NUMERO 14 | OTTOBRE 2026

ALIWORLD

LA RIVISTA DEL GRUPPO ALI



W SARDINIA - POLTU QUATU
UNA VISIONE CHE PRENDE VITA
24

ONE NEW ZEALAND STADIUM
UN GIOCO DI SQUADRA
44

POTENZA E PRECISIONE

I forni Mini Pro di Convotherm protagonisti al ristorante Pavyllon di Londra 20

EDIZIONE ITALIANA



All'interno del Four Seasons Hotel London di Park Lane, a Londra, il ristorante stellato Michelin Pavyllon è tra le mete più in voga del panorama gastronomico della città



Su misura per te

Ogni edizione di *Aliworld* nasce da una sola narrazione: quella dei clienti che utilizzano le nostre attrezzature ogni giorno, in ogni parte del mondo. Le loro storie ci ricordano che l'hospitality assume tante forme quanti sono i luoghi in cui viene vissuta, e che il nostro lavoro consiste nell'assicurarci che ciascuno di questi luoghi abbia esattamente ciò di cui ha bisogno, a qualsiasi livello di specializzazione.

L'anno scorso, l'articolo di copertina dedicato a Princess Cruises® mostrava un esempio di cosa può significare tutto questo nelle condizioni più esigenti: la collaborazione tra Carpigiani e Welbilt Marine per l'installazione di attrezzature da cucina a bordo, un progetto con margine di errore pari a zero e nessuna possibilità di reperire pezzi di ricambio. Un ottimo promemoria di come la forza di Ali Group non risieda soltanto nei singoli brand, ma nella rete che li unisce: in questo caso specifico, un portfolio in ambito navale che comprende anche i brand Metos Marine, Welbilt GalleyCare e Alicontract, aziende con competenze specializzate essenziali in un settore che molti produttori tendono a trascurare.

Ed è questo stesso principio (fondato su un'esperienza consolidata ovunque si faccia ospitalità) che continua a guidarci mentre guardiamo al 2027. L'elettrificazione continua a essere un tema centrale in tutti i mercati in cui operiamo. La sostenibilità ha fatto un ulteriore passo avanti, passando dall'essere un elemento da considerare in fase di progettazione a diventare un vero e proprio requisito normativo in gran parte dell'Europa, plasmando sia le specifiche che la produzione delle cucine. Inoltre, l'IA, l'automazione e la robotica, fino a poco tempo fa etichettate come tecnologie emergenti, oggi rivestono un ruolo centrale nel riconfigurare il modo in cui i nostri brand progettano le attrezzature e come gli operatori gestiscono le proprie cucine.

Nessuno di questi elementi è però in grado di alterare l'essenza ultima dell'hospitality, che continua a mettere al centro il saper servire gli ospiti al meglio. E non c'è IA, elettrificazione o automazione che possa cambiare tutto questo. In realtà tali strumenti sono pensati proprio per tutelare il settore: restituiscono ai team il tempo e la costanza necessari per occuparsi in modo più efficiente della parte umana del lavoro.

Per Ali Group, l'epoca in cui viviamo rappresenta sia una responsabilità che un'opportunità. Il nostro ruolo non consiste solo nel fornire attrezzature, ma anche nell'aiutare i clienti ad affrontare i cambiamenti con fiducia, unendo innovazione, conoscenze operative e la forza collettiva dei nostri brand.

Le nostre solide competenze e la rete di collaborazioni che costituisce il Gruppo ci consentono di fornire soluzioni di respiro globale, ma adeguate al contesto locale.

Un esempio concreto di questo nostro impegno è il Welbilt Experience Center, inaugurato alla fine del 2025 a Coppell, in Texas, alle porte di Dallas. Più che un semplice spazio espositivo, la struttura, che si estende su una superficie di 12.356 mq, rappresenta una nuova dimensione nel rapporto con i clienti, unendo tecnologie all'avanguardia per le cucine professionali, sistemi di automazione intelligente e soluzioni sostenibili. Riunendo molti dei nostri brand di punta in un solo spazio, l'Experience Center offre un contesto pratico in cui i visitatori possono toccare con mano le attrezzature dell'intero portafoglio e acquisire conoscenze dai nostri esperti di settore su come affrontare una serie di sfide operative.

Anche il settore del caffè e delle bevande continua a offrire nuove opportunità nei mercati EMEA e APAC. A questo proposito, è stato per noi un piacere accogliere a inizio anno il brand BUNN nella famiglia Ali Group. Brand storicamente affermato, con una profonda cultura dell'innovazione e un portafoglio di forte complementarietà, BUNN rinforza la nostra leadership nel settore globale delle attrezzature da caffè e bevande, consentendoci di offrire più valore ai clienti dei mercati chiave.

Come sempre, il contatto diretto e personale rimane un elemento insostituibile. Sarà un piacere incontrare molti di voi a GulfHost a Dubai e ad Host Arabia a Riad prima della fine dell'anno, per proseguire nel 2027 con Sirha Lyon, SIGEP World a Rimini, The NAFEM Show a Orlando e HOTELEX a Shanghai. È in occasione di questi eventi che costruiamo realmente le relazioni alla base del nostro settore.

Ci auguriamo che questa edizione di Aliworld ricca di storie di clienti provenienti da tutta l'area EMEA e APAC, possa offrirvi qualche spunto da portare con voi e fare vostro. Grazie per essere parte di questo viaggio insieme a noi.

Filippo Berti
Presidente e Amministratore Delegato, Ali Group

01
CRESCITA

06 L'innovazione per tradizione
In oltre cinque generazioni di imprenditorialità familiare, il produttore di attrezzature per l'erogazione di bevande BUNN si è evoluto senza sosta per unire affidabilità e innovazione

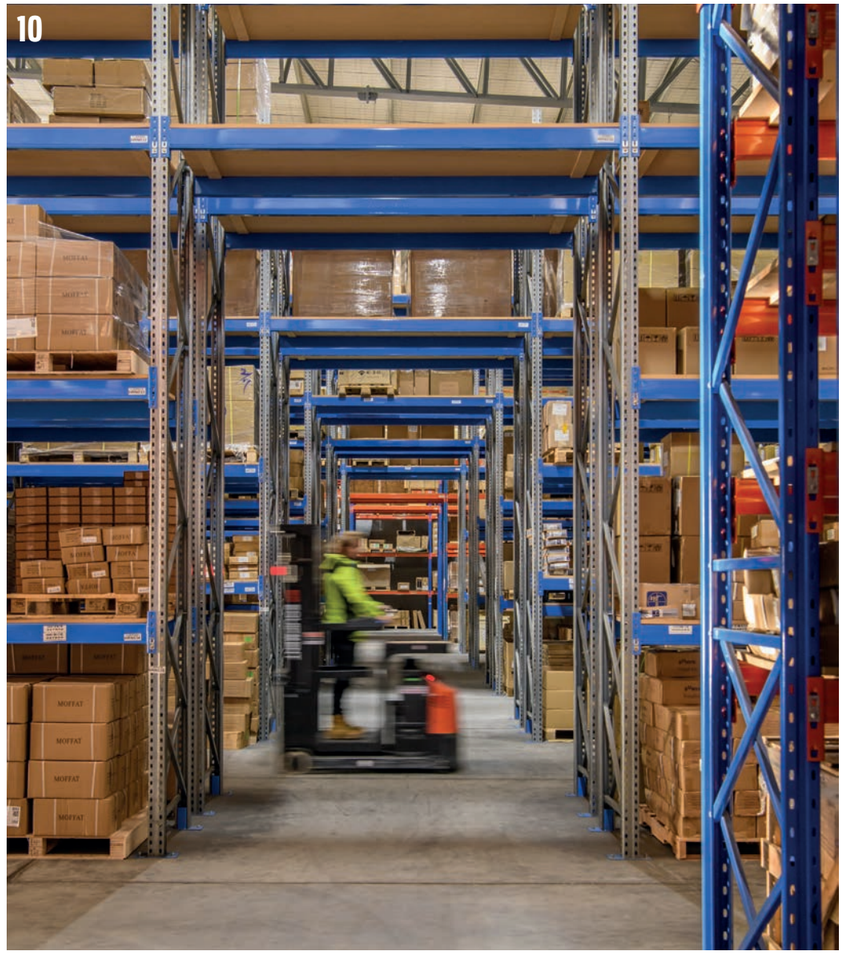


10 L'energia che trasforma
Gli Executive di alcuni brand Ali Group spiegano come una strategia efficace per il post-vendita e i ricambi possa consolidare le collaborazioni con i clienti

14 Dove l'interazione incontra l'innovazione
Alla scoperta dei 12.356 mq del nuovo Welbilt Experience Center di Coppell, Texas, Stati Uniti



16 L'unione fa la forza
Un'espansione globale nata dal successo continuo negli Stati Uniti e dalla collaborazione di lunga data tra Welbilt e Chili's Grill & Bar





02
STORIA DI COPERTINA

20 Precisione Michelin
Al Pavyllon di Londra, ristorante stellato Michelin, precisione ed estetica guidano la scelta dei forni Mini Pro di Convotherm.



03
STORIE DI SUCCESSO

24 L'essenza della Sardegna
Il design contemporaneo dell'hotel W Sardinia – Poltu Quatu fonde la tradizione sarda e la bellezza della costa dell'isola grazie a Grandimpianti e Castello SGR

28 Navigare con stile
Quando la nave *The Nobleman* necessitava di cucine in grado di garantire un servizio pasti ottimizzato e affidabile, gli esperti di cucine navali Ahorn si sono rivolti ad Ambach

32 La boulangerie abbraccia l'arte
La Boulangerie du Louvre è un omaggio creativo all'arte parigina e un tributo ai prodotti da forno artigianali francesi, con il contributo di Bongard

36 Gusto ed esperienza
La rapida crescita di Wingstop nel Regno Unito ha portato a una collaborazione strategica con Carpigiani UK e a un ampliamento dell'offerta con milkshake, dessert e molto altro

40 Il successo in una tazza di caffè
La collaborazione in ascesa tra Egro, JJ Darboven e Café Du Monde UK offre soluzioni "bean-to-cup" affidabili e ad alte prestazioni in Regno Unito e Irlanda

44 Uno stadio, infinite possibilità
Fulcro della comunità, il One New Zealand Stadium ha preso vita con il contributo di Moffat e della sua rete di partner

48 Rinnovare la tradizione
Il ruolo chiave di Ambach e Grandimpianti nel successo del progetto di riqualificazione di WaltherPark

52 Supportare con discrezione
Il Grand Hotel Bristol si è affidato a Comenda per ricreare la "stessa eleganza discreta" delle sale nell'area di servizio

56 Soluzioni smart
Quando Lekos Group cercava una tecnologia all'altezza delle sue ambizioni di espansione, Metos era pronto

60 La genesi di un paradiso terrestre
East Winds Resort e Grandimpianti I.L.E. hanno unito le forze per garantire fluidità alle operazioni

64 L'unione fa l'espresso
Tradizione italiana, innovazione e competenza tecnica si uniscono nella collaborazione tra Rancilio Group e Lavazza

68 Tre partner, una visione
Café Alma si è alleato con Silko e il rivenditore Bioshop per fare di una piccola cucina un prodigio della gastronomia moderna

70 Tutto il sapore dell'attesa
Il ristorante Opheem, due stelle Michelin, rivoluziona la cucina indiana con gli innovativi armadi per la frollatura di Williams Refrigeration

72 Sapori di casa
Le strutture di cura della Baviera si affidano all'esclusiva tecnologia cook-and-chill firmata temp-rite International

74 Innovazione e automazione
Xiaomai Group sta incrementando le potenzialità dell'alta cucina cinese standardizzata grazie alla collaborazione con Welbilt

78 Logistica alimentare smart
Alb-Fils Klinikum eleva il servizio pasti con il sistema di trasporto B-Smart e AGV di Stierlen

80 Piccoli spazi, grandi ambizioni
La scuola elementare di Čebín scopre un'elegante soluzione incentrata sull'attrezzatura JIPA



04
INNOVAZIONE

82 Innovazione al cubo
La collaborazione tra Scotsman e Caffè Sempione dimostra come una macchina per il ghiaccio possa migliorare qualità delle bevande, efficienza e design

86 Innovazione green
Un nuovo, rivoluzionario capitolo nel lavaggio professionale delle stoviglie: HYDROPOWER di DIHR

88 Trasporto smart, servizio eccellente
L'innovativo sistema BSmart Class-e di Burlodge supporta l'efficienza della ristorazione al Centre de Rééducation Fonctionnelle Divio

92 Soluzioni vincenti per gelati soft
Come Iceteam 1927 accompagna Mostaza verso nuovi orizzonti

05
NEL MONDO

94 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 Un partner globale
Indirizzi e contatti



01
CRESCITA

L’innovazione per tradizione

Da oltre cinque generazioni di imprenditorialità familiare, il produttore di attrezzature per l’erogazione di bevande BUNN continua a evolversi, coniugando affidabilità e innovazione. Lauren Hurrell racconta le origini di un’azienda che ha costruito un’eredità destinata a durare

BUNN® vanta una lunga tradizione nella fornitura di servizi e attrezzature per bevande nel settore professionale e domestico. Dai principali marchi della ristorazione internazionale alle cucine domestiche, i prodotti BUNN sono scelti per garantire un servizio di bevande di alta qualità. Forte di oltre cinque generazioni di imprenditorialità familiare, è entrata nel mercato delle attrezzature per bevande nel 1957 ed è stata costituita nel 1963.

Oggi l’azienda è cresciuta fino a diventare un leader mondiale nel settore con sede a Springfield, nell’Illinois. Specializzata in macchine per caffè e tè freddo, sistemi bean-to-cup, macinacaffè, dispenser di bevande calde e fredde, sistemi per bevande ghiacciate, assistenza, sistemi per l’acqua e relativi accessori, BUNN ha impianti produttivi a Springfield e White Hall, Illinois, in Iowa e in Canada.

Acquisita nel marzo 2026, BUNN entra a far parte del portafoglio globale di Ali Group, che riunisce aziende leader nel settore della ristorazione professionale.

BUNN ha conquistato la fiducia dei clienti con una cultura incentrata sulla persona radicata nella storia del brand. L’innovazione continua ne ha garantito la longevità e la capacità di adattarsi all’evoluzione delle esigenze dei clienti.

Il partner delle soluzioni beverage

Sul fronte commerciale, l’azienda offre oggi attrezzature tradizionali per caffetterie, come le macchine da caffè americano, e sistemi per l’erogazione di bevande calde e fredde installati in caffetterie, minimarket e non solo. Integrando senza sosta novità e sviluppi tecnologici, molte attrezzature hanno sposato applicazioni più ampie nel mondo della ristorazione, come i dispenser di acqua calda ora usati anche per preparare l’impasto della pizza.

Questo approccio rispecchia l’adattabilità dell’azienda, che ne ha consolidato la reputazione per qualità e visione.

Conoscendo la complessità del panorama attuale, BUNN ha saputo trasformare l’esperienza del cliente, supportando l’intero ciclo di vita dell’offerta beverage grazie a un team in grado di accompagnare i clienti dalla fase iniziale di ideazione fino alla gestione quotidiana e alla crescita nel lungo periodo. Dal lancio di un concept all’espansione in nuovi mercati, è possibile contare su un team allineato agli obiettivi scelti e su attrezzature ad alte prestazioni, un’assistenza professionale e strumenti digitali connessi che donano maggiore visibilità e controllo.

Una cultura basata sull’innovazione

L’impresa fu fondata dalla famiglia Bunn nel 1840, quando Jacob Bunn aprì un supermercato a Springfield, nell’Illinois. Il giovane Abraham Lincoln, uno dei primi clienti, divenne in seguito il consulente legale di famiglia.

L’azienda si trasformò nella Bunn Capitol Wholesale Grocery Company e a fine anni ‘50, con George R. Bunn, venne fondata la divisione attrezzature beverage. La Bunn-O-Matic Corporation, ufficialmente costituita come entità separata nel 1963, è da allora capofila nelle attrezzature per l’erogazione di bevande. Tanto nei contesti commerciali più complessi quanto in quelli domestici più basici, il team BUNN ha sempre messo al centro il risultato nella tazza, comprendendo le aspettative dei clienti per garantire qualità ad ogni sorso.

Dagli anni ‘50 ad oggi, BUNN ha costruito la propria notorietà sul progresso.

I principali traguardi raggiunti nel corso dei decenni comprendono una serie di innovazioni significative, che riflettono il costante impegno di BUNN nel garantire qualità e coerenza, rispondendo alle esigenze in continua evoluzione dei clienti.

Negli anni ‘50, lo sviluppo del primo filtro da caffè a fondo piatto al mondo migliorò l’estrazione del caffè e pose le basi per tutto ciò che seguì. Negli anni ‘60, la macchina professionale con filtro “pour over” divenne essenziale per il modello Office Coffee Service, inserendosi nei programmi di fornitura di caffè negli ambienti professionali di tutto il Paese. Negli anni ‘70, BUNN si interessò alle macchine da caffè per ambienti domestici e macchine da tè commerciali per ottenere infusioni di qualità e uniformità superiori.

Negli anni ‘80 arrivarono i sistemi avanzati di erogazione di acqua calda a supporto di applicazioni più vaste nel mondo della ristorazione. Protagonista degli anni ‘90 fu invece la tecnologia digitale, con l’introduzione di controlli per una maggiore uniformità e un’espansione verso l’erogazione di bevande ghiacciate.

Con il nuovo millennio, il raggio d’azione di BUNN si estese alle unità per l’erogazione di succhi di frutta, la comunicazione RFID tra macinacaffè e macchine da caffè per risultati più precisi e continui progressi nell’estrazione di tè e caffè. Negli anni 2010 debuttarono la tecnologia di estrazione Air Infusion® per un caffè più morbido e pieno, il tracking smart dei server, il controllo da remoto dell’attrezzatura basato sulla tecnologia IoT e una soluzione per il cold brew senza fusti.



BUNN propone attrezzature tradizionali per caffetterie, come le macchine da caffè americano, e sistemi per l’erogazione di bevande calde e fredde



In questo decennio, BUNN continua a proporre soluzioni d'avanguardia con la preparazione veloce di caffè bean-to-cup, la gestione automatizzata della freschezza bean-to-batch e una piattaforma versatile per bevande calde e fredde, che risponde alle mutevoli esigenze di operatori e consumatori.

Con la crescita dell'azienda, BUNN ha compreso l'importanza di una rete di assistenza legata ai prodotti, che estende il supporto dalle attrezzature alle sfide legate alla manodopera, le pressioni economiche e le nuove tendenze. Questo approccio ha permesso all'azienda di sviluppare strategie di coinvolgimento più efficaci, offrendo soluzioni su misura attraverso i prodotti e i servizi proposti.

Fondamentale per il successo di BUNN, la rete di assistenza ha integrato tutte le soluzioni dell'azienda per supportare lanci su larga scala per brand importanti. L'impiego di strumenti digitali connessi consente di analizzare i parametri e implementare in modo efficace aggiornamenti su grandi flotte di attrezzature, garantendo qualità, uniformità, meno manodopera, costi e sprechi ridotti.

Alla conquista di nuove opportunità

Negli ultimi anni, tra le tendenze più in voga spiccano le bevande fredde e i caffè cold brew. Con l'avvento di bevande nuove e sempre più popolari, come i refresher, BUNN ha modificato gli originali dispenser di bevande fredde per soddisfare le nuove esigenze di una clientela sempre più ampia. Le bevande fredde hanno superato la semplice funzione dissetante, orientandosi verso proposte più gratificanti e tese all'esperienza. Le bevande ghiacciate vengono scelte non più come piacere estivo, ma come una coccola quotidiana che, oltre che ristoro, diventa un momento da vivere. Il dispenser di bevande ghiacciate BUNN Ultra® aiuta a ottenere bevande ghiacciate cremose e di qualità costante, ideali per ambienti ad alta affluenza.



Con la diffusione dei cold brew, l'azienda ha rapidamente sviluppato la tecnologia di base delle macchine da caffè e ha recentemente introdotto Infusion Series® Platinum Pro™ per preparare un lotto di cold brew in pochi minuti.

Compatto e di grande versatilità, il sistema va oltre il cold brew e aiuta a preparare caffè caldo e freddo, tè e limonate, semplificando le operazioni e ampliando i menù di bevande fredde.

Il futuro dell'innovazione dell'attrezzatura da caffè è BUNN Premia®, una macchina bean-to-cup che macina, eroga e gestisce automaticamente la freschezza per offrire la massima qualità nell'ora di punta e ridurre gli sprechi nei momenti più lenti. Lo sviluppo di tecnologie e nuovi prodotti prosegue a ritmi senza precedenti, ma a rimanere costante è una forza lavoro efficace e adattabile, che incarna la storia e i valori chiave di BUNN: trasparenza, integrità e rispetto reciproco. Su queste fondamenta l'organizzazione ha costruito una rete globale di clienti fedeli, sostenuta dalla promessa del brand: A Partner You Can Count On™.

Questa cultura dell'innovazione, centrata sulle persone, insieme a un approccio orientato al futuro e a un servizio clienti su misura, ha sostenuto il successo dell'azienda e ispira oggi il team a portarne avanti la storia di innovazione.

L'organizzazione ha costruito una rete globale di clienti fedeli, sostenuta dalla promessa del brand: A Partner You Can Count On™



I clienti BUNN possono contare sulla promessa del brand: A Partner You Can Count On™

CREARE UN'EREDITÀ DI VALORE



A sinistra: BUNN creò il primo filtro da caffè a fondo piatto al mondo, migliorando l'estrazione e il gusto del caffè

A destra: la macchina da caffè vintage Bunn-O-Matic che segnò una nuova era nella preparazione professionale del caffè



BRAND FOCUS

BUNN®

1840
La famiglia Bunn fonda l'attività da cui tutto ha inizio: un supermercato a Springfield, nell'Illinois

1963
Viene costituita la Bunn-O-Matic Corporation, che da allora guida il settore dell'erogazione di bevande

2026
Coronando un percorso di evoluzione continua, BUNN entra in Ali Group nel marzo 2026

bunn.com



L'energia che trasforma

Gli Executive di Moffat, Welbilt, AFE Group e Ali Group Cooking & Refrigeration Parts, spiegano a Michael Jones e Lauren Hurrell come una strategia efficace per il post-vendita e i ricambi possa consolidare le collaborazioni con i clienti e promuovere la crescita







Quando nella ristorazione qualcosa va storto, le conseguenze possono essere pesanti e costose. Tra interruzioni nella supply chain, nuove esigenze dei clienti e pressioni economiche, le incertezze del mondo di oggi hanno evidenziato l'importanza dell'assistenza post-vendita per garantire la continuità operativa nel settore della ristorazione e dell'hospitality.

Aziende come Welbilt® e Moffat hanno perciò adottato strategie solide per prevenire i problemi, anziché limitarsi a reagire alle criticità.

"Ciò che ci distingue dalla concorrenza è il piacere autentico di affiancare i clienti nei momenti di difficoltà", spiega Stuart Murray, Group Managing Director di Moffat, produttore di attrezzatura da cucina a uso intensivo. "Abbiamo un team formato per trasformare gli ostacoli in opportunità. Per noi questa connessione ha grande valore".

Supporto strategico per un successo a lungo termine

Con il suo portafoglio di brand, Welbilt si occupa di progettazione, produzione e fornitura di attrezzature professionali per la ristorazione e, con le sue solide competenze post-vendita, supporta i clienti nei momenti chiave: "Sappiamo di essere un servizio d'emergenza. I clienti ci chiamano solo se qualcosa non va, ma noi ci siamo sempre", osserva Perry Breen, EMEA Technical Service Director di Welbilt.

Come Welbilt, anche Moffat ha perfezionato il servizio post-vendita per garantire un successo duraturo per tutti. "L'approccio di Moffat all'assistenza post-vendita e ai ricambi è scritto nel DNA dell'azienda. Esportiamo dalla Nuova Zelanda a più di 50 Paesi nel mondo, perciò il servizio e l'assistenza sul territorio sono vitali", afferma Murray.

Una marcia in più

Per la divisione Cooking & Refrigeration Parts (C&R) di Ali Group, che gestisce vendite e distribuzione mondiale dei ricambi per alcuni brand italiani (tra cui Alphatech, Baron, Friulinox, Lainox, Mareno, Olis, Polaris e Silko), appariva ragionevole centralizzare queste operazioni in un unico centro distributivo dei ricambi ad alta efficienza.

La divisione è quindi organizzata in tre comparti: Customer Service, che fornisce informazioni e supporto; Supply Chain, che si occupa dell'approvvigionamento dei componenti; e Outbound, che preleva, prepara e imballa gli ordini da spedire.

"Nella mia esperienza, il servizio clienti ha un'energia intrinseca tutta sua. Non va vista come una funzione meramente tecnica, che serve solo a risolvere i problemi", commenta Guido Ziglioli, General Manager della divisione Cooking & Refrigeration Parts di Ali Group. "L'energia messa nell'assistenza consente ai clienti di percepire la nostra vicinanza. Non solo quando c'è un problema, ma anche quando va tutto bene".

Convinto che le attività post-vendita aiutino a costruire relazioni basate sulla fiducia, Ziglioli riconosce anche il valore a lungo termine che il cliente offre nel corso del rapporto.

"Il post-vendita è una questione di sintonia tra l'utente finale e i nostri brand", dichiara Murray. "Inizia con le specifiche e l'installazione del prodotto giusto e prosegue per garantire un utilizzo in sicurezza, una formazione ottimale sull'uso dell'attrezzatura, nozioni sulla manutenzione preventiva e il sostegno necessario per effettuare le riparazioni richieste".

Il supporto comprende l'invio di tecnici dal cliente, la gestione delle escalation, la formazione dello staff, l'autorizzazione di nuovi Factory Authorized Servicer (FAS), l'ottimizzazione delle reti e la garanzia della disponibilità dei ricambi.

La flessibilità che fa la differenza

Queste organizzazioni ritengono che strategie proattive e flessibili e un feedback continuo siano fondamentali per migliorare il servizio, specialmente attraverso una comunicazione efficace tra cliente e servizio assistenza.

"È importante che i clienti sappiano che saremo sempre al loro fianco", afferma Ziglioli. "Non vendiamo solo ricambi, ma la sicurezza di tutelare gli investimenti dei

"Ciò che ci distingue dalla concorrenza è il piacere autentico di affiancare i clienti nei momenti di difficoltà"

Stuart Murray
Moffat

"L'energia messa nell'assistenza consente ai clienti di percepire la nostra vicinanza"

Guido Ziglioli
Cooking & Refrigeration Parts – Ali Group







Dall'alto verso il basso: Stuart Murray, Moffat; Guido Ziglioli, Cooking & Refrigeration Parts, Ali Group; Perry Breen, Welbilt



Tim Smith
CEO, The AFE Group

TIM SMITH RACCONTA L'APPROCCIO DI MILLER'S VANGUARD ALL'ASSISTENZA POST-VENDITA E AI RICAMBI

Miller's Vanguard è il fornitore di attrezzature e servizi di manutenzione di riferimento del settore retail nel Regno Unito. Partner di fiducia per la ristorazione, da oltre 45 anni Miller's Vanguard offre una vasta gamma di servizi indispensabili, dalla manutenzione preventiva e programmata alla fornitura e installazione dell'attrezzatura. Da Miller's Vanguard, l'offerta di ricambi e assistenza post-vendita è guidata da una priorità ben precisa: azzerare le interruzioni. L'approccio, proattivo e guidato dalle risorse, allinea la gestione delle scorte, le supply chain e il supporto al profilo specifico dell'attrezzatura del cliente, alle pressioni operative e ai periodi di punta.

Questa visione si estende alla fornitura diretta di ricambi, grazie a cui clienti come City Facilities Management e Costa possono fare acquisti in autonomia, in tutta rapidità e con una disponibilità affidabile.

Anziché applicare un modello rigido, Miller's Vanguard sviluppa soluzioni flessibili su misura, che includono gestione di scorte dedicate in loco, manutenzione preventiva, pronto intervento, modelli di assistenza ibridi e non solo. Grazie a solide relazioni con i fornitori, analisi basate sui dati e un modello che si adatta senza sosta alle esigenze dei clienti, ricambi e competenze sono sempre disponibili.

SOLUZIONI END-TO-END

Miller's Vanguard offre una soluzione end-to-end completamente integrata, con assistenza, manutenzione e fornitura dell'attrezzatura, unita a una semplicità e affidabilità che la concorrenza fatica a eguagliare.

Con competenze specializzate al servizio di panetterie, catering e interi punti vendita, combina una profonda conoscenza del settore e una copertura nazionale per mantenere efficienti le complesse attività retail e foodservice. Installazione, post-vendita, ricambi e ciclo di vita sono integrati in un solo modello, arricchito da servizi ad alto valore aggiunto come il rinnovo dell'attrezzatura, che aiuta a estendere la vita utile delle macchine, e l'attenzione alla sostenibilità e alla riduzione dei rifiuti. Supportato da una rete tecnica altamente qualificata e un approccio flessibile e collaborativo, Miller's Vanguard anticipa i problemi per ridurre i rischi, migliorare le prestazioni e donare risultati a lungo termine sostenibili sul piano commerciale e ambientale.

clienti perché possano portare avanti la loro attività.

Un ristorante con l'attrezzatura guasta non genera ricavi. La velocità è essenziale".

"Dobbiamo essere sempre flessibili perché prestiamo assistenza a clienti diversi, da supermercati, minimarket e ristoranti fino ad arrivare a hotel a cinque stelle", aggiunge Murray. "I clienti vogliono un'attrezzatura funzionale, con specifiche precise e interruzioni minime".

