

HOSPITALITY 4.0



HOSTMILANO 2021

ECCELLENZE MADE IN ITALY

Tecnologie all'avanguardia e nuovi orientamenti al consumo sono protagonisti al 42esimo salone dedicato al mondo dell'ospitalità, realizzato in collaborazione con Tuttofood (Fiera Milano Rho 22-26 ottobre) [a pagina 10](#)

Le forme innovative e glamour del ghiaccio

Da oltre 30 anni Brema Group è specializzata nella progettazione e realizzazione di macchine per la produzione di ghiaccio dall'altissimo contenuto tecnologico e dall'anima green

Dai cubetti che decorano un cocktail, al trito croccante che dà corpo alla granita, al manto gelido che avvolge un piatto di crudité, il ghiaccio è testimone dei momenti più magici e glamour delle nostre vite. Una carezza fresca che evoca ricordi emozionanti e custodisce i sapori con tecniche sempre più innovative e improntate alla sostenibilità. Leve su cui tutte le filiere industriali stanno impostando la ripartenza post-Covid e che anche per Brema Group, eccellenza nella fabbri-



L'azienda Brema Group si trova a Milano www.bremaice.it

cazione, vendita e distribuzione di macchine per il ghiaccio alimentare, rappresentano due capisaldi. Coniugando sapere ingegneristico a un'anima green, in oltre 30 anni di attività l'azienda si è proiettata al vertice di un mercato del ghiaccio in continua evoluzione. Uno sforzo creativo continuo unito alla ricerca di elevati standard di prodotto, sono i tratti distintivi di questa società che ha saputo fare della qualità e del-

[>>> segue a pagina 13](#)

Primo Piano

Macchine alimentari, torna la fiducia

Le importanti quote di mercato già riguadagnate rispetto al 2020 risollevano gli animi dei costruttori italiani che puntano su digitalizzazione e sicurezza



Andrea Salati Chiodini, presidente di Assofoodtec

Per molti costruttori del comparto delle macchine alimentari, il 2021 ha significato voltare pagina per ritrovare lo smalto dei tempi migliori. Superando un anno con picchi di perdite fino al 30 per cento e registrando, in taluni casi, prestazioni persino migliori nel confronto con il 2019. Sugli scudi in particolare il mercato italiano, ma riprende fiato anche quello estero, dove alcune aziende stanno assistendo a rialzi di fatturato vicini al 10 per cento rispetto a due anni fa. «Si tratta di risultati che vanno oltre ogni previsione di inizio anno - ammette Andrea Salati Chiodini, presidente di Assofoodtec - e che mantengono alta la fiducia delle imprese».

Più della metà della produzione del vostro settore è assorbita dai mercati esteri. Quali sbocchi alimentano in particolare questa dinamica e quali impianti e apparecchiature ne trainano la domanda?

«Ormai hanno riacquisito vitalità i mercati di tutto il mondo, anche se con ritmi differenti. Le esportazioni hanno ripreso con regolarità mantenendo Francia, Germania e Stati Uniti le mete preferite dei nostri pro-

[>>> segue a pagina 3](#)



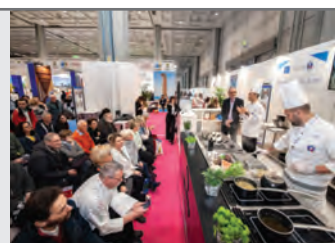
Efcem Italia

L'innovazione nel settore delle attrezzature professionali e la ripartenza dell'export, ne parla il presidente Andrea Rossi



Banqueting&Catering

Il presidente dell'associazione Paolo Capurro illustra le ultime novità introdotte per la somministrazione degli alimenti



Apci

Il valore dell'Associazione per i cuochi e i ristoratori italiani emergono dalle parole del direttore generale Sonia Re

Lagostina

Il piacere italiano di fare buona cucina.

120
anni
DI BUONA CUCINA

PENTOLA A PRESSIONE LAGOSTINA. LA BUONA ABITUDINE IN CUCINA.



MANGI SANO
E LEGGERO



RISPARMI TEMPO
ED ENERGIA



CUCINI TUTTO

DA OGGI CON TECNOLOGIA **LAGOEASY'UP®**. LA NUOVA ESPERIENZA IN CUCINA.

SCOPRI L'INNOVATIVA TECNOLOGIA
LAGOEASY'UP®
TECHNOLOGY



APERTURA FACILE
Apri e chiudi in un unico
movimento. Senza sforzo.



Acquista ora su shop.lagostina.it



GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

Colophon

Direttore onorario
Raffaele Costa



Direttore responsabile
Marco Zanzi
direzione@golfarellieditore.it

Redazione

Renata Gualtieri,
Tiziana Achino, Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenia Campo di Costa,
Cinzia Calogero, Anna Di Leo, Alessandro Gallo,
Simona Langone, Leonardo Lo Gozzo,
Michelangelo Marazzita,
Marcello Moratti, Michelangelo Podestà,
Silvia Rigotti, Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali
Magdi Jebreal

Hanno collaborato

Fiorella Calò, Francesca Druidi,
Renata Gualtieri, Francesco Scopelliti,
Lorenzo Fumagalli, Gaia Santi, Maria Pia Telese

Sede

Tel. 051 223033 - Via dell'Indipendenza 67
40121 - Bologna - www.golfarellieditore.it

Relazioni pubbliche

Via del Pozzetto, 1/5 - Roma

Supplemento di Dossier

Registrazione: Tribunale di Bologna
n. 7578/2005

A segnare la ripartenza dell'intero settore legato all'ospitalità professionale c'è la quinta edizione di Smart label - Host innovation award, il premio che è diventato punto di riferimento per individuare le migliori soluzioni e i prodotti "intelligenti" per l'Horecapagina 44



Matteo Ingaramo, amministratore delegato di Poli.design e responsabile scientifico di Smart label - Host innovation award

>>> segue dalla prima

dotti, ma abbiamo ottenuto buoni risultati anche in Asia e nell'Est Europa; le quote di export perse nel 2020 in molti casi sono state riprese. Tutti i comparti rappresentati da Assofoodtec (affettatrici, tritacarne, macchine per caffè, attrezzature frigorifere, macchine per pane e pizza, e molte altre tecnologie) stanno registrando prestazioni positive, senza un vero settore trainante. Direi quindi che l'incremento è generale per quanto riguarda i comparti della lavorazione e conservazione alimentare, tra impianti e macchine professionali».

Quali sono le convenzioni e le iniziative più interessanti che promuovete per assicurare sostegno agli anelli della filiera più colpiti e indeboliti dalla crisi?
«Come Assofoodtec/Anima Confindustria abbiamo lavorato, soprattutto nel 2020, per sensibilizzare le istituzioni al fine di sostenere la filiera dell'Horeca duramente colpita dalla crisi e dalla continua chiusura di bar, ristoranti e hotel. Abbiamo avanzato diverse proposte per ridare slancio al settore, tra cui un credito d'imposta da garantire alle attività nell'acquisto di nuovi macchinari per la con-

servazione o lavorazione degli alimenti. In generale, come aziende ci siamo impegnate a rispettare i pagamenti ai nostri fornitori e gli ordini di consegna, assicurando la massima trasparenza possibile in ogni operazione. Nell'interesse di tutta la filiera di mantenere un alto livello di serietà professionale».

Sul piano delle certificazioni le aziende italiane rappresentano spesso un modello. Quali passi avanti ha compiuto la filiera in questi mesi e per quali altri aspetti si distingue nel confronto con i competitor esteri?

«Le aziende italiane del settore sono sempre state attente a mantenere alti standard qualitativi. Sul piano delle certificazioni, Assofoodtec sta continuando a collaborare con Icim, ente di certificazione a maggioranza Anima Confindustria, per lo sviluppo di standard sempre più precisi relativamente ai Moca, ovvero i materiali e oggetti a contatto con alimenti. Stiamo inoltre lavorando con le istituzioni su diverse normative in ambito europeo. A livello associativo, abbiamo anche realizzato insieme a Icim una guida su Transizione 4.0 e un vademecum sui Moca per affettatrici e tritacarne».

Digitalizzazione e cultura della sicu-

rezza sono due pilastri portanti su cui fondare i nuovi paradigmi di ripartenza. Come si stanno riorganizzando le vostre aziende su questi due fronti?

«Il settore ha fatto grandi passi avanti negli ultimi anni. A livello gestionale c'è stato un grande avanzamento nella manualistica online, che sta sostituendo la carta stampata riducendo così il carbon footprint. Per quanto riguarda i macchinari sono diventati sempre più importanti i big data e la manutenzione predittiva, che consente di prevenire i guasti prima che si verifichino. Nel campo della sicurezza, il 2020 ha dato un forte impulso alla riconversione dei macchinari, in un'ottica di migliorare ulteriormente l'igiene della filiera dei prodotti e degli strumenti di lavoro nelle cucine professionali, oltre a garantire una maggiore sicurezza per gli operatori. Ormai da anni Assofoodtec e Anima collaborano con Inail per migliorare la sicurezza nell'utilizzo delle macchine negli ambienti di lavoro, anche attraverso la formazione degli operatori che le utilizzano».

Per mettere in mostra le soluzioni innovative legate al mondo della ristorazione, Host Milano è la piattaforma ideale. Cosa porterete in vetrina del vostro patrimonio produttivo nell'edizione alle porte?

«Host Milano metterà in mostra diverse novità e soluzioni innovative legate al mondo della ristorazione. In primis, macchine sempre più collegate al cloud per la gestione delle lavorazioni e con accorgimenti di sicurezza ancora più avanzati per la tutela del lavoratore. E soprattutto nuovi macchinari che possono garantire un livello di precisione e di igiene ancora più accurata, anche se in Italia eravamo già avanti in questo campo. Tema fondamentale per i nostri settori riguarda la produzione di tecnologie che rispondono a precisi canoni di efficienza energetica, sicurezza e salvaguardia dell'ambiente».

• **Giacomo Govoni**



Occorre puntare su un asset strategico

In quanto pilastri di un «settore strategico dell'offerta turistica del nostro Paese» afferma Lino Enrico Stoppani, bar, ristoranti e pizzerie rivendicano più attenzione anche dal Pnrr. Per alimentare una ripresa che, per ora, è solo agli inizi

Si schiarisce il cielo sopra il mondo dell'Horeca, ma per vederlo completamente limpido bisognerà attendere il 2023. Restituisce una sensazione agrodolce la nota del Centro studi di Fipe-Confcommercio sui fatturati delle imprese della ristorazione nel secondo trimestre 2021. Dolce nel confermare un recupero delle perdite accumulate durante la pandemia per oltre 6,4 miliardi di euro, con una proiezione di crescita a fine anno del 16,6 per cento per un valore di circa 10 miliardi di euro. Con un retrogusto più acido invece quando ricorda che il distacco rispetto allo stesso trimestre del 2019 è ancora del 34,4 per cento. «L'ulteriore ritardo nel ritorno dei fatturati del comparto ai livelli pre Covid - aggiunge Enrico Stoppani, presidente Fipe - si deve alla lenta ripresa del turismo internazionale: i 6 miliardi di euro garantiti ogni agosto fino a due anni fa dai visitatori provenienti dagli Usa, dall'Asia e dagli altri Paesi europei, infatti, sono stati compensati solo in parte nel corso dell'estate».

ESTATE E RIENTRO PERSONALE PA SORRIDONO AL FUORI CASA
Una stagione calda che però assieme al sole ha riportato un po' di ottimismo tra gli operatori della prima "voce di spesa" depennata l'anno scorso dagli italiani (30 dei 124 miliardi di euro di consumi in meno nel 2020 sono imputabili alla ristorazione, certifica Istat), facendo segnare un deciso balzo in avanti ai ricavi della filiera. In crescita, stando ai dati diffusi da Bankitalia, di 1,2 miliardi nel solo mese di agosto. «Si tratta di un primo segnale incoraggiante - prosegue Stoppani - ma per risolvere un settore rimasto paralizzato per un anno intero e ristorato in modo assolutamente insufficiente serve ben altro. L'auspicio è che, da questo momento in poi, si decida di puntare con decisione su un asset strategico per l'offerta turistica del nostro Paese, rilanciandolo anche attraverso politiche di



Secondo l'ultima indagine Sociometrica l'offerta enogastronomica e ricettiva è al primo posto tra le passioni confessate dagli ospiti stranieri al termine del loro soggiorno in Italia

sviluppo sostenute con i fondi del Pnrr». Dal quale Fipe reclama maggior attenzione per consolidare l'attrattività di un'offerta enogastronomica e ricettiva che anche l'ultima indagine Sociometrica colloca al primo posto tra le passioni confessate dagli ospiti stranieri al termine del loro soggiorno in Italia. In attesa di recuperare appieno i flussi internazionali perduti, una boccata d'ossigeno per il settore arriva dal fronte domestico grazie al rientro dei dipendenti delle Pubbliche amministrazioni nei propri uffici fisici dal 15 ottobre. «La fine dello smart working a regime per la Pa - sostiene il numero uno di Fipe-Confcommercio - sarà molto importante per ridare fiato alle attività di ristorazione del pubblico esercizio. Prima del Covid per questo settore la pausa pranzo valeva circa 7 miliardi di euro per i cosiddetti city user, a cui ne vanno sommati altri 2,5-3

di buoni pasto non erogati. Con il ritorno in presenza del personale della Pa, stimiamo un recupero del 20 per cento».

