, Spain ha conosciuto gli artefici del Sam Centre. La chef voleva un ristorante che unisse la possibilità di scoprire le mostre e le gallerie e pranzare in famiglia.

Un luogo dove concedersi una pausa caffè con pasticcino incluso in mattinata o gustare un buon pranzo o un aperitivo nel tardo pomeriggio.

“Tutte le proposte di Maisie sono letteralmente in esposizione”, afferma Spain. “Tutto è studiato a puntino, e amiamo il nostro lavoro perché siamo organizzati”.

Prima di acquistare l'attrezzatura, Spain ha trascorso una giornata in una delle cucine di prova di Food Service Solutions, un distributore nordamericano per la ristorazione professionale gestito da consulenti che sono anche chef. Mark McEwan, Executive Chef Consultant e Western Sales Director, ha guidato Spain alla scoperta della gamma. Spain si era inizialmente interessata ai forni combinati, ma McEwan aveva altre idee. Ora Maisie Eatery può contare su due forni da banco MRX2 XpressChef

ad alta velocità che offrono svariate prestazioni e processi rapidi. “I clienti non fanno in tempo a pagare che subito ricevono cibo e bevande caldi appena ordinati”, commenta McEwan.

I forni giocano un ruolo fondamentale anche nella gestione del cibo da scaldare.

La tecnologia a microonde aiuta la penetrazione completa del calore nel prodotto. “Sausage roll, pasticci e simili vanno riscaldati”, racconta Spain. “Il forno crea una crosticina croccante e riscalda l'interno alla perfezione. In questo modo, un prodotto che poteva essere servito freddo sembra sempre appena sfornato”. Grazie alle funzionalità preimpostate, il forno ad alta velocità XpressChef garantisce prestazioni costanti. “Lo staff non deve improvvisare”, afferma Spain. “È un sistema fantastico e fa esattamente ciò che deve”.



Per Maisie Eatery, il forno ad alta velocità XpressChef è stata una scelta vincente



Lincoln Hunt Brothers Pizza velocizza il servizio

La pandemia ha colpito molti ristoranti e attività del settore, ma due segmenti se la sono passata meglio di altri: quello della pizza e i minimarket. Hunt Brothers® Pizza, attivo in entrambi, si è ritagliato una nicchia di grande successo che oggi conta 10.000 punti vendita in 33 stati. Nell'ultimo anno, ha scelto di puntare sulla crescita testando l'ultimo modello di forno a impingement di Lincoln.

I fratelli Hunt (Don, Charlie, Jim e Lonnie) si sono avvicinati al settore alimentare lavorando per il padre all'Austin's Drive-In. Nel 1991, si sono resi conto che i proprietari dei minimarket volevano un programma per la pizza di facile utilizzo e in grado di fidelizzare i clienti. Hunt Brothers Pizza introduce nei minimarket aderenti un programma brandizzato, utilizzando un'attrezzatura compatta e un layout progettato ad hoc. Le pizze arrivano ai punti vendita semicondite e i clienti possono aggiungere altri ingredienti, senza costi aggiuntivi.

Il pacchetto di attrezzature targato Hunt Brothers Pizza può includere una pizzeria brandizzata, un forno, un freezer e un frigorifero. Nel retrobottega è presente un forno a impingement, usato per cuocere le pizze in pochi minuti. "Al momento [Hunt Brothers Pizza] utilizza il forno Lincoln® DCTI 2500", racconta Melinda Scheuneman, CFSP, Director of Product Management di Lincoln, che collabora con Hunt Brothers Pizza da 32 anni. L'ultimo forno a impingement Lincoln è il modello Aperion® 1624. "Questo modello cuoce le pizze più velocemente e consente di controllare temperatura e ventilazione, regolandola autonomamente dall'alto e dal basso per poter aggiustare il tiro in caso di aggiunte al menù", precisa Scheuneman.

La tecnologia Aperion può ridurre i tempi di cottura fino al 35%, senza rinunciare alla qualità del cibo né



aumentare il rumore. Permettendo di sovrapporre un massimo di tre unità, aumenta la capacità produttiva ed è disponibile nelle versioni a gas, elettrica e statica. "L'unità statica permette di aprire rapidamente in punti vendita più piccoli o senza cappa", precisa Scheuneman. Lisa Lem, Category Manager, Equipment and Smallwares di Hunt Brothers Pizza, afferma che l'obiettivo della società è aumentare la velocità del servizio in parallelo alla crescita dell'azienda.

"Da sempre, i nostri clienti-partner nei minimarket vogliono soddisfare i clienti il più velocemente possibile", afferma Lem. "Siamo sempre alla ricerca di forni più avanzati, con cui accelerare il servizio mantenendo la qualità".