Un certo grado di flessibilità può essere richiesto per dare una formazione specifica a ogni cliente ed elaborare piani di manutenzione preventiva su misura per l'utilizzo delle attrezzature in quell'ambiente.

"Purtroppo nel nostro settore le cose possono andare storte", riflette Breen. "L'importante è come si reagisce e si riporta in funzione l'attrezzatura". Breen sottolinea anche l'importanza dei rapporti strategici per Welbilt EMEA, comprese le partnership con rivenditori di ricambi, centri di assistenza autorizzati e aziende di diverse dimensioni che forniscono assistenza. Tali collaborazioni permettono a Welbilt di restare flessibile nel soddisfare le esigenze dei clienti su scala globale e locale.

L'importanza del feedback

Parte essenziale del ciclo di successo delle tre aziende, il feedback consente di migliorare e adattare continuamente i servizi per far sì che siano sempre validi, puntuali ed efficaci.

"È raro che i clienti chiamino per dire che va tutto bene", commenta Murray. "Nella maggior parte dei casi, ci contattano quando sono sotto pressione o l'attività è in sofferenza perché un macchinario non funziona come previsto o presenta un guasto. Il nostro lavoro è rimettere tutto in carreggiata".

Per gestire al meglio le richieste, il servizio clienti C&R Parts si avvale di un sistema di ticketing che assegna a ogni cliente sul territorio una determinata persona, la quale funge da solo punto di contatto. "Il sistema è aperto: se manca un assistente, i colleghi possono visualizzare le segnalazioni dei suoi clienti e intervenire in fretta", spiega Ziglioli.

"Abbiamo notato che oltre il 30% delle richieste di preventivo conteneva già i codici di riferimento. Al cliente sarebbe potenzialmente bastato consultare il portale dei pezzi di ricambio", aggiunge.

Questo ha portato a un sistema di risposte rapide generate tramite IA basate su un'estrazione automatica delle informazioni.

Secondo Tim Smith di AFE Group, "un solido servizio locale di vendita e post-vendita crea un valore significativo"

"Purtroppo, nel nostro settore le cose possono andare storte. L'importante è come si reagisce"

Perry Breen
Welbilt

"Il miglioramento è possibile solo se qualcosa è misurabile, quindi tutte le attività del progetto IA sono integrate con i principali KPI già inclusi nel servizio clienti", sostiene Ziglioli. "Siamo passati da tempi di risposta medi di 10 ore lavorative nella prima metà dell'anno fiscale 2025 a cinque ore nella seconda metà".

La cultura dell'assistenza clienti "sempre disponibile" coinvolge anche la manutenzione. "Possedere un prodotto non significa semplicemente acquistarlo: il cliente deve anche essere informato sulla manutenzione. I nostri programmi dedicati sono fondamentali per rimanere al fianco dei clienti", puntualizza Breen.

Questo implica offrire manutenzione preventiva, accesso sette giorni su sette e interventi notturni, conclude, "tutto ciò di cui il cliente ha bisogno per avere un'esperienza positiva".

Una collaborazione per il futuro

Moffat è entrata in Ali Group nel 2000 e, da allora, ha mantenuto una solida relazione con il gruppo, riuscendo così ad ampliare il proprio raggio d'azione.

"Il brand Ali Group è una promessa costruita nel corso di molti anni. È chiaro che facciamo parte di una famiglia di aziende che garantisce ancora più vantaggi e fiducia", spiega Murray.

"Siamo davvero lieti di far parte della famiglia Ali Group", concorda Breen. "Questo ci ha permesso di aprirci al mondo e offrire una soluzione a 360° per le cucine. Dalle configurazioni orizzontali alle macchine per il ghiaccio o il lavaggio, ora abbiamo accesso a vari brand".

Le partnership all'interno di Ali Group danno spazio a nuove prospettive e alla possibilità di raggiungere nuovi utenti finali, ampliando gli orizzonti di imprese e clienti e aiutandoli a continuare a superare le sfide future.

Un solido servizio locale di vendita e post-vendita crea un valore significativo: i clienti si affidano al know-how locale e alla garanzia di standard di best practice offerti proprio da coloro che comprendono al meglio le loro esigenze.









Dove l'interazione incontra l'innovazione







Il nuovo Welbilt Experience Center di Coppell, Texas, è un ambiente interattivo aperto a operatori, utenti finali, consulenti, rivenditori, distributori, rappresentanti di produttori e addetti all'assistenza





Da decenni le aziende Welbilt® forniscono ai clienti i prodotti e servizi migliori. Con l'apertura del nuovo Welbilt Experience Center di Coppell, in Texas, con una superficie di 12.356 mq, l'azienda ha introdotto una nuova dimensione dell'interazione con i clienti, in tutti gli ambiti della ristorazione. Punto di riferimento per l'innovazione, questo ambiente interattivo unico nel suo genere è aperto a operatori, utenti finali, consulenti, rivenditori, distributori, rappresentanti di produttori e addetti all'assistenza.

La visita al centro ha inizio dall'elegante Reception, impreziosita da un imponente murales realizzato dall'artista visivo statunitense Donald Martiny. La Story Lounge espone prodotti storici delle aziende Welbilt, proponendo un viaggio che va dalla gamma Montague® dei primi del '900 a una lunch box Hopalong Cassidy di Aladdin® degli anni '50. Nel Culinary Innovation Center, poco dopo l'ingresso, i clienti possono lavorare con gli chef Welbilt allo sviluppo di prodotti e ricette.

Il centro ospita anche la Welbilt University, centro d'eccellenza su scala mondiale con una capacità di 210 posti. Lo spazio, pensato per accogliere un unico grande gruppo o vari gruppi più piccoli, offre tutto il necessario per registrare e trasmettere. L'attrezzatura da cucina può essere introdotta o rimossa dagli spazi della Welbilt University a seconda dei programmi di formazione previsti.

L'ubicazione strategica del centro, a pochi minuti dall'aeroporto internazionale Dallas Fort Worth International Airport (DFW), lo rende accessibile a clienti e collaboratori provenienti da tutto il mondo. Facendo leva sulle robuste infrastrutture della zona, il centro contribuisce a consolidare la posizione di Welbilt come fornitore di soluzioni di prima classe su scala globale.

Il Welbilt Experience Center conferma l'impegno con cui l'azienda aiuta gli operatori a definire nuovi standard per tecnologie efficienti che fanno risparmiare tempo e lavoro. "Questo progetto è un passaggio rivoluzionario nel nostro modo di interagire con clienti e partner", afferma Filippo Berti, Presidente e Amministratore Delegato di Ali Group, società madre di Welbilt. "Stiamo consolidando il nostro impegno a presentare le soluzioni più complete del settore con un'offerta pratica e immersiva, assicurandoci una fama di leader globale per le attrezzature professionali e innovative nel mondo della ristorazione, mostrando l'unicità del nostro modo di dare soluzioni chiavi in mano in tutto il mondo".







Il nuovo Welbilt Experience Center di Coppell, Texas, è un punto di riferimento per l'innovazione

IL WELBILT EXPERIENCE CENTER

IN CIFRE

400+
Apparecchiature

35+
Marchi rappresentati

12.356
mq di superficie complessiva

SCANSIONA IL QR CODE per esplorare il nuovo Welbilt Experience Center





L'unione fa la forza

Pere Taberner di Ali Group e **Gary Null** di Brinker International rivelano a Tina Nielsen il segreto del grande successo e dell'espansione globale di Chili's Grill & Bar: una collaborazione di lunga data con Welbilt negli Stati Uniti

Sopra: Pere Taberner, Senior Vice President of Sales, Ali Group EMEA (sopra), e Gary Null, Director of Strategic Projects – Global, Brinker International



Con oltre 1.200 ristoranti negli Stati Uniti, Chili's Grill & Bar unisce una presenza consolidata su scala nazionale e un'espansione continua a livello globale, con 375 punti vendita in 32 Paesi. La società madre, la statunitense Brinker International, comprende nel proprio portafoglio anche Maggiano's Little Italy, brand attivo solo negli Stati Uniti.

"Chili's nasce qui a Dallas, in Texas, ed è qui che continua ad avere sede", spiega Gary Null, Director of Strategic Projects – Global di Brinker International. "Proponiamo Big Mouth Burgers™, Sizzlin' Fajitas, le famose Baby Back Ribs, Chicken Crispers™ e, naturalmente, un'ampia scelta di margarita".

Quest'anno, dopo essere tornata in Europa, l'azienda ha inaugurato un nuovo ristorante in Romania. "Non avremmo potuto trovare partner migliore per il nostro primo franchising dopo il rientro sul mercato europeo. Il primo di una lunga serie", dichiara Null.

Quando Brinker ha puntato all'Europa e cercato un partner per le sue attrezzature, Welbilt® era pronto. "Quando una catena simile decide di aprirsi al mercato internazionale, la priorità è trovare il partner giusto. E una volta individuato uno in grado di diventare un master franchisee serio e aprire ristoranti, la velocità è essenziale", nota Pere Taberner, prima Vice President of Sales and Marketing di Welbilt EMEA e ora Senior Vice President of Sales di Ali Group EMEA.

"Dopo aver trovato i fondi, le risorse e i partner, il punto focale diventa accelerare il processo, e noi siamo qui per rendere tutto più facile con un ecosistema di brand che coordiniamo e corrediamo di svariati servizi prima e dopo l'apertura. La bellezza di questo progetto è proprio questa", aggiunge.

Più brand, più possibilità

La collaborazione trentennale tra Welbilt e Brinker è sempre stata un grande successo, ma è stata la fusione con Ali Group a massimizzarne la portata offrendo l'accesso diretto a un team internazionale di produttori coadiuvato dalla rete di centri di distribuzione Welbilt.

Facendo parte di Ali Group, Welbilt può attingere a una rete globale di competenze tecniche di produzione e distribuzione, e questo si è dimostrato di grande valore per la crescita internazionale di Brinker.

"Lavoriamo con Welbilt da più di 30 anni e la fusione con Ali Group [nel 2022] non ha fatto che consolidare il tutto", racconta Null.

"Ci ha dato accesso a vari brand che già acquistavamo sul mercato interno e ne ha coinvolti altrettanti, ai tempi non ancora presenti nei franchising".

L'azienda si avvale degli stessi marchi da anni, tra cui Convotherm®, Garland®, Frymaster® e la new entry Lincoln®. "E ne stanno entrando in gioco altri, specialmente per il mercato europeo. Per esempio, Williams Refrigeration", aggiunge Null.

Welbilt sa di fornire attrezzature di grande qualità. "Siamo in grado di offrire l'eccellenza in quasi ogni categoria. Penso che sia importante garantire prestazioni elevate e una tecnologia in grado di semplificare la vita di un ristorante", puntualizza Taberner.

Quando la catena statunitense Chili's Grill & Bar ha deciso di aprirsi al mercato internazionale, la priorità era trovare il partner giusto

“In fase operativa, le nostre attrezzature garantiscono un funzionamento impeccabile e sempre uniforme”

Pere Taberner
Ali Group

“In fase operativa, le nostre attrezzature garantiscono un funzionamento impeccabile e sempre uniforme. Abbiamo grande esperienza anche nei settori QSR, fast food e ristorazione casual, dove un’attrezzatura di qualità e per un impiego intensivo è indispensabile. E, naturalmente, in passato abbiamo sviluppato molte soluzioni che soddisfano appieno questo requisito”.

La scelta appare sensata anche da un punto di vista logistico: grazie alla dimensione globale di Welbilt, i franchising non devono reperire tutto dagli Stati Uniti. “Possiamo rivolgerci ad altre fabbriche locali”, osserva Null.

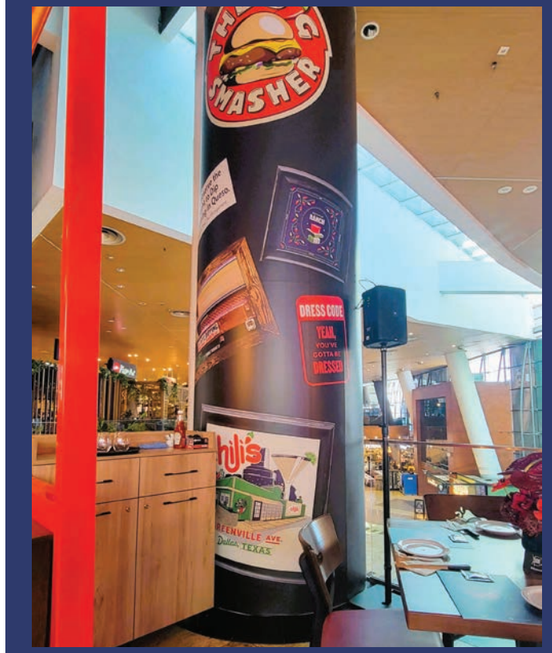
Adattamento e adeguamento

Per un brand della ristorazione casual come Chili’s, globale e in fase di espansione, le parole d’ordine sono velocità, efficienza, uniformità, qualità e, soprattutto, flessibilità. “Operare in mercati così vari significa gestire menù e situazioni differenti. Per esempio, in Medio Oriente vi sono limiti sul consumo di carne di maiale e alcolici e in India occorrono proposte vegetariane”, spiega Null.

“Gli aspetti da tenere in considerazione sono molti, e sta a noi adeguare l’offerta al mercato per far sì che il brand funzioni al meglio nei vari contesti”, aggiunge.

Una collaborazione di lunga data ha permesso a Brinker di usare cucine e strutture di prova per verificare le prestazioni delle attrezzature.

A livello internazionale, le cose sono un po’ diverse. “A fronte delle differenze tra i mercati e della disponibilità locale delle attrezzature, abbiamo potuto collaborare, visitare altre cucine Welbilt e fare proprio questo”, afferma Null. “Prima del lancio in Cina, abbiamo effettuato test e verifiche sulla cucina in loco, ottenendo feedback su vari aspetti della preparazione e altri elementi da adattare per affrontare quel mercato al meglio”.





“A fronte delle differenze tra i mercati e le attrezzature, abbiamo potuto collaborare e visitare altre cucine Welbilt”

Gary Null
Brinker International

La partnership di lunga data tra Brinker International e Welbilt conferma la crescente importanza di una stretta collaborazione tra operatore e produttore



L’assetto globale consente a Brinker di operare in mercati che vanno dall’America Latina al Medio Oriente, contando su competenze culinarie e opportunità di vendita.

Con la solidità e la competenza di Welbilt, il team dedicato contribuisce all’adeguamento dei menù ai mercati locali, “praticamente ovunque, in ogni Paese europeo”, afferma Taberner. “Il nostro personale è in grado di affiancare il cliente nell’adattare i menù o assicurarsi che questi siano realizzabili ovunque in Europa. Ed è proprio quello che abbiamo fatto, convertire il menù e formare lo staff in cucina”, spiega.

E, in caso di imprevisti, si attua un piano prestabilito. “Anche l’attrezzatura migliore può guastarsi, e il nostro compito è garantire la giusta assistenza per tutto il suo ciclo di vita e accertarci che la spesa sostenuta dal cliente sia compensata dal fatto che la macchina rimarrà in funzione per il tempo previsto. Ed è proprio quello che abbiamo fatto”, conclude Taberner.

L’evoluzione delle due aziende e la lunga partnership che le lega confermano il crescente ruolo della vicinanza tra operatore e produttore, con competenze condivise che alimentano efficienza e uniformità su vasta scala. In un panorama della ristorazione sempre più globalizzato, questa sinergia sarà con ogni probabilità ancora più importante per il successo nel lungo termine.

BRAND FOCUS

WELBILT

30+
Welbilt collabora con Brinker International da oltre 30 anni

2022
Welbilt entra in Ali Group nel 2022

115+
Il portafoglio Ali Group comprende più di 115 brand a disposizione dei partner

welbilt.com



Il londinese Pavyllon, ristorante stellato Michelin in cui precisione ed estetica contano tanto quanto il risultato, ha scelto i forni compatti Mini Pro con tecnologia IA di Convotherm per la sua cucina a vista, scrive Chris Evans

Potenza, compattezza e precisione Michelin



All'interno del Four Season Hotel London di Park Lane, a Londra, il ristorante stellato Michelin Pavyllon è un emblema della moderna precisione francese. Con una cucina a vista circondata da un bancone e un concept raffinato ma accessibile, richiede un'attrezzatura dalle prestazioni impeccabili e un'eleganza all'altezza del contesto. Una sfida perfetta per Convotherm®.

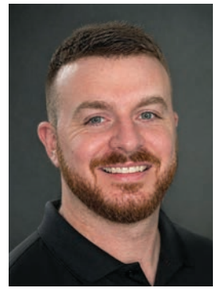
Convotherm, un brand Welbilt®, ha fornito cinque forni combinati Mini Pro 6.10 alla cucina a vista del Pavyllon in una collaborazione che fonde affidabilità, estetica e tecnologia avanzata al servizio di uno dei ristoranti più in voga del panorama gastronomico londinese.

L'Executive Chef Benjamin Ferra y Castell descrive il concept del ristorante come "una cucina a vista con bancone all'interno di un bistrot che propone una cucina francese stellata Michelin".

Nato a Parigi, il concept si è successivamente espanso a Monaco e Londra e prevede una crescita futura su scala globale. L'avamposto londinese ha da poco fatto notizia come primo ristorante stellato Michelin della capitale con un menù degustazione per la colazione, da prenotare con otto settimane d'anticipo. Tra prima colazione, pranzo, cena e la possibilità di organizzare cene e rinfreschi privati, la cucina non si ferma mai e i ritmi serrati sottopongono l'attrezzatura a una pressione enorme.

Il forno Convotherm Mini Pro 6.10, noto con il nome "King of Compact", si è rivelato la soluzione perfetta. Con soli 49,8 cm di larghezza, è uno dei forni combinati professionali con il minor ingombro sul mercato, ideale per cucine a vista in cui gli ospiti prendono posto direttamente al bancone che le circonda. "Abbiamo installato di notte cinque forni Convotherm nella cucina a vista, per non interrompere il servizio. Gli ingegneri sono stati fantastici: da allora non ci sono stati problemi e il risultato estetico è eccellente", afferma Jake Hewison, National Accounts Executive di Welbilt UK.

Il Managing Director di Convotherm, Claus Pedersen, è d'accordo. "Non sono come le apparecchiature in acciaio inox, che a volte risultano esteticamente poco gradevoli. I forni si integrano perfettamente nell'ambiente, offrendo al contempo tutte le funzionalità premium".



"Abbiamo installato di notte cinque forni Convotherm nella cucina a vista, per non interrompere il servizio"

Jake Hewison
Welbilt UK

Versatilità e intelligenza

Prestazioni e precisione sono i veri punti di forza di questi forni. "Se impostati a 58 °C, rimangono a 58 °C," conferma Ferra y Castell. "Altri, se impostati a 58 °C, passano a 63 °C. Senza variazioni".

Questa precisione è essenziale per le tecniche più delicate, come la cottura lenta della trota in olio a 63 °C o il mantenimento di uova morbide a 58 °C. I forni sono sempre in funzione in ogni parte del Pavyllon, dal garde manger alle sezioni piatti caldi e pasticceria. "Si adattano a qualsiasi evento", aggiunge Ferra y Castell. "Cottura a vapore, mista o a convezione. Se cerchi un risultato super croccante, ha un'impostazione anche per quello".

Questo grado di precisione è sostenuto dai sistemi

Il ristorante Pavyllon di Londra offre una cucina a vista con bancone in stile bistrot, dove viene servita una cucina francese stellata Michelin



Florent Suplisson
Director del Bocuse d'Or, GL Events

CONVOTHERM E IL BOCUSE D'OR 25 ANNI IN VETTA AL SETTORE GASTRONOMICO

Da oltre 25 anni Convotherm è partner ufficiale del Bocuse d'Or, evento da molti reputato come l'equivalente gastronomico delle Olimpiadi.

"Il Bocuse d'Or è considerata la competizione gastronomica più importante e prestigiosa al mondo", osserva Florent Suplisson, Director of the Competition di GL Events. "Per organizzare una sfida di primo livello, occorrono i prodotti, l'attrezzatura e la tecnologia migliori".

Sono targati Convotherm i forni usati nelle finali nazionali, continentali e mondiali che si svolgono nell'arco di un ciclo biennale, supportando squadre provenienti da oltre 70 Paesi. La collaborazione va ben oltre la fornitura di attrezzatura: include infatti logistica, assistenza tecnica in loco, gestione di trasporti internazionali e regimi doganali complessi.

"È una competizione dal vivo", spiega Suplisson. "Per essere certi che non si verifichino problemi, abbiamo deciso di rivolgerci a Convotherm, oggi Co-producer del Bocuse d'Or".

La flessibilità è essenziale. Con chef che rappresentano culture gastronomiche diverse, i forni devono adattarsi a un'ampia gamma di tecniche.

"La gastronomia è cultura", afferma. "E il panorama delle tecniche culinarie ne rispecchia la complessità. L'attrezzatura deve essere versatile".

Anche il tempo è cruciale. "È una gara. Una corsa contro il tempo, dall'inizio alla fine. Potenza ed efficienza sono indispensabili", conclude Suplisson.

Il Bocuse d'Or festeggerà 40 anni nel 2027, un anno dopo il 50° anniversario di Convotherm e la collaborazione tra i due rimane solida. "Dobbiamo festeggiare insieme", esclama Suplisson. "Convotherm fa parte della famiglia del Bocuse d'Or".





Intelligent Steam Management e Climate di Convotherm, che offrono cottura a vapore (30-130 °C), a vapore combinata (30-250 °C) e a convezione (30-250 °C), cinque livelli di controllo dell'umidità (HumidityPro) e altrettanti livelli di deumidificazione (Crisp&Tasty).

Il modello Mini Pro è dotato della tecnologia IA "ConvoSense" di Convotherm, che consente di rilevare il carico introdotto e ottimizzare in automatico la cottura. Introdotta nel 2019 nella gamma più ampia di prodotti e ora integrata nel modello compatto, questa tecnologia è una scelta pionieristica nel mondo della ristorazione. "Al momento del lancio era forse un po' presto", osserva Pedersen. "Ma ora tutti hanno dimestichezza con l'IA. Non deve fare paura, è uno strumento utile".

I vantaggi di ConvoSense sono tangibili: incremento delle entrate del 40%, tempi di cottura ridotti del 18%, un risparmio energetico del 28% grazie alla modalità stand-by e sprechi alimentari diminuiti del 17%.

Un altro grande vantaggio operativo consiste nell'innovativo sistema di pulizia ConvoClean Solid-to-Liquid (S2L). Integrato dietro uno sportello discreto, il sistema utilizza due cartucce di detergente e brillantante che eliminano i residui chimici esterni e riducono il rischio di errore umano. Rispetto ai sistemi tradizionali, richiede fino all'80% di spazio in meno e offre un ciclo di pulizia Express Cleaning da 15 minuti e una funzionalità QuickRinse da due minuti.

"È davvero semplice", conferma Ferra y Castell (a sinistra e sotto, a destra). "Con due flaconi sei a posto per sei mesi, risparmiandoti una bella dose di stress".

In una cucina con cinque forni, la pulizia automatizzata vuol dire meno lavoro. "Se dovessimo pulirli manualmente con prodotti chimici sarebbero cinque ore sprecate", afferma. "All'apertura, la mattina dopo, sono come nuovi".

Una funzione dedicata consente di ridurre i residui di calcare, un aspetto critico per la durezza dell'acqua londinese, e il sistema di apertura con sportello a due posizioni aiuta a evitare gli sbuffi improvvisi di vapore in una cucina a vista.

Risultati uniformi

La tecnologia limita l'intervento umano all'inserimento e alla rimozione dei vassoi, riduce la formazione necessaria e garantisce risultati sempre uniformi, fattore ancora più significativo in un settore che spesso deve misurarsi con la carenza di personale.

In un hotel a cinque stelle le interruzioni non sono ammesse. Il pacchetto manutenzione TotalCare™ di Welbilt UK, garantisce perciò l'intervento tecnico 24/7, festività comprese, nonché un intervento di manutenzione all'anno. "I tecnici della manutenzione sono esperti", sostiene Ferra y Castell. "Sono a disposizione in loco, gentili ed efficienti". Per una cucina a vista, questa tranquillità non ha prezzo.

Le ambizioni di Pavyllon vanno ben oltre Londra e presto raggiungeranno Dubai e Abu Dhabi. "Il progetto prevede un'espansione mondiale", conclude Ferra y Castell.

Un'opportunità notevole per Convotherm. "È l'occasione che fa per noi", dice Pedersen. "Gastronomia di prim'ordine e aspettative elevate. È perfetto per il nostro portafoglio prodotti".





"I forni, con la loro gamma completa di funzioni premium, si integrano perfettamente nella cucina"

Claus Pedersen
Convotherm



BRAND FOCUS

CONVOTHERM®

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

489
L'innovazione non arriva mai per caso. Nel corso degli anni, Convotherm ha depositato 489 domande di brevetto, 73% delle quali con esito positivo

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'IA

convotherm.com

03
STORIE DI SUCCESSO

L'essenza della Sardegna

Il design contemporaneo dell'hotel W Sardinia – Poltu Quatu coniuga la tradizione sarda e la bellezza delle sue coste. Lauren Hurrel racconta come la collaborazione tra Grandimpianti e Castello SGR hanno dato vita alla sua visione

Famosa in tutto il Mediterraneo, la Sardegna è nota per le rovine dell'Età del Bronzo, i rilievi montuosi e le acque cristalline. Con un design che interpreta la vivace cultura isolana attraverso un equilibrio tra tradizione e sofisticata modernità, materiali di provenienza locale e pezzi artigianali ispirati all'arte antica e alle ceramiche, l'hotel W Sardinia – Poltu Quatu rende omaggio al territorio fin dal nome, che in sardo significa "porto nascosto".

Affacciato su un vivace porto turistico e a pochi minuti da spiagge di sabbia bianca, scogliere e acque turchesi, l'hotel vuole "concentrare l'energia e la contemporaneità del brand W in uno degli angoli più suggestivi dell'isola", commenta Andrea Scanu, Food & Beverage Director di W Sardinia – Poltu Quatu. "A renderlo così speciale sono l'ubicazione, tra il porto e le formazioni rocciose naturali, e l'atmosfera nel suo complesso: vivace, chic e in armonia con l'identità dell'isola".

La location vanta tre spazi per la consumazione di cibi e bevande dal carattere unico (TANIT, W Lounge e WET Deck) per un totale di 150 posti a sedere e 65 lettini a bordo











“Una progettazione accurata e una collaborazione solida ci hanno permesso di rispettare le scadenze”

Alessandro D’Andrade
Grandimpianti



“Grandimpianti è una realtà molto preparata nella progettazione di strutture ricettive complesse e su larga scala, per questo ci siamo rivolti a loro”

Andrea Scanu
W Sardinia – Poltu Quatu

piscina. La collaborazione con Grandimpianti, esperti di attrezzature per la ristorazione, e la società di gestione e investimento immobiliare Castello SGR ha permesso di elevare l’esperienza degli ospiti e l’efficienza operativa.

“Poltu Quatu è da sempre sinonimo di esclusività e bellezza da custodire. Il progetto segna una svolta nel nostro percorso da semplice struttura alberghiera a destinazione con un’ispirazione lifestyle più integrata e sostenibile”, dichiara Michelangelo Ripamonti, Head of Hospitality Investments di Castello SGR. “La nostra strategia è valorizzare il fascino naturale del luogo con interventi architettonici di pregio in sintonia con il paesaggio, elevando l’esperienza degli ospiti a standard di lusso internazionali. Vogliamo creare un dialogo armonico tra tradizione mediterranea e innovazione d’avanguardia”.

Un ampio ventaglio di possibilità

Lo sviluppo delle tre location ha richiesto delle attrezzature su misura e una pianificazione attenta. Il ristorante TANIT offre un’esperienza conviviale focalizzata sul pescato locale, una suggestiva vista sul porto e il tocco in più di Dolce Room di Fabrizio Fiorani per i dessert. W Lounge propone una cornice casual in cui consumare drink e snack, mentre WET Deck cattura e incanala l’energia che si respira a bordo piscina fino a sera.

“In fase di progettazione, abbiamo definito tre priorità: la varietà delle proposte gastronomiche da proporre durante il giorno; il legame con il territorio attraverso una rivisitazione contemporanea dei sapori sardi; oltre a comfort e fluidità degli spazi, soprattutto a bordo piscina, per un’esperienza rilassata e naturale”, osserva Scanu.

Forte del suo know-how tecnico, Grandimpianti ha progettato spazi operativi efficienti, attrezzature affidabili e un flusso di lavoro ottimizzato, elevando la soddisfazione degli ospiti e gli standard di servizio.

“Grandimpianti è una realtà con grande esperienza nella progettazione di strutture ricettive complesse e su larga scala, per questo ci siamo rivolti a loro. Il suo team è in grado di tradurre un concept in una soluzione concreta, funzionale ed efficiente.”, spiega Scanu. “L’azienda ha ottimizzato l’intero processo con la sua esperienza, garantendo che in ogni spazio dedicato alla ristorazione tutto andasse come previsto. Questo connubio di competenza, affidabilità e capacità di far funzionare le idee era proprio ciò che ci serviva”.

Grandimpianti vanta oltre 60 anni di esperienza nella progettazione, fornitura e installazione di cucine professionali e impianti di lavanderia per il settore contract ed engineering. “Avevamo già collaborato con successo con Castello SGR, instaurando un rapporto solido e di fiducia basato su know-how e affidabilità”, afferma Alessandro D’Andrade, General Manager di Grandimpianti.