UN'ALLEANZA DI FILIERA IN NOME DEL FOOD SOSTENIBILE
Ora che qualche spiraglio di inversione di tendenza permette di iniziare a ragionare in termini di post pandemia, per bar, ristoranti, pizzerie pasticcerie e gelaterie è tempo di riflettere su dove orientare energie e investimenti e sforzi per intercettare le sensibilità alimentari emergenti e sondare il potenziale delle sinergie tra i diversi comparti. Ed è proprio in quest'ottica che Fipe ha lavorato negli ultimi mesi, siglando nella giornata inaugurale di Cheese 2021 un'intesa strategica con Slow Food Italia definita da un protocollo che si prefigge di sviluppare progettualità in cui tutta la filiera agroalimentare - dalle

materie prime, al processo di trasformazione del prodotto, fino alla sua vendita - possa essere tracciabile, sicura ed eco-sostenibile. «Di questa filiera eccellente del made in Italy - sottolinea Stoppani - la ristorazione rappresenta il terminale più importante. Un sistema in grado di generare un valore aggiunto di circa 90 miliardi di euro l'anno, che oggi si trova a una svolta. I consumatori chiedono garanzie sulla sostenibilità sociale e ambientale dei nostri prodotti, vogliono saperne la provenienza, le storie e le origini dei piatti che somministriamo. Essere in grado di riscontrare queste aspettative, significa far compiere all'intero settore un salto di qualità». Tra queste aspettative rientra sicuramente anche il consumo più attento e coscienzioso del cibo, stimolato da un'esperienza pandemica che ha responsabilizzato molto i consumatori su questo aspetto. «Fipe-Confcommercio ad esempio - conclude Stoppani - si batte da anni contro lo spreco alimentare. Siamo stati precursori in questo ambito e abbiamo attivato un meccanismo virtuoso in molti dei locali a noi affiliati, che ha subito una battuta d'arresto a causa dell'emergenza sanitaria. Oggi però vogliamo riprendere questo percorso, provando a fare un ulteriore passo in avanti».

• **Giacomo Govoni**

Lino Enrico Stoppani, presidente Fipe



La svolta green del settore

La crisi dell'Horeca innescata dalla pandemia ha colpito anche la produzione di attrezzature professionali per la ristorazione: il 2020 si è, infatti, chiuso per il settore con un crollo degli ordinativi del 40 per cento. «Lo scorso anno ha certamente rappresentato, sia in termini numerici che di livello di incertezza, uno dei momenti più critici della storia di questo settore. Il consuntivo ha mostrato elementi di significativa differenziazione per aree geografiche e per Paesi, con una situazione marcatamente più negativa per il mercato nazionale, che assorbe circa un terzo del fatturato del comparto», commenta Andrea Rossi, presidente Efcem Italia, Associazione produttori attrezzature per ristorazione e ospitalità. «Dagli inizi del 2020, come Associazione, conduciamo un monitoraggio sistematico della situazione e posso confermare che i dati del primo semestre sono assolutamente confortanti, con un incremento dei fatturati in molte situazioni superiore al 30-35 per cento. Rimaniamo, tuttavia, al di sotto del 2019 e non ci nascondiamo di sentire questa ripresa ancora troppo basata su elementi di fragilità, dove l'incertezza è ancora significativa e sta frenando gli investimenti di lungo periodo».

Come sta procedendo la ripartenza sul fronte dell'export?

«La ricerca di sviluppi sui mercati a medio e lungo raggio è sempre stato uno dei punti caratterizzanti l'industria italiana delle attrezzature professionali per la cucina. L'attività ha ricevuto una spinta particolare dopo la crisi del 2008-9. Oggi possiamo affermare che, con presenza diretta o indiretta, le attrezzature made in Italy sono presenti praticamente in tutti i Paesi del mondo. Come accennavo prima, oltre due terzi della nostra produzione sono dedicati all'esportazione e, di questi, circa la metà supera i confini europei. Durante la crisi questa attività non è venuta meno, ulteriormente stimolata dalle maggiori difficoltà emerse sul mercato nazionale. Oggi stiamo raccogliendo i frutti di questo sforzo: i ritorni più interessanti per il 2021 arriveranno proprio dai mercati extra-europei, nonostante l'aumento di normative e legislazioni specifiche di alcune aree geografiche per le quali le aziende italiane stanno spendendo molte energie in termini di certificazioni esterne e di laboratorio. In merito a ciò, Efcem Italia è promotrice del Global Summit, l'unione di tutte le associazioni di settore del mondo, nata per perseguire l'armonizzazione legislativa e normativa a livello globale per gli apparecchi per la ristorazione e l'ospitalità».

Il livello di innovazione delle attrezzature italiane è molto elevato. Quali sono gli svi-

Soffre la produzione di attrezzature professionali per la ristorazione, che però vede il rilancio puntando su sostenibilità, automazione ed economia circolare. Andamento e prospettive del comparto illustrati da Andrea Rossi, presidente Efcem Italia



Le attrezzature made in Italy sono presenti praticamente in tutti i Paesi del mondo. Oltre due terzi della nostra produzione sono dedicati all'esportazione e, di questi, circa la metà supera i confini europei

luppi più promettenti nel prossimo futuro?

«Tre sono le linee guida fondamentali che come Associazione stiamo proponendo alle aziende associate e sulle quali sono state sviluppate e si stanno sviluppando le linee guida normative che caratterizzeranno i prossimi anni: consumi energetici, connettività - automazione ed economia circolare. Sui consumi energetici l'impegno è stato notevole: una quota importante del mondo del freddo professionale oggi ha l'etichetta energetica e sono in dirittura d'arrivo le norme per i forni. L'informatica sta cambiando le "relazioni" tra chef e macchina, garantendo un salto qualitativo rilevante anche nell'integrazione con l'intero ciclo operativo nella ristorazione, dalla prenotazione del tavolo al consumo passando dagli approvvigionamenti delle materie prime e dal ciclo di lavorazione per chiudere con i piani di manutenzione programmata delle attrezzature. Sul terzo punto, infine, sin dagli inizi di questo millennio, Efcem Italia ha sviluppato protocolli per la gestione del fine vita e la

progettazione delle attrezzature in chiave di completo riutilizzo delle materie prime. Un argomento affascinante e molto complesso che qui possiamo solo accennare».

Le attrezzature professionali italiane legate al Food, dalle cucine al gelato, dalla panificazione al caffè, sono molto apprezzate all'estero. Cosa contraddistingue i prodotti italiani sul mercato?

«L'immagine dell'Italia nel mondo è anche connessa al cibo in tutte le sue declinazioni con le ovvie, positive, ricadute anche sulle relative tecnologie. Ma questo è solo l'inizio di un discorso iniziato negli anni Settanta che vocazione imprenditoriale, passione per l'innovazione e un tessuto tecnologico d'eccellenza hanno portato questo settore a diventare il secondo polo tecnologico, produttivo e imprenditoriale a livello mondiale. Un mix di successo di Pmi e multinazionali che propone sia produzioni altamente evolute e destinate a una clientela mondiale, sia soluzioni progettate e sviluppate per singole, specifiche esigenze. Produzioni di

massa e pezzi unici, competitive economicamente e tutte tecnologicamente allineate agli standard prestazionali e di sicurezza ai massimi livelli».

Cosa rappresenta HostMilano per la ripartenza del settore e quali sono le priorità per il comparto?

«Anche in un momento complesso come quello che stiamo vivendo, Host rappresenta un punto di riferimento e di possibile svolta a livello internazionale. Di certo l'impegno in questa fase è maggiormente diretto al piano culturale piuttosto che su quello espositivo. Troveremo, quindi, in questa edizione molti elementi di riflessione e una interessante opportunità di lettura integrata e trasversale della filiera grazie anche alla contemporanea presenza sia del settore food (TuttoFood 2021) che di quello delle attrezzature. Molte le questioni sul tavolo e molte le opportunità che si prospettano. Oggi se dovessi dare una priorità, concentrerei l'attenzione sul mercato nazionale che più ha sofferto di questa crisi, anche in ragione della estrema frammentarietà del tessuto economico, in particolare della ristorazione commerciale. Questo rappresenta nel contempo una eccellenza irrinunciabile e una criticità strutturale. Intervenire a livello legislativo con piani mirati in chiave di rinnovo e innovazione del parco attrezzature installato, un parco vecchio come risulta dai nostri studi di oltre dieci anni, è sicuramente l'opportunità strategica che vorrei proporre a conclusione di questo incontro». • **Francesca Druidi**



Andrea Rossi, presidente Efcem Italia, Associazione produttori attrezzature per ristorazione e ospitalità



Occhiobello - Italy

Via delle Scienze, 6 - 45030 Occhiobello (RO)
Tel: (+39) 0425 760109 - Fax: (+39) 0425 761126

info@imf-srl.com

IMF MACCHINE TORREFATTRICI E IMPIANTI COMPLETI PER L'INDUSTRIA DEL CAFFÈ

La passione per il caffè e la sua tostatura guidano da oltre vent'anni il lavoro della società IMF, azienda italiana leader nella progettazione e produzione di macchine per la torrefazione e impianti completi per il settore del caffè. Alta qualità, grandi prestazioni e forte impronta ecosostenibile sono le caratteristiche che contraddistinguono i prodotti IMF, dalle torrefattrici artigianali agli impianti per lo stoccaggio di caffè verde e tostato, dai macinacaffè agli impianti di trattamento di caffè macinato, dalle selezionatrici ottiche alle macchine confezionatrici.

La società di Occhiobello ha inoltre recentemente brevettato l'esclusivo sistema Vortex, il quale consente la precisa miscelazione di aria calda e fredda per garantire un maggiore controllo della fase di tostatura ed esaltare al meglio le caratteristiche del caffè.

Un'ampia gamma di apparecchiature per ogni necessità, affiancata da un tempestivo servizio post vendita in grado di assicurare la soddisfazione dei clienti nazionali e internazionali, in quanto IMF, presente in 5 continenti, si rivolge ad un mercato globale in continua crescita.





A favorire questo successo contribuisce l'approccio sostenibile verso l'ambiente, confermato da livelli di emissione sempre in linea con le normative in vigore a livello mondiale – anche in termini di formaldeide – garantiti da sistemi integrati quali post-combustore termico per la pulizia dei fumi e ricircolo di aria calda, a completamento dell'offerta Made in Italy firmata IMF.

Il catering rialza la schiena

Con l'entusiasmo e la consapevolezza che «il lavoro è l'unica medicina per risollevare il settore dei banchetti e ricevimenti», Paolo Capurro spiega gli accorgimenti messi a punto dagli operatori per ripartire. In totale sicurezza

In un mondo dell'ospitalità professionale tra i più bersagliati della crisi sanitaria, i poco invidiabili panni della cenerentola sono toccati ai ricevimenti e ai banchetti. Ultimi a rivedere la luce in fondo a un lockdown durato quindi mesi consecutivi e interrotto solo il 15 giugno dal decreto Riaperture. Vale a dire, con quasi due mesi di "penalità" in più rispetto a ristoranti e bar. «Un periodo di stop così lungo – sottolinea Paolo Capurro, presidente dell'Associazione nazionale del banqueting e del catering – ha portato il settore abbastanza allo stremo. Tuttavia, pur provati da questo cataclisma, siamo ripartiti con l'entusiasmo e la consapevolezza che solo il lavoro può aiutare a recuperare terreno».

Ne avete perso molto da quel famigerato marzo 2020 in cui sono scattate le chiusure di massa?

«Diciamo che siamo quasi ripartiti da zero perché l'anno scorso le perdite del settore sono state del 90 per cento, fino a salire al 100 per cento nei primi cinque mesi del 2021. Da questo punto di vista non sono certamente i ristoratori e i sostegni, anche perché inadeguati, la medicina delle nostre aziende, ma il lavoro. Questa ripresa ci ha trovato estremamente rigorosi sulla sicurezza per evitare nuovi blocchi anche parziali, sapendo che dal legislatore siamo visti come i primi a dover essere fermati in

Paolo Capurro, presidente di Anbc, Associazione nazionale del banqueting e del catering



Alla luce delle nuove disposizioni abbiamo salvato il buffet, ma abbiamo dovuto eliminare la possibilità per l'ospite di servirsi da solo. Quindi barriere antisplit e tutto servito esclusivamente dal nostro personale

caso di risalita dei contagi».

Come si è riorganizzata la filiera del catering rispetto ai nuovi protocolli sanitari?

«Noi stiamo utilizzando il green pass dal 15 giugno, in anticipo su tutte altre attività e non senza difficoltà interpretative. Fino al 1 luglio, peraltro, addirittura in assenza del green pass stesso per cui non si capiva cosa si poteva e si doveva chiedere al cliente. Il certificato di vaccinazione o il tampone no, perché il garante della privacy lo impediva. Idem per l'autodichiarazione. E quindi siamo arrivati alla pantomima di informare il cliente sulle condizioni necessarie e vincolanti per consentirne l'accesso. D'altro canto, sapendo che per noi il certificato verde rappresenta la salvezza, siamo fermamente attenti nel verificare che i nostri ospiti ce l'abbiano».

Quali novità avete introdotto nello svolgimento del servizio, specie in fase di somministrazione degli alimenti?

«Alla luce delle nuove disposizioni il servizio si è modificato molto, cercando

di modificarlo il meno possibile nei limiti consentiti dalla legge. Abbiamo salvato il buffet, ma abbiamo dovuto eliminare la possibilità per l'ospite di servirsi da solo. Quindi barriere anti-split e tutto servito esclusivamente dal nostro personale. Così pure non abbiamo eliminato il servizio a giro braccio, ma lo abbiamo trasformato servendo dei contenitori monoporzione chiusi e anti contaminazioni. Nuove forme di somministrazione che non mettono a repentaglio la sicurezza e che comunque stanno riscuotendo il gradimento dagli ospiti».

In vari settori la tecnologia digitale ha sopperito alle limitazioni imposte dalla pandemia. Che aiuto ha dato nel vostro campo e di quali nuovi strumenti ha favorito l'utilizzo?

«Nel nostro settore non si è assistito alla trasformazione del lavoro che hanno avuto i ristoranti con gli ordini digitali e con il menu digitale. In compenso il contributo della tecnologia si è visto nel rinnovo delle apparecchiature 4.0, che ha permesso ad esempio di

avere celle frigorifere regolabili da remoto che avvisano delle scadenze o dei cali di temperatura; o ancora nei forni con la memorizzazione delle ricette e negli impianti di lavaggio smart. Il digitale sta assumendo un rilievo preponderante anche nel marketing attraverso i social, così come nella lettura del green pass affidata a totem. Forse il rimbalzo più immediato si è avvertito nel congressuale, lanciato in futuro verso formule sempre più miste che ne allargheranno la platea grazie alle piattaforme digitali».

La vicenda Covid ha reso gli italiani più attenti alla sostenibilità dei cibi. Come si riflette questa tendenza nelle loro scelte e nell'offerta dei vostri menu?

«Noi ancora prima del Covid avevamo intercettato questa esigenza che adesso si è rafforzata in una maggior attenzione della clientela verso il km zero, il plastic free e all'impatto sociale del processo produttivo. Come Anbc abbiamo aderito da subito al progetto "Food for good" Federcongressi e collaboriamo con il Banco alimentare in modo da evitare lo spreco del cibo non consumato durante i nostri eventi. Siamo convinti che accanto alla difesa "sindacale" delle imprese associate, il nostro compito sia anche coltivarne le responsabilità sociali e di rispetto del pianeta».