PANIFICAZIONE	MACCHINE PER IL CAFFÈ	GELATO ARTIGIANALE, GELATO SOFT E FRULLATI	STOCCAGGIO, PREPARAZIONE E DISTRIBUZIONE DEI PASTI	CONTRACT, DISTRIBUZIONE E SERVICE
 ADAMATIC       	 CREM      	         	       <p>We put space to work.</p>  	            

Un partner globale

EMEA

Ali Group sede europea

Via Gobetti, 2a, Villa Fiorita,
20063 Cernusco sul Naviglio
Milano, Italia
Telefono +39.02.921991
italy@aligroup.com

Ali Group Francia

17-19 Avenue Gaston Monmousseau
93240 Stains, Francia
Telefono +33.1.48216325
france@aligroup.com

Welbilt Germania

Auf der Weih 11
35745 Herborn, Germania
Telefono +49.2772.58050
www.welbiltde.com

Ali Group Germania

Lochfeldstraße 30
D-76437 Rastatt, Germania
Telefono +49.7222.90470
germany@aligroup.com

Werbilt Italia

Via Gobetti, 2a, Villa Fiorita,
20063 Cernusco sul Naviglio
Milano, Italia
Telefono +39.02.495.712.00
www.welbilt.it

Werbilt Medio Oriente

Light Industrial Units Phase 3 B-05
Dubai Silicon Oasis
Dubai, UAE
PO Box: 342011
Telefono +971.4.326.3313
www.welbilemea.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 Russia

Novodmitrovskaya St. 2, Building 1, Floor 8
Office 11, Room 1D
127015 Mosca, Russia
Telefono +7.495.481.60.33
russia@aligroup.com

Ali Group Sudafrica

P.O. Box 30072 Jetpark 1467
Lakeview Business Park
Unit 4, 8-10 Yaldwyn Road
Jetpark, Boksburg, RSA
Telefono +27.10.590.0609
+27.11.053.5000
southafrica@aligroup.com

Werbilt Spagna

Textil, 6 - Pol. Ind. La Ferreria - 08110
Montcada i Reixac, Barcellona,
Spagna
Telefono +34.93.642.92.00
www.welbilt.es

Werbilt UK

Ashbourne House
The Guildway, Old Portsmouth Road
Guildford GU3 1LR, Regno Unito
Telefono +44.1483.464.900
www.welbilt.uk

Ali Group UK

Bryggen Road
North Lynn Industrial Estate
Kings Lynn, Norfolk
PE30 2HZ, Regno Unito
Telefono +44.1553.817.000
uk@aligroup.com

APAC

Ali Group Australia

740 Springvale Road
Mulgrave, 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

Werbilt Cina (Shanghai)

325 Longhua East Road,
One East,
Tower A, 5F
Huangpu District
Shanghai, Cina 200023
Telefono +86.21.6066.7089
www.welbilt.cn

Werbilt India

3rd Floor, Plot no-117 Sector-44
Gurgaon-122003
Haryana, India
Telefono +91.124.4763700
+91.1800.3000.2023
www.welbileasia.com

Ali Group Giappone

1-13-1 Mishuku
Setagaya-ku
154-0005, Tokyo,
Giappone
Telefono +81.3.5779.8850
japan@aligroup.com

Ali Group Singapore

140 Paya Lebar Road
#08-09 AZ @ Paya Lebar
Singapore 409015
Telefono +65.6738.5393
singapore@aligroup.com

Werbilt Thailandia (Bangkok)

825 Phairojkijja Tower 11th Floor
Bangna-Trad Road km. 3.5 Bangna
Bangna, Bangkok 10260, Thailandia
Telefono +66.2.300.9800
www.koldtech-welbilt.com

Ali Group Nuova Zelanda

45 Illinois Drive, Izone Business Hub
Rolleston, 7614 - Nuova Zelanda
Telefono +64.3.9836600
newzealand@aligroup.com

Werbilt Asia Pacific (Singapore)

31 Kaki Bukit Road 3
#01-02 Techlink, Singapore 417818
Telefono +65.6420.0800
www.welbileasia.com

AMERICA

Ali Group sede centrale

101 Corporate Woods Parkway
Vernon Hills, IL 60061 USA
Telefono +1.847.215.6565
usa@aligroup.com

Werbilt sede centrale

2227 Welbilt Boulevard
New Port Richey, FL 34655 USA
Telefono +1.877.375.9300
www.welbilt.us

Garland Canada, a Welbilt

Distribution Company
1177 Kamato Road
Mississauga, Ontario
L4W 1X4, Canada
Telefono +1.888.442.7526
www.garlandcanada.ca

Werbilt LATAM

Camino a la Montaña #176
Col. Industrial la Perla
Naucalpan, Edo. de México
53348, Mexico
Telefono +52.55.5357.7100
www.welbilelatam.com



La reputazione di Carpigiani come leader di settore nelle attrezzature professionali per la gelateria e la pasticceria lo rende il partner perfetto per la prestigiosa Princess Cruises®

REDATTORI
Ryan Blackman
Veronica Colamonicò

**CONSULENZA EDITORIALE
E PROGETTO GRAFICO**
1473 Media
Londra, Regno Unito
1473media.com

GIORNALISTI
Jim Banks
Fran Cotton
Chris Evans
Michael Jones
Tina Nielsen
Sam Noble

FOTOGRAFIE
Eyes & Ears
Alamy
i-Stock

STAMPA
Stephens & George,
Regno Unito

REDAZIONE
Ali Group
Via Gobetti, 2a Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio
Milano - Italia
Telefono: + 39 02 921991
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 più di 60 anni fa, ma molte delle sue aziende hanno oltre un secolo di storia e sono tra i marchi più riconosciuti e apprezzati sul mercato.

Attraverso le sue aziende, Ali Group progetta, produce, commercializza e offre assistenza per un'ampia gamma di attrezzature per il foodservice. Con 76 siti produttivi, oltre 14.500 dipendenti in più di 30 paesi e oltre 110 marchi, opera in tutti i segmenti del mercato offrendo il più ampio e diversificato portafoglio del settore.

aligroup.com



SCOPRI I
NOSTRI BRAND