“Lo studio Currie & Brown si è rivolto a Grandimpianti nella fase di progettazione di W Sardinia, e Grandimpianti ha fornito sin da subito la sua consulenza e un’assistenza tecnica a tutto tondo. Questo approccio integrato ha garantito continuità tra progettazione ed esecuzione, ma anche efficienza, uniformità e standard elevatissimi in ogni passaggio della realizzazione della prestigiosa struttura ricettiva”, conclude.



W Sardinia – Poltu Quatu vanta tre spazi per la consumazione di cibi e bevande







Collaborazione e impegno

L’inaugurazione fissata per agosto 2025 imponeva ritmi serrati, un coordinamento attento e una presenza costante in loco per monitorare i lavori.

“Aprire un hotel con tre aree ristorazione in soli 10 mesi è già di per sé una sfida notevole”, osserva Scanu. “Come in ogni hotel in cui ho lavorato, gli imprevisti sono all’ordine del giorno. A fare la differenza è stato il team, sempre disponibile e pronto a intervenire. Ci ha permesso di gestire ogni sfida e dare vita al progetto”.

Da maggio a luglio, i tecnici hanno ultimato l’installazione delle attrezzature firmate Amana®, Commercial, Carpigiani, Comenda, Convotherm®, DIHR, Friulinox, Grandimpianti I.L.E., Icematic, Mareno, Menumaster® Commercial, OEM, Polaris e Scotsman.

“Abbiamo installato la linea di cottura e i sistemi di refrigerazione ad alta efficienza Mareno. Le parole chiave erano compattezza, velocità e affidabilità”, spiega Scanu. “Il fiore all’occhiello è decisamente la linea Mareno, sinonimo di uniformità e prestazioni elevate in tutti gli spazi”.

Lavorando nel rispetto degli standard del brand e delle esigenze operative, Grandimpianti ha proposto, ove necessario, attrezzature alternative per ottimizzare prestazioni, funzionalità e affidabilità soddisfando sempre le aspettative. “Grazie a una progettazione accurata, a una solida collaborazione con gli altri fornitori e all’impegno dell’intero team, abbiamo rispettato le scadenze e completato il progetto in tempo per l’inaugurazione”, aggiunge D’Andrade.

La riuscita del progetto nasce dalla collaborazione e trasparenza degli stakeholder e da un approccio orientato al risultato. Il lavoro di squadra ha permesso una risoluzione rapida dei problemi, un uso efficiente delle risorse e un coordinamento tempestivo, essenziali per rispettare i tempi previsti. “Il progetto è stato un successo perché tutti avevano lo stesso obiettivo e la stessa energia. Nonostante le scadenze, con tre locali da aprire e innumerevoli aspetti da coordinare, tutti remavano nella stessa direzione. Ne vado fiero perché abbiamo trasformato una visione ambiziosa in realtà, e l’abbiamo fatto insieme. La visione dei locali pienamente operativi è ancora più speciale se si pensa al lavoro di squadra, al problem-solving e all’impegno verso ogni dettaglio che l’hanno resa possibile. La chiave del successo è che tutti hanno creduto nel progetto, e questo ha fatto la differenza”, commenta Scanu.

BRAND FOCUS

GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING

300+
Grandimpianti ha lavorato a più di 300 progetti di hotel

1965
L’azienda è stata fondata oltre 60 anni fa

5
Grandimpianti lavora con cinque categorie di clienti principali

grandimpiantiali.it



Navigare con stile: lusso e affidabilità

Quando la nave da crociera fluviale *The Nobleman* necessitava di cucine in grado di garantire un servizio pasti affidabile e coerente con la sua immagine esclusiva, gli esperti di cucine navali Ahorn si sono rivolti ad Ambach. Lauren Hurrell mette a nudo la partnership che ha portato alla riuscita del progetto



Una nave del calibro di *The Nobleman* necessita di attrezzature affidabili

The Nobleman, nave da crociera fluviale lunga 135 m della Van Loon Cruises, offre ai suoi 168 passeggeri 84 cabine esclusive, la maestria artigianale olandese e servizi moderni e lussuosi. Dopo il viaggio inaugurale effettuato lo scorso novembre sul Reno, opera sulla tratta Amsterdam-Basilea. Per un'imbarcazione simile è essenziale offrire un'esperienza di lusso, con servizi come una palestra, una sala massaggi e una sauna. Tra interni decorati con gusto, finiture premium e pasti da gustare ammirando panorami mozzafiato, la vita sulla nave coniuga relax, comfort e flessibilità.

Ovviamente, il cibo servito a bordo non è da meno. Una nave di questo calibro necessita di attrezzature affidabili a supporto di un servizio solido, efficiente e di alto livello. Nel 2018, queste esigenze hanno portato Frank Verschure, Managing Director di Ahorn Grootkeukentechniek, a mettere in contatto Van Loon Cruises e Ambach, forte del rapporto già esistente con l'azienda e della fiducia nelle sue competenze.

"Ci siamo occupati delle attrezzature dalla A alla Z", racconta Verschure. "Per esempio l'attrezzatura da cucina, per il servizio bar, per il pontile esterno e per le cucine all'estremità della nave", prosegue, riferendosi al bistrot Grandeur, al ristorante Baroness e al lounge bar Majesty.

"Nel bistrot, nel ristorante e nel bar, tutto deve rispettare standard elevati. Ambienti ed esperienza offerta devono essere di alta gamma", conclude.

Una coppia vincente

Con sede in Italia, Ambach produce attrezzature premium per la cottura orizzontale pensate per cucine di hotel, ristoranti, navi da crociera e per per il settore pubblico. Per Ambach, la realizzazione di cucine navali costituiva la naturale estensione del proprio know-how in un mercato in crescita, con un numero sempre maggiore di imbarcazioni come *The Nobleman*. L'obiettivo era progettare strutture all'altezza di un'esperienza di ristorazione di alta gamma, coerenti con il lusso della nave e facili da mantenere e pulire, per evitare interruzioni e perdite di tempo prezioso.

"Il nostro motto è 'You, your kitchen': puntiamo sempre a soddisfare le esigenze del cliente finale", dichiara Niklas Burkard, Sales Manager di Ambach.

"Uno dei nostri punti di forza è la produzione di blocchi di cottura su misura. I nostri progetti di successo nel mondo includono hotel a quattro o cinque stelle e ristoranti stellati Michelin".

Questa premessa, unita all'esigenza di tenere conto delle specificità del contesto, ha posto sfide importanti che Ambach e Ahorn erano ben preparate ad affrontare, grazie alle loro competenze complementari. Ambach produce le sue cucine e sviluppa le sue tecnologie nel Nord Italia, con il supporto di un reparto R&D interno.

"L'attrezzatura a bordo deve essere affidabile, perché l'assistenza è più complessa rispetto alla terraferma. Anche i nostri prodotti più standard soddisfano questi requisiti sulle navi", afferma Burkard.





ambach



"A bordo, la vera sfida è bilanciare esigenze tecniche e desideri del cliente"

Frank Verschure
Ahorn Grootkeukentechniek



"Il nostro motto è 'You, your kitchen': puntiamo sempre a soddisfare le esigenze del cliente finale"

Niklas Burkard
Ambach





“Avevamo già lavorato su altre navi, perciò il nostro partner sapeva già su quali modelli poter puntare. Questo ha semplificato il processo”, continua.

Le sfide principali consistono nel bilanciare i desideri dei clienti e le esigenze tecniche, senza dimenticare il rapporto costi-benefici e preservando la ricercatezza della nave. “A bordo, la vera sfida è bilanciare esigenze tecniche e desideri del cliente”, aggiunge Verschure. “Costruire una nave è difficile, con tutte le tubature e le cisterne. Più difficile rispetto alle cucine sulla terraferma. Per coordinare sistemi di scarico e spazi accessibili serve una collaborazione precisa con numerosi interlocutori”.

Il lato tecnico dell’eccellenza

I blocchi cottura Ambach sono ideali per l’installazione e l’utilizzo su imbarcazioni grazie all’esclusivo sistema di giunzione. Il design modulare e il sistema di giunzione permettono di connettere saldamente le apparecchiature creando configurazioni flessibili e facili da pulire. Il sistema di binari a forma conica uniti tramite un connettore a forca, insieme alle guarnizioni in gomma, garantiscono una connessione stagna e robusta tra i moduli. Con questa soluzione si eliminano fughe e punti critici, rendendo più facile e veloce il processo di pulizia riducendo allo stesso tempo l’uso di detergenti.

Il sistema di giunzione Ambach impiega dischi circolari e un connettore a forcella, uniti a guarnizioni interne in gomma che collegano i vari elementi. Le giunzioni continue e a tenuta stagna così ottenute offrono maggiore igiene e una pulizia semplificata. Inoltre, la struttura modulare ammette riconfigurazioni per modifiche future al concept del ristorante o al menù. “Era fondamentale che il personale in cucina non perdesse tempo nelle pulizie”, spiega Verschure. “Nella cucina, è tutto chiuso. Tutti i piani e le superfici di lavoro sono fissati saldamente uno all’altro per uno spazio pulito e di facile manutenzione”.

La nuova cucina assicura maggiore capacità produttiva, migliora l’efficienza e offre una piattaforma più robusta e affidabile per lavorare senza stress. Il progetto prevede anche l’installazione di una piastra da incasso, usata principalmente per la cottura di carne, pesce e verdure.

“Abbiamo scelto un modello innovativo, con i bordi inferiori arrotondati”, spiega Burkard. La piastra viene premuta e saldata in modo diverso rispetto alle precedenti e risulta perciò ampia, facile da pulire e molto resistente allo stress termico. Il bordo che la circonda impedisce ai liquidi e allo sporco di colare sulla superficie di cottura”.

La brasiera installata, un’apparecchiatura multifunzione utilizzata per friggere, brasare e rosolare, le bistecchiere sono dotate di Thermoblock Ambach. Questi elementi riscaldanti integrati in blocchi di alluminio assicurano una distribuzione uniforme del calore coprendo l’intera area di cottura, garantiscono inoltre una maggiore durata e protezione dell’attrezzatura a lungo termine.

Il generatore del piano a induzione, che alimenta la cottura elettromagnetica, è installato nel modulo superiore per liberare spazio nei vani inferiori.

Promesse mantenute

Il successo delle attrezzature e dell’intero progetto rispecchia gli standard Ambach attraverso cucine accessibili e di qualità, adatte alle navi da crociera fluviali e potenziate dalla solida collaborazione con Ahorn.

“Ambach è il nostro fornitore ideale”, proclama Verschure. “Fa sempre un ottimo lavoro, ci procura esattamente l’attrezzatura che desideriamo e adotta standard elevati”.

Il risultato è una collaborazione rafforzata con un notevole potenziale futuro per cucine da imbarcazione sofisticate ed efficienti, che aiutano i clienti a mantenere la promessa di un’esperienza di lusso per i propri ospiti.

“La collaborazione già consolidata con l’azienda, Ahorn, sta acquisendo sempre più importanza per Ambach”, aggiunge Burkard.

“Per noi è un vero piacere lavorare con loro poiché sono affidabili e c’è fiducia reciproca. Abbiamo gettato basi solide, che auspico possano diventare sempre più forti nei prossimi mesi e anni”.



The Nobleman offre ai passeggeri la maestria artigianale olandese

“Ambach è il nostro fornitore ideale. Fa sempre un ottimo lavoro e adotta standard elevati”

Frank Verschure
Ahorn Grootkeukentechniek



“L’attrezzatura deve essere affidabile perché l’assistenza è più complessa rispetto alla terraferma”

Niklas Burkard
Ambach



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

37

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

ambach.com



Quando la boulangerie francese stringe la mano all'arte

Inizialmente, l'idea di aprire una boulangerie all'interno del Louvre sembrava un'impresa impossibile. Oggi, la Boulangerie du Louvre è un omaggio creativo all'arte parigina e un tributo ai prodotti da forno artigianali francesi, racconta Lauren Hurrell

La Boulangerie du Louvre a Parigi si trova proprio sotto l'iconica piramide di vetro del Louvre, opera dell'architetto cino-americano I. M. Pei. Questa panetteria, prima del suo genere in un grande museo, è la massima espressione della creatività, della competenza e dell'ambizione degli Head Baker Pascal Rigo e Arnaud Chevalier, che sognavano una panetteria unica, espressione della loro visione della panificazione artigianale francese.

Al suo interno si trova un laboratorio dedicato alla preparazione di prodotti a lievitazione naturale Vitus, antica coltura madre scoperta nella Biblioteca del Lievito Madre di Puratos a Saint-Vith, in Belgio. Dalle vetrate è possibile osservare come il pane viene impastato, fatto lievitare e cotto in loco in un'esibizione quotidiana delle tradizionali tecniche francesi. Il pane viene modellato in filoni, inciso e infarinato, mentre i croissant e altri classici della pasticceria vengono ultimati in un processo che rende omaggio al museo.

Progettati dagli architetti Margaux Lhermitte e Corentin Nicolas dello studio CBA Design, il layout e il laboratorio della boulangerie ponevano una sfida tecnica: far fronte, con un'attrezzatura versatile e compatta, al ritmo serrato di un museo che accoglie oltre 35.000 visitatori al giorno. Di questi, circa 1.800 persone diventano clienti della boulangerie, che produce quotidianamente 1.300 prodotti di pasticceria e da 1.500 a 1.700 filoni di pane da sandwich.

Tra tutte le innumerevoli prove, per Chevalier l'ostacolo principale erano la sicurezza e il dover convincere il personale coinvolto che il progetto fosse fattibile: "Ho incontrato 55 dei 58 pompieri presenti al Louvre, più o meno", racconta l'Head Baker Arnaud Chevalier, "perché quando hanno saputo dell'apertura della boulangerie nel museo si sono detti preoccupati".

Quando il gioco si fa duro

La creazione di una boulangerie con "laboratorio a vista" in uno spazio pubblico, per di più con specifiche diverse dal solito panificio, richiedeva grande attenzione a ogni dettaglio legato alla sicurezza e alla produzione. Con un'area a vista di 25 mq e 15 mq di spazi di produzione dietro le quinte, la sfida consisteva nel produrre grandi volumi in sicurezza ed efficienza in uno spazio ristretto, aspetto in cui Chevalier è specializzato. Il progetto ha richiesto tre anni di lavorazione, dalla progettazione all'inaugurazione, di cui due di negoziazione e studi di fattibilità su sicurezza e installazione prima dell'avvio dei lavori.

"Volevamo mostrare il know-how di un forno artigianale riservando un occhio di riguardo a un pubblico globale, dato che il 70% dei clienti proviene dall'estero", afferma Chevalier. Da qui la scelta di preparare croissant al cioccolato al posto del tradizionale pain au chocolat.

Chevalier è da sempre cliente di Bongard,



"Una produzione su vasta scala in 40 mq è sempre una sfida"

Arnaud Chevalier
Boulangerie du Louvre



La Boulangerie du Louvre a Parigi si trova sotto l'iconica piramide di vetro del Louvre





azienda francese specializzata in attrezzature da forno dal 1922, e da 20 anni collabora con il brand ad altri progetti, facendo affidamento sia sui prodotti del marchio che sulla sua assistenza post-vendita. Chevalier e Rigo avevano già cooperato con Bongard a progetti come La Petite Boulangerie di Gironda, in Francia. Pienamente soddisfatti dell'attrezzatura e del servizio, hanno deciso di proseguire la collaborazione con un'iniziativa che presentava diverse somiglianze con le sfide passate.

"Dal mio punto di vista il marchio di fabbrica di Rigo e Chevalier è la capacità di aprire boulangerie artigianali dove nessuno l'avrebbe ritenuto possibile. Il Louvre ne è l'ennesimo esempio", racconta Sébastien Guerin, Key Account Manager di Bongard.

"Non meno importante è la filosofia produttiva di Pascal e Arnaud: un modello di panetteria virtuoso che prevede l'utilizzo di farina 100% biologica e ingredienti da agricoltura equa e responsabile".

Un'istituzione del settore

Ad oggi, Bongard distribuisce i suoi prodotti in più di 140 Paesi e fornisce installazioni e assistenza 24 ore su 24. La rete di distributori in tutta la Francia contribuisce a fornire assistenza post-vendita e supporto dopo l'installazione dell'attrezzatura. A Parigi, Chevalier e la boulangerie sono supportati da Panifour, che assicura un intervento rapido e collaborativo al bisogno.

"Una sfida notevole era svolgere i lavori negli orari di apertura del museo, e proprio accanto alla biglietteria", racconta Vincent Hardouin, Presidente di Panifour, che ha sottolineato anche quanto le rigide misure di sicurezza del Louvre complicassero il trasporto di attrezzature e materiali.

"Dovevamo essere il più discreti possibile, cosa non facile in un cantiere. Abbiamo dovuto lavorare anche di notte, negli orari di chiusura. L'atmosfera era davvero unica".

"Un'altra sfida tecnica era eliminare la condensa della cottura in forno. Il museo non prevede un sistema di aspirazione, perciò Bongard ha ideato un modo per riciclare il vapore e altri fumi di scarico. E, ovviamente, produrre su vasta scala in 40 mq è sempre una sfida", aggiunge Chevalier.

Paneotrad®, una delle attrezzature chiave fornite da Bongard, è un sistema brevettato per suddividere e modellare l'impasto che permette a Chevalier e a Rigo di produrre 1.500 panini al giorno. Questa tecnologia riduce fino al 30% il tempo di lavoro, minimizzando la dispersione di farina nell'aria e i problemi respiratori.

Paneotrad è stata un'attrezzatura fondamentale fornita da Bongard alla Boulangerie du Louvre

Delizie dal paradiso

Ad oggi, la boulangerie ha conquistato il museo e i suoi clienti e si è ampliata in nuovi punti vendita e ristoranti del museo, tra cui Le Café des Lions. Il museo sta ora assaporando l'idea di portare i prodotti del forno anche nel Parvis, la vasta piazza dominata dalla piramide, per dimostrare il proprio coinvolgimento ed entusiasmo per il progetto.

Per Chevalier, questa è stata sia un'importante sfida personale e professionale sia un risultato di cui andare orgogliosi, dato che il pane viene preparato con farina biologica e lievito madre direttamente sotto gli occhi del pubblico. "Come fornaio artigianale, voglio condividere questa esperienza e le sue peculiarità con il grande pubblico. Il fatto di essere al Louvre mi dà ispirazione e mi motiva a continuare a sviluppare progetti simili in futuro", afferma.

La collaborazione tra Bongard, Rigo e Chevalier prosegue con l'azienda di questi ultimi, Sitos, che mette in contatto grandi punti vendita e panettieri artigianali che vogliono inserirsi nei supermercati con attrezzature Bongard.



A destra, dall'alto verso il basso: Sébastien Guerin, Bongard; Pascal Rigo, Boulangerie du Louvre





"Pascal e Arnaud sono un vulcano di idee e progetti di vario tipo e non hanno certo smesso di sorprenderci", dichiara Guerin.

Ogni aspetto della Boulangerie du Louvre è stato ragionato con attenzione, in un mix di passione e competenza. Il lievito madre, ad esempio, proviene da una speciale biblioteca ed è considerato l'unico mai rappresentato nell'arte. Un dettaglio che, come altri, rivela la peculiarità e lo spirito creativo del progetto.

"L'affidabilità dell'attrezzatura, la professionalità dei nostri team e dei rivenditori e le soluzioni innovative, come Paneotrad, hanno fatto la differenza nel soddisfare le richieste degli ambiziosi progetti di Arnaud e Pascal", spiega Guerin. "Quest'avventura è una storia umana, in cui i rapporti e la fiducia vantano un ruolo chiave nella collaborazione costruita negli anni".





BRAND FOCUS

BONGARD

1922

Oscar Bongard fonda la sua azienda di attrezzature per panifici nel 1922

70%

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

140+

Bongard opera in più di 140 Paesi

bongard.fr



Gusto ed esperienza, perfetti per gli ingredienti spiccare il volo

Dalla rapida crescita di Wingstop nel Regno Unito e l'attenzione del brand per il gusto è nata una collaborazione strategica con Carpigiani UK, specialista in attrezzature per frozen dessert e frozen drink. Lauren Hurrell ci parla del conseguente ampliamento dell'offerta con milkshake, dessert e molto altro



Wingstop sta ampliando la sua "esperienza di gusto" con milkshake, gelati e altri frozen dessert

Inaugurato nel 1994 a Garland, in Texas, Wingstop nasce come piccolo ristorante in stile Buffalo specializzato in alette di pollo. Oggi la sua espansione internazionale prosegue a passo sostenuto, con più di 2.500 sedi tra Stati Uniti, Messico, Colombia, Panama, Singapore, Indonesia, Malesia, Regno Unito, Francia ed Emirati Arabi Uniti.

Anche il menù è cambiato. Nota soprattutto per gli iconici 10-12 tipi di alette, la catena offre oggi un'autentica "esperienza di gusto" con una gamma di milkshake, gelati e altri frozen dessert apprezzatissimi dai clienti più fedeli e da quelli nuovi.

Norbert Suki, Head of Operational Excellence di Lemon Pepper Holdings, Master Franchisee Wingstop per il Regno Unito e l'Irlanda, scrive su LinkedIn dopo l'annuncio: "Dopo mesi di preparativi, con l'installazione di nuove postazioni per i milkshake in più di 35 ristoranti e la collaborazione con Carpigiani UK per la fornitura di macchine premium, siamo pronti. Preparatevi a provare milkshake di qualità con un mix di vero gelato e gusti unici, che debutteranno in esclusiva su Deliveroo in tutto il Paese. Ci auguriamo che li amerete tanto quanto le nostre alette. Un sentito grazie alla sede centrale e ai team locali per l'impegno dimostrato".

Il gusto di mantenere una promessa

Secondo Paul Richards, Sales Director di Carpigiani UK, sono state l'impressionante crescita di Wingstop e la sua capacità di conquistare una nuova clientela più giovane a suscitare inizialmente l'attenzione di Carpigiani. "Avevamo seguito la volata iniziale di Wingstop nel Regno Unito ed eravamo rimasti colpiti dalla velocità con cui coinvolgevano i clienti più giovani e costruivano una cultura basata sul gusto e sull'esperienza. Sembrava che il brand conoscesse i propri clienti quanto noi i nostri", afferma.

Esperto nella preparazione di frozen dessert e frozen drink, Carpigiani si rivolge sia a singoli punti vendita che muovono i primi passi nel mondo dei gelati tradizionali, gelati soft e milkshake sia a brand in rapida crescita, con ambizioni nazionali. L'azienda è fiera di trasformare le visioni dei clienti in progetti di facile realizzazione, coerenti e dal grande successo commerciale. Specializzata in attrezzature professionali per gelato artigianale o soft e milkshake, Carpigiani si impegna a studiare il menù di ogni cliente, gli spazi, il modello adottato per lo staff e l'esperienza finale desiderata.

"Ogni cliente è diverso, e da questo dipende il nostro approccio", proclama Paul Ingram, Managing Director di Carpigiani UK.

L'ampia offerta Carpigiani include soluzioni compatte per piccole attività indipendenti e punti vendita QSR ad alta affluenza, mantecatori e pastorizzatori per produttori artigianali e non solo. L'azienda offre anche formazione, indicazioni pratiche e assistenza a lungo termine per favorire la sicurezza e la crescita post-vendita dei clienti.

Partner ideale per la rapida espansione di Wingstop e i suoi investimenti in tecnologie smart da cucina, Carpigiani ha aiutato l'azienda a preparare frozen drink e frozen dessert di qualità costante e in grandi numeri, ampliando l'esperienza di ristorazione.

Questa visione condivisa ha spinto Carpigiani a contattare la catena per valutare le possibili opportunità e unire le forze per migliorare l'offerta di frozen drink e frozen dessert. Da quell'incontro, i due team hanno sviluppato un piano basato su uniformità, velocità e affidabilità su vasta scala. Un test in loco della macchina da milkshake 161 K G SP di Carpigiani ha dimostrato che la giusta attrezzatura avrebbe aiutato Wingstop a ottenere una produzione di alta qualità, rapida ed efficiente per migliorare la soddisfazione



"Ogni cliente è diverso, e da questo dipende il nostro approccio"

Paul Richards
Carpigiani UK











Wingstop voleva milkshake pronti in tempi rapidi, di qualità costante e in linea con l'energia, il gusto inconfondibile e la qualità del loro menù

dei clienti e supportare una crescita continua.

"Al primo incontro con Wingstop UK, non abbiamo parlato di una macchina specifica: volevamo comprendere la loro visione", spiega Richards. "Hanno chiarito cosa volevano offrire ai clienti: milkshake pronti in tempi rapidi, di qualità costante e in linea con l'energia, il gusto inconfondibile e la qualità del loro menù. Quando si è arrivati a parlare di attrezzature, hanno accolto con entusiasmo i nostri consigli".

Un approccio mirato

Nelle prime fasi del progetto, anche il Development Chef di Carpigiani ha contribuito allo sviluppo di menù e prodotti valutando texture, consistenze, modalità di servizio e prestazioni delle diverse basi per milkshake durante il giorno. L'approccio collaborativo ha aiutato Wingstop a definire il profilo di milkshake desiderato e garantire che l'attrezzatura potesse erogarlo con costanza su larga scala.

"Da qui abbiamo illustrato loro l'intera gamma di soluzioni per milkshake di Carpigiani. Abbiamo esaminato ogni opzione, dai modelli ad alta capacità per i locali di punta più affollati alle macchine a ingombro ridotto per le cucine più piccole", rivela Richards. "Non volevamo spingerli verso un prodotto specifico, ma aiutarli a comprendere gli aspetti operativi di ogni elemento: velocità, pulizia, efficienza energetica, resistenza e capacità di far fronte all'ora di punta senza rinunciare alla qualità".

Un progetto simile con un operatore delle dimensioni di Wingstop comporta delle sfide. Con il ritmo di crescita dell'azienda, la sua forte identità e la sua dedizione a un'esperienza finale del cliente molto specifica, una proposta standard e in pronta consegna non sarebbe stata sufficiente. Ogni fase richiedeva un affiancamento personalizzato, e Carpigiani ha saputo garantirlo.

"Una sfida inedita anche per noi era la pressione economica di un concorrente diretto. I suoi costi iniziali erano decisamente inferiori, sulla carta era un'offerta interessante", confida Richards. "Quando abbiamo scomposto insieme a Wingstop lo scenario operativo reale, tra consumi energetici, tempi di pulizia, resistenza, componenti, assistenza e costo totale di proprietà negli anni, il discorso è cambiato. È apparso subito evidente che a lungo termine l'opzione più economica sarebbe stata più costosa".





Carpigiani ha offerto a Wingstop consigli su misura per perfezionare il profilo di milkshake desiderato

Questa trasparenza ha aiutato Carpigiani ad assicurarsi il progetto: "Ed è proprio questo che ci piace: lavorare a stretto contatto, ascoltare con attenzione e plasmare soluzioni adatte a ogni cliente. Più la sfida è unica, più la collaborazione diventa gratificante", afferma Richards.

E il futuro?

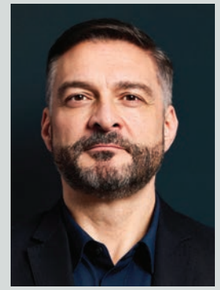
La collaborazione ha successo non solo per la tecnologia, ma anche per l'ambizione condivisa di elevare l'esperienza di gusto. Anche la centralità del cliente in Wingstop favorisce una collaborazione orientata alle soluzioni.

"Questa energia ci spinge a continuare a evolverci. Dal primo giorno, l'obiettivo non era solo fornire attrezzature, ma diventare un partner a lungo termine che sostenesse ogni fase di crescita del brand", spiega Richards.

"Vogliamo crescere insieme. Stiamo già studiando come assisterli con attrezzature ancora più integrate, modelli di servizio più intelligenti e spunti operativi sempre in divenire".

La continua apertura di nuovi punti vendita Wingstop e il consolidamento della sua presenza nel Regno Unito portano con sé l'opportunità di approfondire ulteriormente la partnership.

"Vorrei concludere sottolineando quanto siamo orgogliosi del percorso fatto finora, con Wingstop e con tutti i nostri clienti nel Regno Unito", afferma Ingram. "Ogni collaborazione ci insegna qualcosa di nuovo e ogni cliente porta con sé una visione, delle sfide e una personalità uniche. È questo a rendere entusiasmante il nostro lavoro".



"Ogni collaborazione ci insegna qualcosa di nuovo e ogni cliente porta con sé una visione unica"

Paul Ingram
Carpigiani UK

BRAND FOCUS

CARPIGIANI

1946
Carpigiani nasce 80 anni fa a Bologna

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

Il successo in una tazza di caffè

Chris Evans svela come la collaborazione in crescita tra Egro, JJ Darboven e Café Du Monde UK offra alle strutture ricettive di Regno Unito e Irlanda soluzioni affidabili e ad alte prestazioni "dal chicco alla tazza"









La collaborazione tra JJ Darboven, Café Du Monde UK ed Egro aiuta gli addetti del settore ad affrontare un ampio ventaglio di sfide

Nelle strutture ricettive più frequentate, servire caffè di qualità sempre elevata e in tempi rapidi è una sfida non da poco. Egro, produttore di attrezzature e parte dell'Ali Group Coffee Division, partecipa a questa impresa con il contributo della filiale locale e centro tecnico CTW-UK e degli esperti del mondo del caffè di JJ Darboven e Café Du Monde UK. Combinando attrezzatura ad alte prestazioni, formazione e supporto tecnico consolidati, le aziende aiutano i clienti a ottimizzare il servizio senza rinunciare alla qualità.