Come dovranno aggiornarsi i percorsi formativi per adeguarsi alla fluidità di un mercato del catering che, ad esempio, ultimamente ha dovuto aggiungere anche la figura del Covid manager?

«In realtà il Covid manager non è mai stato introdotto dal legislatore, però di fatto occorre una formazione del personale anche su questo tema, oltre che su quelli canonici legati alla cucina o alla normativa Haccp. In quest'ottica credo che la collaborazione tra scuola e aziende sia indispensabile per pianificare corsi ad hoc indirizzati al nostro settore, dove la componente umana è fondamentale. In alcune città stiamo studiando anche forme di collaborazione con istituti alberghieri finalizzate a istituire borse di studio per i ragazzi e favorirne un immediato sbocco nel mondo del lavoro». • Giacomo Govoni

Lusso tailor made

Cinzia Beltrami ci offre uno spaccato dell'eccellenza dei progetti tessili made in Italy, portando la propria cinquantennale esperienza come modello di settore. Dove la personalizzazione è un tratto irrinunciabile

«**R**ealizzare biancheria di lusso che contribuisca in maniera significativa all'unicità di tutti gli spazi dell'ospitalità, del benessere e dell'abitare, attraverso una continua ricerca estetica e funzionale, nel pieno rispetto dell'identità di ogni singolo cliente». Una mission che fa dell'eccellenza il punto fermo della propria identità aziendale: Cinzia Beltrami, alla guida della bergamasca Beltrami Linen Srl con il marito e fondatore Mario Beltrami, ci porta un esempio di made in Italy, in un settore che vede le produzioni italiane come il faro dell'intero mercato mondiale. «Con oltre cinquant'anni di esperienza nel settore – dice Beltrami –, siamo specializzati nella realizzazione di progetti tessili creati e sviluppati sulla base delle esigenze individuali della clientela, gestendo l'intero processo produttivo, dai primi step del design alla tessitura, alla confezione e al customer service. Ciò si traduce in un prodotto e in un servizio di alta qualità, con un elevato livello di personalizzazione anche per piccoli quantitativi».

Uno dei punti di forza della società lombarda consiste nella biancheria e decor per hotel di lusso. «Biancheria per il letto, la tavola, il room service e il bagno, e una vasta gamma di accessori tessili ed elementi decorativi come sacchi portabian-



cheria e porta scarpe, coperte, cuscini d'arredo e plaid – ciascuno realizzato con la più grande attenzione al dettaglio – diventano parte integrante di ogni esclusiva esperienza di ospitalità, contribuendo in modo significativo alla soddisfazione degli ospiti – afferma Beltrami –. La nostra proposta letto include biancheria e tessuti realizzati in una vasta gamma di filati e Thread Count, rasi e percalles, uniti

Beltrami Linen ha sede a Cene (Bg)
www.beltrami.it

e in disegni jacquard personalizzati. Per il bagno, realizziamo spugne, tappetini ed accappatoi in diversi modelli, grammature e strutture».

Sempre nella fascia alta del mercato «garantiamo il più alto livello di servizio – aggiunge l'imprenditrice –, in risposta alle

Gestiamo l'intero processo produttivo, dai primi step del design alla tessitura, alla confezione e al customer service in un'unica soluzione

AUTENTICA FIBRA DI LEGNO BELTRAMI

«La collezione Autentica Fibra di Legno Beltrami – dice Cinzia Beltrami, titolare della bergamasca Beltrami Linen – è realizzata con uno dei filati più innovativi, ottenuto dal cuore del legno di betulle provenienti da foreste nordeuropee certificate, per mezzo di un processo sostenibile ed eco-compatibile. Le caratteristiche uniche della materia prima vengono esaltate da un procedimento perfettamente calibrato, dalla tessitura al finissaggio alla confezione. La biancheria letto Autentica Fibra di Legno Beltrami è setosa, traspirante e piacevole in ogni stagione. La nostra collezione include trapunte, coperte, plaid e cuscini decorativi dalla mano morbida come il cashmere. Le spugne Autentica Fibra di Legno Beltrami assorbono velocemente l'umidità ad avvolgono il corpo in un abbraccio morbido e confortevole. La nostra nuovissima Collezione Night & Leisure unisce eleganza e comfort in una gamma completa di pigiami, camicie da notte, vestaglie e abbigliamento per la casa e il tempo libero».

specifiche esigenze dei migliori hotel a livello globale, insieme ad un prodotto completamente personalizzato, collaborando se richiesto con i loro interior designer e mettendo a disposizione un unico referente aziendale per ciascun progetto, dai primissimi step di progettazione al customer service. La nostra esperienza garantisce efficaci soluzioni tecniche sui prodotti, consulenza a 360 gradi e una costante attenzione alle esigenze della clientela. Grazie al nostro accurato servizio post-vendita, offriamo anche supporto e consulenza per quanto riguarda eventuali problematiche legate alle lavanderie industriali. Le nostre partnership con molti dei migliori editori tessili ci permettono di completare la nostra offerta di biancheria offrendo alla clientela le soluzioni più esclusive per le loro esigenze nell'ambito del decor».

Un altro ambito in cui è attiva l'azienda di Cene (Bg) riguarda la biancheria per F&B, banqueting e catering. «Tutta la nostra biancheria per F&B, banqueting e catering (tovaglie, coprimalta, runner e tovaglioli) è realizzata per ciascun progetto in misure e finiture personalizzate – continua Beltrami –. La nostra collezione di tessuti comprende una gamma completa di materiali, dal 100 per cento cotone, al cotone/poliestere, al cotone/lino e al 100 per cento lino, in una vasta gamma di disegni e colori. Possiamo inoltre tessere in grandi altezze, per confezionare tovagliati per banqueting e buffet in qualsiasi misura, anche in disegni e colori personalizzati. Tutti i nostri tessuti sono testati per il lavaggio industriale, per garantire alla clientela non soltanto eleganza ma anche funzionalità e praticità».

Infine, la Beltrami Linen si occupa di spugna ed allestimenti lettini spa e piscina. «Il nostro approccio al mondo spa pone particolare attenzione alla personalizzazione. La nostra completa collaborazione con i nostri clienti e i loro designer rappresenta infatti un fattore chiave, al fine di realizzare prodotti dall'alto contenuto estetico e rispettosi della filosofia e dell'immagine del brand, ponendo allo stesso tempo grande attenzione alla funzionalità e all'utilizzo previsto. Tutte le nostre proposte sono pertanto completamente personalizzate anche sulla base dei servizi e dei trattamenti proposti dalla singola spa, come ad esempio cuscini da manicure e da massaggio in misure e forme speciali, parei, guanti e calzari per paraffina. Oltre a realizzare teli in qualsiasi misura e accappatoi in varie vestibilità e modelli, vestiamo interamente i lettini da massaggio, adattando ogni elemento alle diverse misure e forme. Per le zone piscina e relax, proponiamo teli in dimensioni personalizzate, anche extra large e copriletini in modelli personalizzati». • **Elena Ricci**



Da HostMilano riparte l'Horeca

Dall'Internet of things al risparmio energetico, dalla sensibilità green all'economia circolare, dalla security all'igiene, dal ripensamento di format e spazi all'adozione di nuovi materiali e nuovi approcci per il mondo del fuoricasa. Ad anticipare le nuove tendenze dell'ospitalità professionale è la 42esima edizione di HostMilano, in programma a fiamilano dal 22 al 26 ottobre. Valore aggiunto sarà la contemporaneità - nelle stesse date e location - con TuttoFood, fiera b2b per l'ecosistema agroalimentare. Le due manifestazioni si presentano unite e compatte all'appuntamento con la ripartenza, spinte da uno scenario economico favorevole: in base ai dati del Food industry monitor, l'alimentare e il food equipment registreranno una crescita di circa il 6 per cento sia nel 2021 sia nel 2022, con segnali positivi in arrivo anche dall'export, per il quale si prevede un incremento medio del 3 per cento l'anno nel biennio. «Grazie alla sinergia tra TuttoFood e HostMilano mettiamo a sistema due comparti strategici, l'agroalimentare e l'ospitalità professionale, che rappresentano un'eccellenza del made in Italy. In fiera, grazie a più di 2.200 espositori provenienti da più di 40 Paesi, racconteremo il meglio della produzione a livello globale», spiega Luca Palermo, amministratore delegato e direttore generale di Fiera Milano. Grazie anche alla stretta collaborazione con Ice/Ita Agenzia, in entrambi gli eventi non mancheranno top buyer internazionali: circa mille operatori, provenienti da 75 Paesi, hanno confermato la loro presenza e potranno esplorare le due mostre per scoprire nuovi prodotti, opportunità di business e sinergie di filiera.

ARREDO TECNOLOGIA TAVOLA, UN SEGMENTO PRONTO ALLA NUOVA NORMALITÀ

Tra le filiere del comparto che più si sono fatte trovare pronte al momento della ripartenza c'è senza dubbio l'arredo tavola che, come riferisce ExportPlanning, mostra una crescita a doppia cifra a livello mondiale già nel primo trimestre del 2021. In grande ripresa anche l'export italiano di arredo e tableware, che durante i primi tre mesi di quest'anno ha evidenziato un recupero di oltre 11 punti percentuali rispetto al primo trimestre 2020, e di oltre 5 punti rispetto ai livelli 2019. Il desiderio di rinnovamento alimentato dalla pandemia si riflette nella ricerca di nuovi concetti di ristorazione con soluzioni inedite per nuove esperienze ga-

Una piattaforma di business matching e di networking, HostMilano che in collaborazione con TuttoFood, intercetterà le nuove tendenze tecnologiche e di consumo che stanno plasmando il mondo dell'ospitalità professionale, un mondo in veloce cambiamento



Tra le filiere del comparto che più si sono fatte trovare pronte al momento della ripartenza c'è senza dubbio l'arredo tavola che mostra una crescita a doppia cifra a livello mondiale già nel primo trimestre del 2021

stronomiche. L'estetica va sempre più a braccetto con la tecnologia e una spiccata sensibilità green. Il contract punta al rinnovamento delle strutture ricettive sia per quanto riguarda le aree interne che soprattutto esterne, realizzate con materiali come il polipropilene riciclato al 100 per cento o il polietilene, anch'esso riciclabile al 100 per cento e con un'altissima resistenza. Gli spazi all'aperto di hotel, ristoranti e bar, sfruttati soprattutto d'estate, hanno adesso la necessità di essere reinventati grazie a soluzioni in grado di migliorare l'accoglienza dei clienti, allungando la stagionalità. Largo, infine, alla tecnologia, con soluzioni gestionali studiate per le prenotazioni online tramite sito o App e l'utilizzo di totem, chioschi multimediali e monitor intelligenti per la comunicazione tra sala, cucina, clienti e delivery.

LE NUOVE FRONTIERE DEL DOLCE IN MOSTRA A HOSTMILANO

Il mondo del gelato e del pastry godono di ottima salute. L'emergenza sanitaria ha consolidato il boom delle consegne domestiche: gli ordini a domicilio, sottolinea l'Osservatorio gelato-delivery 2021, crescono in tripla cifra (+179 per cento), mentre è quasi raddoppiato il numero di gelaterie in piattaforma (+74 per cento). L'appuntamento da non perdere sarà con Pasticceria di lusso nel mondo by Iginio Massari, il concept ideato dal maestro pasticciere per eccellenza che metterà uno di fronte all'altro, nei cinque giorni della manifestazione, alcuni dei più importanti interpreti del settore a livello internazionale. A farla da padrone - ancora una volta - non sarà solo la creatività, ma la tecnologia e la sostenibilità. «Le innovazioni tecnologiche - sottolinea il maestro cioccolatiere Davide Comaschi - aiutano il professionista a creare dei prodotti ottimali a livello organolettico dando al prodotto finito un valore nutrizionale più alto rispetto al passato». Spazio, inoltre,

al 3d per le decorazioni e alla riduzione di sprechi di materie prime e lavorazioni inutili, con più attenzione al packaging e alla scelta degli ingredienti, rigorosamente di stagione e locali.

IL CAFFÈ DALLA A ALLA Z

Anche il segmento Caffè, Tea, Bar, Macchine caffè, Vending sarà protagonista. HostMilano è, infatti, stata scelta da Specialty coffee association (Sca) per lo svolgimento dei campionati Sca 2021: World barista championship, World brewers cup e world cup tasters championship. «I campionati Sca all'interno del Sic, lo storico Salone internazionale del caffè, da sempre punto di riferimento della filiera caffeicola, vanno a coronare un'offerta unica sia per il livello degli espositori sia degli eventi rappresentati», ha detto Simona Greco, global exhibitions director presso Fiera Milano Spa. La concomitanza con TuttoFood permetterà di accendere i riflettori sull'intera filiera: dalla materia prima alla torrefazione, dai macchinini alle macchine per espresso, cold brew e filtro; dal vending alla tazzina, per arrivare al prodotto finito in tutte le sue forme, gdo compresa. • **Francesca Druidi**

LA RISTORAZIONE DEL FUTURO

Da segnalare, all'interno della macroarea Ristorazione professionale pane pizza pasta, è il Panettone world championship, a cura dell'Accademia dei maestri del lievito madre e del panettone italiano. Ristorazione 4.0 sarà invece un Osservatorio privilegiato sulla digitalizzazione organizzato da Fipe. Ci saranno presentazioni, workshop e tavole rotonde dedicati al futuro dell'hospitality gestiti da Foodservice consultants society international a cui si affiancherà l'Horeca digital academy, un percorso formativo che si pone l'obiettivo condiviso di formare il ristoratore di oggi e di domani.