"Abbiamo istituito una nuova realtà nel Regno Unito per farvi convergere ogni aspetto, tra macchine accessibili, attrezzatura specialty e tecnologia bean-to-cup", afferma Giacomo Fontana, Regional Sales Manager Europe di Egro. "Questo ci consente di fornire ai clienti una soluzione completa e il giusto supporto in termini di formazione, assistenza e competenza tecnica".

L'azienda ha inaugurato l'hub britannico nel 2024, con uno showroom e un laboratorio di formazione tecnica a Letchworth, in Inghilterra. La struttura permette a clienti e partner di vedere le macchine in funzione, formare ingegneri e collaborare a vari progetti.

Secondo Scott Singleton, Managing Director UK & Ireland di CTW-UK, questo affiancamento pratico si è rivelato fondamentale nel rapporto con Café Du Monde UK. "Abbiamo lavorato in sinergia su svariati progetti e fornito ulteriore assistenza nei lanci più importanti", afferma. "Questa collaborazione ci ha aiutato a costruire una relazione solida e ad estendere la partnership all'intera gamma di prodotti".

Soluzioni concrete

Promotori di un servizio a 360° nel mondo del caffè, JJ Darboven e Café Du Monde UK offrono alle strutture ricettive prodotti, attrezzature e assistenza.

Graham Mongey, Managing Director di JJ Darboven Ireland, spiega che la filosofia aziendale consiste nel proporre un servizio completo, che va ben oltre la semplice fornitura di caffè.

"Forniamo caffè, tè, cioccolata calda e tutti gli strumenti necessari a ristoranti, hotel, caffetterie, uffici e non solo", racconta. "Inoltre, assicuriamo assistenza e formazione, così i clienti possono fare affidamento su un unico partner".

Café Du Monde UK adotta un approccio simile e lavora a stretto contatto con Egro per la fornitura e manutenzione delle attrezzature. "Stiamo registrando una forte crescita", dichiara Geoff Arnold, Managing Director di Café Du Monde UK. "Il nostro rapporto con il team locale di Egro di CTW-UK si basa su una collaborazione solida. In caso di problemi, siamo certi di ricevere un rapido supporto."

La partnership si è rivelata particolarmente efficace nel settore alberghiero, che richiede affidabilità e facilità d'uso. Negli hotel in cui sono installati molti prodotti, le macchine ad alte capacità devono erogare costantemente bevande di qualità a moltissimi ospiti.

"Sono perfette per la prima colazione in albergo", chiarisce Arnold. "Agli ospiti basta premere un pulsante per avere un caffè di alto livello, senza che il personale debba farsi carico di tutto".

Il valore aggiunto di Egro

Focus della collaborazione sono le macchine bean-to-cup di Egro e, in particolare, i modelli Next e MoDe. Coniugando automazione e caffè di qualità professionale, consentono di servire innumerevoli bevande con una formazione e un livello di intervento minimi.

Pensato per ambienti ad alta affluenza, Egro Next può preparare fino a 300 bevande al giorno, risultando ideale nelle strutture più frequentate. Il touchscreen HD da 10 pollici consente di programmare e personalizzare le bevande in modo rapido e intuitivo, rendendone l'uso semplice e immediato anche nei contesti più movimentati. Lo schermo offre un layout chiaro e intuitivo e consente agli operatori di accedere a numerose impostazioni, come la configurazione delle bevande e le informazioni tecniche e di manutenzione, direttamente sulla macchina.

"Questa collaborazione ci ha aiutato a costruire una relazione solida e ad estendere la partnership"

Scott Singleton
CTW-UK

Gli operatori possono anche creare diverse interfacce e passare agevolmente da una all'altra, personalizzando i menù per diversi periodi di servizio. Ad esempio, un menù da colazione semplificato, con bevande a base di caffè espresso e americano, può, con il passar delle ore, cedere il passo a una selezione più ampia, con cappuccini, flat white e altre bevande specialty.

Anche i macinacaffè integrati contribuiscono a un aroma e un'estrazione sempre di alto livello. Dopo tre estrazioni fuori standard, i macinini autoregolanti (Self-Adjusting Grinder, SAG) ricalibrano in automatico le macine per ripristinare un tempo di estrazione ottimale e mantenere una qualità di estrazione costante al variare delle condizioni.





Sopra: Graham Mongey, JJ Darboven Ireland; Geoff Arnold, Café Du Monde UK







Il design affidabile e i componenti di alta qualità riducono il rischio di ostruzioni e formazione di calcare



Il modello Next unisce flessibilità e prestazioni", afferma Singleton. "Si possono selezionare esattamente le impostazioni desiderate, da estrazioni più lente per specialty coffee a tempi di servizio più rapidi".

Anche i sistemi per il latte possono essere adattati alle esigenze dei clienti, con configurazioni con due tipi di latte, per il latte fresco o la crema di latte fredda. Questa flessibilità consente di soddisfare esigenze diverse del settore hospitality.

MoDe traduce tratti qualitativi e tecnologici simili in un formato più compatto. Ideale per attività più piccole o locali meno frequentati, può preparare fino a 180 bevande al giorno.
I componenti interni sono organizzati in moduli per agevolare la manutenzione ordinaria.

Il modello è compatibile anche con sistemi avanzati per il latte e con la lancia vapore automatica iSteam Pro, che consente di unire preparazioni automatiche e qualità artigianale.

Parola d'ordine: affidabilità

Nel mondo del caffè, affidabilità delle macchine e qualità delle bevande hanno pari importanza. Mongey sostiene che le macchine Egro abbiano ridotto notevolmente gli interventi di assistenza per azienda e clienti.

"Negli ultimi due anni, un nostro cliente ha sostituito otto macchine automatiche con modelli Egro", spiega. "E le chiamate all'assistenza sono calate di circa il 90%. Questa affidabilità è cruciale per chi basa il proprio lavoro su queste attrezzature ogni giorno".

"Gli ingegneri imparano a diagnosticare i problemi, e acquisiscono le competenze chiave per l'assistenza"

Graham Mongey
JJ Darboven Ireland

L'affidabilità è legata a vari aspetti ingegneristici, come le camere di erogazione in metallo, i macinacaffè di qualità e i componenti interni studiati per ridurre blocchi e calcare. Anche se non sempre visibili all'utente finale, questi dettagli tecnici fanno una differenza abissale in termini di manutenzione.

Un'altra funzionalità pratica è il blocco automatico delle apparecchiature che non sono state pulite in modo adeguato. "Se la macchina non viene pulita giornalmente, non funziona", spiega Mongey.

"Questo può sembrare banale, ma migliora molto l'affidabilità e il funzionamento di questi sistemi", aggiunge.

Formazione e assistenza tecnica

Oltre alle prestazioni delle attrezzature, anche la formazione e l'assistenza tecnica hanno un ruolo fondamentale nella collaborazione.

Gli ingegneri di JJ Darboven e Café Du Monde ricevono una formazione specifica sulle macchine Egro presso la sede centrale e la filiale nel Regno Unito. La formazione si concentra su installazione, manutenzione e risoluzione dei problemi, per dare ai tecnici le competenze necessarie.

"È una formazione molto pratica", precisa Mongey. "Gli ingegneri installano le macchine, le scompongono e imparano a diagnosticare i problemi, acquisendo così le competenze chiave per l'assistenza".

I clienti sono supportati anche tramite diagnosi da remoto, ove possibile, per individuare rapidamente delle soluzioni senza dover necessariamente svolgere sopralluoghi.

"In molti casi i problemi si risolvono all'istante, con una telefonata o una videochiamata", spiega Mongey. "È un grande vantaggio per i clienti".

Con l'espansione della collaborazione, emergono per tutti ulteriori opportunità di crescita che prevedono la fornitura di macchine affidabili a più sedi, una formazione esperta e le infrastrutture fondamentali per un servizio efficiente.

"Stiamo costruendo qualcosa che diventa ogni anno più solido", conclude Fontana.

BRAND FOCUS

EGRO
BUILT FOR EXCELLENCE

1934
Egro lancia Supra I, la prima macchina per il caffè filtro

2
La tecnologia a doppia caldaia Egro prevede due caldaie indipendenti per la gestione del caffè e del vapore

4
Egro sviluppa quattro sistemi diversi per la preparazione automatica di bevande a base di latte fresco

egrocoffee.com





Nel mondo del caffè, affidabilità delle macchine e qualità delle bevande hanno pari importanza

Uno stadio, infinite possibilità







Progettare gli spazi di ristorazione di uno stadio che accoglie sia ospiti di prim'ordine che folle di tifosi e fan di concerti, non è un compito da poco. Allo One New Zealand Stadium, questa complessità ha dato vita a un'operazione pensata per restare al centro della comunità per i decenni a venire. Lauren Hurrell parla con i team che hanno reso possibile questo risultato

Dall'estate 2026, lo stadio principale del centro di Christchurch, lo One New Zealand Stadium a Te Kaha, ospita competizioni sportive d'élite, grandi concerti e spettacoli. Situato nel cuore della città, è stato ricostruito nel 2019 dopo la demolizione del suo predecessore a seguito dei danni del terremoto del 2011. La nuova struttura offre un servizio a tutto tondo 365 giorni l'anno, coniugando in un unico luogo intrattenimento, coinvolgimento della comunità e hospitality di primo livello.

Non è stato semplice progettare questo stadio. Interamente coperto e attivo tutto l'anno, con qualsiasi meteo, vanta oltre 30.000 posti e può essere ampliato per gli eventi più grandi. Per servire a ritmi serrati grandi folle e ospiti VIP, erano richieste soluzioni ricettive e di ristorazione ad alta capacità.

"One New Zealand Stadium è un'infrastruttura di grande rilevanza per Ōtautahi, Christchurch, perciò era importante che la scelta di cibi e bevande rispecchiasse l'identità cittadina", afferma Caroline Harvie-Teare, Chief Executive di Venues Ōtautahi. "La filosofia di Venues Ōtautahi è radicata nell'approvvigionamento locale, e questo ha avuto un ruolo chiave nella nostra visione. Nelle strutture culinarie, era importante costruire infrastrutture in grado di supportare una produzione su ampia scala, di qualità e all'altezza del modello produttivo centrale, per garantire uniformità ed efficienza".

Un gioco di squadra

Le attività di Food & Beverage dovevano essere tanto solide quanto flessibili per servire sia le grandi folle che gli ospiti premium. Da qui è emersa la necessità di progettare più spazi, vari tipi di cucine e bar integrati in ogni parte della struttura.

"Con molti fornitori differenti, era importante ideare cucine che permettessero di preparare diversi tipi di cibo in un unico stadio", spiega Harvie-Teare. "Abbiamo lavorato con Moffat e Wildfire per progettare cucine su misura per le esigenze specifiche di ciascun rivenditore".

Wildfire Commercial Kitchens & Bars aveva il compito di progettare e sviluppare l'infrastruttura per la ristorazione, bilanciando il coinvolgimento della comunità e le necessità di un intrattenimento di livello internazionale. Il connubio è sfociato in una strategia basata su menù diversificati e versatilità operativa.

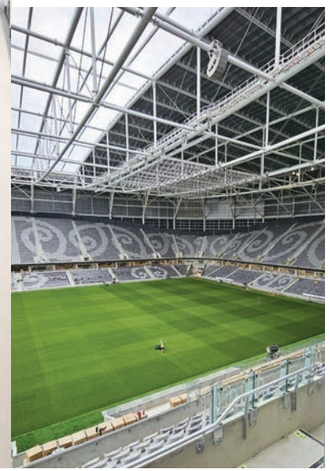
"La collaborazione tra Wildfire Commercial Kitchens & Bars e i fornitori, nello specifico Moffat, Stoddart, Just Heat Pumps & Refrigeration, DispenseWorx e Besix Watpac, ha assicurato che il progetto di cucine e bar fosse in linea con quello più ampio della costruzione dello stadio", racconta Craig Cunningham, Managing Director di Wildfire Commercial Kitchens & Bars. "Il risultato finale è un connubio tra architettura ambiziosa e praticità operativa. Abbiamo rispettato tempi e costi previsti".

Uno dei punti critici era l'efficienza operativa, poiché la cucina doveva scongiurare i momenti di congestione, snellire il flusso di lavoro e assicurare il rispetto degli standard alimentari anche in caso di tempo limitato. L'obiettivo era creare un'infrastruttura a lungo termine con cui far fronte a picchi vertiginosi di richieste, garantendo sempre qualità, uniformità e soddisfazione della clientela.

Wildfire voleva che le strutture fossero sempre sostenibili e adattabili all'evoluzione dell'hospitality e del catering per eventi. Il team ha perciò puntato su attrezzature

Immagine principale: One New Zealand Stadium è "un'infrastruttura di grande rilevanza" per Ōtautahi, Christchurch





“Una delle sfide era realizzare uno stadio interamente elettrico”

Stuart Murray
Moffat





Sopra, dall’alto verso il basso: Caroline Harvie-Teare, Venues Ōtautahi; Craig Cunningham, Wildfire Commercial Kitchens & Bars; Stuart Murray, Moffat

robuste, ad alte prestazioni e idonee a cicli di utilizzo intenso, mantenendo come priorità l’armonizzazione delle operazioni tra front-of-house e back-of-house.

Storico partner di Wildfire con sede a Christchurch, Moffat Group ha contribuito con il proprio know-how alla progettazione e produzione di un’attrezzatura da ristorazione elettrica a uso intensivo, perfetta per uno stadio completamente alimentato a elettricità.

“Questo tipo di applicazione per grandi strutture ha beneficiato delle soluzioni per una produzione centralizzata Moffat, tra cui i forni combinati e i sistemi a cottura multipla Convotherm®, così come le friggitrici e i piani cottura per gli spazi in concessione ad alta affluenza”, afferma Stuart Murray, Group Managing Director di Moffat. “Lavorando con dei professionisti, le specifiche delle attrezzature erano chiare sin dall’inizio. In più, Wildfire aveva già all’attivo esperienze in altri stadi”.

Dopo i primi scambi, la scelta di un approccio “a favore delle realtà locali” ha aiutato a definire progetto e specifiche. La fama di Moffat per prestazioni e assistenza l’ha reso un partner naturale. Le sue attrezzature sono già installate in svariate location per eventi locali e globali. “Una delle sfide per lo stadio di Christchurch era che fosse interamente elettrico”, commenta Murray. “Moffat ha una tradizione consolidata nel campo dei prodotti elettrici. In questo caso, ha accelerato lo sviluppo di una nuova friggitrice elettrica ad alte prestazioni per fornirne circa 51 alla struttura e supportare le esigenze di domanda, produzione e recupero legate ai consumi durante gli intervalli”.

Tecnologia d’eccellenza

Come prevedibile in un progetto di questa portata, sono emerse varie sfide. Gli stadi registrano picchi vertiginosi nella vendita di cibo e bevande. Sono state perciò installate delle attrezzature ad alta capacità, le cucine sono state configurate in modo strategico e sono state pianificate



BRAND FOCUS

MOFFAT

90+

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

1981

Nel 1981, Moffat Appliances introduce all’Hotel Olympia nel Regno Unito 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, prodotti da forno, sanità/distribuzione dei pasti e caffetterie

moffat.com

“Wildfire e Moffat sono stati collaboratori eccezionali”

Caroline Harvie-Teare
Venues Ōtautahi



delle ridondanze per garantire la continuità. Wildfire ha saputo superare i vincoli strutturali che limitavano le aree back-of-house con design modulari, flussi di lavoro ben pianificati e attrezzature multifunzione. Per coordinare architetti, costruttori, consulenti e operatori sono serviti un coinvolgimento tempestivo e una pianificazione chiara. La portata del progetto ha generato pressioni sul budget poiché un uso intenso, ma non continuativo, richiedeva attrezzature durevoli e professionali.

Per soddisfare i volumi elevati sono stati previsti forni ad alta capacità, friggitrici rapide e attrezzature efficienti, scelte per prestazioni e affidabilità, che assicurano un servizio rapido nelle ore di punta.

“Dato che gestiamo eventi e location con servizio catering interno, cercavamo efficienza, sostenibilità e scalabilità fin da subito”, afferma Harvie-Teare. “Wildfire e Moffat sono stati collaboratori eccezionali per noi operatori dello stadio. Ci hanno ascoltato, adeguandosi alle nostre esigenze e accertandosi che le nostre modalità operative chiave fossero integrate nel progetto. Il risultato è una struttura completamente elettrica e orientata al futuro che, oltre a essere allineata alle nostre ambizioni di neutralità carbonica, ci permette di offrire un’esperienza di ristorazione eccezionale a ogni ospite”.

“Lo stadio è un esempio virtuoso di ristorazione integrata negli impianti neozelandesi”

Craig Cunningham
Wildfire Commercial Kitchens & Bars

La competenza ingegneristica di Moffat ha fatto sì che l’attrezzatura soddisfacesse le esigenze dello stadio. Wildfire e Moffat hanno sviluppato per l’occasione la friggitrice elettrica HPO e la rete di assistenza locale Moffat assicura una manutenzione continua per un successo duraturo.

“Lo stadio non è solo una sagoma inconfondibile nello skyline urbano, ma anche un esempio virtuoso di ristorazione integrata negli impianti neozelandesi”, afferma Cunningham. “Wildfire è fiera del suo ruolo chiave nella creazione di un’infrastruttura a disposizione della città e dei visitatori per i decenni a venire”.





IL MERCATO CENTRALE BOLZANO IN CIFRE

4.300
mq di spazio

18
concept restaurant

1.000
posti a sedere

50+
dipendenti

ambach.com
grandimpiantiali.it

Nell'ambito del progetto di rigenerazione urbana WaltherPark, l'obiettivo era creare una food hall che racchiudesse sotto lo stesso tetto 18 botteghe, ognuna espressione della tradizione gastronomica italiana e delle specifiche esigenze tecniche e operative. Lauren Hurrell racconta la collaborazione tra i partner del progetto e il contributo decisivo di due brand Ali Group.

Rinnovare nel rispetto della tradizione

WaltherPark è un progetto unico di riqualificazione urbana che ha restituito alla città di Bolzano spazi pubblici di alta qualità. Il cuore pulsante del complesso è il Mercato Centrale, con 1.000 posti a sedere. WaltherPark vanta anche 110 appartamenti esclusivi circondati da giardini pensili a 15 m di altezza, in uno dei quartieri urbani più innovativi d'Europa.

"Il progetto prevedeva lo sviluppo integrale dell'area ristoro al secondo piano della nuova Highstreet Gallery di WaltherPark a Bolzano", racconta Marco Feola, Architect Project Manager di EXA Group. "La nostra missione consisteva nel trasformare uno spazio di 4.300 mq in una vivace location ispirata al Mercato Centrale e allineata alla visione del fondatore Alberto Montano e alla direzione creativa di TA Architettura. Volevamo creare un ambiente premium in cui la qualità architettonica dialogasse in modo armonioso con le complesse esigenze operative di ciascun ristoratore per offrire un'esperienza inedita e coinvolgente".

Con oltre 80 punti vendita oltre al Mercato Centrale Bolzano, un centro fitness Virgin Active, il ristorante panoramico Mochi, un parco riqualificato e molto altro, il complesso punta a offrire un'oasi verde nel cuore della città, mettendo a disposizione di visitatori e residenti tutto ciò di cui hanno bisogno.

Grazie a un approccio collaborativo che ha integrato una selezione ad hoc di attrezzature del portafoglio Ali Group, Grandimpianti e Ambach hanno svolto un ruolo di particolare rilevanza nel dare vita al progetto. La complessità dell'intervento richiedeva un attento equilibrio tra la standardizzazione delle attrezzature e la capacità di rispondere alle specifiche esigenze operative di ciascuna bottega: una sfida che entrambi i brand erano pronti ad affrontare.

"La nostra ambizione è offrire a Bolzano un'esperienza gastronomica davvero unica e innovativa per dimensioni, qualità e atmosfera", commenta Thibault Chavanat, Chairman of the Board di WaltherPark SPA. "Fondato sull'apertura e sull'inclusione, il Mercato nasce per accogliere ogni tipo di utenza".

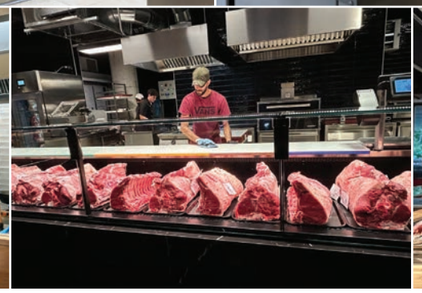
La visione

Il progetto del Mercato Centrale di Bolzano si articolava intorno a una visione incentrata su 18 botteghe artigianali, ciascuna dedicata a un diverso concept gastronomico.











La proposta culinaria comprende pasta fresca, pizza, gelato, hamburger e piatti a base di pesce e tartufo, ma anche una selezione di dessert.

"Sotto la guida di Alberto Torsello, l'architettura e l'interior design sono stati sviluppati per risultare in forte contrasto con il resto del centro commerciale", afferma Chavanat. "Non è un luogo ricercato, ma una sorta di 'grotta' delle Dolomiti, dove scoprire autentici tesori gastronomici in un'atmosfera accogliente e protetta".

Il coordinamento di 18 concept diversi, ciascuno con le proprie esigenze e identità culinarie, ha comportato svariate sfide tecniche. La riuscita del progetto richiedeva un'attenta armonizzazione degli standard delle attrezzature, da conciliare con le esigenze operative di ogni bottega.

"Torsello e alcuni artigiani avevano un'idea molto precisa di ciò che serviva per dare vita a un luogo unico. Tutti i banconi sono stati progettati come pezzi unici su misura", precisa Chavanat. "Ci siamo rivolti a EXA Group perché per gestire un progetto così complesso servono qualità, coordinamento e responsabilità.

La presenza di un unico interlocutore per l'intero progetto ha indubbiamente garantito maggiore efficienza".

La sfida principale è stata riunire 18 concept culinari indipendenti in un'unica cornice architettonica e infrastrutturale. Ogni bottega aveva i propri volumi di produzione, flussi di lavoro ed esigenze tecniche.



"Supportiamo i progetti dalla fase di pianificazione tecnica sino all'installazione e al collaudo"

Alessandro D'Andrade
Grandimpianti

La gestione della distribuzione delle utenze, delle interfacce di ventilazione, delle esigenze di refrigerazione e dei programmi di installazione in un cantiere urbano complesso ha richiesto un attento coordinamento tra appaltatori, operatori e Project Manager durante l'intero progetto.

"Un intenso lavoro di pianificazione e coordinamento ci ha permesso di superare queste sfide", commenta Feola. "Facendo leva sulla competenza e sulla consolidata rete di partner di EXA Group, abbiamo diretto vari team e fornitori specializzati in un solo ecosistema. Questo approccio strutturato ha minimizzato le interruzioni, velocizzato l'avanzamento dei lavori e permesso di recuperare tempo senza compromettere la qualità".

Per la riuscita del progetto è stato determinante garantire uniformità e prestazioni elevate per le 18 botteghe. WaltherPark si è affidato alla competenza di Grandimpianti e Ambach, due brand Ali Group, per garantire il rispetto di ogni requisito tecnico.

"Il nostro coinvolgimento nel progetto WaltherPark è iniziato con la vincita dell'appalto per la fornitura delle attrezzature della food hall. Successivamente, EXA Group, general contractor del progetto e nostro partner, ci ha assegnato l'incarico per la realizzazione del complesso", spiega Alessandro D'Andrade, General Manager di Grandimpianti.

Grandimpianti è un partner strategico nel settore della ristorazione professionale, specializzato nella fornitura e installazione di attrezzature ad alte prestazioni per cucine professionali e aree foodservice destinate a progetti complessi.

"Seguiamo i progetti dalla fase di pianificazione tecnica fino all'installazione e al collaudo, garantendo efficienza operativa, durabilità e conformità ai più elevati standard", precisa D'Andrade. "La nostra esperienza spazia dal settore hospitality ai complessi multifunzionali, dalle food hall ai grandi progetti di rigenerazione urbana come WaltherPark".

Questione di dettagli

Le soluzioni scelte dal portafoglio Ali Group comprendono i sistemi di cottura Mareno, l'attrezzatura da forno Esmach e Alphatech, i forni combinati Convotherm® e i forni ad alta velocità Merrychef®. I sistemi di refrigerazione portano la firma di Friulinox, Tecnomac e Polaris, mentre gli abbattitori Hiber garantiscono la qualità degli alimenti e le macchine per il ghiaccio Scotsman sono a disposizione delle aree beverage e bar. Alla complessità del progetto si sono aggiunte le difficoltà logistiche legate all'ubicazione centrale del cantiere, e inoltre, i ritardi nella realizzazione della struttura hanno posticipato i lavori di più di un mese, sebbene la data di inaugurazione fosse ormai fissata.

"Nonostante i tempi serrati, sicurezza e qualità sono rimaste la nostra assoluta priorità, e il risultato finale lo dimostra", osserva Feola. "La partnership solida e proficua tra EXA Group, il cliente e tutti gli stakeholder coinvolti si è dimostrata essenziale per la riuscita del progetto. La fornitura di attrezzature altamente personalizzate sul piano tecnico ed estetico, nel rispetto delle tempistiche previste, dimostra la forza della collaborazione e l'impegno di tutte le parti coinvolte", aggiunge.

"Un lavoro di squadra eccezionale, fatto di coordinamento e dedizione, ha permesso di completare e inaugurare questa struttura straordinaria nei tempi previsti", dichiara Chavanat.

BRAND COINVOLTI NEL PROGETTO:

- Alphatech
- Amana® Commercial
- Ambach
- Carpigiani
- Comenda
- Convotherm
- DIHR
- Esmach
- Friulinox
- Grandimpianti I.L.E.
- Hiber
- Icematic
- Mareno
- Menumaster® Commercial
- Merrychef
- Oem
- Polaris
- Scotsman
- Tecnomac



"Nonostante i tempi serrati, sicurezza e qualità sono rimaste la nostra priorità"

Marco Feola
EXA Group



"Un lavoro di squadra eccezionale ha permesso di inaugurare questa struttura straordinaria nei tempi previsti"

Thibault Chavanat
WaltherPark SPA

"Siamo fieri di aver mantenuto la promessa di portare a Bolzano qualcosa di completamente nuovo: un luogo inedito, con un'atmosfera unica e partner d'eccellenza", prosegue.

Questo approccio tecnologico integrato ha permesso a ogni bottega di preservare l'unicità della propria identità culinaria, mantenendo standard professionali omogenei ed elevati livelli di efficienza operativa in tutta la food hall. Il successo della collaborazione si è inoltre esteso oltre i confini della food hall stessa, come testimoniato dal Mochi Sushi. Grill. Rooftop Bar, situato all'interno del Falkensteiner Hotel Bozen WaltherPark e gestito da Falkensteiner.

Il concept di ristorazione di alta gamma è stato progettato dall'Hospitality Consultant Mirko Predenz. Per dare forma a questa visione, il progetto ha coinvolto Niederbacher, il partner altoatesino di riferimento, responsabile del coordinamento e dell'installazione delle attrezzature professionali, e Ambach, specialista in cucine premium. Insieme hanno creato un ambiente personalizzato in ogni dettaglio in linea con le esigenze della cucina giapponese. Soluzioni versatili hanno dato vita a un'integrazione armoniosa, soddisfacendo al contempo le esigenze del ristorante.

La configurazione modulare della gamma Ambach System 850 permette di conciliare esigenze operative e limiti di spazio mantenendo un'efficienza energetica utile a ridurre i costi operativi e l'impatto ambientale.

Il blocco cottura include un piano a induzione a tutta superficie, una friggitrice a due vasche con controllo elettronico EC e sistema integrato di filtraggio dell'olio e una friggitrice da tempura appositamente progettata secondo i rigorosi standard della vera tempura giapponese.

Per Grandimpianti, era chiaro sin dall'inizio che tutti gli stakeholder condividevano una visione comune orientata alle prestazioni nel lungo periodo, all'affidabilità operativa e al posizionamento del brand. Questa sintonia ha posto le basi di una partnership solida e altamente collaborativa durante l'intero progetto.

Riflettendo su quanto realizzato, Feola sottolinea lo sforzo che ha permesso di rispettare una data di inaugurazione così impegnativa. "La consegna di un progetto di tale complessità in tempi così stretti ha richiesto un lavoro di squadra eccezionale. L'impegno e la collaborazione profusi da tutti sono stati fondamentali e siamo orgogliosi di quanto abbiamo ottenuto insieme", dichiara Feola.

"Progetti di questo calibro si basano su fiducia ed esperienza", afferma D'Andrade. "Diamo valore ai rapporti a cui possiamo contribuire non solo come fornitori, ma anche come consulenti tecnici. Restiamo senza dubbio aperti a future collaborazioni per complessi di natura ibrida simili o in campo hospitality".

Il sostegno silenzioso che fa brillare il servizio

Il Grand Hotel Bristol ha scelto Comenda, specialista nel lavaggio industriale di stoviglie e il partner Tecnobi per portare la “stessa eleganza silenziosa” nelle sue splendide sale, affacciate sul Lago Maggiore da oltre 150 anni

C’è un momento preciso, racconta Marco Locci, Direttore Commerciale Italia di Comenda, in ogni grande ristrutturazione alberghiera: quello in cui il progetto smette di essere un disegno tecnico e diventa una promessa.