La rinascita dei piccoli hotel

Il settore alberghiero è in profonda trasformazione. «Bisogna pianificare nei dettagli la ripresa». Gabriele Gneri, managing director di Hotels Doctors, studia le strategie per rivitalizzare le strutture indipendenti

Negli ultimi anni il mondo dell'hôtellerie ha subito una profonda trasformazione. Da una parte i grandi gruppi aumentano il loro raggio d'azione, con una tendenza alle fusioni e alle partecipazioni tra grandi catene. Parallelamente cambia notevolmente anche il mondo degli alberghi indipendenti a gestione semi-professionale. I piccoli hotel si rimettono in gioco, tentano di riorganizzare la loro attività, alzando il livello della loro ospitalità e dei servizi offerti. Un trend diffuso, in un settore dalle prospettive interessanti, che spesso però si ritrova ad agire in maniera isolata, senza delle vere e proprie linee guida o modelli di crescita aziendale codificati. In questo senso nasce l'intuizione di Hotels Doctors, una società di consulenza alberghiera specializ-

Gabriele Gneri, managing director della Hotels Doctors di Roma - www.hotelsdoctors.com



zata nelle strutture medie e piccole, un nucleo di professionisti a supporto di imprenditori e investitori del settore ricettivo. «L'idea mi è venuta quando mi sono reso conto che, dopo aver passato buona parte della mia carriera in hotel, molte delle competenze che avevo appreso nelle grandi catene alberghiere potevano essere utili per le strutture più piccole». Gabriele Gneri, managing director di Hotels Doctors, racconta l'evoluzione del suo progetto.

Il settore si muove velocemente. La pandemia ha imposto un freno, per poi indirizzare il mercato verso una ripresa compulsiva. Quali sono le strategie per sostenere gli hotel in questa fase?

«I profondi cambiamenti e la continua evoluzione del settore turistico impongono alle strutture alberghiere una profonda necessi-



tà di pianificare nei dettagli la ripresa. Per poter garantire margini operativi, sufficienti a remunerare il capitale investito e competere sul mercato, qualsiasi attività alberghiera deve dotarsi di competenze specialistiche di alto profilo. Hotels Doctors nasce con l'obiettivo di garantire ai nostri clienti una consulenza su più livelli, ad ampio spettro, in grado di sviluppare e incrementare i più moderni strumenti per migliorare e controllare le performance economiche e operative. Abbiamo creato una squadra in grado di seguire le necessità gestionali, organizzative e commerciali di qualsiasi tipo di struttura ricettiva».

Come nasce il rapporto di un hotel con la vostra società di consulenza?

«Un hotel ci chiama, noi visitiamo la struttura, parliamo con il proprietario e i con i suoi collaboratori, raccogliamo i dati di gestione e analizziamo tutto ciò che troviamo online. Lo scopo è quello di capire le ragioni degli indicatori di performance ed identificare il fabbisogno dell'albergatore. Solo a quel punto siamo in grado di capire quale tipo di intervento dobbiamo mettere in atto. In oltre dieci anni, abbiamo curato con successo l'avviamento e il riposizionamento di più di 30 strutture».

Come sviluppate il vostro concetto di consulenza su misura?

«Creiamo un piano personalizzato, mettiamo in luce le necessità del progetto e ci muoviamo in quella direzione. Il nostro obiettivo è quello di affiancare e supportare l'albergatore in tutte le fasi del percorso di sviluppo dell'hotel, fin dalla sua apertura. Se necessario, implementiamo direttamente le soluzioni proposte. La gestione di una struttura

degli specialisti. La qualità delle scelte strategiche e l'attenzione nelle decisioni finali sono passi fondamentali».

La qualità di un hotel è strettamente legata alla professionalità dei suoi collaboratori. Che ruolo gioca la formazione nelle vostre strategie?

«Puntiamo molto su questo aspetto. Abbiamo creato da tempo la nostra Hotels Doctors Academy, una sorta di università dell'Hospitality, con una serie di corsi specialistici riguardo i più importanti aspetti dell'hôtellerie. I docenti sono esperti del settore e professionisti specializzati, impegnati a migliorare le competenze tecniche e operative dei vari operatori. Abbiamo intrapreso, inoltre, un importante progetto insieme alla Luiss Business School, organizzando l'Executive Hotel Management. Un vero e proprio master, che si rivolge a proprietari, direttori e manager, ma anche a responsabili di marketing e imprenditori del Food & Beverage. Vogliamo formare professionisti dinamici, con una visione più ampia possibile, in un settore dal grandissimo potenziale. La nostra missione è quella di fornire i principali strumenti e le metodologie più funzionali alla gestione strategica, organizzativa e commerciale dell'attività alberghiera». • **Stefano Russello**



hotelsdoctors
La consulenza alberghiera



Siamo un team di esperti di gestione alberghiera. Siamo appassionati di tutto ciò che è ricettività e turismo.

Ricerchiamo l'eccellenza per noi e per i nostri clienti. Empowering hoteliers managing hotels!

Hotels Doctors S.r.l. - Via Nuoro, 13 - 00182 Roma
www.hotelsdoctors.com

CENTRO DI DISTRIBUZIONE ENRICO MOCCIA



**RISTORAZIONE
FOOD PACKAGING**

**MONOUSO
DETERGENZA**



**OLTRE 7000 REFERENZE SEMPRE DISPONIBILI
CONSEGNE IN TUTTA ITALIA ISOLE COMPRESSE.
ORDINA ON LINE.**



**HORECA
IMBALLAGGI ALIMENTARI
MONOUSO PROFESSIONALE
STREET FOOD E TAKE AWAY
ECOLOGICI E SOSTENIBILI**

**IGIENE E PULIZIA
INDUSTRIA E COLLETTIVITÀ
PERSONALIZZAZIONI
MENSE AZIENDALI
ATTREZZATURE DA CUCINA**

WWW.ITALIASOFT.IT

Seguici su oppure su www.italiasoft.it

TRANI (BT) - Via Santo Spirito 13/15 - ☎ 0883 508519 - 📞 366 2698502

>>> *continua dalla prima*

l'innovazione tecnologica, i presupposti per offrire soluzioni altamente performanti e adatte a soddisfare i bisogni di un'ampia varietà di mercati, inclusi hotel, ristoranti, fast food, bar, supermercati, applicazioni mediche e industria ittica. Oltre ai cubetti di ghiaccio gourmet che raffreddano e diluiscono, Brema Group produce anche il ghiaccio trafilato compatto e durevole dall'estrema versatilità, oltre a ghiaccio granulare ideale per esporre e presentare cibi, e le scaglie piatte sottoraffreddate adatte per la lavorazione, il trasporto e la conservazione di alimenti, in particolare ittici.

Con sede alle porte di Milano, Brema Group unisce soluzioni industriali d'avanguardia all'estrema cura dei particolari tipica dello spirito artigianale, interpretando i desideri di chi considera il ghiaccio come un alleato vincente per il proprio business e promuovendo la ricerca tecnologica a sostegno di macchine capaci di garantire soluzioni sempre efficienti.

L'attenzione a soluzioni sempre più sostenibili, in risposta all'accelerazione dell'emergenza climatica, riguarda anche il mercato della refrigerazione commerciale. Proprio in questa direzione Brema Group dimostra non soltanto una particolare propensione all'efficienza dei propri prodotti ma anche un'autentica predisposizione etica, che le ha permesso di accogliere la sfida green con un approccio verso tecnologie refrigeranti più sostenibili. Per questo motivo la società milanese ha introdotto da tempo lo studio di nuovi gas come R290 (propano) e R744 (anidride carbonica), destinati a rivoluzionare il



mercato del ghiaccio, scegliendo contemporaneamente di abbracciare il Regolamento Ue 517/2014 sui gas fluorurati a effetto serra e incoraggiando i suoi clienti nell'uso di soluzioni con impatto ridotto sul clima e sulla temperatura terrestre.

A conferma della qualità dei prodotti Brema Group, le macchine per il ghiaccio hanno ottenuto negli anni le approvazioni Nsf, Etl Listed, Etl Sanitation, Wras, Doe, Eac, Kc, Ukr, S-Mark, Rcm, e WaterMark. Da gennaio 2022 ci sarà un ulteriore passo in avanti poiché la filosofia Be Eco-Active dell'azienda si arricchirà con l'approccio Green-Tech Design che interesserà la gamma prodotto CB, fiore all'occhiello della produzione. Questa innovazione sarà molto più di un semplice restyling, poiché ogni aspetto, dalla produzione allo smaltimento, dai materiali

impiegati al loro assemblaggio, terrà conto dell'impatto ambientale. Il Green-Tech Design è infatti studio, ideazione e consapevolezza, e significa ridurre al minimo l'impatto ambientale della macchina per il ghiaccio, fino alla possibilità di riciclo a fine vita dei materiali in cui è realizzato il prodotto stesso. La grande novità per la famiglia CB, infatti, sarà la possibilità di separare le materie prime al termine del loro ciclo di vita.

Con 17 certificazioni di prodotto e 39 brevetti attivi, dagli anni Ottanta a oggi Brema Group ha continuato a progettare e produrre attrezzature commerciali per la produzione di ghiaccio secondo i più alti standard di qualità, utilizzando tecnologie avanzate, all'insegna di una dedizione che le ha permesso di affermarsi sul mercato italiano e internazionale. • **Andrea Mazzoli**



TO BE COOL

Sinuosa ed elegante come Ice Cube, un classico dall'intramontabile trasparenza che esalta anche i sapori più eclettici; cool e glamour come B-Qube, un cubetto che associa alta resistenza a prova di shakerata e che può conquistare facilmente il centro della scena; allungata e generosa nel raffreddare quando la sete si fa sentire come Ice Finger, ideale per ristorarsi dopo un'attività sportiva, la gamma dei prodotti Brema Group è adatta ad ogni tipo di contesto, con soluzioni di grande effetto, dall'aspetto affascinante e trasparente. Poiché se il segreto di un buon cocktail sta nel riuscire a bilanciare struttura, aroma e colore, il segreto di un bel cocktail sta nell'emozionare e colpire a prima vista il cliente.

BREMA GROUP

BE ECO-ACTIVE

INNOVAZIONE "GREEN-TECH"
NELLE MACCHINE PER IL GHIACCIO



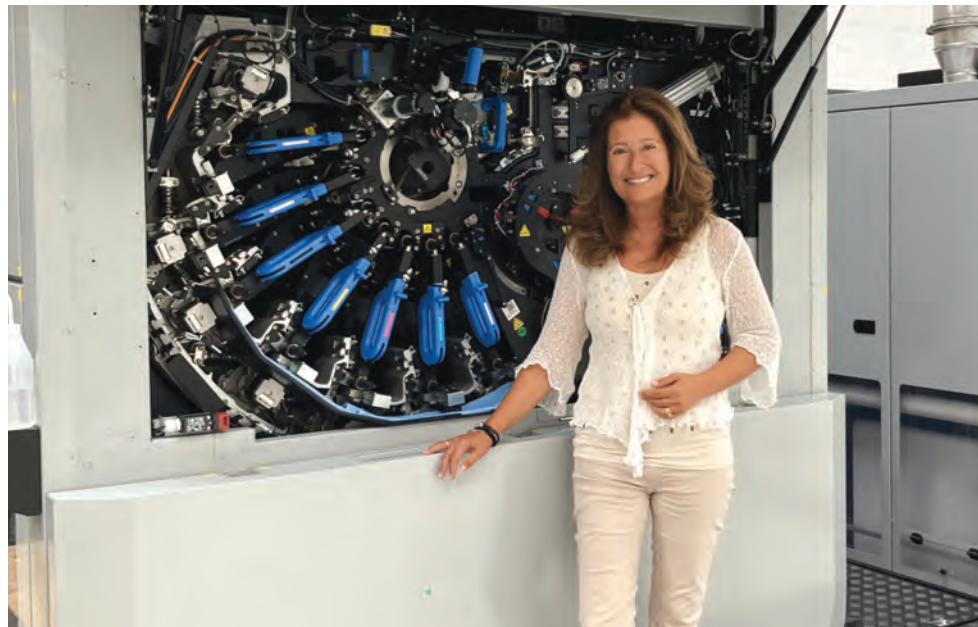
Coraggio in un mercato altalenante

I numeri in flessione dopo l'emergenza pandemica non fermano gli imprenditori illuminati che continuano a investire in tecnologie innovative. Nelle parole di Silvia Stupino, l'esperienza di RCA Imballaggi Flessibili, specializzata nella stampa su film complessi, sacchetti e bobine di film plastici

Gli ultimi anni sono stati difficili. L'economia nazionale in grave recessione e gli effetti della pandemia hanno reso il mercato altalenante e imprevedibile. Nel settore Horeca segmenti storici come quello della torrefazione sono entrati in crisi a causa del lockdown e della riduzione dei consumi, quello delle salviette detergenti è esploso per poi crollare, e il recente folle rincaro delle materie prime sta mettendo in difficoltà l'intero settore in un momento in cui l'aumento della domanda iniziava a far sperare in una ripresa dell'economia. È uno scenario a tinte fosche quello che si profila all'orizzonte di molte imprese, le quali tuttavia non smettono di credere nell'importanza strategica dell'innovazione. In tal senso, opera l'azienda RCA Imballaggi Flessibili specializzata nella stampa su film complessi, sacchetti e bobine di film plastici, accoppiati ad alluminio o laminati per estrusione. «Abbiamo di recente investito in un'innovazione di processo rappresentata dalla stampa con tecnologia digitale, realizzata unitamente ad aziende consorziate di cui rappresentiamo l'anima commerciale - spiega Silvia Stupino, amministratore -. La versatilità di questa tecnologia 4.0 permette di stampare su carta, alluminio e su supporto plastico con una qualità di stampa che supera quella delle macchine rotocalco e senza costi in impianti stampa. Crediamo che sia il futuro per aziende che lavorano con tanti marchi propri o in private label».

Quando è nata e con quali prospettive di sviluppo?

«RCA Imballaggi Flessibili nasce nel 2002 da una costola della RCA Spa che produ-



ceva imballaggi in cartoncino, tipico imballo secondario delle buste per caffè, con l'intento di intercettare le nuove tendenze del mercato che aveva iniziato a personalizzare su quello primario appunto. Da allora abbiamo proposto imballaggi per altri prodotti, dalle polveri alle farine, specializzandoci in film accoppiati performanti come, ad esempio, i film anti-puntura per riso e cereali. Attualmente, il nostro principale mercato di riferimento è quello dei produttori di caffè tostato, prodotti in polvere o granulare. Il secondo mercato è rappresentato dalle salviette detergenti, sia monodose che multipack per la cosmesi o per prodotti detergenti».

Quali servizi offrite per questi segmenti?

«Proprio pensando ai piccoli torrefattori, gli artigiani e i laboratori alla ricerca di buste personalizzate in piccoli lotti, ab-

RCA Imballaggi Flessibili ha sede a Torino
www.rcapack.com

biamo dotato i nostri uffici di professionalità dedite alla progettazione di prodotto oltre che di uno studio grafico interno, così da poter proporre insieme al materiale anche la veste grafica, che diversamente rappresenta un costo aggiuntivo».

Quali sono le principali tecnologie introdotte e quali vantaggi hanno determinato sui processi lavorativi?

«Proprio allo scopo di fornire un servizio ottimale a queste categorie abbiamo recentemente investito in una stampante digitale HP Indigo in fascia 730mm in grado di personalizzare anche buste di medie e grandi dimensioni, sempre con quantitativi ridottissimi. Il grande vantaggio di questa tec-

nologia è poter stampare senza l'incisione degli impianti stampa, quindi con un risparmio considerevole e ottenendo la massima versatilità nelle ristampe. Questa scelta permette anche di velocizzare i tempi di realizzazione: stampando esternamente su bobine già accoppiate a magazzino è possibile consegnare i materiali personalizzati dopo cinque o dieci giorni».

Quali sono le caratteristiche o i punti di forza che contraddistinguono la società rispetto ai competitor di mercato?

«La nostra azienda da sempre si contraddistingue per i rapidissimi tempi di risposta. La progettazione è in grado di consigliare il materiale idoneo in base al prodotto da proteggere e confezionare. Inoltre, al momento, in Italia siamo uno dei pochi a possedere un'attrezzatura per stampa digitale in fascia così larga e crediamo che il mercato sia pronto ad elargire lavoro ad entrambi».

In che modo le nuove tecnologie hanno condizionato il settore e quali investimenti avete in mente per il futuro?

«La ricerca di materiali sostenibili è un problema di tutti, finalmente molto sentito dai consumatori di imballaggi. Crediamo che l'evoluzione dell'offerta andrà sempre più in questa direzione e cerchiamo di essere pronti. Tra i materiali da considerarsi standard ne abbiamo già di riciclabili e intendiamo proseguire allargando la nostra offerta. Dal punto di vista prettamente tecnologico, l'investimento nella Hp è stato importante, tenderemo quindi ad ottimizzarlo proponendo anche stampe su materiali riciclabili e compostabili come le buste in carta o in alluminio». • **Luana Costa**

RISULTATI E PROSPETTIVE

Il 2020 per RCA è stato un buon anno dal punto di vista produttivo, proprio grazie all'elevata domanda di salviette igienizzanti, che si è fermata quasi totalmente nel 2021. «Questo è un settore con elevata concorrenza e caratterizzato da prezzi di vendita con pochissimi margini; quindi, la quantità prodotta non si è trasformata in un buon risultato d'esercizio - afferma Silvia Stupino -. Il 2021 è partito con il piede giusto, con una buona riapertura anche di quelle attività che hanno dovuto sospendere la produzione l'anno scorso, e che rappresentano il miglior mercato di riferimento. C'è quindi ottimismo e fiducia nella ripartenza per una conseguente maggiore domanda di prodotti».



Fondata nel 2012 da Enea Basili e Alessandra Morgantini, entrambi con esperienza pluriennale nel settore informatico, CodiceClick è una realtà affermata nello sviluppo software, web design e web marketing, con importanti partner nazionali e internazionali. Specializzata in particolare nel settore dell'hospitality, sviluppa e commercializza il software gestionale per strutture ricettive AmicHotel, il PMS all-in-one che include tutte le principali funzionalità per la gestione di una struttura ricettiva in un unico strumento. «Si tratta di un sistema innovativo e moderno, interamente basato su tecnologia cloud - spiega Enea Basili -. È possibile accedere da qualsiasi dispositivo connesso alla rete internet senza la necessità di alcuna procedura di installazione. Il backup dei dati è automatizzato sul cloud». È possibile utilizzare AmicHotel su computer (Windows, Apple o Linux), smartphone e tablet. Oltre a contemplare tutte le principali funzionalità necessarie alla gestione di una struttura ricettiva, AmicHotel include una piattaforma di "check-in on line" che consente di velocizzare le operazioni di check-in all'arrivo dei clienti. Inoltre, sottolinea Alessandra Morgantini «è possibile trasmettere i dati con

Il turismo a portata di click

Software e sistemi gestionali consentono di integrare i flussi informativi snellendo le procedure di check-in e trasmissione dei dati. Ne parliamo con Enea Basili e Alessandra Morgantini

semplicità al Servizio Alloggiati della Polizia di Stato direttamente dal gestionale. AmicHotel si occupa in automatico di scaricare e salvare sul cloud le ricevute per cinque anni, a norma di legge. È possibile inviare il flusso dati al sistema Istat della regione/provincia con un semplice click oppure tramite il caricamento di un file di interscambio. Consente, inoltre, l'emissione di fatture elettroniche, con relativo invio al Sdi e conservazione sia del ciclo attivo che di quello passivo. È possibile emettere documenti commerciali tramite il collegamento al registratore fiscale telematico, nonché gestire con estrema facilità l'imposta di soggiorno».

Con il Booking Engine di AmicHotel è possibile ricevere prenotazioni direttamente dal sito web offrendo le stesse garanzie al cliente dei grandi portali, anche ottenendo un margine di guadagno



più alto rispetto alle prenotazioni indirette. Con il modulo Channel Manager, infine, si azzerano i problemi di overbooking: oltre 120 canali Ota sono sincronizzati tra cui Booking.com, Expedia, AirBnB e molti altri e sempre

CodiceClick ha sede a Sarteano (Si)
www.amichotel.it - www.codiceclick.it

aggiornati in tempo reale con il gestionale e con il sito web della struttura.

• Luana Costa

AmicHotel

Il software gestionale

che si adatta alle esigenze della tua struttura ricettiva

ALL-IN-ONE CLOUD

PMS multi-struttura

Check-in online

Booking engine e channel manager

Fatturazione elettronica e corrispettivi telematici

Invio alloggiati, istat, imposta di soggiorno

Housekeeping con app dedicata

Sito web gestito interamente da PMS

Newsletter ed sms

Richiedi una prova gratuita!



www.amichotel.it

☎ 0578268129

ASSISTENZA 7/7 ticket + telefono

Efficienza in cucina

HotmixPro è leader internazionale nella produzione di soluzioni professionali per la ristorazione, investendo da sempre sulle ultime tecnologiche di settore.

Ne parla il resident chef Filippo Bazzani

Situata a Modena, terra di buon cibo e di tanti prodotti Doc e Dop, HotmixPro fornisce non solo un prodotto, ma un nuovo metodo efficiente e innovativo di fare cucina, al momento venduto in oltre 80 paesi in tutto il mondo. Punto di riferimento in Italia e all'estero, l'azienda vanta una vasta gamma di apparecchiature professionali per cucine in grado di soddisfare ogni bisogno degli chef stellati e delle persone meno esperte, e di rivoluzionare davvero il modo di preparare i piatti. Una cucina che guarda al futuro, quella dei prodotti HotmixPro, che fanno dell'innovazione il loro punto di forza e unicità.

Negli ultimi due anni qual è stato l'andamento del vostro business?

«Il 2020 si è rivelato un anno difficile: la ristorazione è uno dei settori più colpiti dalle restrizioni anti-Covid praticamente a livello mondiale. Di conseguenza, anche noi ne abbiamo molto risentito. Tuttavia, non ci siamo mai demoralizzati. Il 2021 è stato una grande sorpresa, perché abbiamo assistito ad una vigorosa ripresa e il nostro fatturato ha registrato un + 30 per cento rispetto a quello del 2019. Un risultato davvero importante che ci fa ben sperare per l'avvenire».

Quali sono le caratteristiche che vi contraddistinguono?

«La nostra gamma di prodotti è in grado di raggiungere le migliori performance del settore ed è composta da modelli comple-

Filippo Bazzani, resident chef di HotmixPro.

L'azienda ha sede a Modena - www.hotmixpro.com



I prodotti HotmixPro nascono con un solo obiettivo: liberare lo chef dal lavoro più impegnativo, permettendogli di spendere più tempo a creare e a stupire

mentari tra loro, in grado di lavorare insieme per realizzare preparazioni uniche. Le macchine HotmixPro, grazie alle loro straordinarie caratteristiche, ad esempio la capacità di memorizzare le ricette e replicarle perfettamente senza nessun intervento, sono oggi la soluzione più avanzata sul mercato per semplificare la vita agli chef. Altra caratteristica dei nostri prodotti è l'assoluta precisione sul controllo dei parametri di lavorazione, necessaria per garantire

la massima libertà ai cuochi. Ad esempio, i nostri mixer termici offrono la possibilità di controllare perfettamente la temperatura grado per grado; miscelare fino a 12'500 rpm; cucinare fino a + 190 gradi e persino raffreddare fino a - 24 gradi, tutto in un unico apparecchio».

Qual è la mission che guida la vostra azienda?

«I prodotti HotmixPro nascono con un solo obiettivo: liberare lo chef dal lavoro più impegnativo, permettendo-

gli di spendere più tempo a creare e a stupire. Quest'obiettivo è perseguito da tanti anni con tenacia e coraggio, investendo continuamente sull'innovazione e le tecniche di lavorazione all'avanguardia. Grazie al nostro impegno, Hotmixpro è stato premiato come "Best Light Equipment Innovation" al Gulfood 2012 a Dubai e "Best of Show" & "Best new product" al Ihmrs 2010 a New York. Questi premi ci rendono molto orgogliosi e ci hanno spinto a produrre sempre nuovi prodotti, all'insegna dell'innovazione e della praticità. Siamo, inoltre, al fianco dei più grandi chef al mondo: Hotmixpro è stato scelto sin dagli inizi da Massimo Bottura, proprietario di Osteria Francescana, 3 Stelle Michelin, osteria 1° classificata nella speciale classifica "50 Best Restaurant" 2016 e 2018».

Quali sono i progetti futuri?

«La nostra azienda è in continua evoluzione, ogni giorno ideiamo nuove soluzioni, che possano fare un passo in più verso una cucina innovativa e moderna. L'ultima arrivata è la macchina HotmixPro Giaz, che permette di trasformare una base per gelato congelata in gelato fresco, porzionandolo in tempo reale senza alcuno spreco; per garantire la massima flessibilità, lo chef può, opzionalmente, controllare tutti i parametri manualmente: velocità di rotazione delle lame, velocità di discesa all'interno del prodotto congelato, e molto altro. Inoltre, abbiamo in animo la produzione di un oggetto nuovo: i nostri prodotti, di solito, sono nicchie di mercato, il nuovo articolo è proposto da tante aziende, ma il nostro si distinguerà per la portata rivoluzionaria. Abbiamo in mente, infatti, di utilizzare una tecnologia mai usata prima, che stupirà i nostri clienti».

• **Ilaria Di Giuseppe**



OPEN DAYS

L'azienda dà la possibilità di testare le macchine direttamente in azienda, nei giorni 22-27 ottobre 2021. «L'iniziativa è pensata per far apprendere le tecniche e le soluzioni più efficaci, mettendo a disposizione dei clienti tutti i nostri apparecchi e un team di chef professionisti all'interno di una cucina attrezzata con le migliori tecnologie. Si tratta di un'esperienza unica, che si svolgerà nel pieno rispetto delle normative anti-Covid. Siamo molto contenti di ospitare i clienti, convinti che possa essere un momento formativo per tutti».

App e software per guardare al futuro

Hotel e ristoranti investono in innovazione per ampliare la propria gamma di servizi e aumentare la redditività. Nel processo di trasformazione digitale necessitano di un partner che li affianchi con soluzioni facili da usare

Nel periodo di ripartenza dopo le chiusure imposte dalla pandemia, hotel e ristoranti puntano sempre più sulla tecnologia digitale per gestire le proprie attività, rispondere ai nuovi trend del mercato e migliorare la customer experience. «In ambito hotellerie, proponiamo soluzioni specifiche per qualsiasi target di mercato, ossia hotel a gestione familiare, catene alberghiere, strutture ricettive, spa e centri sportivi. Si tratta di software gestionali in modalità cloud oppure in licenza d'uso, Pms, Channel manager, Booking Engine e moduli di revenue management che consentono di gestire ogni aspetto dell'attività, ottimizzare le tariffe ed elaborare efficaci strategie commerciali» spiega Angelo Guaragni, amministratore di Zucchetti Hospitality, società del Gruppo Zucchetti specializzata nel campo delle soluzioni tecnologiche per l'accoglienza alberghiera, la ristorazione e il retail con oltre 46mila clienti.

Quali soluzioni digitali sono richieste oggi dal mondo della ristorazione?

«Zucchetti Hospitality si rivolge a tutti gli operatori del settore: bar, ristoranti, pizzerie, pub, gelaterie, pasticcerie, enoteche. L'esperienza e le conoscenze acquisite nel settore della ristorazione ci hanno permesso di creare soluzioni in linea con gli aspetti operativi, gestionali e fiscali del settore: prenotazioni, gestione dei tavoli, delle



comande e dei pagamenti, app per l'asporto, ma anche la gestione delle scorte e dei dipendenti e molto altro. Sul fronte della transizione digitale, infatti, è diventato sempre più strategico integrare applicazioni verticali con i diversi sistemi aziendali per ridurre i costi e aumentare la produttività: ad esempio, soluzioni per il controllo finanziario e delle performance, strumenti per l'automazione dei punti vendita e per i pagamenti elettronici, gestione automatica di programmi fedeltà e offerte promozionali per i clienti».

In occasione della fiera HostMilano presenterete diverse novità per quanto riguarda la ristorazione e i suoi servizi. Cosa dobbiamo attenderci?

«Sì, oltre ai nostri gestionali Zmenu, Il-Conto, ZDinner e Scloby, c'è Zbooking che permette ai ristoratori di ricevere le prenotazioni online dei clienti direttamente nella cassa del proprio punto vendita. L'app AL-VòLO è la soluzione gestionale per la ristorazione con servizio di consegna a domicilio e asporto e con funzionalità di self ordering. Per realtà interessate ad attivare una piattaforma e-commerce, abbiamo studiato D2Phy di TCPOS, una soluzione altamente personalizzabile che garantisce alte prestazioni e bassi costi di gestione. Un'altra interessante novità che proponiamo a Host è Zkiosk, il totem multimediale interattivo eliminacode che, grazie al touchscreen, semplifica la gestione

elettronica targate Zucchetti per organizzare tutte le attività legate al business, nonché i processi amministrativi, di pianificazione e controllo, di logistica e magazzino. Una soluzione già pronta allo scontrino digitale, che consente di lavorare anche in assenza di connettività internet e senza hardware aggiuntivo oltre al tablet e alle stampanti».