Succede “quando la sala si riempie di luce e il primo piatto esce da una cucina nuova, pensata per durare quanto la storia di cui fa parte”, spiega. È esattamente ciò che è accaduto al Grand Hotel Bristol di Stresa, sul Lago Maggiore, dove la quinta generazione della famiglia Zacchera ha scelto di riscrivere un capitolo della storia dell’ospitalità italiana “senza perderne l’anima”.

Per il team Comenda, che dal 1963 progetta sistemi di lavaggio industriale nel mondo, essere parte di questa trasformazione racconta la forza di una sinergia perfetta. Fianco a fianco con il partner sul territorio Tecnobi Srl, responsabile di design e realizzazione dell’intera cucina, Comenda ha contribuito a fondere il lusso di una destinazione di prestigio con l’efficienza tecnologica.

Una famiglia, 150 anni, cinque generazioni

Per comprendere lo spirito della nuova cucina del Grand Hotel Bristol, bisogna tornare al 1873, quando Francesco Zacchera apre sulle rive del lago una piccola struttura con alloggio, l’Osteria Milanese.

Da quel primo gesto imprenditoriale nasce una delle storie di famiglia più solide dell’ospitalità italiana. Generazione dopo generazione, l’attività cresce fino a diventare un gruppo che oggi conta cinque proprietà tra Baveno e Stresa – Grand Hotel Dino, Hotel Simplon, Hotel Splendid, Residence Carl & Do e Grand Hotel Bristol – per un totale di circa 900 camere e oltre 350 collaboratori.

Oggi alla guida di Zacchera Hotels ci sono i fratelli Antonio, Massimo, Maria Gabriella e Andrea Zacchera, affiancati dai cugini. È un raro modello di continuità familiare, che ha permesso al gruppo di crescere restando fedele a un’idea precisa di ospitalità: cura del dettaglio, un legame profondo con la comunità locale e la capacità di innovarsi senza tradire la propria identità.

È in questo solco che si inserisce la trasformazione del Grand Hotel Bristol, protagonista negli ultimi anni di un ambizioso progetto di ristrutturazione.

L’intervento ha rinnovato le camere, gli spazi comuni, l’area piscina e l’offerta ristorativa, con due ristoranti completamente ripensati che si affacciano sulle acque spettacolari del Lago Maggiore.

Un progetto pensato non solo per l’ospite leisure, ma anche per l’anima congressuale dell’hotel, da sempre tra i punti di riferimento del settore Meetings, Incentives, Conferences ed Exhibitions (MICE) del Lago Maggiore.

La struttura ospita meeting, convention ed eventi aziendali fino a 250 persone, oltre a matrimoni e ricevimenti che si avvalgono dei giardini storici e del giardino d’inverno in stile Liberty, ambiente ispirato all’estetica Art Nouveau.

Per la famiglia Zacchera era fondamentale che la nuova cucina del Grand Hotel Bristol continuasse a garantire l’ospitalità d’eccellenza che da sempre contraddistingue l’hotel.

L’eroe dietro le quinte

Dietro ogni evento, ogni cena di gala o colazione vista lago, “batte un cuore tecnico che deve muoversi con la stessa eleganza silenziosa della sala”, racconta Locci.

Nel mondo dell’hôtellerie di lusso, lontano dai riflettori puntati su piatti raffinati e calici di cristallo scintillanti, agisce quello che Locci chiama l’onnipresente ma invisibile “vero motore



Affacciato sulle rive del Lago Maggiore, l’elegante Grand Hotel Bristol custodisce una storia che comincia nel 1873



L'area lavaggio dell'hotel richiedeva tre diversi modelli di lavastoviglie Comenda

di questa magia": la lavastoviglie professionale.

"È una presenza costante e silenziosa, che lavora dietro le quinte mentre gli ospiti brindano e gli chef compongono i loro piatti. Se ci pensiamo, l'essenza dell'alta ristorazione è racchiusa in un cerchio perfetto: tutto comincia tutto finisce con una stoviglia pulita. Il lavaggio è l'eroe invisibile che detta il ritmo della cucina", conclude, e la nuova area lavaggio del Grand Hotel Bristol è stata concepita proprio per questo.

Tecnobi: il trait d'union sartoriale

Sinonimo di professionalità, creatività e design, Tecnobi Srl è l'azienda che ha tradotto la visione della proprietà in un progetto tecnico concreto e pienamente realizzato. Dal 1984, Tecnobi progetta e fornisce impianti, arredi e attrezzature per il settore dell'ospitalità. "Abbiamo alle spalle oltre 40 anni di esperienza e più di 700 progetti realizzati tra hotel, ristoranti e grandi strutture, con un approccio pratico e a 360 gradi che accompagna il cliente dalla consulenza in loco e dalla progettazione professionale fino all'assistenza post-vendita", racconta Mauro Bellini, uno dei proprietari di Tecnobi.

E lo stesso spirito che guida Comenda, osserva Locci. "Capiscono le esigenze del cliente prima di proporre soluzioni, progettano prima di vendere: per questo Tecnobi è il nostro partner naturale sul territorio. Conoscono a fondo le necessità di un albergo che vive di stagionalità e di picchi di lavoro intensi.

Comenda, spiega, ha un solo obiettivo: "progettare il miglior sistema di lavaggio per l'attività specifica di ogni cliente, senza soluzioni standardizzate, perché non esistono due attività uguali. I nostri esperti hanno analizzato ogni dettaglio del Grand Hotel Bristol: lo spazio disponibile, il numero di operatori coinvolti, l'organizzazione del lavoro, la quantità di stoviglie da lavare nei momenti di punta e il tempo a disposizione per il servizio", aggiunge Locci.

Solo dopo aver valutato tutti questi elementi, Comenda propone la soluzione più adatta, "per ottimizzare l'investimento e garantire efficienza, ergonomia ed efficacia organizzativa", afferma.

Nello sviluppare una soluzione per l'area lavaggio entrano in gioco fattori interdipendenti, aggiunge Locci. "Il risultato, l'ergonomia, la praticità, i tempi, ma anche l'efficienza, l'igiene e i costi. Vogliamo aiutare le strutture a ridurre i consumi di acqua ed energia, gestire meglio lo smaltimento dei rifiuti, risparmiare tempo, usare lo spazio in modo più razionale, automatizzare i processi e integrare senza soluzione di continuità ogni fase del lavoro".

"Tutti i nostri prodotti mettono le persone al centro: lavoriamo ogni giorno per migliorare l'esperienza degli operatori, riducendo i movimenti superflui o scorretti, per creare ambienti di lavoro confortevoli e garantire un servizio eccellente ai clienti finali".

Tre soluzioni tecnologiche per un flusso di lavoro armonioso

Da questa visione condivisa con la famiglia Zacchera e Tecnobi, l'area lavaggio del Grand Hotel Bristol è stata dotata di tre macchine Comenda, custodi instancabili della performance, ciascuna calibrata su un'esigenza precisa.

La prima sfida riguardava la gestione dello spazio senza sacrificare la produttività: la soluzione è stata la lavastoviglie a traino ACR Comenda, con modulo di asciugatura ad angolo. Quando ogni centimetro conta, i moduli a traino Comenda possono essere configurati ad angolo senza compromettere la produttività, garantendo comunque risultati igienici eccezionali.

La gamma ACR è pensata per adattarsi con precisione a ogni ambiente, modellandosi sul flusso di lavoro. Questo modello raggiunge una produttività massima di 205 cestelli l'ora, mentre il sistema di recupero del calore lo rende una scelta sostenibile. Posizionato sopra l'area di risciacquo, il sistema consente un risparmio energetico fino al 40% nel riscaldamento dell'acqua e riduce del 20% la potenza totale installata rispetto a un modello standard.

Anche la seconda soluzione installata in hotel ha risposto alla sfida dei grandi volumi: l'unità Comenda serie NE2 a nastro. Solida, affidabile e veloce, è pensata per gestire carichi di lavoro intensi garantendo prestazioni eccellenti e la massima igiene.

"Racchiude il meglio delle nostre tecnologie brevettate: riduciamo i consumi, i clienti guadagnano in efficienza, e ne beneficia anche l'ambiente. Questo modello garantisce la sanificazione fino a 3.850 piatti l'ora, azzerando i tempi di attesa nei grandi eventi", spiega Locci.

Entrambe le macchine condividono una base tecnologica pensata per garantire una continuità operativa totale.

Elettronica C-SMART: semplice e intuitiva,





Nel progetto anche i forni Lainox (sopra) e i blocchi cottura Silko



Le macchine di Comenda contribuiscono alla "sinfonia della squadra perfetta" al Grand Hotel Bristol

l'interfaccia grafica con connettività da remoto comunica attraverso icone e colori, aiutando gli operatori a monitorare i parametri, tracciare i consumi in tempo reale e gestire le anomalie da smartphone, tablet o PC.

L'esclusivo EOR (Emergency OverRide System): un sistema elettromeccanico di serie, attivabile con una chiave. In caso di malfunzionamento elettronico, basta inserire la chiave per bypassare l'elettronica e proseguire in modalità elettromeccanica.Prestazioni e consumi minimi restano garantiti, permettendo al servizio di proseguire senza interruzioni e all'assistenza tecnica di essere programmata quando più comodo per la struttura, senza dover ricorrere al lavaggio manuale.

La lavaoggetti a granuli serie GR completa l'ecosistema, sollevando gli operatori dai compiti più gravosi.

Preparare stoviglie e utensili da cucina è spesso un compito ripetitivo e faticoso. Combinando la potenza abrasiva dei granuli con acqua ad alta temperatura e detergente, la serie GR rimuove anche i residui più ostinati da utensili e teglie.

Questo elimina la necessità dell'ammollo e del prelavaggio manuale, migliorando l'ergonomia e il comfort di chi lavora.

L'utilizzo di Granuli Bio, realizzati con conchiglie e materiali naturali, aiuta inoltre a ridurre la dispersione di microplastiche nella rete idrica: un segno di profondo rispetto per l'ecosistema del Lago Maggiore.

Procedere in perfetta armonia

Il grande successo della nuova cucina del Grand Hotel Bristol è "una perfetta sinfonia di squadra", racconta Locci.

"C'è la visione lungimirante della famiglia Zacchera, che da oltre un secolo e mezzo continua a investire nella bellezza del proprio territorio. C'è la maestria sartoriale di Tecnobi, capace di orchestrare flussi di lavoro perfetti. E c'è l'ingegneria Comenda", prosegue.

"Le nostre macchine non cercheranno mai i riflettori", aggiunge Locci.

"Ma è proprio nella loro operosa invisibilità che risiede la loro vera forza: essere il sostegno silenzioso che permette al Grand Hotel Bristol di brillare, un servizio impeccabile dopo l'altro."

"Ogni giorno lavoriamo per migliorare l'esperienza degli operatori"

Marco Locci
Comenda





Le lavastoviglie Comenda: solide, affidabili e veloci

BRAND FOCUS

COMENDA
TO CLEAN. WITH CARE.

1963

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

100+

Con una rete di distribuzione attiva in oltre 100 Paesi, Comenda garantisce un servizio affidabile e un'assistenza post-vendita tempestiva in tutto il mondo

ISO 9001

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

comenda.eu

Soluzioni smart per business di larghe vedute

Lauren Hurrell racconta cosa è successo quando l'azienda alimentare greca Lekos Group cercava una tecnologia all'altezza delle sue ambizioni



Il mondo della ristorazione globale sta ancora accusando il colpo dell'elevato turnover di personale dovuto alla pandemia. La carenza di personale qualificato che ristoranti e operatori continuano ad affrontare hanno favorito l'ascesa delle dark kitchen, strutture prive di spazi per il consumo in loco che si concentrano esclusivamente sulla consegna a domicilio.

Le dark kitchen si stanno diffondendo in tutta Europa, per far fronte alla carenza di personale e alla crescente richiesta di piatti pronti, in particolare nei contesti urbani dove le nuove generazioni si inseriscono nel mondo del lavoro. Una tendenza di settore che favorisce l'adozione di tecnologie innovative e la creazione di partnership strategiche.

Lekos Group ne è un esempio. Fondata in Grecia nel 2015, è cresciuta rapidamente sino a diventare una moderna impresa alimentare specializzata in pasti pronti. Investendo in infrastrutture, tecnologia e personale, fonde il know-how della tradizione alimentare a metodi moderni per garantire una qualità costante e una crescita sostenibile.

L'azienda ha trasformato un ex magazzino Adidas in una struttura cook-and-chill che aiuta i ristoranti a gestire la carenza di personale in cucina. Oggi, Lekos Group opera in un complesso produttivo di 7.000 mq a Salonicco e rifornisce il mercato locale con prodotti a base di impasti surgelati e pasti pronti di qualità.

"La trasformazione dell'ex magazzino Adidas in una struttura produttiva moderna è stata un investimento strategico", racconta Vasilios Zacharias, F&B Manager di Lekos Group.

"Lo spazio, progettato per preparare pasti pronti su vasta scala, riflette la visione a lungo termine dell'azienda, che fonde crescita, efficienza ed espansione nel mercato greco ed europeo".

Uniformità, efficienza e qualità

Con l'aumento dei volumi di produzione, le sfide principali sono diventate uniformità, efficienza e flusso di lavoro. È apparsa così evidente la necessità di tecnologie di cottura più avanzate per mantenere una qualità costante e sostenere una produzione su scala più ampia. Lekos Group ha scelto Metos, produttore di attrezzature per la ristorazione professionale di alta qualità, per l'affidabilità, la competenza e le soluzioni professionali proposte.

"I sistemi dell'azienda ci hanno aiutato a migliorare uniformità, efficienza e qualità dei prodotti, favorendo una migliore standardizzazione della produzione", afferma Zacharias. "Un partner tecnologico affidabile come Metos è essenziale per la crescita futura dell'azienda. Con l'espandersi della produzione, tecnologia, affidabilità e assistenza si rivelano cruciali per una qualità costante e lo sviluppo di nuovi prodotti".

Forte di una reputazione consolidata nel settore alimentare, Lekos Group non ha mai smesso di individuare nuove opportunità di mercato. Tra i primi operatori a occuparsi di preparazione di pasti pronti in Grecia, conosceva già le sfide imposte dalla carenza di personale. L'attrezzatura smart necessaria è stata fornita da Metos Cooking Solutions, che ha installato quattro cuocitori da 200 litri, due pompe per alimenti collegate alla linea di confezionamento e un serbatoio sottovuoto per la carne.

> **"L'ambiente riflette la visione a lungo termine dell'azienda, che fonde crescita, efficienza ed espansione"**
>
> **Vasilios Zacharias**
> Lekos Group

L'attrezzatura intuitiva e intelligente non doveva essere pensata per chef di grande esperienza, ma operatori dedicati.

"Siamo rimasti impressionati dai sistemi di cottura e dall'intero progetto, poiché miglioravano il controllo, l'uniformità e la ripetibilità della produzione contribuendo a un ambiente più efficiente", afferma Zacharias.

Per Jan Jansen, Export Sales Manager Europe di Metos Cooking Solutions, questa era un'occasione ideale per collaborare con Lekos Group a uno dei primi progetti post-pandemia. I prodotti Metos Cooking Solutions sono studiati per la produzione cook-and-chill e il congelamento, un modo efficiente di produrre grandi quantità di cibo gestendolo e trasportandolo in tutta praticità grazie alla refrigerazione.

"Lekos Group può ampliare facilmente la





I prodotti Metos Cooking Solutions sono studiati per la produzione cook-and-chill e il congelamento



produzione grazie a quattro cuocitori da 200 litri, per un totale di 800 litri", precisa Jansen. "Producendo tre o quattro lotti al giorno, possono arrivare a quattro o cinque tonnellate di salse, zuppe, ragù o qualsiasi cosa vogliano realizzare in scala".

Superare i limiti con la tecnologia

I cuocitori multifunzione riducono i tempi di cottura e la manodopera, favoriscono la standardizzazione e diminuiscono gli sprechi. Il pompaggio mantiene costante la temperatura dei prodotti in fase di dosaggio, offrendo maggiore precisione e costi operativi ridotti.

"L'aspetto tecnico chiave della nostra attrezzatura è la programmazione. Ogni fase di preparazione può essere pianificata, e ogni ricetta è programmata all'interno del cuocitore", dice Jansen. "Tutto avviene in automatico. L'unica cosa da fare è introdurre gli ingredienti".

Ogni ricetta e fase è programmata, perciò la supervisione richiesta è minima. Controllo della temperatura, miscelazione e riempimento dell'acqua sono automatizzati per minimizzare gli errori. Gli operatori devono semplicemente monitorare. Il pompaggio avviene per volume o peso, garantendo precisione ed eliminando l'intervento manuale.

"Si può optare per il pompaggio del cibo per peso o volume dopo la cottura o ricorrere al cook-and-chill nel cuocitore. Le zuppe, per esempio, possono essere raffreddate a 7 °C e pompate in buste o contenitori oppure confezionate a caldo usando la linea di packaging", chiarisce Jansen. "È previsto un tubo che collega il cuocitore alla pompa e, quindi, alla linea di confezionamento. Qui vengono riempite le unità in plastica per i piatti pronti, adatte a vari alimenti per favorire la multifunzionalità".

"Con questa attrezzatura, negli impianti produttivi bastano due o tre persone per gestire una cucina completa"

Jan Jansen
Metos Cooking Solutions

Tracciabilità e trasporto

La registrazione Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP), ovvero la documentazione di procedure, dati di monitoraggio e azioni correttive per la sicurezza alimentare richiesta per dimostrare la conformità e contenere i rischi, è standard sull'intera gamma Metos Proveno.

"Così gli utenti possono consultare i dati degli ultimi 30 giorni", spiega Jansen. "Il sistema può essere collegato a Internet per garantire tracciabilità e, in caso di errori, risalire ai lotti prodotti in una certa data".

Il cibo è consegnato in buste sigillate, sicure ed economiche, che allungano i tempi di conservazione migliorando il controllo delle porzioni, evitando sprechi e riducendo pesi e spazi di trasporto. "Trasportare il cibo in buste o contenitori è molto più igienico e ottimale ai fini logistici", osserva Jansen. "Con questa attrezzatura, oggi negli impianti produttivi bastano due o tre persone per gestire una cucina completa, con notevoli vantaggi in caso di carenza di personale".

Una collaborazione fatta di affidabilità e resilienza

Questa tecnologia ha notevolmente contribuito a far fronte alla carenza globale di personale qualificato. Le dark kitchen sono sempre più scelte per migliorare l'efficienza, poiché preparano pasti facili da trasportare e che non richiedono l'intervento di chef specializzati per i ristoranti.

"La riuscita del progetto è merito della forte collaborazione tra tutti i partner", afferma Zacharias. "Il risultato è un ambiente di produzione moderno e affidabile, e l'azienda è molto fiera che l'investimento abbia gettato fondamenta solide per una crescita futura".

In prospettiva, le cucine di Lekos Group si preparano a includere 12 nuovi cuocitori e padelle miscelatrici nell'ottica di un promettente futuro di crescita continua. Ovviando alla carenza di personale con queste tecnologie intuitive e unendo le forze con esperti del calibro di Metos, società come Lekos Group dimostrano che innovazione e collaborazione saranno essenziali per affrontare le prossime sfide del settore alimentare.

BRAND FOCUS

metos
kitchen intelligence

100+

Fondata più di 100 anni fa, nel 2022 Metos ha festeggiato il suo centesimo anniversario da leader del settore in Scandinavia

21.000+

Ogni anno Metos produce più di 21.000 prodotti pensati per ottimizzare il flusso di lavoro e la redditività dei clienti

8

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

metos.com





Da sinistra: Jan Jansen, Metos, e Vasilios Zacharias, Lekos Group, con il personale di cucina

La genesi di un paradiso terrestre

Da rigoglioso giardino in riva al mare ad ampio resort di lusso, l'area che oggi ospita l'East Winds Resort rimane un paradiso per viaggiatori avventurosi in cerca di pace. Jim Banks illustra come la collaborazione con Grandimpianti I.L.E. ha aiutato a garantire operazioni fluide a vantaggio di personale e ospiti











Per le sfide legate alla lavanderia, East Winds si è rivolto al brand italiano GILE

A pochi passi dal mare della baia di La Brelotte, su circa cinque ettari di terreno lungo la costa nord-occidentale di Saint Lucia, nei Caraibi, si trovano una trentina di cottage immersi tra oltre 100 specie vegetali. Natasha Clixte, Hotel Manager di East Winds, racconta che questo paradiso botanico, curato con amore da quando, nel 1966, gli statunitensi Richard e Margaret Egerer lo acquistarono per costruirvi la propria abitazione, è oggi una delle strutture più prestigiose dell'isola: l'East Winds Resort.

"Margaret decise di costruire qui la sua casa per la vicinanza al mare. Alle prime grigliate di pesce per la gente del posto seguì l'apertura di una piccola pensione e da lì fu tutto un crescendo".

All'inizio l'East Winds non aveva ristoranti, ma solo un rum bar sulla spiaggia, un barbecue e due cottage con angolo cottura fronte mare. Gli Egerer gestivano l'attività dal loro cottage privato. Ampliata a 10 cottage con angolo cottura, la struttura fu venduta a un albergatore locale che prima la portò a 26 cottage e poi acquistò la casa sulla spiaggia della famiglia Horlicks per realizzare quattro suite vista oceano. Oggi, l'East Winds è un boutique resort all-inclusive a pochi passi da una delle incantevoli spiagge appartate di Saint Lucia ed è noto come un'oasi di pace, calma e natura rigogliosa per adulti. Tra giardini tropicali e un'avifauna dai mille colori, i 30 cottage a una camera e suite e stanze fronte mare sono il rifugio perfetto per chi desidera immergersi nella natura e nelle acque cristalline della baia.



A destra (da sinistra a destra): Carlos Philip, Innovation Saint Lucia; Natasha Calixte, East Winds Resort; Gabriele Giotto, GILE

Gli ospiti, circondati dall'atmosfera rilassata e informale della tenuta, si dividono tra sentieri mozzafiato, trattamenti eseguiti nella Garden Spa all'aperto, lezioni di yoga e pilates nel padiglione dedicato o semplici attimi di relax con gli infusi ottenuti dalle piante del giardino botanico.

"Margaret decise di costruire qui la sua casa per la vicinanza al mare. Poi seguì l'apertura di una piccola pensione, e da lì fu tutto un crescendo"

Natasha Calixte
East Winds Resort

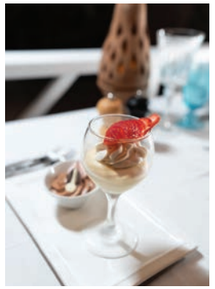
Il duro lavoro dietro le quinte

Per mantenere questa atmosfera di lusso e relax occorre disciplina operativa, una visione chiara e un'attrezzatura affidabile, efficiente e di qualità. Sebbene Saint Lucia sia l'isola più densamente abitata tra le quattro Isole Sopravento nel Mar dei Caraibi, le infrastrutture industriali sono limitate, perciò l'approvvigionamento e la manutenzione dell'attrezzatura commerciale da cucina e lavanderia di alta gamma richiedono una rete di partner qualificati.

Il valore di queste partnership è risultato evidente qualche anno fa, con l'arrivo dei nuovi proprietari e di Carlos Philip, Director di Innovation Saint Lucia, a supervisionare la ristrutturazione dei sistemi di refrigerazione e dell'importantissima attrezzatura da lavanderia del resort. "In passato c'erano stati problemi con diversi brand", confida. "Lavatrici, asciugatrici e stiratrici professionali di più marchi non offrivano assistenza sul territorio, perciò non era facile ottenere una diagnosi in caso di problemi".

Per risolvere il problema, il resort si è rivolto a Grandimpianti

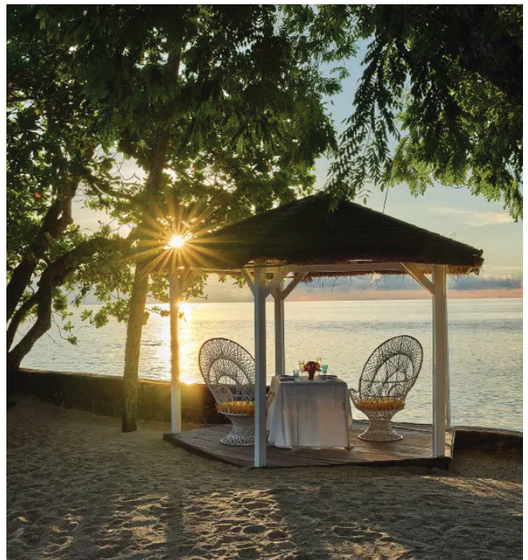




L'East Winds Resort di Saint Lucia è oggi una delle strutture più prestigiose dell'isola

Intelligent Laundry Equipment (GILE), azienda produttrice italiana che ha fornito due lavatrici GWH 180E con capacità di carico pari a 18-20 kg, un'asciugatrice GD350 e una stiratrice professionale da 3 m. Il modello GWH 180E è una lavatrice industriale supercentrifugante progettata appositamente per l'uso intensivo tipico di contesti professionali come hotel, ospedali e ristoranti. Basata su una tecnologia avanzata e intuitiva, offre lavaggi efficienti e a capacità elevata. La moderna interfaccia touch in stile smartphone si adatta a vari livelli di utilizzo, dalle modalità base e self-service a quelle tecniche e professionali.

Il sistema di pesatura dinamica integrato elimina la necessità di pesare il carico manualmente. La macchina rileva automaticamente il peso del bucato e regola i parametri di conseguenza, compreso l'impiego di acqua e detersivo. Inoltre, il sistema indica il numero di cicli rimasti prima del controllo successivo, consentendo di pianificare in anticipo la manutenzione. "La maggior parte delle lavatrici usava il massimo









La connessione Wi-Fi integrata nell'attrezzatura da lavanderia trasmette i dati di ogni ciclo a un hub centrale in Italia

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 la certificazione ISO 45001 relativa ai sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro

20

Le nuove stiratrici hanno un ingombro ridotto del 20% senza rinunciare alla lunghezza del rullo

grandimpianti.com

di detersivo e il ciclo di centrifuga più lungo, consumando il massimo dell'energia", prosegue Philip. "Rispetto ai brand con cui abbiamo lavorato in passato, il numero di riparazioni post-vendita e ricambi è calato sensibilmente con GILE, perciò il risparmio a lungo termine è elevato. Finora non abbiamo dovuto sostituire alcun componente meccanico, ma se necessario si può ricorrere al supporto tecnico post-vendita sull'isola".

Questo grado di assistenza fa una differenza enorme. Di primo acchito, la scelta di un fornitore in Italia al posto di uno più vicino appare poco efficiente, ma il monitoraggio da remoto e la qualità del prodotto eliminano l'ostacolo della distanza. La connessione Wi-Fi integrata trasmette i dati di ogni ciclo a un hub centrale in Italia, dove le prestazioni degli apparecchi vengono monitorate e analizzate. L'individuazione precoce di potenziali problemi consente una manutenzione preventiva, che riduce al minimo le interruzioni e i costi di riparazione.

I rivenditori dormono sonni tranquilli sapendo che GILE può fornire l'assistenza necessaria e gestire l'attrezzatura.

"La gestione da remoto ci permette di vendere lavatrici hi-tech anche a clienti su una piccola isola senza infrastrutture industriali"

Gabriele Giotto
GILE

Ad esempio, lo staff può utilizzare il touchscreen per regolare diversi parametri operativi e modificare le impostazioni, ma se le scarse competenze tecniche individuali si traducono in prestazioni non ottimali, gli errori possono essere corretti da remoto.

"Riusciamo a gestire tutto al meglio anche dall'altra parte del mondo", spiega Gabriele Giotto, Sales and Product Manager di GILE. "La gestione da remoto ci permette di vendere lavatrici hi-tech anche a clienti su una piccola isola senza infrastrutture industriali, nonostante le sette ore di fuso orario e le migliaia di km che ci separano".

Gli ospiti e la direzione dell'East Winds nutrono grandi aspettative, proprio come GILE e Philip. Il risultato è una collaborazione che funziona a meraviglia. "Siamo davvero soddisfatti", dichiara Calixte. "Noi guadagniamo in efficienza e qualità del prodotto finale, e la biancheria ha una vita utile più lunga perché sottoposta a minore usura. Non potevamo fare scelta migliore".

L’unione fa l’espresso

Tradizione italiana, innovazione e competenza tecnica si uniscono in una collaborazione vincente per Rancilio Group e Lavazza, riporta Tina Nielsen



Per Lavazza, la scelta dell’attrezzatura è cruciale per garantire uniformità e qualità del prodotto









Da oltre due decenni, Rancilio Group affianca Lavazza in una collaborazione continua che abbraccia mercati chiave ed eventi in tutto il mondo. “Lanciata per il mercato italiano, la partnership si è progressivamente estesa alla Francia, al resto d’Europa e agli Stati Uniti”, racconta Simona Sordelli, Marketing and Communication Manager di Rancilio Group, precisando che dalla collaborazione è nata anche una macchina personalizzata.

Lavazza, gruppo globale del caffè con una forte tradizione italiana, opera in oltre 140 mercati, combinando vendita al dettaglio e canali di consumo fuori casa, e ha saputo affermarsi tra gli operatori leader nel settore internazionale del caffè.

Rancilio Group, che nel 2027 festeggerà 100 anni di attività, è invece noto in tutto il mondo per le sue macchine per caffè professionali e di alta qualità.

L’unione della leadership e delle competenze di settore delle due realtà ha dato vita a un’esperienza a 360°. “Siamo orgogliosi di collaborare con Lavazza a un progetto che unisce due aziende italiane note per la loro eccellenza nel mondo del caffè”, afferma Sordelli. “Unendo la conoscenza del caffè di Lavazza alla tecnologia e al know-how Rancilio per le macchine per caffè, siamo in grado di offrire un’esperienza caffè più completa e coerente”.