Un'importante novità riguarda anche il settore hotellerie.

«Sì, l'ultima novità, ed è un'esclusiva di Zucchetti Hospitality in questo momento, è un sistema avanzato di analisi dei dati che consente previsioni accurate sulla domanda futura, essenziali per le attività di revenue e marketing. In pratica, i clienti che utilizzano le soluzioni gestionali per hotel, mediante delle funzionalità di intelligenza artificiale, sono in grado di aggregare e analizzare i dati delle ricerche degli utenti in termini di: provenienza geografica dell'ospite, località scelta, categoria dell'albergo selezionato, giorni di permanenza e molto altro ancora. Avere un quadro della domanda turistica praticamente in real-time consente così ai proprietari di strutture ricettive di ottimizzare le tariffe delle camere in funzione delle ricerche dei clienti, allo scopo di aumentare le proprie "conversioni" in relazione soprattutto alle prenotazioni online». • **Leonardo Testi**

È diventato sempre più strategico integrare applicazioni verticali con i diversi sistemi aziendali per ridurre i costi e aumentare la produttività

AL SERVIZIO DELL'HORECA

Zucchetti Hospitality ha sedi in tutta Italia, con una filiale imponente per numero di addetti a Riccione, data la forte vocazione turistica della riviera romagnola e, di conseguenza, il gran numero di strutture ricettive da gestire a livello informatico in quella zona. L'azienda, che conta circa 500 addetti, si avvale inoltre di una rete di 230 rivenditori per presidiare a livello capillare l'intero territorio nazionale. Si tratta di veri e propri business partner capaci di soddisfare tutte le esigenze dei clienti: dall'analisi progettuale, all'avviamento della soluzione sino ai servizi di aggiornamento del software e di assistenza post-vendita.



Angelo Guaragni, amministratore di Zucchetti Hospitality - www.zucchetti.it

Industry machinery per i pastifici

Vi sono aziende che hanno fatto della formazione e dell'informazione il proprio core business, affiancando i clienti nella realizzazione di laboratori e fornendo l'attrezzatura idonea. L'esempio di Cocozza

Il mercato globale è in continua espansione, plasmato non solo dalle nuove richieste ma anche dal cambiamento dei consumatori e dal costante progresso tecnologico. Tutti questi fattori, congiuntamente, pongono nuove sfide che rendono vera protagonista l'industry machinery, chiamata ad adeguare continuamente la propria offerta ai nuovi bisogni espressi dalla clientela. È da qui che parte la profonda trasformazione dell'azienda Cocozza, dettata da ritmi e dinamiche molto veloci che dimostrano i cambiamenti avvenuti e che hanno segnato profondamente l'assetto del mercato. La società, intanto, è presente da oltre quarant'anni nel settore delle macchine per la produzione di pasta.

Nata per fornire assistenza tecnica ai grandi pastifici pugliesi, nel tempo si è evoluta come costruttrice di macchinari per pasta, fino ad arrivare, con la terza generazione, ad essere vera e propria consulente, formando i futuri pastai sia sulla pasta fresca che sulla pasta secca, grazie all'esperienza acquisita e tramandata ogni giorno direttamente sul campo, affiancando i pastai, conoscendo e studiando soluzioni su misura a tutte le difficoltà che incontravano. «Realizziamo macchine automatiche e semiautomatiche, distinte per due tipologie di esigenze diverse: linea negozio o linea laboratorio» spiega Giovanni Cocozza, responsabile aziendale. La società è in grado di soddisfare le esigenze di una vasta clientela realizzando negozi, laboratori semiautomatici, linee automatiche, dalla produzione d'impasti, fino al confezionamento di diverse tipologie di pasta fresca e secca, linee per ristoranti e alberghi. «Oggi le principali richieste provenienti dal mercato consistono nel ricercare, individuare, catturare, coltivare e motivare gli attuali clienti e ricercarne di "nuovi", orientati alla condivisione delle informazioni e alla condivisione della nostra idea di azienda, interconnesse a quello spirito e orgoglio per raggiungere obiettivi comuni, mirati a conseguire un'elevata efficienza dei cicli produttivi».

La tecnologia rappresenta un punto saldo nel settore ed è diventata, negli anni, un fattore abilitante, indispensabile per effettuare al meglio le ricerche di mercato: «Ci ha condotto a simulare



In quanto costruttori di macchinari, e non semplici rivenditori, disponiamo di tutto il know-how tecnico e le più performanti attrezzature per risolvere in tempi sempre più brevi qualsiasi fermo

l'ambiente reale comprendendo quali siano gli elementi che conquistano maggiormente il nostro target - continua Giovanni Cocozza -. Il progresso innovativo ci ha permesso quindi di compiere importanti passi avanti. In questo scenario dominato dalla tecnologia, l'automazione non può essere esclusa. Grazie ad essa, infatti, le nostre ricerche si basano su metodologie consolidate che, da una parte, assicurano la massima efficienza e replicabilità e, dall'altra, ci consentono di dedicare più tempo all'interpretazione tecnologica e, di conseguenza, alle implicazioni che potrebbero derivarne a livello del business. L'innovazione tecnologica infine, interconnessa all'insieme dei nostri processi produttivi impiegati per la costruzione dei macchinari. Una circostanza che ci ha permesso di determinare l'introduzione di prodotti e processi "tecnologicamente nuovi", nonché migliorare e rendere tecnologicamente significativi quelli esistenti».

I principali servizi offerti sono, in primo luogo, la consulenza professionale rea-

lizzata su misura per i clienti che possono così creare la propria linea di attrezzature, grazie all'affiancamento in un percorso formativo one-to-one. Un ulteriore servizio offerto è l'assistenza tecnica qualificata e sempre pronta anche per chiarimenti e spiegazioni telematiche. «In quanto costruttori di macchinari, e non semplici rivenditori, disponiamo di tutto il know-how tecnico e le più performanti attrezzature per risolvere in tempi sempre più brevi qualsiasi fermo. Vi è da dire che con la comparsa del libero mercato, e quindi

dell'interazione tra produttore e consumatore, con le dinamiche di concorrenza aziendali, è sempre più importante definire strategie di crescita efficaci. Queste strategie devono avere lo scopo di raggiungere determinati obiettivi che hanno il fine di sviluppare l'impresa. Una solida strategia di crescita ci ha permesso di porre l'azienda in un'ottima posizione all'interno del mercato; ciò si è tradotto in un'efficiente e più tecnologica fase progettuale, che ci ha permesso di renderci assoluti protagonisti rispetto ai nostri attuali competitor, contraddistinguendoci nella qualità delle nostre innovazioni e soprattutto nel voler sempre mantenere un contatto diretto con il cliente. Il nostro spirito di collaborazione ci ha resi assoluti protagonisti ponendoci al fianco dei nostri clienti e nell'essere in prima linea al loro fianco, effettuando consulenze e formazioni professionali mirate a sviluppare sia la vendita che il post vendita».

• Luana Costa

Cocozza ha sede a Modugno (Ba)
www.cocozzabari.com



NUOVE TECNOLOGIE IN ARRIVO

L'azienda ha già in programma l'adeguamento dei macchinari ai requisiti richiesti e necessari per l'applicazione del progetto Industria 4.0, rendendoli al passo coi tempi, e alle continue richieste che i clienti e partner formulano quotidianamente. Di fatto, alcuni macchinari saranno già disponibili entro il 2021 in formula 4.0 Ready. Nel prossimo futuro infine ci saranno grandi novità, con l'alleggerimento del carico di lavoro per i clienti grazie dalla realizzazione di linee e macchinari sempre più automatici, in modo da potersi dedicare a sviluppare con più libertà di tempi i loro progetti aziendali.

L'automazione del punto vendita

Fra lockdown e misure di contenimento dei contagi, la pandemia da Covid-19 ha imposto all'Horeca e al retail, una profonda trasformazione dell'organizzazione e dei processi di vendita. Questa trasformazione sta accelerando l'introduzione di soluzioni tecnologiche innovative per rendere più sicuri i locali e migliorare la gestione di ambienti dove, alla somministrazione in loco (all'interno e all'esterno del locale stesso), si aggiungono attività di asporto e delivery.

Siamo entrati nel vivo della digitalizzazione del punto vendita. Digitalizzare vuole dire automatizzare le attività gestionali e operative dei locali liberando tempo ed energia per migliorare la qualità del servizio e l'esperienza del cliente. Per ampliare ulteriormente il proprio intervento nell'ospitalità e nel retail, Orderman Italia, leader da oltre 25 anni in questi settori, ha recentemente dato vita a Pulse, il primo operatore italiano per l'automazione del punto vendita.

Entrambe operano per rendere l'automazione un passaggio semplice e intuitivo, con attrezzature, software e servizi progettati per controllare l'intero processo di lavoro, sviluppando al meglio il potenziale di ogni singolo cliente. L'impegno è quello di facilitare l'evoluzione al digitale con costi d'investimento certi e la garanzia di un nome che ha rivoluzionato in trent'anni il mondo della ristorazione.

Orderman Italia e Pulse si presentano a HOST Milano 2021 (pad, 11P, stand D51 E52), con un'offerta di soluzioni e servizi perfettamente allineate alla loro missione. In fiera, oltre all'intera gamma di terminali

È possibile contattare **Orderman Italia e Pulse** per fissare un appuntamento sul loro stand a HOST Milano 2021 (pad, 11P, stand D51 E52), visitando la pagina web www.pulseinnova.com/host-milano-2021/



Orderman Italia a Host Milano 2021 presenta soluzioni, servizi e un'Academy per il futuro della ristorazione. L'obiettivo è accompagnare ristoratori e commercianti in un futuro sempre più digitale



portatili, Pc Pos, stampanti fiscali, monitor da cucina, chioschi per il self ordering e il self payment, saranno presentate due importanti novità.

H20: il primo Pc Pos ibrido. Perfettamente funzionale come un normale Pc Pos di cassa, può essere facilmente scollegato dalla base per essere utilizzato in piena mobilità all'interno del locale per illustrare al tavolo, per esempio, il menù del locale in modo multimediale o per verificare la lista del conto prima che questo venga stampato definitivamente. Un dispositivo unico nel suo genere, che introduce in modo semplice, moderno ed estremamente funzionale il concetto di mobilità nella ristorazione.

Il nuovo terminale portatile Orderman 9. Sistema di comunicazione radio di nuova generazione, design moderno, leggero, robusto e schermo di grandi dimensioni sono le caratteristiche principali del nuovissimo terminale. Una soluzione che consente ai ristoratori di offrire un servizio di sala preciso e veloce, in grado di aumentare la qualità di servizio alla clientela.

Sullo stand Orderman Italia e Pulse, sarà anche possibile conoscere le caratteristiche e i dettagli della gamma dei servizi offerti. Di particolare interesse Assist 24, il servizio attivo 7 giorni su 7, basato su un numero unico di contatto telefonico e pensato per garantire la massima efficienza e operatività dell'esercizio e Pulse Academy, uno

si condividono conoscenze, esperienze e strategie per la crescita delle imprese.

«Siamo profondamente convinti che il successo della ristorazione del futuro, sarà sempre più legato alla capacità di integrare competenze manageriali e tecnologiche - afferma Stefano Casarin, amministratore delegato di Orderman Italia -, sia per quanto riguarda la gestione imprenditoriale, sia per la capacità di leggere e interpretare un mercato in continua evoluzione».

Pulse Academy, oltre alle offerte formative e di supporto già in essere, offrirà webinar su attualità e tendenze di mercato e sessioni di studio di casi aziendali. Un mix di formazione e informazione per governare con successo l'evoluzione digitale delle imprese del retail e dell'ospitalità. Un ricco portfolio di iniziative editoriali tra cui spiccherà Ristomeglio, l'education hub dedicato all'innovazione tecnologica e manageriale nel mondo della ristorazione.

• **Marco Andrea Mussini**

spazio formativo, gratuito e aperto a tutti (non solo ai clienti Orderman Italia), dove



I PRODOTTI

Da oltre 25 anni Orderman Italia è leader nell'innovazione tecnologica per il punto vendita. Prima a introdurre i terminali palmari in radiofrequenza per la presa delle comande nella ristorazione, l'azienda ha ampliato la propria offerta che oggi comprende Pc Pos, stampanti fiscali, Pc Panel, chioschi di self-ordering, cassette automatiche di pagamento e sistemi di chiamata del personale. I recenti segnali di trasformazione digitale e l'impatto che questa avrà sul modo di lavorare nel prossimo futuro nell'ospitalità e nel commercio al dettaglio, hanno portato Orderman Italia a creare Pulse, il primo operatore italiano per l'automazione del punto vendita. Ne è nato così un ecosistema completo di prodotti e servizi per accompagnare ristoratori e commercianti in un futuro sempre più digitale.

www.pulseinnova.com



Kaleidos

MILANO

PER LA TAVOLA, UN ARCOBALENO DI COLORI E ALLEGRIA

Da oltre dieci anni e tre generazioni nel mondo delle porcellane e della stoviglieria, il brand Kaleidos Milano dell'azienda Allreds continua a realizzare prodotti per la tavola capaci di differenziarsi dalla massa e di esaltare al massimo design, materiali e innovazione. È quindi la voglia di consegnare ai clienti prodotti unici e colmi di personalità a guidare l'azienda, il cui obiettivo principale è quello di vendere un concetto fatto di colori e forme particolari, ma anche di qualità e praticità. I materiali usati per il marchio Kaleidos Milano sono adatti a un uso professionale e, grazie a specifiche lavorazioni, resistenti a infiniti lavaggi nelle lavastoviglie industriali. La vasta gamma di prodotti Kaleidos – disponibili in numerose nuance e tutti eco-friendly – si adatta a ogni occasione o circostanza, accompagnando qualsiasi momento della giornata: dalla colazione al brunch, dal pranzo alla cena.



www.kaleidosmilano.com



Gli articoli Kaleidos, inoltre, risolvono qualsiasi esigenza della tavola e della cucina con strumenti, porcellane e stoviglie originali, creativi, versatili e sempre pratici. Infine, ad articoli ricercati, allegri e innovativi, l'impresa abbina una distribuzione controllata, selezionando i migliori rivenditori, così da valorizzare ancor più i propri prodotti e al tempo stesso garantire all'utilizzatore finale il miglior servizio possibile. Le spedizioni vengono effettuate con la massima rapidità, di conseguenza le consegne risultano veloci ed efficienti.



Leader nei prodotti monouso per il decoro della tavola

PIERROT è un'azienda veneta che ha fatto dell'innovazione nelle materie prime e della flessibilità nel servizio ai clienti la sua mission principale. La sua offerta coniuga estetica, praticità e igiene, con un occhio sempre attento all'impatto ambientale

L'economia circolare finalizzata al rispetto dell'ambiente e al controllo delle risorse naturali disponibili è diventata ormai un "mantra" oggi in Europa e in tutto il mondo, per tutti i settori industriali. Compostabilità, biodegradabilità, riciclo sono termini ormai consueti anche per il consumatore e assolutamente prioritari per chi produce beni di consumo.

PIERROT, una delle aziende leader in Italia nella produzione e distribuzione di prodotti monouso per il decoro della tavola, offre al mercato una gamma di prodotti che spaziano nei formati, nei colori disponibili e nei materiali per rispondere a tutte le esigenze della clientela professionale servita attraverso i canali Horeca e della Distribuzione organizzata. Riesce così a coniugare l'estetica, grazie ai molti decori e colori disponibili; la praticità, grazie ai diversi formati; l'igiene, creando una barriera tra le superfici con un approccio eco-consapevole per i materiali utilizzati, liberando gli utilizzatori professionali dai vincoli creati dal lavaggio



tradizionale del tovagliato tessile.

PIERROT ha fatto dell'innovazione nelle materie prime e della flessibilità al servizio ai clienti la sua mission principale, per un approccio consapevole allo smaltimento degli articoli che l'azienda stessa produce. Oltre che produttore di tovagliati monouso, PIERROT è anche distributore esclusivo per l'Italia del marchio PAPSTAR, brand tede-

PIERROT ha sede a Favaro Veneto (Ve)
www.pierrotsrl.it

sco leader europeo nel settore del prodotto monouso per il decoro della tavola, il packaging per il food, i prodotti per l'igiene e l'Haccp nel settore della ristorazione, gli articoli monouso per la casa e gli eventi di festa destinati agli interlocutori professionali quali grossisti, catering, alberghi, dettaglio, del settore food e per l'uso privato.

Tra i molti articoli che PIERROT produce, ci sono alcuni prodotti che interpretano particolarmente le esigenze del momento:

Tovaglie in formato cm 140x140, sia in Airlaid che in Spunlace, molto richieste come sostituzione al tradizionale tovagliato di stoffa per rispondere alle massime esigenze di igiene, economicità e praticità.

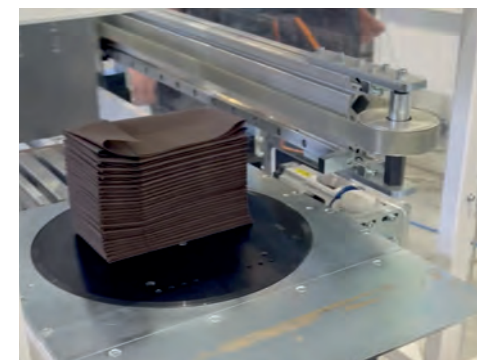
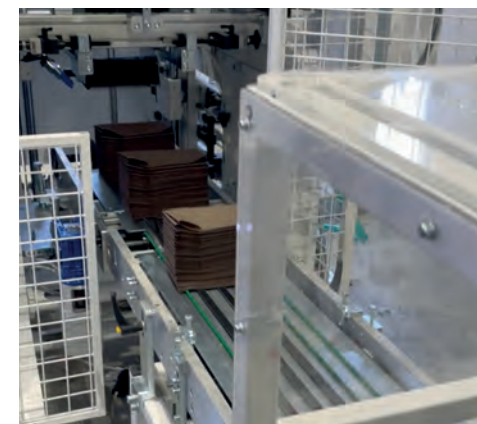
Tovaglioli con tasca porta-posate disponibili nei formati cm 40x30 e 40x40, in più di 15 colori, vari decori, sia in Airlaid che Spunlace. I tovaglioli porta posate Pocket si presentano con la possibilità di piega ad 1/6 o ad 1/8 per andar incontro alle diverse esigenze di ristorazione, dal ristorante "convenient" più tradizionale al wine bar per un "aperi-cena".

Tovaglioli cm 40x40, Pocket cm 40x30/6, Pocket cm 40x40/8, Tovagliette cm 30x40 e Striscie cm 40x120 in una materia prima innovativa e naturale denominata Airlaid "ESSENZA". L'Airlaid "ESSENZA" è prodotto da pura cellulosa vergine, non sbiancata da prodotti chimici, ma realizzata nel suo colore naturale con effetto "legno" per am-

bienti 100 per cento ecologici.

Tutti i prodotti PIERROT possono essere riciclati, compostati o bruciati per generare energia.

Il modello di business di PIERROT gira intorno a tre pilastri centrali: il servizio al cliente, con grande focus sulla flessibilità ed i tempi di fornitura; la tipologia dei prodotti e dei decori orientati alle esigenze estetiche e di qualità espresse dagli utilizzatori professionali (ristoranti, pizzerie, osterie, self-service, etc) che sono il core business aziendale; la sostenibilità per la quale l'azienda è in grado di fornire una vastissima gamma di prodotti derivanti da mate-



ria prima certificata bio-compostabile oltre che da materia prima certificata Fsc e Pefc per un approccio consapevole alla gestione dell'ambiente ed etico nell'utilizzo delle risorse umane.

PIERROT è una Pmi che cerca di vivere il presente e progettare il suo futuro sempre alla ricerca del miglior equilibrio tra esigenze di mercato, qualità dei suoi prodotti e servizio alla propria clientela con un approccio sostenibile. • Eugenia Campo



MATERIALE MORBIDO *come una stoffa ricamata*



BIO-COMPOST **BIO**



PIERROT

www.pierrotsrl.it

Nuovi strumenti per il food

Perfezionare il dettaglio, far crescere il livello della qualità. Non trascurare nessuna fetta di mercato, diversificando l'offerta e coltivando sempre l'ambizione. Con l'impegno di realizzare un prodotto unico, capace di imporsi nel tempo. Regole semplici, chiare, valide in molti settori merceologici e ancora più incisive nel mondo della produzione di piccoli articoli casalinghi. Un comparto che negli ultimi anni si è saputo specializzare e rinnovare, raggiungendo nuovi consumatori e sapendo interpretare diverse esigenze. La società evolve, si trasforma, e un settore così legato alle abitudini quotidiane deve saper adattarsi ai tempi, intraprendere un importante processo di cambiamento. «Un'azienda deve rimettersi in gioco continuamente». Inizia così l'analisi di Marco Legnazzi, titolare della Calder Snc, uno dei più affermati produttori di articoli casalinghi in acciaio inox del Verbano-Cusio-Ossola. «Siamo andati oltre la tipica impronta da grossista basata sulla quantità, puntando sulla qualità dei nostri prodotti».

Il mondo del food è in continua espansione. Negli ultimi anni la visibilità mediatica ha mutato la percezione del settore culinario, imprimendo cambiamenti notevoli anche per quanto riguarda le esigenze del mercato. Come cambia la vostra azienda? «Tante famiglie hanno riscoperto il valore della preparazione dei cibi fatti in casa. Bisogna ringraziare i blogger e gli innumerevoli programmi radio e TV di cucina, ma anche i produttori che, come noi, hanno saputo cogliere le opportunità e scommettere su questi trend emergenti. Per storia e tradizione, ci siamo sempre rivolti ai soggetti della grande distribuzione, ma negli ultimi anni siamo sbarcati nel mercato familiare,

Calder ha sede ad Omegna (Vb)
www.calder.it

Il settore del piccolo casalingo si trasforma. «Ampliare la produzione, senza rinunciare al concetto di qualità». L'analisi di Marco Legnazzi, titolare della Calder



Ci siamo sempre rivolti alla grande distribuzione, ma negli ultimi anni siamo sbarcati nel mercato familiare

senza rinunciare al concetto di qualità che ci ha sempre contraddistinto. Oggi il nostro gruppo rappresenta un punto di riferimento riconosciuto a livello internazionale. Un esempio virtuoso di made in Italy a prezzi altamente competitivi».

Quali sono le vostre strategie per raggiungere stabilmente i mercati esteri?

«Il segreto è insistere su serietà e produzione di qualità. Parallelamente, per arrivare all'attuale visibilità internazionale, abbiamo

mantenuto costantemente la nostra presenza alle fiere internazionali. In questi giorni siamo presenti con il nostro stand alla Fiera Host Milano. Nel febbraio 2022 saremo alla Fiera Ambiente Francoforte. Appuntamenti fondamentali per il nostro settore, esempi concreti di come le rassegne internazionali possano garantire una grande visibilità e di come riescano a influire sulla penetrazione di un'azienda nei mercati stranieri. Oggi oltre un terzo della produzione Calder prende la via dell'estero».

Uno dei vostri punti di forza è la diversificazione del prodotto. Quali sono gli articoli di maggior successo?

«Proponiamo oggetti di prima utilità in cucina, i più richiesti sono sicuramente gli schiacciapastate e i tagliatartufi. Recentemente abbiamo sviluppato un programma dedicato al mondo della pasta fatta in casa, riuscendo a soddisfare le svariate esigenze del pubblico. Dalle semplici rotelle tagliapasta ai più differenti stampini per ravioli di qualsiasi forma, per arrivare ai raviolatori, tra i nostri articoli più richiesti. Ma il nostro fiore all'occhiello sta nei tanti prodotti in legno, molto curati nella lavorazione. Infine devo citare gli ultimi nati di Calder, i coppapasta microforati, creati apposta per la cot-

tura omogenea della pasta frolla, molto richiesti sia a livello casalingo che nel canale commerciale».

La nuova frontiera della produzione industriale passa per una seria analisi dell'impatto ambientale. Quali passi avete fatto in questa direzione?

«Siamo molto sensibili a questo tema. Riconosciamo l'importanza del rispetto dell'ambiente nei confronti dei nostri clienti, dei dipendenti e più in generale delle generazioni future. Abbiamo aderito al Sistema di gestione ambientale (Sga), conforme alle norme europee e al Regolamento Emas. In generale ci impegniamo a operare sempre in maniera sostenibile e nel pieno rispetto delle normative. Abbiamo inoltre introdotto da tempo misure organizzative e tecniche atte alla prevenzione dell'inquinamento e al miglioramento continuo delle nostre performance. Vogliamo ridurre il consumo di risorse, in particolare il consumo energetico e idrico. L'obiettivo costante è quello di prevenire o ridurre al minimo le emissioni in atmosfera, gli scarichi idrici, la produzione di rifiuti ed ogni altra possibile forma di inquinamento». • **Stefano Russello**

I PRODOTTI

Calder propone linee diversificate in ogni branca del settore piccolo casalingo, per un totale di circa più di un migliaio di articoli. Si parte dagli strumenti in acciaio, accessori dal design originale indispensabili in cucina, oggetti super professionali adatti ad un uso quotidiano. Non meno importanti gli articoli in alluminio, un materiale molto presente nel catalogo, con tutto il necessario per la pasta fresca. Arriviamo quindi alla produzione di utensili in legno, fiore all'occhiello dell'azienda, un equilibrio perfetto tra tradizione e innovazione. Le classiche forme di taglieri, mattarelli e altri utensili, cambiano e si rinnovano, senza rinunciare alla loro funzionalità. Si chiude con i prodotti per pasticceria, teglie, stampi, formine e tutto il necessario per coinvolgere nel modo più creativo professionisti e famiglie.



La scienza della macinazione

Dal 1971, rigore progettuale e cura artigianale permettono a Colombini di ideare e costruire macinatori industriali che uniscono potenza e precisione. Marco Colombini racconta la tradizione industriale della sua famiglia

È uno dei segreti fondamentali del buon caffè, come i veri intenditori sanno bene. Parliamo della macinazione e lo facciamo con Marco Colombini, contitolare della torinese Colombini Srl, azienda che da cinquant'anni (compiuti proprio quest'anno) dedica le proprie energie a progettare e perfezionare macinatori, con l'obiettivo di renderli sempre più precisi, affidabili ed efficienti. «Qualcuno dice che il caffè è un'arte – dice Colombini – e in effetti è così, ma nel senso rinascimentale del termine: un misto di ingegno, conoscenza e creatività che mira al miglioramento continuo. Una scienza, insomma. Dal 1971 la famiglia Colombini segue questo approccio, che unisce rigore progettuale e cura artigianale alla produzione dei suoi macinatori industriali per il caffè. Quella di

Colombini ha sede a Settimo Torinese (To)
www.colombini.srl



Colombini è la storia di una famiglia: il pioniere e fondatore Angelo, poi suo figlio Italo e oggi il testimone è passato a me, Paolo e Fabio. Progettiamo, produciamo e commercializziamo in tutto il mondo macinatori sempre nuovi. Tre generazioni legate dalla passione per il lavoro, dall'orgoglio per i risultati e dalla voglia di migliorare continuamente».

I risultati riconosciuti a Colombini sono il frutto della cura «anche nei dettagli, della progettazione, della costruzione e dell'assemblaggio per ottenere macchine estremamente precise, essenziali, affidabili, facili da gestire con grande attenzione alla riduzione



Tre generazioni legate dalla passione per il lavoro, dall'orgoglio per i risultati e dalla voglia di migliorare continuamente

dei consumi energetici – continua l'imprenditore piemontese –. Una qualità, quindi, che si ritrova in ogni fase della produzione e si riconosce nei risultati finali così come nel servizio post-vendita, anche con un sistema di teleassistenza e controllo remoto dei macinatori».