Negli anni, la collaborazione è cresciuta grazie a una serie di progetti in tutto il mondo, tra cui i recenti IKA Events di Lavazza in strutture ricettive di lusso.

Emanuela Chiono, International Key Account Trade Marketing Manager di Lavazza Group, spiega che la collaborazione nasce da un’affinità naturale. “Lavazza è un esperto di selezione e miscelazione del caffè e brand experience, mentre Rancilio è uno dei nomi di punta nella tecnologia delle macchine per espresso professionali”, spiega.

“Nell’hospitality, settore in cui sono coinvolta direttamente, collaboriamo spesso per eventi di settore, fiere commerciali e iniziative dedicate. Queste occasioni non sono solo una vetrina, ma anche un’opportunità per dimostrare come l’incontro tra caffè e la giusta attrezzatura possa migliorare l’esperienza complessiva”.

Uniformità e qualità

Per Lavazza, lavorare con un’azienda come Rancilio è fondamentale, nota Chiono. “La miscela migliore da sola non basta: per esprimersi al meglio, richiede parametri d’estrazione ottimizzati a dovere. La scelta dell’attrezzatura ha un ruolo chiave nel garantire uniformità e qualità in contesti professionali”, dichiara.

Questo punto è essenziale nell’hospitality, dato che gli



“La miscela migliore da sola non basta: per esprimersi al meglio, richiede parametri d’estrazione ottimizzati a dovere”

Emanuela Chiono
Lavazza Group













Rancilio Group supporta Lavazza in ogni segmento di mercato

hotel esigono (e necessitano di) affidabilità, precisione e prestazioni elevate negli orari di punta, come la colazione. E, in questi frangenti, la presenza di un partner fidato fa la differenza. "Ci aiuta ad assicurarci che il caffè venga erogato esattamente con il livello di uniformità e affidabilità tecnica atteso dal cliente", puntualizza Chiono.

E il supporto è a tutto tondo. Rancilio Group affianca il produttore di caffè in ogni segmento di mercato, dalla fascia base a quella premium. Lavazza impiega per lo più macchine Rancilio Specialty RS1 e Classe Lavazza. "L'attrezzatura Rancilio garantisce un controllo preciso della temperatura, parametri di erogazione avanzati e materiali di qualità per un'esperienza uniforme e d'eccellenza", spiega Sordelli.

"L'innovazione in termini di design e ingegneria garantisce affidabilità ed efficienza ai clienti Lavazza, potenziandone l'offerta".

Anche le aziende più grandi e affermate risentono delle condizioni avverse che il settore si trova oggi ad affrontare, come la forte volatilità nella fornitura di caffè verde (chicchi non tostati), il mutare delle abitudini di consumo e del panorama demografico e la pressione crescente sulla filiera globale.

Per Chiono, tuttavia, queste sfide comportano altrettante opportunità. "Lo sviluppo costante del canale di consumo fuori casa, l'interesse crescente per le esperienze premium e la continua innovazione tecnologica contribuiscono a elevare le aspettative legate a qualità e uniformità del risultato", sottolinea.

Comunicazione chiara e coordinamento

La collaborazione si basa su valori condivisi, fiducia reciproca e una chiara comprensione del contributo di ciascun partner. "Spesso una delle parti coinvolte porta l'opportunità e la relazione con il cliente, mentre l'altra consolida l'offerta complessiva con la giusta tecnologia e competenza", afferma Chiono.

Di pari importanza sono la chiarezza della comunicazione e il coordinamento. "La supervisione dei diversi aspetti da parte di un Project Leader garantisce allineamento, attendibilità ed efficienza", aggiunge.

L'ambizione, dichiara Chiono, è andare ben oltre il prodotto. "L'obiettivo è un'esperienza completa, in cui la sintonia tra le prestazioni della macchina e la qualità del caffè soddisfa le aspettative dei rivenditori e dei clienti più esigenti", dichiara.

Guardando al futuro, Sordelli afferma che la collaborazione è stata molto efficace nell'introdurre le macchine per caffè in contesti di forte attrattiva. "Con questa iniziativa, le nostre macchine sono state e saranno installate in spazi eleganti e di prestigio, frequentati da top manager, e nei franchising di catene alberghiere di lusso. Siamo entusiasti e fieri di affiancare il Lavazza Key International Account Team negli eventi mondiali più importanti", commenta.

Per Chiono e Lavazza, la collaborazione è un'intesa a lungo termine che si evolverà di pari passo con il mercato e le necessità dei clienti diretti. Tali esigenze porranno sempre più l'accento sull'integrazione tra competenza nel settore del caffè e prestazioni delle macchine.

"Vedo un forte potenziale nel continuare a collaborare a eventi chiave del settore e progetti su misura per l'hospitality. Queste occasioni permettono di dimostrare l'eccellenza del prodotto e come la giusta combinazione tra caffè e tecnologia può migliorare l'esperienza complessiva degli ospiti", conclude.

In fondo, l'obiettivo fondamentale è sempre lo stesso. "Vogliamo continuare ad affiancare i clienti nell'offerta di un servizio di alta qualità e assecondare, al tempo stesso, il cambiamento degli standard di settore".

"Siamo entusiasti e fieri di affiancare Lavazza negli eventi mondiali più importanti"

Simona Sordelli
Rancilio Group



BRAND FOCUS

RANCILIO GROUP

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

6
Rancilio Group ha sei filiali, due centri ricerca e sviluppo, un Extraction Lab e una rete di vendita e assistenza globale

3
Attraverso i suoi tre brand, Rancilio Group offre una vasta gamma di prodotti in grado di soddisfare ogni esigenza dei clienti

ranciliogroup.com





Tre partner, una visione

Ad Almaty, in Kazakistan, Café Alma si è affidato a Silko e al rivenditore Bioshop per fare di una piccola cucina un prodigio della gastronomia moderna, spiega Chris Evans

Café Alma, in Kazakistan, vanta una cucina compatta, ma ad alta efficienza

Nel cuore di Almaty, antica città kazaka, Café Alma è più di un ristorante-bistrot in cui i classici europei si fondono alla cucina locale. Dietro le quinte, una cucina compatta, ma ad alta efficienza, ci parla della collaborazione tra Silko, Bioshop e Café Alma, che unisce eccellenza produttiva italiana, esperienza locale e una visione della qualità guidata dallo chef.

Con la sua particolare estetica sovietica e l'atmosfera accogliente, il ristorante beneficia del fatto di far parte di ABR Group, uno dei gruppi di hospitality più dinamici dell'Asia centrale. Il gruppo comprende più di 15 concept di ristorazione, ciascuno dal carattere inedito per gusto, cultura ed esperienze culinarie. Gli ingredienti per il successo non mancano. La cucina può contare su non più di 17 mq di spazio, ma le dimensioni ridotte sono compensate da una dotazione completa Silko, essenziale per proporre un ambizioso menù che include colazione, brunch, pasticceria e cena.

Tra i piatti troviamo: bistecche e Stroganoff di cavallo, hummus, ragù di funghi, una colazione sovietica a base di kolbasa, un insaccato tipico, e paccheri ai gamberetti.

Massima praticità

"Un'attrezzatura ad alte prestazioni era imprescindibile per noi", commenta Andrey Titov, Head Chef di Café Alma. "In spazi così ridotti, le soluzioni Silko sono state una manna dal cielo. Tutto funziona alla perfezione".

Sono stati integrati vari elementi della serie Essence 700, tra cui piani a induzione (2 unità a 4 zone), un cuocipasta elettrico (vasca singola, 42 l), una friggitrice elettrica (vasca doppia, 22+22 l), un fry top 1200 mm, un elemento neutro e una base con cassetti refrigerati (sotto i piani a induzione e il fry top) per conservare gli ingredienti preparati direttamente sotto la linea di cottura. Un ristorante ad alta affluenza che ricerca un servizio rapido può così massimizzare spazi ed efficienza del flusso di lavoro. I piani a induzione sono alimentati da generatori Inducs, azienda Ali Group leader nella tecnologia a induzione, rispecchiando i valori condivisi di sostenibilità e benessere in cucina.

Per lo chef Titov, l'affidabilità è il fattore determinante. "Non usiamo tecnologie d'avanguardia o eccessivamente complesse", spiega. "Ma il punto di forza di Silko è l'ottima qualità costruttiva. Sfruttiamo l'attrezzatura in modo intensivo da quasi un anno, senza il minimo problema. A uno chef non serve altro".

Il progetto è stato sviluppato da Bioshop, uno dei principali fornitori di soluzioni per la cucina professionale in Kazakistan.

Secondo Nykita Bykov, Direttore di Bioshop, Silko è un punto di riferimento premium nel mercato locale. "In Kazakistan, Silko è sinonimo di attrezzatura di alto livello", sostiene Bykov. "Non solo per il design, ma anche per i componenti interni adatti ad un uso intensivo. Café Alma accoglie molti ospiti in simultanea, perciò ha bisogno di velocità, uniformità e certezza che nulla si guasti durante il servizio".

Bykov sottolinea che le soluzioni Silko garantiscono temperature precise, il che è cruciale per la qualità e la ripetibilità dei piatti. "250 °C sono 250 °C. Senza oscillazioni. Questa costanza incide direttamente sull'esito finale".

Precisione e intuitività

Anche il design è stato determinante. Dato che la cucina è a vista, l'estetica era essenziale per Café Alma. Linee pulite, comandi ergonomici e cassetti a scorrimento fluido hanno donato appeal visivo e maggiore facilità d'uso. "L'attrezzatura è pratica, precisa e intuitiva", aggiunge Bykov. "Formare lo staff è un gioco da ragazzi, e questo è un grande vantaggio".

Per Silko, la collaborazione riflette un focus di lungo periodo verso mercati guidati dalla qualità e rivenditori di fiducia. Annamaria Giacomin, Export Manager di Silko, sottolinea l'importanza del servizio e dei valori condivisi.

"Bioshop sceglie da sempre brand europei e soluzioni di alta qualità", spiega. "Il Kazakistan è un mercato complesso per la sua concorrenza a basso costo, ma Bioshop sceglie sempre la qualità. Questa sintonia rende naturale la collaborazione".

Giacomin evidenzia anche che oggi sono il servizio e i rapporti instaurati a differenziare i produttori. "L'attrezzatura da cucina professionale è una tecnologia consolidata. A contare sono l'assistenza, la fiducia e la capacità di reagire con prontezza e determinazione alle sfide".

Questa filosofia ha già ripagato il brand. Café Alma mira a espandersi con due nuovi ristoranti e una panetteria nella capitale kazaka Astana, e per farlo farà affidamento esclusivamente sulle cucine Silko.

Per lo chef Titov, la decisione è stata immediata. "Silko offre il miglior rapporto qualità-prezzo sul mercato", dichiara. "Mi spiace solo non disporre già di cucine Silko nei miei altri ristoranti". Insieme, Silko, Bioshop e Café Alma dimostrano che un mix di collaborazione sinergica, eccellenza tecnica e ambizione condivisa può trasformare anche le cucine più piccole in prodigi della gastronomia moderna.

"Il punto di forza di Silko è l'ottima qualità costruttiva... A uno chef non serve altro"

Andrey Titov
Café Alma





Sopra (dall'alto verso il basso): Annamaria Giacomin, Silko; Nikita Bykov, Bioshop. Sotto, a sinistra: Andrey Titov, Café Alma





BRAND FOCUS

SILKO

1980
Fondata 46 anni fa, Silko ha sede a Vittorio Veneto, a 70 km da Venezia

100%
Silko produce una gamma completa di attrezzature da cucina 100% made in Italy

60%
L'utilizzo della pellicola eco-friendly Fiber Film™ nel packaging Silko riduce il consumo di plastica del 60%

silko.it



Tutto il sapore dell'attesa

Al ristorante Opheem di Birmingham, due stelle Michelin, lo Chef Aktar Islam rivoluziona la cucina indiana con gli innovativi armadi per la frollatura di Williams Refrigeration che offrono nuovi livelli di monitoraggio, uniformità e creatività nella preparazione di carne, pesce e non solo, scrive Chris Evans



La cucina del ristorante Opheem ospita una rivoluzione silenziosa. Oltre al servizio preciso e alla sapiente combinazione di spezie, è la frollatura degli ingredienti a fare la differenza. Non una moda o un vezzo, secondo lo Chef e proprietario Aktar Islam, ma un aspetto fondamentale.

"Lavoriamo con l'universo dei sapori", spiega. "I processi che adottiamo devono tenerlo bene a mente".

Questa filosofia ha trovato un valido alleato negli armadi per la frollatura della carne MAR1 in acciaio inox di Williams Refrigeration. Tre unità dedicate hanno infatti permesso di riportare in-house un processo che un tempo era in parte esternalizzato, aprendo nuove possibilità in termini di gusto, consistenza e creatività.

La frollatura a secco è stata a lungo associata al manzo, ma la cucina di Opheem va ben oltre. Un armadio è destinato al manzo, uno al pollame e uno al pesce, dato che ogni ingrediente prevede un trattamento diverso.

Risultati tangibili in tutto il menù

"Ci siamo resi conto che la pelle del pollame diventa croccante se viene rimossa parte dell'umidità", rivela Islam. "Lo stesso vale per il pesce: la marinatura si assorbe meglio e non cola via".

Per un ristorante che cucina spesso alla brace, questo è un aspetto essenziale. La riduzione dell'umidità favorisce l'adesione della marinatura e migliora la caramellizzazione in cottura per donare un gusto e un'estetica impeccabili.

Il manzo rimane tuttavia l'esempio più lampante. Una frollatura prolungata, a volte fino a due mesi e mezzo, ne esalta il gusto e migliora la resa in cottura. "La rosolatura del manzo è decisamente migliore [con la frollatura nell'armadio Williams]. È molto più facile ottenere l'effetto Maillard dopo una frollatura a secco magistrale", prosegue Islam.

Prima di installare le unità Williams, Opheem affidava la frollatura degli ingredienti proteici principalmente a fornitori esterni, con una conseguente mancanza di uniformità e sperimentazione. Ora tutto viene gestito internamente.

"Frolliamo a secco tutti gli elementi proteici e l'intero processo è sotto il nostro controllo", afferma Islam.

La flessibilità data da tre unità distinte consente, inoltre, di testare in contemporanea differenti tempistiche, tecniche e, perfino, ingredienti. "Per me è importantissimo sperimentare e trovare la soluzione migliore", aggiunge.

Meno limiti, più qualità

Per Williams, collaborare non significa solo fornire l'attrezzatura, ma permettere agli chef di ampliare i propri orizzonti e migliorare la qualità.

"I nostri sistemi di frollatura generano valore per i clienti trasformando dei tagli standard in ingredienti saporiti e di prima scelta", afferma Haydon Hendry, Sales Manager per il Nord-Est e le Midlands di Williams Refrigeration.

Gli armadi, disponibili in qualsiasi colore, calibrano umidità e temperatura con precisione anche grazie a elementi come i blocchi di sale dell'Himalaya, che aiutano a controllare batteri e umidità. Questo genera il microclima ideale per la frollatura. Come osserva Hendry, anche i marinati ne beneficiano perché "si asciugano per bene", mentre le fibre si rompono diventando più tenere.

Un aspetto chiave è la facilità d'uso, con controlli intuitivi ed esigenze di manutenzione ridotte che consentono agli chef di concentrarsi sul risultato e non sul processo.

Per Islam, la decisione di lavorare con Williams si basa su "fiducia, assistenza e affidabilità".

Una scelta corroborata dall'approccio pratico del qualificato team Williams che comprende degli ex chef, come lo stesso Hendry. "Ci consideriamo consulenti, con un ruolo di guida e affiancamento", dichiara parlando dell'accessibilità del servizio e dell'assistenza post-vendita, cruciale nelle cucine più indaffarate.

Questa affidabilità sostiene l'evoluzione continua di Opheem. Fondato nel 2018, il ristorante ha affrontato varie ristrutturazioni in cucina, perfezionando ogni volta l'approccio al cibo e alle tecniche di lavoro.

Per il futuro, Islam non vede l'ora di cimentarsi in sperimentazioni più ampie, che supereranno l'attuale predominio di carne e pesce negli armadi per la frollatura. "Stiamo iniziando a valutare il potenziale delle verdure. Le possibilità sono infinite", rivela Islam.

"Frolliamo a secco tutti gli elementi proteici e l'intero processo è sotto il nostro controllo"

Aktar Islam
Opheem





Prima di installare le unità Williams, Opheem affidava la frollatura degli ingredienti proteici principalmente a fornitori esterni

BRAND FOCUS

williams

46
Da quasi 50 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

williamsrefrigeration.co.uk

Grazie alla ditta di catering An Guadn, le strutture di cura in Baviera offrono ai propri ospiti piatti locali nutrienti e profondamente legati alla cultura regionale. Jim Banks analizza il ruolo dell'esclusiva tecnologia temp-rite International nel suo sistema di distribuzione cook-and-chill



Sapori di casa per le strutture di cura bavaresi















Sopra: Johannes Pichlmayr (in alto), Pichlmayr Group; Steffen Hülsen, temp-rite

L'espressione "An Guadn" è ben nota a chi proviene dalla Germania sudorientale, poiché nel dialetto bavarese locale significa "buon appetito". L'azienda che porta questo nome ha un obiettivo: offrire piatti locali di qualità agli ospiti di 60 strutture residenziali e di cura in tutta la regione.

Membro del gruppo a conduzione familiare Pichlmayr Group, la ditta sintetizza il proprio approccio al cibo in una semplice frase: "Bayrisch, Regional, Gut" (Bavarese, Regionale, Buono). L'impegno verso il gusto e la qualità la contraddistingue, ma per mantenere standard simili in così tante strutture è fondamentale prestare particolare attenzione al sistema di distribuzione dei pasti.

"La consegna dei pasti è sempre stata una sfida complessa. 10 anni fa abbiamo deciso di adottare il modello cook-and-chill", racconta Johannes Pichlmayr, Managing Director di An Guadn. "Vogliamo dare agli ospiti delle strutture pasti freschi e gustosi, che sanno di casa, non i soliti piatti surgelati che si trovano ovunque".

An Guadn può ora contare su più di 150 carrelli temp-rite



Il cibo tradizionale bavarese è saporito, ricco e rustico, con carne e dolci a fare da protagonisti. Maiale, canederli e condimenti a base di birra sono onnipresenti. I piatti tipici sono lo *schweinshaxe*, un fragrante stinco di maiale, il *weisswurst*, la tradizionale salsiccia bianca, i *knödel*, gnocchi di patate o pane, l'*obatzda*, una diffusissima crema di formaggio, e il *kaiserschmarrn*, una frittata dolce a tocchetti molto amata.

"Gli anziani nelle case di cura apprezzano la cucina tradizionale, ma il personale e i visitatori preferiscono qualcosa di più moderno, perciò dobbiamo offrire un'ampia gamma di proposte", spiega Pichlmayr. "Dobbiamo considerarlo più come un contesto sanitario: abbiamo clienti con esigenze alimentari specifiche, quindi dobbiamo collaborare con medici e strutture per creare pasti su misura".

Cook-and-chill, il segreto dell'uniformità

Il sistema cook-and-chill mantiene i pasti sempre freschi e saporiti, anche quando vengono inviati a strutture lontane dalla cucina centrale di Moosburg an der Isar, che serve case di cura nel raggio di 150 km. I pasti refrigerati possono essere consegnati con un giorno d'anticipo. In passato l'azienda si avvaleva di un sistema cook-and-serve per 12 strutture, con notevoli sfide logistiche. La filosofia cook-and-chill si è invece dimostrata più affidabile e flessibile.

Questo è in parte dovuto ai carrelli buffet Temp-Classic Pro M di temp-rite International, strumenti ad alte prestazioni e fulcro del processo di distribuzione dei pasti. "Dato che l'introduzione del sistema cook-and-chill centrale ha incrementato la necessità di attrezzatura tecnica presso le strutture, è partita la ricerca di un partner in grado di garantire affidabilità, igiene, automazione e, insieme, praticità quotidiana", spiega Steffen Hülsen, Sales Manager Southern Region di temp-rite.

I carrelli presentano funzionalità smart, una struttura igienica e robusta e un focus costante verso le esigenze degli ambienti clinici e di cura. Sono caratterizzati da processi di riscaldamento e raffreddamento completamente automatizzati, documentazione HACCP integrata per la registrazione completa dei dati, design ergonomico, facilità di pulizia e un design resistente, realizzato con materiali di qualità.

"Qualità e servizio sono tra i migliori sul mercato"

Johannes Pichlmayr
Pichlmayr Group

"Particolarmente importante nelle routine assistenziali è l'alto grado di automazione", aggiunge Hülsen. "Riscaldamento e raffreddamento sono completamente automatizzati. Il riscaldamento inizia solo a un orario prestabilito per servire i pasti in perfetto orario. In seguito, il carrello passa automaticamente in modalità scaldavivande e il secondo scomparto prosegue il raffreddamento. Il raffreddamento parallelo di uno scomparto separato consente una pianificazione flessibile del menù, con piatti caldi e freddi, senza attrezzature extra".

An Guadn ha introdotto i carrelli sei anni fa e può ora contare su più di 150 unità, senza alcun problema segnalato ad oggi. "Avevamo già testato altri prodotti, ma i carrelli temp-rite hanno una marcia in più per il funzionamento ad aria calda, che conserva meglio il cibo", sostiene Pichlmayr.

"Qualità e servizio sono tra i migliori sul mercato, perciò ogni esigenza viene soddisfatta. Stiamo già preparando più di 4.000 pasti al giorno e puntiamo ad arrivare intorno ai 7.000: un'espansione enorme, per la quale sappiamo di aver trovato il partner giusto".

BRAND FOCUS

temp-rite

50+

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

2002

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

90%+

Più del 90% delle vendite temp-rite avviene nel settore sanitario

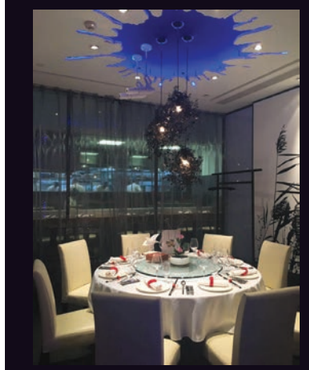
temp-rite.eu

Innovazione e automazione al centro della rivoluzione Xiaomai

Dalla ridefinizione dell'universo dei minimarket al supporto del leggendario brand di anatra arrosto, Da Dong, Xiaomai Group sta ridefinendo i confini dell'alta cucina cinese standardizzata. Jim Banks esplora il ruolo della collaborazione fondata sulla fiducia con Welbilt









I punti vendita smart senza personale di Xiaomai Group sono in tutta la Cina

In Cina, se dici Da Dong dici anatra arrosto, e per giunta della migliore qualità. Il fatto che questo brand sia considerato leader di mercato è in gran parte dovuto alla dedizione di Dong, che da oltre 40 anni perfeziona una ricetta di anatra arrosto croccante, contraddistinta da una pelle non unta.

"Lo chef Dong è un'icona nazionale, e più di 90 leader globali hanno assaggiato il suo cavallo di battaglia in occasione dei loro viaggi in Cina", afferma Zexuan Liu, Chairman di Xiaomai Group, che nel 2025 ha avviato una collaborazione strategica con il brand per portare la cucina cinese nel mondo.

Con più di 50 ristoranti in Cina, l'impero Da Dong continua a espandere la propria presenza internazionale. Con una crescita simile, la sfida è riuscire a preservare gli altissimi standard che da sempre dipendono dal coinvolgimento personale di Dong.

Solitamente è proprio lui a supervisionare ogni passaggio, dalla selezione delle specie di anatra al servizio al tavolo, e non è facile mantenere un livello di controllo simile in numerosi ristoranti e aree geografiche.

"La realizzazione della missione globale di Da Dong dipende dalla standardizzazione", spiega Zexuan. "Solitamente, per infornare l'anatra a mano e gestire un forno a legna servono le competenze di uno chef, ma per espandersi a livello globale occorre la standardizzazione. È importante avere la specie giusta di anatra, ma anche il metodo di marinatura, l'essiccatore e il tempo necessario a essiccarla".

La reputazione di Da Dong come leader di mercato è in gran parte dovuta alla dedizione dello chef Dong

Da Dong è riuscito a standardizzare con successo la sua attrezzatura solo grazie all'intervento di Welbilt®. L'azienda ha sviluppato una soluzione digitale che consente di cucinare fino a otto anatre in un solo forno, sebbene per ottenere la stessa qualità siano necessari parametri di cottura diversi per ciascuna. "Ci sono potenzialmente cinque fasi in cui ogni parametro può variare, perciò necessitavamo di forni intelligenti per digitalizzare la programmazione", prosegue Zexuan. "Siamo riusciti a standardizzare la scelta della specie di anatra e la fase preparatoria, e ora possiamo farlo anche con la cottura".

La chiave del successo? Gli standard Xiaomai

Zexuan sa cosa serve per standardizzare al meglio una cucina di alta gamma grazie alla sua stessa esperienza di fondatore di Xiaomai Group. Nel 2013, l'azienda era una start-up dedicata allo sviluppo e alla gestione di minimarket automatizzati di quartiere.

Oggi, in tutta la Cina si trovano i suoi punti vendita smart senza personale. Il loro sistema a chiosco modulare o in stile container li rende ideali per zone residenziali ad alta densità, distretti commerciali e zone vicino a uscite della metropolitana. I punti vendita sono piccole unità prefabbricate, spesso intorno ai 20 mq, e possono essere posizionati e rimossi velocemente, secondo necessità.

Completamente automatizzati, questi pop-up sono dotati di IA, sensori e videocamere che monitorano l'inventario e gestiscono l'esperienza di acquisto. Ognuno dispone in genere di oltre 600 articoli, soprattutto prodotti ad alta rotazione e grande richiesta come snack, bevande e, talvolta, beni di prima necessità. Il cibo caldo di qualità è un altro elemento chiave dell'offerta.

Zexuan ha sviluppato l'idea dopo la laurea alla Hupan University, istituita dal fondatore di Alibaba Jack Ma. Forte dell'esperienza con Jingdong (JD.com), controparte cinese di Amazon e maggior rivenditore del Paese per fatturato, ha voluto mettere digitalizzazione e automazione al centro del nuovo concept. "Tutti gli iscritti all'università sono imprenditori, e io ero nella prima classe", spiega. "È stato allora che ho messo a fuoco la mia missione: onorare l'arte culinaria dei maestri del mio Paese e far innamorare il mondo della cucina cinese. Volevo standardizzare e industrializzare la cucina cinese, che di solito è appannaggio di singoli chef".

Servendosi della giusta attrezzatura, ha messo a punto procedimenti industrializzati per preparare cibo di alto livello e istituire più canali internazionali di vendita. Nel 2017, nelle prime fasi di sviluppo del modello dei minimarket, una visita a un centro R&D Welbilt si è rivelata un importante punto di svolta.

Una relazione a lungo termine

Durante la visita al centro d'innovazione di Tampa, in Florida, organizzato da Patrick Xi, Vice President di Welbilt per l'Asia settentrionale, Zexuan ha scoperto l'innovativa attrezzatura che si sarebbe rivelata determinante per la sua visione strategica. "È rimasto molto colpito dal grado di tecnologia e innovazione della nostra attrezzatura da cucina", precisa Xi. "Poco dopo, Welbilt Cina e Xiaomai hanno iniziato a dotare i minimarket di forni Merrychef®. Negli anni, Xiaomai Group è passato dalla gestione di minimarket allo sviluppo di vasti poli industriali di cibo preconfezionato, dove varie aziende realizzano cibo cinese confezionato, pronto per il consumo o da cucinare per punti vendita al dettaglio come Sam's club. Oggi l'obiettivo di Xiaomai è l'espansione globale".

Xiaomai Group è passato allo sviluppo di vasti poli industriali di cibo preconfezionato

Attraverso questa partnership strategica, Welbilt fornisce soluzioni cook-and-chill per la produzione alimentare, tra cui forni combinati da pavimento Convotherm®, cuocitori Cleveland®, abbattitori Tecnomac e brasiere Metos. Nel parco industriale Xiaomai, Welbilt Cina e Xiaomai hanno fondato



"La realizzazione della missione globale di Da Dong dipende dalla standardizzazione"

Zexuan Liu
Xiaomai Group



Da Dong conta più di 50 ristoranti in tutta la Cina





insieme il Welbilt Xiaomai R&D ed Experience Center, realtà che favorisce lo sviluppo di prodotti offrendo la possibilità di fare esperienza diretta delle soluzioni dei due brand. La collaborazione va ora ben oltre la Cina: Xiaomai Group è infatti approdato in Giappone, Sud-Est asiatico e Stati Uniti. Welbilt KitchenConnect® ha un ruolo chiave nell'espansione del brand poiché consente di collegare i forni al cloud e gestirli da un solo computer.

"Oltre a migliorare l'efficienza, questa è una misura di sicurezza", sostiene Xi. "I parametri di cottura sono riservati: sono l'ingrediente segreto e vanno tutelati".

"Possiamo monitorare le operazioni dei punti vendita, verificare le esigenze della supply chain e garantire la qualità e l'approvvigionamento della specie di anatra indicati da Da Dong. Forniamo soluzioni a 360°", aggiunge. "Vediamo cosa preparano e come operano, quindi sappiamo di cosa hanno bisogno".

A settembre 2025, al Marina Bay Sands di Singapore, Convotherm e Da Dong hanno siglato un accordo di collaborazione strategica globale. In questo modo, Welbilt e Convotherm affiancheranno e supporteranno Da Dong su scala mondiale. E questo è solo l'ultimo passo di una collaborazione con Welbilt che accompagnerà a lungo Xiaomai e Da Dong nel loro percorso per portare l'alta cucina cinese e soluzioni innovative di automazione nel mondo.



"Forniamo soluzioni a 360°. Vediamo come operano, quindi sappiamo di cosa hanno bisogno"

Patrick Xi
Welbilt



Welbilt e Convotherm affiancano e supportano Da Dong a livello globale







La collaborazione tra Xiaomai Group e Welbilt va ora ben oltre la Cina e abbraccia Giappone, Sud-Est asiatico e Stati Uniti

BRAND FOCUS

WELBILT

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

58
Sono circa 60 i brand Welbilt operativi in tutto il mondo

2022
Welbilt viene acquisita da Ali Group

welbiltasia.com



L'Alb-Fils Klinikum, ospedale pubblico proprietà del distretto Göppingen nel Baden-Württemberg, migliora il proprio servizio di distribuzione dei pasti ai pazienti grazie all'innovativo sistema B-Smart e al sistema di trasposto AGV di Stierlen, riferisce Chris Evans

Logistica alimentare smart

Quando nel 2025 l'Alb-Fils Klinikum ha inaugurato il suo nuovo ospedale all'avanguardia a Göppingen, Germania, l'obiettivo era chiaro: creare una delle strutture sanitaria tecnologicamente più avanzate della regione.
L'ospedale necessitava, inoltre, di una moderna soluzione per la distribuzione dei pasti altamente efficiente e in grado di servire ogni giorno a centinaia di pazienti.

Per raggiungere questo obiettivo, l'ospedale ha collaborato con Stierlen, adottando il sistema portavassoi B-Smart dell'azienda in combinazione con un sistema di trasporto a guida automatica (AGV – Automated Guided Vehicle), una soluzione innovativa che integra automazione, igiene e precisione nella ristorazione ospedaliera.

L'Alb-Fils Klinikum è un ospedale pubblico di proprietà del distretto di Göppingen nel Baden-Württemberg e svolge la funzione di ospedale universitario convenzionato con l'università di Ulm. Con circa 645 posti letto, di cui 43 destinati alla terapia intensiva, e un'attività che comprende circa 30.000 ricoveri e 135.000 prestazioni ambulatoriali all'anno, l'ospedale necessitava di un'infrastruttura di ristorazione solida, in grado di garantire una qualità costante dei pasti anche su larga scala.

Secondo Michael Tibi, responsabile dei servizi di ristorazione dell' Alb-Fils Klinikum, il trasferimento nel nuovo edificio ha rappresentato un'opportunità per ripensare da zero le attività di ristorazione.

"Il motivo principale della collaborazione è stato la necessità di implementare un sistema di ristorazione altamente moderno, efficiente e igienicamente sicuro", spiega.

Stierlen è stata coinvolta fin dalle prime fasi di progettazione, contribuendo a integrare la logistica dei pasti nell'infrastruttura digitale dell'ospedale. Il progetto ha portato infine all'installazione dei carrelli B-Smart per la distribuzione dei pasti con le stazioni per la rigenerazione dei pasti nei reparti e all'integrazione con il sistema di trasporto automatizzato dell'ospedale.

"Ciò che rende speciale questo progetto è la combinazione del sistema B-Smart con il trasporto tramite AGV verso i reparti dei pazienti e la rigenerazione decentralizzata nelle singole stanze di servizio", afferma Siegfried Hilser, Direttore Generale di Stierlen. "Il fatto che siamo riusciti a implementare questo sistema in un nuovo ospedale all'avanguardia dimostra che le nostre soluzioni sono tecnologicamente all'avanguardia".

Migliorare la logistica

Nella pratica, il sistema funziona come un processo integrato. I pasti vengono porzionati nella cucina centrale e inseriti in carrelli B-Smart coibentati, dotati di compartimenti separati per le pietanze calde e fredde. Questi carrelli vengono quindi trasportati all'interno dell'ospedale tramite AGV, che li portano direttamente al reparto. Una volta arrivati a destinazione, vengono collegati alle stazioni di rigenerazione, che rigenerano i pasti portandoli alle temperature di servizio precise.

L'automazione migliora significamente la logistica, mantenendo al contempo standard di igiene e sicurezza alimentare.

"Il passaggio a una consegna completamente automatizzata rappresenta un importante progresso", afferma Tibi. "Il trasporto automatizzato elimina i colli di bottiglia logistici e gli errori umani, garantendo al contempo una catena del freddo e del caldo completamente documentata".



"Cio che rende questo progetto speciale è la combinazione del sistema B-Smart con il trasporto AGV"

Siegfried Hilser
Stierlen

Il sistema B-Smart è stato progettato specificamente per la ristorazione ospedaliera con tecnologia cook-chill. Il suo isolamento ad alte prestazioni e il controllo preciso della temperatura consentono ai cibi caldi e freddi di rimanere perfettamente separati, fino alla fase di rigenerazione. Questo garantisce che le zuppe arrivino calde, mentre le insalate rimangano fresche, un fattore importante per la soddisfazione dei pazienti.

Hilser sottolinea che anche l'igiene e la durata nel tempo sono stati aspetti fondamentali durante la progettazione. "Il carrello, completamente saldato all'interno e all'esterno, è iniettato di poliuretano isolante ad alta densita", spiega. "Non ci sono aperture da cui può entrare l'umidità, un aspetto fondamentale perché i carrelli dell'ospedale vengono lavati più volte al giorno. Questo garantisce una lunga durata operativa e un elevato livello di igiene".

Oltre alla qualità del cibo il sistema offre chiari vantaggi operativi. Il trasporto automatizzato riduce la necessità per il personale di spostare carrelli pesanti tra diversi reparti, consentendo agli operatori di dedicarsi maggiormente all'assistenza dei pazienti. Il monitoraggio garantisce, inoltre, che le temperature e i dati relativi alla sicurezza alimentare possano essere tracciati e documentati durante l'intero processo di distribuzione.

Per i pazienti, i vantaggi sono altrettanto evidenti. "Orari dei pasti affidabili sono importanti per il coordinamento con i programmi di somministrazione dei farmaci o delle terapie", afferma Tibi. "La rigenerazione precisa garantisce che i pasti arrivino esattamente come previsto: i cibi caldi caldi e quelli freddi freschi".

Mentre l'Alb-Fils Klinikum continua a sviluppare la propria infrastruttura digitale e automatizzata, la collaborazione con Stierlen rimane una componente fondamentale della sua strategia a lungo termine. Combinando tecnologie avanzate con una logistica automatizzata, l'ospedale ha creato un sistema di gestione dei pasti in grado di sostenere sia l'efficienza operativa sia il benessere dei pazienti, dimostrando come l'innovazione possa trasformare anche gli aspetti più ordinari dell'assistenza ospedaliera.



L'Alb-Fils Klinikum aveva bisogno di un'infrastruttura di ristorazione solida, in grado di garantire una qualità costante dei pasti anche su larga scala





BRAND FOCUS

Stierlen
SEIT 1889

1889
Leader nella produzione di sistemi professionali per la distribuzione dei pasti e lavastoviglie professionali, Stierlen è stata fondata nel 1889 a Rastatt, in Germania.

1997
Stierlen è stata acquisita dal gruppo Ali nel 1997

90%+
Più del 90% dei clienti proviene dal settore sanitario

stierlen.com

Piccoli spazi, grandi ambizioni

Ideare la cucina di una scuola primaria di paese può sembrare un progetto di poco conto, ma la sua importanza per la comunità ceca di cui fa parte e l'eleganza di una soluzione basata su attrezzature JIPA dimostrano come qualità e creatività contino più della grandezza di un progetto, spiega Jim Banks









Sopra (dall'alto verso il basso): la scuola elementare di Čebín; Patrik Čechák, JIPA; Marek Kaspar, GOZ GASTRO





BRAND FOCUS

jipa®

12
L'attrezzatura JIPA prevede touchscreen da 12 pollici con pannelli di controllo posizionabili a destra o a sinistra

AISI 304
JIPA impiega acciaio inox AISI 304 per la sua resistenza alla corrosione, lavorabilità e facilità di saldatura

2
L'attrezzatura multifunzione JIPA presenta una base dal design unico, saldato su due lati

jipacz.cz

Con soli 2.000 abitanti, Čebín è un piccolo comune a circa 30 minuti di auto da Brno, seconda città della Repubblica Ceca. La scuola primaria della cittadina si è recentemente trasferita in un ex centro commerciale di epoca socialista ristrutturato. La mensa ha posto le autorità locali di fronte a una scelta importante: riutilizzare la vecchia attrezzatura da cucina, in parte risalente alla fine degli anni Ottanta, o investire nel nuovo.

Thomas Kříž, sindaco di Čebín, ha scelto la seconda opzione. Il suo obiettivo era costruire una cucina moderna, affidabile e con una capacità tale da soddisfare le esigenze della comunità. "Per noi era importante che la nuova struttura potesse accogliere non solo gli allievi della scuola primaria, ma anche i piccoli della scuola dell'infanzia e gli anziani del paese", spiega. "Volevamo ampliare la scelta riuscendo a preparare più piatti, in modo che si potesse scegliere tra almeno due opzioni al giorno".

Anche l'efficienza energetica era un fattore chiave: la nuova cucina ha consumi decisamente ridotti rispetto alla precedente, con conseguenti vantaggi sul piano ambientale ed economico. Per realizzarla, Kříž si è rivolto a Marek Kaspar, Director e Co-Owner dello studio di consulenza GOZ GASTRO. Il suo impegno nel comprendere le esigenze dell'istituto, tra cui i limiti di spazio e di budget, ha immediatamente colpito il primo cittadino.

"Per noi, il pranzo comprende solitamente zuppa, carne, riso e patate. Ora, anche più verdure. Questa è la tradizione, quindi ogni scuola ha una mensa che prepara pasti in loco o serve piatti di fornitori esterni", spiega Kaspar.

"Abbiamo messo a punto un menù completamente nuovo grazie all'attrezzatura JIPA, che offre una preparazione rapida e cibi molto più freschi. Un dispositivo unico, con infinite possibilità", continua.

"Per esempio, possiamo preparare primi piatti freschi a base di pasta a ogni servizio. Da bambino, non vedevo l'ora di fuggire dalla mensa e correre a casa per mangiare qualcosa di buono. Oggi mangio con i clienti nelle cucine che progettiamo per loro", confida Kaspar.

La versatilità al centro della scena

Oltre ad accogliere gli alunni della scuola primaria e dell'infanzia, la cucina prepara fino a 70 pasti per gli anziani della zona. La sua capacità e la sua versatilità derivano dalle brasiere multifunzione ribaltabili di JIPA, attuale punta di diamante della cucina.

I sistemi di cottura, in particolare il JIPA JUMP 101DL con le sue due vasche da 80 litri, consentono di preparare più di 50 pasti al giorno, offrendo una scelta tra tre tipi di menù e la possibilità di gestire diete speciali.

> **"L'idea è offrire un concentrato di tecnologie in un ingombro minimo"**
>
> **Patrik Čechák**
> JIPA

"L'idea centrale dell'attrezzatura multifunzione è offrire un concentrato di tecnologie in un ingombro minimo. Un dispositivo unico, con infinite possibilità", spiega Patrik Čechák, Head of Sales and Export Manager di JIPA. "Funziona come cuocipasta, brasiera classica, griglia e friggitrice. Il tutto in un unico dispositivo, disponibile 24 ore su 24 e 7 giorni su 7. Con la cottura notturna, la carne è già pronta al mattino, così gli chef possono dedicarsi a condimenti e altre preparazioni. Può anche friggere ciambelle o patatine".

Le vasche sono dotate anche di un sistema automatico a cestello che permette agli chef di allontanarsi mentre il cibo cuoce. Basta selezionare un programma e lasciare che il sistema faccia il resto. "La reazione dei cuochi è sempre la stessa", dichiara Kaspar. "La prima settimana rivogliono la vecchia cucina. Arrivati alla seconda, dopo un minimo di formazione, cambia tutto. Il carico di lavoro è più gestibile e la produttività aumenta, anche in poco spazio. A quel punto, non ne vogliono più sapere del sistema precedente".

L'impatto è chiaro: cibo più sano per bambini e anziani, bollette dell'elettricità più basse per il sindaco e maggiore efficienza per chi cucina. Con la giusta attrezzatura e una progettazione attenta, anche una piccola mensa scolastica può fare la differenza per una comunità.



Innovazione allo stato puro

La collaborazione tra Scotsman e Caffè Sempione a Milano dimostra come ripensare una semplice macchina per il ghiaccio possa migliorare qualità delle bevande, efficienza e design, scrive Chris Evans



A prima vista, la macchina per il ghiaccio è di rado il fulcro di una caffetteria moderna. Con la crescente diffusione di iced coffee, cold brew e cocktail a base di caffè nei menù internazionali, il ghiaccio sta tuttavia diventando un ingrediente chiave per l'aroma, la diluizione, l'estetica e la percezione dei clienti.

Consapevole del cambiamento, Scotsman ha deciso di basare lo sviluppo dei nuovi prodotti sull'innovazione. Una scelta evidente al milanese Caffè Sempione, lungimirante esperto di torrefazione di caffè specialty dove il brand ha installato la nuova macchina sottobanco per il ghiaccio gourmet EXG. Il modello EXG rivoluziona il modo in cui le macchine per il ghiaccio sono concepite e integrate negli spazi ricettivi.

Abbastanza compatto da stare sotto il bancone e caratterizzato da un'elegante finitura nera, è pensato per contesti premium che si fondano su un'armonia tra prestazioni ed estetica.

Un tocco ricercato in più

"La prima cosa che si nota è il suo aspetto moderno", afferma Alessio Pianta, Chief Technology Officer (CTO) di Caffè Sempione. "Per la prima volta, qualcuno ha pensato di fare una macchina per il ghiaccio bella da vedere e che non stona con il design del bar, ma anzi lo migliora".

Al di là del lato estetico, è la funzionalità a guidare il design. La macchina EXG produce cubetti di ghiaccio gourmet da 20 g perfettamente trasparenti. Fatti per sciogliersi in modo lento e uniforme, sono la chiave di volta di bevande e cocktail a base di caffè, in cui l'eccessiva diluizione può compromettere l'aroma nel giro di poco. "La differenza si sente anche solo tenendo in mano i cubetti", afferma Pianta. "I nuovi sono più asciutti e compatti, i vecchi si scioglievano subito. Questi durano più a lungo nel bicchiere, e la qualità delle bevande è tutta un'altra storia".

A sinistra: La nuova macchina sottobanco per ghiaccio gourmet EXG scelta da Caffè Sempione (in alto) a Milano

L'innovazione va ben oltre il singolo cubetto. Sviluppata con il refrigerante naturale R290, la macchina riflette il più ampio impegno di Scotsman per la sostenibilità e l'efficienza energetica. La ventilazione completamente frontale consente un'installazione a incasso anche in spazi ridotti e semplifica l'assistenza e la manutenzione.

"Le parole d'ordine della nuova linea di prodotti sono intuitività, efficienza energetica e manutenzione agevole", spiega Simone Buratti, International Marketing Manager di Scotsman. "La facilità d'uso e di pulizia nella quotidianità è un vantaggio notevole per i clienti".

Dettagli pratici come il filtro dell'aria rimovibile, l'accesso semplificato ai componenti interni e gli accessori magnetici, tra cui una paletta da ghiaccio che si fissa in automatico al cestello, snelliscono le operazioni nei momenti più frenetici. L'elettronica digitale consente ai tecnici di consultare rapidamente i parametri, mentre la connettività remota tramite l'app XWave fonde monitoraggio in tempo reale e manutenzione preventiva.

"Possiamo consultare report giornalieri e verificare che tutto funzioni a dovere", dice Buratti. "Finora non ci sono stati problemi".

La scelta di installare la macchina EXG da Caffè Sempione è stata deliberata. La collaborazione pluriennale tra le due aziende e la poca distanza tra le rispettive sedi ha permesso una sinergia ottimale e un feedback continuo nelle fasi di collaudo e sviluppo.

"Il feedback diretto degli utenti





finali è determinante in ogni nuova linea di prodotti", spiega Buratti. "Questo vale soprattutto per l'EXG, che combina un design del tutto inedito, risparmio energetico e tecnologia digitale".

Il flagship café di Caffè Sempione di Pogliano Milanese era un ambiente ideale per collaudare la macchina. Con più di 300 colazioni al giorno e oltre 1.000 clienti nei weekend, il locale lavora costantemente sotto pressione, perciò l'affidabilità dell'attrezzatura non è negoziabile.

"La macchina è installata nel bar principale", afferma Pianta. "La stiamo testando da vari mesi e non abbiamo avuto alcun problema".

Al centro della scena

La qualità del ghiaccio si nota in tutto l'arco della giornata. Il modello EXG consente di preparare iced coffee e bevande fredde nell'orario di servizio ed è essenziale per l'aperitivo. "L'happy hour è fino alle 20.00", racconta Pianta. "Con il nuovo ghiaccio a lunga durata, i drink sono meno diluiti. E questo è un grande vantaggio per noi e per i clienti".

"Con il nuovo ghiaccio a lunga durata, i drink sono meno diluiti. E questo è un grande vantaggio"

Alessio Pianta
Caffè Sempione



Anche l'uniformità è cruciale. Mentre le macchine più datate producono talvolta cubetti cavi o irregolari, l'EXG offre risultati pressoché identici a ogni ciclo e questo si riflette in positivo sulla percezione del cliente.

Il successo della macchina installata è indice di una sintonia più profonda tra le due realtà. Inaugurato nel 2012 come semplice bar, Caffè Sempione è diventato una torrefazione con centinaia di clienti e un team tecnico per l'installazione, riparazione e manutenzione dell'attrezzatura.

"Volevamo offrire un servizio a tutto tondo", precisa Pianta. "Caffè, macchine, configurazione, assistenza: tutto. Per noi l'affidabilità è più importante del semplice prodotto".

Una filosofia che riflette l'approccio di Scotsman. "Grazie all'innovazione, a un portafoglio equilibrato di prodotti, a un servizio eccellente e a un team straordinario, siamo un partner assolutamente affidabile", proclama Buratti.

L'innovazione di Caffè Sempione abbraccia anche la formazione, con un'academy che mette al centro la pratica, anziché la teoria, e dove istruttori di grande esperienza affiancano gli allievi dietro al bancone.

"Insegniamo cosa accade davvero ogni giorno in un bar", rivela Pianta. "Parliamo di efficienza, flusso di lavoro e qualità".

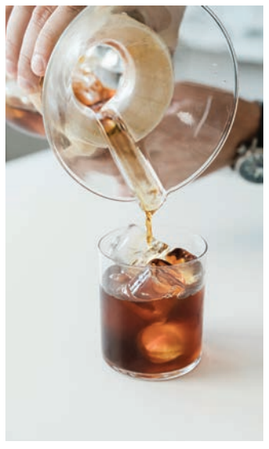
"Grazie all'innovazione, e a un team straordinario, siamo un partner assolutamente affidabile"

Simone Buratti
Scotsman

L'EXG si è integrata con naturalezza in questo contesto, dimostrando come un'attrezzatura moderna aiuta a migliorare il servizio e l'uniformità e riduce le difficoltà di manutenzione e pulizia.

Forte del successo dell'installazione del modello EXG, in futuro Caffè Sempione prevede di iniziare a proporlo alla propria rete di clienti, tra bar e ristoranti, confermando in modo evidente la qualità della soluzione. "Sono molto soddisfatti", conferma Buratti. "E hanno già richiesto altre macchine per installazioni future".

In un settore in cui l'innovazione è spesso associata a nuovi metodi di erogazione del caffè o menù digitali, l'EXG dimostra che si possono reinventare anche gli elementi più familiari. Facendo della qualità del ghiaccio un elemento chiave dell'eccellenza delle bevande, Scotsman e Caffè Sempione stanno ridefinendo, in modo discreto ma deciso, le aspettative dei bar di oggi.







Sopra: Alessio Pianta, CTO di Caffè Sempione (in alto); Simone Buratti, International Marketing Manager di Scotsman

BRAND FOCUS

Scotsman

1955

Scotsman è pioniere dello sviluppo di macchine per il ghiaccio affidabili e convenienti

2012

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

300+

Scotsman offre un'innovazione significativa con più di 300 modelli di macchine per il ghiaccio, contenitori e dispenser

scotsman-ice.it



Un nuovo e rivoluzionario capitolo nel lavaggio professionale delle stoviglie: HYDROPOWER di DIHR utilizza la tecnologia dell'acqua ad alta pressione al posto dei granuli per unire sostenibilità, velocità e connettività smart, racconta Chris Evans

Innovazione green

Descritta come "l'ultima tecnologia per il lavaggio delle stoviglie, vassoi e teglie", HYDROPOWER è più di un semplice lancio per DIHR. È un cambio di paradigma in come le cucine professionali affrontano le sfide di lavaggio più dure.

Questa soluzione compatta combina una lavaoggetti ad alta pressione e una lavastoviglie a cappotta in un unico ingombro, senza bisogno di granuli e con prestazioni eccellenti.

"Vent'anni fa abbiamo sviluppato la macchina a granuli", racconta Carlo Brunati, Commercial Director di DIHR, azienda con sede a Castelfranco Veneto. "Ora ci rinnoviamo di nuovo. Abbiamo sostituito i granuli con la potenza dell'acqua, evitando così l'inquinamento da microplastiche".

L'evoluzione è importante. Mentre i sistemi tradizionali impiegavano granuli in plastica per rimuovere i residui bruciati, HYDROPOWER usa la potenza dei getti d'acqua ad alta pressione per ottenere lo stesso risultato senza ammollo o sistemi abrasivi.

Orientata alla versatilità, HYDROPOWER presenta due circuiti di lavaggio separati: una pompa ad alta pressione per teglie e vassoi e una pompa a pressione ridotta per i piatti standard. Gli otto programmi di lavaggio (quattro per teglie e vassoi, altrettanti per i piatti) consentono di passare agevolmente da gastronorm particolarmente incrostati a stoviglie di tutti i giorni.

"È una macchina due in uno", spiega Claudia Vezzaro, R&D Manager di DIHR. "Grazie a un sensore che rileva il tipo di carico e attiva automaticamente la selezione di cicli adatta, rimuove lo sporco più ostinato da teglie gastronorm e piatti standard".

Un altro tratto chiave è la velocità. "Dato che bastano tre minuti per rimuovere lo sporco più ostinato da vassoi gastronorm, lo staff può dedicarsi a compiti più significativi", commenta Andrea Squizzato, R&D Manager di DIHR insieme a Vezzaro.

Nonostante la potenza, la macchina rimane compatta: più piccola di una lavaoggetti tradizionale e poco più grande di un modello a cappotta standard. Pensata per mense, catering, aeroporti e cucine di ristoranti moderni, unisce una produttività elevata e un ingombro notevolmente contenuto.

Pressione costante garantita

Al centro delle prestazioni di HYDROPOWER c'è l'innovativo sistema PLUS di DIHR per un risciacquo uniforme anche con una pressione idrica ridotta. Il sistema include un boiler atmosferico che mantiene l'acqua a 85 °C per l'intero ciclo di risciacquo, effettuando il riempimento solo a ciclo completato. La pompa di risciacquo e il sistema "Break Tank", invece, assicurano una pressione costante ed evitano il riflusso.

"Garantisce acqua e pressione di risciacquo costanti", spiega Vezzaro. "La stabilità è essenziale per l'esito del risciacquo".

A sinistra: HYDROPOWER è compatibile con il sistema opzionale Connectivity 4.0 di DIHR e la sua app

"Abbiamo sostituito i granuli con la potenza dell'acqua, evitando così l'inquinamento da microplastiche"

Carlo Brunati
DIHR

HYDROPOWER prevede anche una funzione centrifuga finale, in cui il cesto ruota ad alta velocità per rimuovere l'acqua residua.

"La centrifuga aiuta a eliminare l'acqua residua dopo il risciacquo, per un'asciugatura e tempistiche più rapide", spiega Squizzato.

I miglioramenti opzionali aumentano ulteriormente l'efficienza e l'ergonomia.

Il sistema LIFT a due fasi, migliorato e azionato da un motore elettrico, solleva automaticamente la cappotta a fine ciclo.

"Oggi l'aspetto ergonomico è fondamentale", osserva Squizzato.

"LIFT rende il lavoro più agevole e sicuro".

L'unità di recupero calore HR cattura il vapore generato durante il funzionamento per preriscaldare l'acqua fredda in ingresso per un risparmio energetico immediato e un miglioramento dell'ambiente di lavaggio. "Due vantaggi in uno", spiega Brunati. "Risparmio energetico ed eliminazione del grosso problema del vapore in cucina".

Affidabilità di serie

La macchina HYDROPOWER è totalmente compatibile con il sistema opzionale Connectivity 4.0 di DIHR e la sua app, che consentono di monitorare da remoto cicli, allarmi e dati HACCP. "Il personale può capire in anticipo che componente è bene sostituire", afferma Vezzaro.

Con una produzione interna che include taglio e piegatura dei fogli in acciaio, lavorazione robotica e collaudo finale, ogni unità è sottoposta a controlli rigorosi prima della spedizione per garantire qualità e controllo dei costi.

"Ogni macchina è collaudata e il risultato del collaudo puntualmente registrato a sistema", precisa Squizzato. "L'affidabilità è un punto chiave che ci distingue dalla concorrenza e il motivo per cui operiamo in più di 120 Paesi nel mondo".

Le macchine sono state inoltre testate sul campo in vari mercati e ambienti di ristorazione, con un riscontro enormemente positivo. "I clienti le hanno testate e ne hanno apprezzato la pulizia e le prestazioni", aggiunge Vezzaro.

In prospettiva, il team vede in HYDROPOWER il punto di partenza per i prossimi sviluppi. "È determinante per la nostra visione del futuro", conclude Vezzaro. "È intelligente, versatile e connesso".

BRAND FOCUS

DIHR
we mean clean

40+
DIHR può contare su più di 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

Trasporto smart, servizio eccellente

L'innovativo sistema BSmart Class-e di Burlodge supporta il servizio di ristorazione con particolare efficienza ed ergonomicità nella consegna dei pasti al Centre de Rééducation Fonctionnelle Divio, una nuova struttura sanitaria di Digione, racconta Chris Evans







Pasti nutrienti e di qualità sono essenziali per il recupero dei pazienti nelle strutture di riabilitazione. Per le équipe sanitarie, proporre ai pazienti cibo alla giusta temperatura e nelle migliori condizioni possibili è essenziale per favorire benessere, comfort e buon umore. Al tempo stesso, i sistemi usati per la consegna dei pasti devono anche rendere il trasporto più sicuro ed efficiente per lo staff.

Al Centre de Rééducation Fonctionnelle (CRF) COS Divio a Digione, tali priorità vengono soddisfatte grazie al sistema BSmart Class-e realizzato da Burlodge. L'avanzata soluzione per la distribuzione dei pasti aiuta a preservarne la qualità nutrizionale dalla cucina al reparto, migliorando ergonomia e facilità d'uso per il personale.

Per il centro riabilitativo, la qualità del cibo è una parte importante del percorso di cura. "Crediamo che la nutrizione giochi un ruolo chiave nella guarigione dei pazienti", spiega Nicolas Carlot, Deputy Director di CRFCOS Divio. "Dato che un'alimentazione sana contribuisce alla salute, al comfort e al buon umore, prestiamo particolare attenzione all'offrire pasti di alta qualità".

Installato quando il centro si è trasferito in una struttura nuova e moderna, il sistema BSmart Class-e ha trasformato il trasporto e la consegna dei pasti coniugando controllo preciso delle temperature, design ergonomico e monitoraggio digitale smart.

Maggiore facilità d'uso

Il sistema BSmart Class-e rientra nella gamma di prodotti Class-e di Burlodge, una nuova generazione di attrezzature per la distribuzione dei pasti che migliora fruibilità, efficienza operativa e prestazioni ambientali.

Secondo Daniela Triolo, Product and Marketing Manager di Burlodge, il sistema Class-e costituisce un'evoluzione dei prodotti esistenti e attraverso un importante innovazione tecnologica

"La lettera 'E' sta per ergonomia, efficienza, esperienza, ecologia ed eleganza", spiega. "Vogliamo partire da prodotti che gli operatori sanitari conoscono già e di cui si fidano per renderli più ergonomici, efficienti e facili da usare".

Anziché concentrarsi sulle sole prestazioni tecniche, il sistema è stato sviluppato pensando alle esigenze di chi usa l'attrezzatura ogni giorno, dallo staff in cucina agli addetti al trasporto, passando per il personale di servizio che distribuisce i pasti.

"I carrelli sono davvero un capolavoro tecnologico", precisa Triolo, "ma l'obiettivo è renderli talmente intuitivi che chiunque li usi si senta un esperto".

Al servizio della nutrizione e della cura

Al CRF COS Divio, la nutrizione è fondamentale per il processo di riabilitazione. La struttura vanta una cucina interna e un team dedicato per garantire pasti freschi e personalizzati secondo le esigenze dei pazienti.



Il Centre de Rééducation Fonctionnelle (CRF) COS Divio si affida al sistema BSmart Class-e di Burlodge

Questo è essenziale soprattutto in presenza di problemi di deglutizione o esigenze alimentari complesse, dove la precisione nella preparazione e nel controllo della temperatura è fondamentale.

Il sistema BSmart Class-e sostiene questo approccio assicurando che i pasti siano sempre alla temperatura corretta, dalla cucina al paziente. L'esclusivo sistema di coibentazione con materiale espanso iniettato all'interno dei carrelli mantiene il cibo caldo o freddo durante tutto il trasporto e il servizio di distribuzione.

"È questo l'obiettivo principale della distribuzione", spiega Triolo. "La gamma Class-e migliora le prestazioni di riscaldamento e refrigerazione".

Il sistema si avvale del gas refrigerante R290, sinonimo di prestazioni eccellenti per un impatto ambientale notevolmente ridotto. Tali caratteristiche aiutano a preservare la qualità e l'aspetto del cibo, altrettanto cruciali per incoraggiare una buona alimentazione in convalescenza.

Comfort del personale e flusso di lavoro

La nutrizione dei pazienti è stata di certo una delle priorità chiave, ma anche migliorare le condizioni di lavoro dello staff è stato determinante nella scelta del sistema BSmart Class-e.







“I vantaggi di un carrello Burlodge Class-e risiedono nel suo elevato valore aggiunto”

Philippe Milon
Burlodge

I pasti vengono preparati in loco giornalmente, e lo staff deve trasportare un gran numero di vassoi tra la cucina e i reparti. “I vecchi carrelli per i pasti erano particolarmente pesanti e difficili da manovrare”, ricorda Carlot. Il team ha valutato vari fornitori e soluzioni e ha partecipato a fiere di settore, come ad esempio la SantExpo, per individuare l’attrezzatura adatta alle proprie esigenze. I criteri chiave? Ergonomia, resistenza, igiene e facilità di utilizzo.

Cruciale era la presenza di un sistema con stazioni e navette separate, che riducesse il peso gestito dallo staff ogni giorno e scongiurasse eventuali patologie muscolo-scheletriche.

Al termine delle dimostrazioni e dei test in loco, il centro ha deciso di adottare sette carrelli BSmart Class-e, sei per il servizio ai reparti di degenza e uno per il day hospital, con 20 vassoi di capienza ciascuno.

Parola d’ordine: fruibilità

Il design ergonomico ha riscosso grande successo tra i membri dello staff. Le navette presentano un telaio in acciaio inossidabile che garantisce robustezza e resistenza, pur rimanendo di un peso contenuto. L’altezza inferiore migliora la visibilità durante la distribuzione, semplificando le manovre nelle corsie e nei reparti dei pazienti. “Le navette sono basse e danno una buona visibilità nella distribuzione anche ai collaboratori di statura più bassa”, afferma Carlot.

“Le nostre esigenze sono state prese in carico da Burlodge sin dall’inizio con una soluzione su misura”

Nicolas Carlot
CRF COS Divio

In alto: Pierre-Andre Villard di Burlodge (sinistra), Nicolas Carlot di CRF COS Divio (destra)

Le maniglie “spinta-traino” a tutta altezza permettono di posizionare le mani a proprio piacimento, assicurando una manovrabilità migliore a utenti di ogni statura. Anche le configurazioni opzionali a sei ruote migliorano stabilità e sterzata.

La combinazione di queste caratteristiche aiuta a ridurre lo sforzo fisico nelle operazioni quotidiane, per un flusso di lavoro più efficiente.

Funzionalità smart

Oltre alle prestazioni termiche e all’ergonomia, il sistema BSmart Class-e vanta diverse funzioni che semplificano il lavoro quotidiano dello staff sanitario. Un esempio è il sistema di guarnizioni differenziate per colore interno al carrello. Le guarnizioni rosse indicano il vano caldo, quelle blu il vano freddo, per consentire al personale di capire all’istante dove posizionare i vassoi.

Questo semplice sistema visivo riduce notevolmente il rischio di errori di carico nei momenti più frenetici del servizio.

Un’altra caratteristica pratica è la spia dello stato. “Entrando in una stanza piena di carrelli, si nota subito quali funzionano regolarmente e quali richiedono un intervento o azione operativa”, prosegue Triolo.

Gli intuitivi pannelli di controllo touchscreen consentono di controllare la temperatura e monitorare i cicli con facilità. L’interfaccia prevede delle icone intuitive, che la rendono accessibile anche a utenti con esperienza tecnica limitata.

Una delle innovazioni più rilevanti del sistema BSmart Class-e è il suo essere integrato con una piattaforma digitale 2.0, l’app IQ-Control 2.0 di Burlodge.

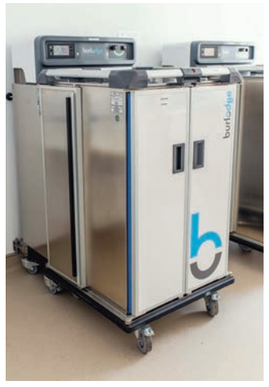
Grazie alla connettività Bluetooth, il personale autorizzato può collegarsi al carrello da dispositivo mobile per monitorare prestazioni e temperature e regolare le impostazioni in tempo reale.

“Noi di CRF COS Divio apprezziamo particolarmente la tracciabilità garantita dal sistema”, dichiara Carlot. “Tutte le informazioni sono archiviate per due mesi e possiamo monitorare lo stato operativo delle navette in tempo reale”.

Dati operativi, come lo storico delle temperature e gli allarmi, vengono registrati per agevolare la conformità agli standard di sicurezza alimentare e identificare i potenziali problemi prima che incidano sul servizio.

Flessibilità operativa

Le strutture sanitarie devono spesso adattare i modelli di servizio alle esigenze mutevoli dei pazienti. Il sistema Bsmart Class-e offre questa flessibilità con impostazioni operative configurabili.



Il sistema BSmart Class-e offre flessibilità a clienti come il CRF COS Divio con le sue impostazioni operative configurabili

“A inizio attività, avevamo un servizio a legame caldo a pranzo e a legame freddo la sera e nel fine settimana”, spiega Carlot.

“In seguito, siamo passati a un sistema esclusivamente a legame freddo. Abbiamo regolato quindi le impostazioni dei carrelli, senza avere difficoltà”.

Per Burlodge, progetti come quello per CRF COS Divio dimostrano il crescente impatto della gamma Class-e nel catering per il settore sanitario.

“Il centro funzionale riabilitativo Divio è un esempio eccellente di quanto sta accadendo nel mercato francese dal lancio della nostra gamma Class-e”, dichiara Philippe Milon, General Director di Burlodge.

“I vantaggi di un carrello Burlodge Class-e risiedono nel suo elevato valore aggiunto in termini di ergonomia, facilità d’uso, affidabilità e sicurezza delle temperature”.

Il centro riabilitativo ha raggiunto esattamente gli obiettivi che si era prefissato: un sistema fatto per supportare staff e pazienti.

“Abbiamo sviluppato con successo una collaborazione fondata sulla fiducia”, afferma Carlot. “Le nostre esigenze sono state considerate sin dall’inizio con una soluzione su misura”, aggiunge

Con il continuo ammodernamento delle operazioni nelle strutture sanitarie, sistemi come BSmart Class-e dimostrano come una progettazione attenta e una tecnologia smart migliorino le attività quotidiane, aiutando il personale sanitario a concentrarsi su ciò che conta davvero: la guarigione anche attraverso il cibo oltre al benessere dei pazienti.





BRAND FOCUS

burlodge
TOGETHER, WE WORK.

1984
Burlodge viene fondata 42 anni fa nel Regno Unito

5
Burlodge ha uffici in cinque Paesi in Europa e Nord America

2045
Burlodge si impegna ad azzerare le proprie emissioni entro il 2045

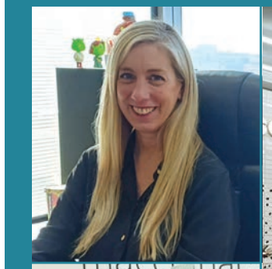
burlodge.com

I noti fast food argentini Mostaza alimentano la propria crescita con una selezione di dessert imperdibili. Lauren Hurrell racconta come la solida collaborazione con Iceteam 1927 stia contribuendo ad ampliare gli orizzonti dell'azienda





Soluzioni vincenti per gelati soft







A destra: Gabriela Daverio, Mostaza (in alto) e Piero Giordano, Iceteam 1927

Fondata nel 1988, Mostaza è la seconda catena di fast food in Argentina e una delle realtà in maggiore crescita sul territorio. Forte di un'evoluzione costante, fondata su praticità, velocità e qualità, Mostaza adatta i propri menù alle preferenze mutevoli dei clienti mantenendo un'esperienza costante e di alta qualità negli oltre 220 punti vendita del Paese.

Specializzata in hamburger, panini, dessert e caffè, Mostaza vanta anche un consolidato servizio drive-in. A distinguere il brand è l'utilizzo di materie prime a km zero, motivo di orgoglio che tutela la nomea globale della famosa carne argentina. Nata da un'attività a conduzione familiare, Mostaza continua a promuovere la cucina del Paese affidandosi su qualità e ingredienti di provenienza locale.

"Operiamo su ampia scala adottando un modello dinamico, efficiente e dai volumi elevati su diversi canali. Dai locali ai drive-in, ogni punto vendita è ottimizzato per assicurare velocità e qualità uniforme", afferma Gabriela Daverio, Supply Chain Director di Mostaza. "Nello sviluppare la nostra strategia, ci siamo basati su ciò che è più importante per gli ospiti: velocità, buon cibo e varietà. La crescente importanza del concedersi uno sfizio o acquistare d'impulso ci ha portato a consolidare categorie come i dessert".

Nonostante le sue dimensioni e la vasta gamma di prodotti esistenti, Mostaza mirava a migliorare ulteriormente qualità e uniformità del gelato soft. Iceteam 1927 si presentava come il partner ideale per questo obiettivo.

"La nostra missione è fare del gelato un propulsore delle vendite, elevando l'esperienza al bancone", afferma Daverio. "Volevamo rendere più visibili, accattivanti e accessibili i dessert, in modo da coinvolgere ancora di più i clienti".

Il progetto puntava a trasformare il ruolo dei dessert nei ristoranti Mostaza. Brand storico di Ali Group, Iceteam 1927 è specializzato in attrezzature per gelato artigianale, soft e da pasticceria, gestendo marchi come BIB, Cattabriga, Coldelite, Ott-Freezer e Promag.

"Iceteam 1927 si è rivelato un partner strategico per competenza, innovazione e affidabilità", spiega Daverio. "Ha capito che ambivamo a riposizionare i dessert come categoria chiave, proponendo soluzioni perfettamente in linea con le nostre esigenze. Le sue tecnologie e il suo sostegno sono stati determinanti per dare vita alla nostra visione", aggiunge.

"Sempre attenta a innovare e migliorare le prestazioni, Mostaza ha valutato soluzioni alternative e chiesto di testare una delle nostre macchine", racconta Piero Giordano, Resident Area Manager di Iceteam 1927. "Ci hanno detto: 'Se i test daranno i risultati sperati, valuteremo l'acquisto di 10 macchine nei prossimi sei mesi'".

Dopo un solo mese, Mostaza ha ordinato 30 macchinari Iceteam 1927 e, in un anno, ha sostituito oltre 150 unità preesistenti. "Da allora, ha acquistato 220-230 macchine e le vendite proseguono anche dopo due anni e mezzo", confida Giordano.

> **"La nostra missione è fare del gelato un propulsore delle vendite, elevando l'esperienza al bancone"**
> **Gabriela Daverio**
> Mostaza

Oltre che prestazioni notevoli, l'attrezzatura offriva anche tecnologia avanzata, ricambi affidabili, processi ottimizzati, manutenzione ridotta, facilità di pulizia e capacità e produttività elevate.

"Eravamo alla ricerca di attrezzature ad alte prestazioni che assicurassero velocità, uniformità e prodotti premium su ampia scala, ed è esattamente ciò che abbiamo ottenuto", afferma Daverio.

"Le nuove macchine hanno migliorato la nostra efficienza e, in più, conferito alla linea di dessert un aspetto più appetitoso e accattivante".

Know-how tecnico

Quando si decide di introdurre un'innovazione in più di 200 punti vendita le sfide sono inevitabili, ma una pianificazione efficace, un'adozione graduale e una formazione pratica ne hanno permesso un'implementazione efficiente e uniforme in tutti i ristoranti Mostaza. Un aspetto critico era integrare le soluzioni in un ambiente dai ritmi serrati senza comprometterne la rapidità.

"Abbiamo installato l'attrezzatura nei ristoranti più frequentati e migliorato la produttività con un servizio agevole, una pulizia più rapida e componenti dai prezzi competitivi", dichiara Giordano.

"La tecnologia a pompa peristaltica agevola la pulizia grazie al numero contenuto di parti. È un modello pensato per un uso intensivo rispetto ad altre macchine sul mercato".

Consapevole delle valutazioni necessarie per giustificare il valore a lungo termine dell'investimento, Giordano ha lavorato a stretto contatto con i tecnici, guidandoli. Ha così illustrato il sistema di controllo da remoto per accedere alle macchine tramite app mobile e verificarne le prestazioni, analizzare i dati e intervenire prontamente in caso di problemi. Questa funzionalità garantisce maggiore controllo e consente di risolvere le problematiche da remoto in tempo reale, scongiurando i ritardi dovuti all'assenza di personale qualificato in loco.

"Circa il 90% delle questioni può essere risolto al telefono, senza l'intervento di un tecnico. In caso contrario, la tecnologia aiuta il personale a individuare il guasto o il problema prima dell'arrivo, per potersi munire degli eventuali pezzi di ricambio", commenta Giordano. "Questa è stata la vera rivoluzione per i tecnici".

L'assistenza post-vendita prevede due-tre sopralluoghi regolari l'anno da parte di Iceteam 1927. "Di solito passo più che altro per fare due chiacchiere, dato che sono tutti molto contenti", sorride Giordano. "A riprova del fatto che la collaborazione continua, abbiamo da poco installato alcune nuove macchine. È una vendita diversa: prima bisognava sostituire delle macchine, ora siamo partner in una crescita continua che non si limita all'Argentina".

Oggi Mostaza è presente anche in Uruguay e Paraguay ed entro la fine del 2026 intende espandersi in tutta l'America Latina e negli Stati Uniti. "Questo progetto ha avuto un impatto a 360° sulla nostra attività. Ha notevolmente migliorato le vendite al banco e dato al nostro menu dessert un ruolo di primo piano nell'offerta", osserva Daverio. "Al di là delle cifre, ha consolidato la posizione del nostro brand come azienda innovativa e focalizzata sul cliente. Ne siamo orgogliosi perché questo rispecchia ciò che siamo: un brand in evoluzione che investe in esperienze migliori e trasforma le idee in risultati".



Con il contributo dell'esclusiva tecnologia, delle soluzioni esperte e dell'assistenza post-vendita su misura di Iceteam 1927 per la crescita costante di Mostaza, la partnership ha gettato fondamenta solide favorendo l'evoluzione continua del brand. Il risultato? Un'espansione che varca i confini dell'Argentina per abbracciare l'America Latina e oltre.

BRAND FOCUS

1927
Circa 100 anni fa, il talentuoso ingegnere italiano Otello Cattabriga brevetta un sistema meccanico per produrre gelato artigianale all'italiana: nasce il brand Cattabriga

2010
Ali Group costituisce Iceteam 1927 come un'unica azienda formata da cinque brand storici: BIB, Cattabriga, Coldelite, Ott-Freezer e Promag

2023
Al SIGEP 2023, Iceteam 1927 inaugura il premio "Innovazione per il gelato" della rinomata guida annuale Gelaterie d'Italia di Gambero Rosso

iceteam1927.it



05
NOTIZIE DAL MONDO







MONTAGUE

La qualità al primo posto

Anche se molte steakhouse adottano la filosofia del "più grande è meglio", a Birmingham, nel Michigan, Wilder's ha fatto la scelta opposta. Inaugurata a febbraio 2025, la new entry del rinomato gruppo Chickpea Hospitality (che comprende Phoenicia, Forest e Leila) dispone di soli 60 coperti, affiancati da sette posti a sedere al bancone. "Wilder's è un posto speciale", afferma Nick Janutol, Managing Partner e Director of Culinary di Chickpea Hospitality. "È raro trovare una steakhouse di fascia alta con soli 13 tavoli".

Combinazione tra i raffinati supper club del Midwest e le classiche ed eleganti steakhouse dell'East Coast, Wilder's sembra quasi un locale d'altri tempi. Realizzato sotto l'attenta supervisione di Samy Eid, Owner di Chickpea, e Saroki Architecture, il suo interior design è impreziosito da elementi d'ispirazione art déco. Il bancone, con piano in marmo, prevede lampade con finiture color ottone che diffondono una luce calda nell'ambiente raccolto. Le panche dolcemente arrotondate, in pelle verde e marrone, invitano a sedersi, rilassarsi e rimanere quanto si vuole.

Le dimensioni ridotte del locale hanno presentato delle sfide, soprattutto al momento della progettazione dei suoi 42 mq. Al piano interrato, si trovano uno spazio a parte adibito alla preparazione e al deposito, una cucina senza aspirazione e una sala privata. "Ogni centimetro è essenziale. Probabilmente questa è stata una delle difficoltà più grandi", dice Janutol della cucina principale.

Joel M. Schultz II, Principal/Founder di JS2 Designs, è rimasto subito colpito da Wilder's quando Eid gli ha presentato l'idea. "Sapevamo che l'attenzione al dettaglio avrebbe fatto la differenza, ed è proprio quello il campo in cui diamo il meglio", afferma Schultz.

"L'intera cucina è stata progettata intorno alla griglia a carbone", commenta Janutol. "La versatilità data dalla piastra sopra la griglia era, ed è, determinante per il successo di Wilder's". Anche il modulo cottura a parete di Montague è degno di nota. "Il livello di controllo dei fornelli mi ha lasciato a bocca aperta", dichiara. "Non ho mai visto una cottura così uniforme a temperature così basse".





METRO

Metro, un restyling che conta

Nel 2015, Scott e Jenny Ellenbecker hanno aperto Round Lake Vineyards & Winery, nel Minnesota, con una piccola sala degustazione e una sola proposta gastronomica a base di salumi. Poco dopo, hanno aggiunto hamburger, pizze e panini utilizzando un rimorchio come cucina di fortuna.

Scott ricorda che nel 2019, quando il rimorchio è stato nascosto, la percezione della qualità del cibo è migliorata. "Gli ospiti hanno iniziato ad avere sensazioni diverse", afferma Scott. "I clienti associavano il rimorchio a una minore qualità".

Nel 2020, il successo del servizio ristorazione era tale da giustificare l'investimento in una cucina vera e propria. I proprietari hanno venduto il rimorchio e iniziato ad acquistare attrezzature di seconda mano.

Nel 2025, la vittoria nel concorso Kitchen Storage Makeover promosso da *Foodservice Equipment & Supplies*, sponsorizzato da Metro®, ha permesso a Scott di discutere di efficienza, flussi di lavoro e altro con un team di esperti.

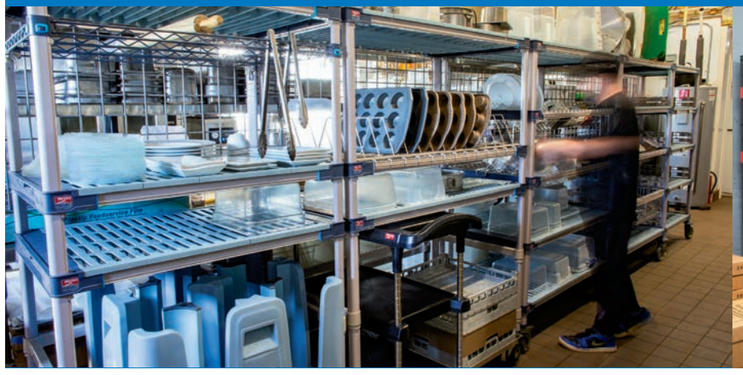
"In fase di valutazione, li abbiamo osservati e abbiamo parlato degli aspetti critici", ricorda AJ Zambetti, Director of Creative and Brand Communications di Metro. "L'obiettivo era trasformare una cucina ampia in uno spazio apparentemente più compatto, in modo da ridurre i movimenti del personale".

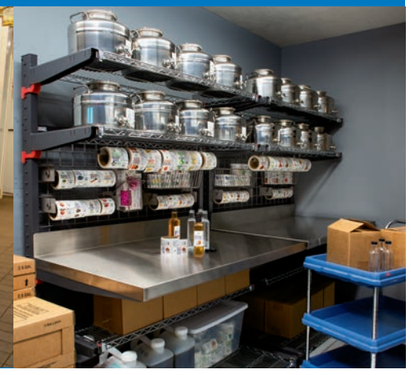
Due le aree di miglioramento principali individuate: la zona di preparazione e lavaggio delle stoviglie e quella di uscita dei piatti.

I nuovi banconi da lavoro TableWorx™ installati da Metro hanno delimitato la preparazione e il lavaggio delle stoviglie creando, sotto il piano, contenitori pensili per gli utensili di uso comune, come le spatole. Le soluzioni di asciugatura antiruggine MetroMax® nell'area lavaggio consentono di riporre le pentole bagnate e lasciarle asciugare in sicurezza.

La zona di uscita dei piatti è stata dotata di SmartSolutions® Metro, con scaffalature Metro standard, piani di lavoro in acciaio inox, griglie e relativi accessori. All'estremità, la scaffalatura mobile MetroMax agevola lo scambio di stoviglie sporche tra la zona di uscita e di lavaggio.

Il punto di scambio dei piatti sporchi ha un gemello vicino alla postazione di lavaggio. Quando un'unità di piatti sporchi è piena, un dipendente la spinge verso l'area lavaggio e torna con un'unità vuota.





I nostri brand

COTTURA

ALPHATECH
AMANA COMMERCIAL
ambach — You, your kitchen
baron
BLUE SEAL
Cleveland
CONVOTHERM
DEAN
eloma
Falcon
Frymaster
GARLAND
INDUCS
jipd
LAINOX
Lincoln
MARENO — kitchen solutions since 1922
MENUMASTER Commercial
MERRYCHEF
metos — cooking solutions
MOFFAT
OLIS — weinnovate cooking
PROXY — PROFESSIONAL FOR YOU
ROSINOX — GRANDES CUISINES
SILKO
SunFire
turbofan — CONVECTION OVEN SYSTEMS
U.S. Range
Waldorf
XpressChef

REFRIGERAZIONE

BEVERAGE-AIR
Delfield
FRIGINOX — LE FROID PROFESSIONNEL
Friulinox
HARFORD
hiber — COOL EXPERIENCE
KOLDTECH
KOLPAK
POLARIS — BEHIND THE FRESHNESS
RDI
TECNOMAC
VICTORY
williams

LAVAGGIO E GESTIONE DEI RIFIUTI

American Dish Service — Manufacturers of Ware Washing Equipment
bi-line — SYSTEMS
Champion
CMA
COMENDA — TO CLEAN. WITH CARE.
DIHR
grandimpianti — intelligent laundry equipment
HOONVED
KROMO
MOYER DIEBEL — Simply Engineered Better
NORDIEN-SYSTEM
RENDISK
WASHTECH
Wexiödisk
WMAXX — WAREWASHING

DISPENSER DI GHIACCIO E DI BEVANDE

BAR LINE — ICE - MACHINES
CRYSTAL TIPS
GBG
ICEMATIC — BE COLD WITH STYLE
Ice-O-Matic — THE CHOICE IS CLEAR
KOLD-DRAFT
McCann's
Multiplex
Scotsman
Sencotel
SERVEND — Ice & Beverage Systems
SIMAG
VAIR

PANIFICAZIONE

ADAMATIC
Belshaw
BERTRAND PUMA
BONGARD
CFI
ESMACH
MONO
PAVAILLER

MACCHINE PER IL CAFFÈ

BUNN
QUEEN — COFFEE
CREM
EGRO — BUILT FOR EXCELLENCE
EXPOBAR
RANCILIO
RANCILIO SPECIALITY
spengler

GELATO ARTIGIANALE, GELATO SOFT E FRULLATI

BGI
ICETEAM 1927
BiB
CARPIGIANI
cattabriga
COLOBLITE
Electro Freeze
PROMAG

STOCCAGGIO, PREPARAZIONE E DISTRIBUZIONE DEI PASTI

Aladdin Temp-Rite — better by degrees
AUREA — advanced food preparation equipment
burlodge — TOGETHER, WE WORK
Edlund — EQUIPPED FOR SUCCESS
Krefft
merco
METRO — We put space to work.
Stierlen
temp-rite

CONTRACT, DISTRIBUZIONE E SERVICE

aliCONTRACT — YOUR VISION, OUR GLOBAL EXPERTISE
Fabristeel
GRANDIMPIANTI — ENGINEERING & CONTRACTING
metos — kitchen intelligence
metos — marine
MILLER'S VANGUARD
SERVICELINE — Catering & Refrigeration Equipment Sales Est. 1989
WELBILT FITKITCHEN.
WELBILT KITCHENCARE.
WELBILT KITCHENCONNECT.
WELBILT MARINE
WELBILT GALLEYCARE.

Un partner globale

EMEA

Ali Group sede europea e Welbilt Italia
Via Gobetti, 2a, Villa Fiorita,
20063 Cernusco sul Naviglio
Milano, Italia
Telefono: +39 02 921991
E: italy@aligroup.com
Welbilt: +39 02 495 712 00
Sito web: aligroup.com / welbilt.it

Ali Group e Welbilt Medio Oriente
PO Box: 342011
B-05, Light Industrial Units
Phase-03, Dubai Silicon Oasis
Dubai, UAE
Telefono: +971 43263313
E: middleeast@aligroup.com
Sito web: welbiltemea.com

Ali Group Sud Africa
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
E: southafrica@aligroup.com

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

Ali Group Francia
17-19 Avenue Gaston Monmousseau
93240 Stains, Francia
Telefono: +33 1 48216325
E: france@aligroup.com

Ali Group Scandinavia e Baltico
Ahjonkaarre
04220 Kerava
Finlandia
Telefono: +358 20 439 13
E: nordics@aligroup.com

Welbilt Spagna
Textil, 6 - Pol. Ind. La Ferreria - 08110
Montcada i Reixac, Barcelona,
Spagna
Telefono: +34 93 642 92 00
Sito web: welbilt.es

Welbilt UK
Ashbourne House
The Guildway, Old Portsmouth Road
Guildford GU3 1LR, Regno Unito
Telefono: +44 1483 464 900
Sito web: welbilt.uk

APAC

Ali Group Australia
740 Springvale Road
Mulgrave, VIC. 3170,
Australia
Telefono: +61 3 95183888
E: 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
E: hongkong@aligroup.com

Ali Group Giappone
1-13-1 Mishuku
Setagaya-ku
154-0005, Tokyo,
Giappone
Telefono: +81 3 5779 8850
E: japan@aligroup.com

Welbilt Asia-Pacifico (Singapore)
31 Kaki Bukit Road 3
#01-02 Techlink, Singapore 417818
Telefono: +65 6420 0800
Sito web: welbiltasia.com

Welbilt Cina (Shanghai)
325 Longhua East Road,
One East,
Tower A, 5F
Huangpu District
Shanghai, Cina 200023
Telefono: +86 21 6066 7089
Sito web: welbilt.cn

Welbilt India
3rd Floor, Plot no-117 Sector-44
Gurgaon-122003
Haryana, India
Telefono: +91 124 4763700
+91 1800 3000 2023
Sito web: welbiltasia.com

Ali Group Nuova Zelanda
45 Illinois Drive, Izone Business Hub
Rolleston, 7614 - Nuova Zelanda
Telefono: +64 3 9836600
E: newzealand@aligroup.com

Welbilt Tailandia (Bangkok)
825 Phairojkijja Tower 11th Floor
Bangna-Trad Road km. 3.5 Bangna
Bangna, Bangkok 10260, Thailand
Telefono: +66 2 300 9800
Sito web: koldtech-welbilt.com

AMERICA

Ali Group e Welbilt sede centrale
101 Corporate Woods Parkway
Vernon Hills, IL 60061 USA
Ali Group: +1 847 215 6565
E: usa@aligroup.com
Welbilt: +1 877 375 9300
Sito web: welbilt.us

Welbilt Experience Center
1010 W Sandy Lake Road, Suite 100
Coppell, TX 75019 USA
Sito web: welbilt.com/experience-center

Garland Canada, a Welbilt Distribution Company
1177 Kamato Road
Mississauga, Ontario
L4W 1X4, Canada
Telefono: +1 888 442 7526
Sito web: garlandcanada.ca

Welbilt America Latina
Camino a la Montaña #176
Col. Industrial la Perla
Naucalpan, Edo. de México
53348, Messico
Telefono: +52 55 5357 7100
Sito web: welbiltlatam.com



La collaborazione tra il londinese Pavyllon e Convotherm unisce affidabilità, estetica e tecnologia avanzata

Redattori:
Ryan Blackman
Veronica Colamonico

Consulenza editoriale
e progetto grafico:
1473 Media
London, UK
1473media.com

GIORNALISTI:
Jim Banks
Chris Evans
Lauren Hurrell
Michael Jones
Tina Nielsen
Sam Noble

FOTOGRAFIE:
Lorenzo Bartoli for Saint-Gobain Italia
Bluemonque
Magic Eye Studio Amsterdam
Marriott International
i-Stock
Gabriele Sotgiu
Alena Šromová
Studio Deus

STAMPA:
Stephens & George, UK

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 80 siti produttivi, oltre 17.000 dipendenti in più di 30 paesi e oltre 115 marchi, opera in tutti i segmenti del mercato offrendo il più ampio e diversificato portafoglio del settore.

aligroup.com

SCOPRI I NOSTRI BRAND