Ma il cuore della proposta firmata dall'azienda di Settimo Torinese sta nel sistema di taglio. «I macinatori Colombini utilizzano il sistema di taglio al cui studio è dedicata particolare attenzione – spiega Colombini –. Tutti gli studi relativi ai dischi di taglio e la loro costruzione avvengono esclusivamente all'interno dell'azienda. I dischi di taglio sono il "segreto" della macchina. La macinazione, in particolare, è composta da due passaggi: la sgrossatura e la finitura. La fase di sgrossatura è gestita da due utensili conici sovrapposti: questi rompono grossolanamente il prodotto e lo convogliano al gruppo di finitura. Nella fase di finitura i nostri dischi di taglio, costruiti in metallo duro sinterizzato, macinano progressivamente facendo passare il prodotto attraverso tre corone di denti (sgrossatori, intermedi e finitori) riducendolo in pol-

vere progressivamente. Alla fine di questa fase il prodotto ha raggiunto la granulometria desiderata. Gruppi di sgrossatura e dischi di taglio sono progettati in base al tipo di prodotto da macinare, per ottimizzare il risultato finale». Le sfide del mercato negli anni si sono susseguite rivoluzionando il settore più volte. «Oggi Colombini realizza macinatori per incontrare le necessità di qualunque produzione: per esempio con il possente MAC5 che, grazie all'innovativo sistema di rotazione indipendente di entrambe le macine, offre risultati eccezionali in termini di efficienza, capacità oraria, flessibilità e precisione per la produzione di qualsiasi tipo di macinato. O il piccolo Angel, ideale per i laboratori e le piccole torrefazioni che hanno bisogno di lavorare quantitativi più contenuti con la stessa efficienza dei grandi macinatori industriali. E in mezzo, un'intera gamma creata per soddisfare tutte le necessità di una moderna torrefazione industriale. Dagli Stati Uniti al

Centro America, dal Medio Oriente al Sud Est Asiatico e fino all'Australia, oggi non c'è latitudine a cui non sia possibile gustare un caffè macinato "by Colombini"».

Tra gli elementi che distinguono l'azienda, troviamo adattabilità a ogni ciclo di produzione ed elevata flessibilità di produzione. «Grazie alle dimensioni e al peso estremamente contenuti, in rapporto alla capacità produttiva e alla possibilità con lo stesso gruppo di lavoro di ottenere granulometrie anche molto diverse, le unità operative Colombini consentono una molteplicità di applicazioni. Dall'alimentazione diretta di confezionatrici per monodose e al posizionamento diretto su sili di stoccaggio macinato ecc. Un altro aspetto da considerare è l'elevatissima precisione e semplicità di utilizzo. I macinatori Colombini sono stati progettati con uno scopo dichiarato: essere facili da usare, semplici da gestire e durare nel tempo; il risultato sono macchine estremamente precise nella regolazione, anche dopo anni di lavoro in tutte le condizioni. La regolazione della macinazione, realmente micrometrica e costante nel tempo, è stata ed è così una delle caratteristiche che hanno decretato il successo in particolare della serie TA nella produzione delle monodose di caffè». • Renato Ferretti



COLOMBINI Srl

via De Francisco, 130/16
10036 Settimo T.se (TO) Italy
www.colombini.srl
info@colombini.srl
Tel. +39 0118211407

5 anni
1971 • 2021
COLOMBINI

Un locale green e interconnesso

Attenzione all'ambiente, risparmio energetico, interconnessione. Sono ormai tratti comuni ai più disparati settori industriali e oggi più che mai questi asset coinvolgono anche la ristorazione e le aziende dell'indotto.

Lam è una realtà emiliana specializzata nella progettazione e l'arredo di locali commerciali del settore food. Oltre al servizio "chiavi in mano", tramite il proprio sito web www.lamattrezzature.com e la vendita diretta presso il proprio showroom, in provincia di Parma, l'azienda commercializza in tutta Italia ed Europa la migliore attrezzatura del settore, mo-



Tecnologia 4.0 e ridotto impatto ambientale sono ormai le parole d'ordine anche nel settore della ristorazione. Alessio Castagnetti spiega come perseguire questi obiettivi tramite le attrezzature offerte da aziende come Lam

nitorando con particolare attenzione i trend di mercato.

Oggi si è orientati soprattutto alla vendita di prodotti sempre più green, anche integrati con tecnologie 4.0, che permettono di ottenere un minore impatto ambientale e importanti agevolazioni fiscali per il cliente finale.

«La nuova tecnologia nelle attrezzature Lam per la ristorazione – precisa Alessio Castagnetti – riduce anche i tempi di cottura e di pulizia. Tutto ciò aiuta i ristoranti a contenere i costi operativi, aumentare la produttività ed essere più rispettosi dell'ambiente».

A partire dal 2022 certe "tecnologie verdi" saranno obbligatorie per l'acquisto di nuove attrezzature. Lam si è già messa al passo: ad esempio i suoi refrigeratori utilizzano gas refrigerante R290, più ecologico e sostenibile. «Il gas refrigerante R290 – spiega ancora Alessio Castagnetti – è la scelta migliore per rispondere a

queste esigenze, perché ha un Gwp quasi nullo, pari a 3, ben distante dal valore massimo di 150 previsto dal regolamento. Si tratta quindi di un fluido a bassissimo impatto ambientale, ideale per avere le massime prestazioni nella refrigerazione professionale, nel rispetto dell'ecologia. Non solo: grazie all'uso di questo particolare gas, possiamo ottenere una resa energetica decisamente migliore rispetto agli altri fluidi e quindi anche un notevole risparmio economico».

Il futuro della ristorazione sarà green ma anche interconnesso. Le attrezzature per cucine professionali Lam sono prodotti di altissima qualità, capaci di restituire performance eccellenti e certificate come tecnologia 4.0., ovvero dotate di nuovi strumenti, connessi in rete, che consentono di raggiungere un grado di efficienza senza precedenti, dando inoltre la possibilità di essere controllati in remoto. «A tutte queste caratteristiche – conclude



Lam si trova a Traversetolo (Pr)
www.lamattrezzature.com

Castagnetti – si aggiunge anche il vantaggio di potere usufruire nell'acquisto del credito d'imposta, così da avere un rimborso fino al 50 per cento della spesa». • Luana Costa



PROGETTA I TUOI SOGNI!!

Grazie a Lam potrete realizzare il locale dei vostri sogni o rinnovare le vostre attrezzature con i migliori macchinari disponibili, sarete seguiti passo dopo passo da personale disponibile e specializzato pronto a soddisfare ogni vostra esigenza.

Attrezzature, progettazione ed arredamento di bar, ristoranti, gelaterie, pizzerie, pasticcerie, macellerie e locali per la ristorazione in genere.

LAM SRL

Via P. Borsellino, 9 - 43029 Traversetolo (Pr)

Tel. 0521-342301 - WHATSAPP: 351-5935412

info@lamattrezzature.com - www.lamattrezzature.com

Bevande per il benessere naturale

Nel cuore del Salento, da erbe selezionate e coltivate secondo metodi biologici nascono tè, tisane, infusi non solo buoni da gustare ma anche benefici per l'organismo. Ne parliamo con Giuseppe Ricchiuto, fondatore dell'opificio erboristico San Demetrio e tra i pionieri della fitoterapia in Italia

Chi nasce al Sud sa bene che la terra fertile e generosa, la tradizione contadina e la sapiente attesa dei cicli delle stagioni fanno parte di una cultura antica che permea e scandisce il tempo nella vita di ognuno. Giuseppe Ricchiuto è nato a Specchia, in provincia di Lecce, e a partire dalla coltura delle erbe officinali ha dato origine nel 2005 a San Demetrio, un modello di impresa tra i più competitivi nel settore. Le radici dell'opificio sono nel cuore del Salento, dove con cura e dedizione si coltivano e si lavorano oltre quattrocento specie di erbe officinali, per dare origine a semilavorati e prodotti finiti di alta qualità: infusi, tè, tisane e integratori alimentari. «Le materie prime sono accuratamente coltivate e selezionate nei campi in prossimità dell'azienda, una garanzia di genuinità e sostenibilità» spiega il titolare. San Demetrio, mediante il sistema biologico, rispetta i naturali cicli vegetativi delle piante, salvaguarda la salute dell'uomo e dell'ambiente, garantendo un prodotto sano, sicuro sotto l'aspetto igienico-sanitario e soprattutto controllato lungo tutta la filiera produttiva. L'opificio erboristico San Demetrio è inoltre dotato di un laboratorio di analisi all'avanguardia e da rigorosi processi di controllo qualità. Nell'anno 1973 l'imprenditore Giuseppe Ricchiuto è stato il primo a parlare di fitoterapia in Italia. «Oggi il mio impegno prosegue nel costante miglioramento dell'intero ciclo produttivo, con azioni imprenditoriali che puntano non solo a maggiori profitti, ma anche a creare valore aggiunto per il territorio. Innovazione e sostenibilità, sono le due parole chiave su cui si proietta il futuro dell'azienda. Un solo obiettivo in cui credo fermamente è quello di diffondere la cultura del benessere: il benessere naturale è il tesoro del futuro».

Quali sono i punti di forza dell'azienda o ciò che vi caratterizza sul mercato?

«La sicurezza di essere grandi innovatori al passo con i tempi, l'ottimo rapporto qualità/prezzo, l'ampia gamma di prodotti - tè, tisane, infusi - che seguono le tendenze naturali del momento. Della gamma fanno parte gli espressi, l'orzo e i caffè aromatizzati, oltre al dolcificante naturale la Stevia. Ogni prodotto è made in Salento e offre una qualità garantita nel tempo e il



perseguimento della soddisfazione del cliente».

In che cosa si contraddistinguono sul mercato rispetto ai competitor?

«Ciò che ci contraddistingue è l'essere nati in un gruppo aziendale non appartenente al settore del food & beverage ma del salustico e benessere. San Demetrio vende i suoi infusi non per ristorare i clienti ma per divulgare il benessere creando piacevoli momenti di ristoro».

L'azienda ha in animo di realizzare nuovi investimenti o ha altri progetti per il futuro?

«Fare impresa a Sud è possibile ed è possibile creare un complesso industriale capace di competere con grandi multinazionali, nel rispetto della natura e dell'uomo. Il futuro di San Demetrio è rivolto al mercato internazionale della grande distribuzione e Ocs per il quale sono previsti nuovi investimenti in prodotti marketing e

San Demetrio ha sede a Specchia (Le) www.sandemetriosrl.com

promozioni pubblicitarie».

Quali investimenti ha effettuato l'azienda negli ultimi tempi e con quali vantaggi?

«L'opificio ha di recente aderito al piano nazionale d'impresa 4.0, investendo nell'acquisto di macchinari altamente innovativi per la produzione di capsule (compatibili Dolce gusto - A modo mio - Nespresso), cialde oltre a sistemi di packaging di confezionamento. Grazie a questo tipo di investimenti la capacità produttiva è praticamente raddoppiata. Parliamo di un investimento che di circa un milione e mezzo di euro, che ha permesso di miglio-

rare nei servizi, sempre più veloci e nella sicurezza alimentare, sempre più meticolosa. Allo stesso tempo, però, non si perdono di vista gli obiettivi relativi alla sostenibilità ambientale e l'impatto zero; per cui oltre ad adottare carte compostabili al 100 per cento, l'azienda San Demetrio si è dotata anche di un impianto fotovoltaico, per l'autoproduzione di energia elettrica, che permette di equilibrare parzialmente il fabbisogno annuo di energia elettrica e di alimentare parte del ciclo produttivo».

Quali sono i servizi o i prodotti di punta?

«La nostra storia vanta oltre cinquant'anni di esperienza ed è fondata sulla ricerca della qualità, nella divulgazione della cultura della medicina naturale e del benessere. Tutto ciò avviene grazie al supporto costante di professionisti, si nutre di continue consulenze universitarie che hanno accompagnato San Demetrio nella formazione delle competenze dei collaboratori. Una serie di fattori strategici dell'azienda capaci di fornire ai vari stakeholder innovazione, sviluppo di prodotti e processi e supporto costante per ogni tipo di servizio. I prodotti di punta di San Demetrio sono diversi come anche il mercato: i nostri canali di vendita spaziano dal dettaglio alla grande distribuzione fino alla distribuzione automatica. Pertanto, parliamo di tisane in bustine filtro, integratori alimentari, espressi, orzo e caffè aromatizzati in cialde compostabili esse 44 mm, infusi in capsule compatibili A modo mio, Dolce gusto, Nespresso, Fap o Espresso point. Tutti i nostri prodotti sono progettati nel massimo rispetto del distributore e consumatore: dalla scelta meticolosa della materia prima fino alla evidenza tecnico-scientifica del prodotto, finalizzata al benessere». • **Luana Costa**

SOSTENIBILITÀ SOCIALE, AMBIENTALE ED ECONOMICA

Il settore del food & beverage rappresenta oramai il mercato più variabile e mutevole, ma chi traina la scelta del consumatore è sempre l'attenzione verso il benessere. Questo induce le aziende a sperimentare nuovi gusti e sapori aumentando l'offerta dei prodotti. I consumatori oggi apprezzano valori come la qualità, autenticità, sviluppo sostenibile. Pertanto, volgiamo lo sguardo al futuro analizzando i tre aspetti della sostenibilità sociale, ambientale ed economica.



Imballaggi plastic free

Realtà affermata nel confezionamento di kit monouso destinati alla ristorazione, Va.Do.Plast produce e distribuisce prodotti destinati a soddisfare le esigenze del mercato nel rispetto ambientale. Ne parliamo con Francesco Delgiudice

Mai come oggi, l'emergenza sanitaria cui siamo chiamati a rispondere, ha trasformato molte vecchie abitudini in nuovi costumi condivisi, imponendo una continua richiesta d'attenzione che, molto probabilmente, modificherà in modo sensibile anche i prossimi scenari sociali. In questa direzione, molte società sono state costrette a ripensare al proprio modus operandi, mettendo al centro di ogni attività quotidiana una scrupolosa attenzione all'igiene, tanto nelle pratiche a uso comune, quanto in quelle professionali. A supporto di tali aziende, Va.Do.Plast Srl fornisce confezioni di prodotti monouso destinati alla ristorazione, di grande qualità, igienici e in linea con l'attuale impegno plastic free.

«La nostra azienda – racconta il titolare Francesco Delgiudice –, si occupa di packaging e confezionamento di kit monouso destinati alla ristorazione. La vasta gamma del nostro catalogo, appositamente studiato per ogni varietà di catering, rende le nostre soluzioni ideali per ogni contesto legato alla ristorazione, dalle mense aziendali, a quelle ospedaliere, fino alla grande distribuzione, assicurando prodotti igienici, performanti e in linea con le necessità del consumatore moderno».

Con una squadra di professionisti appassionati del proprio lavoro, Va.Do.Plast ha intuito l'enorme potenziale dietro la crescente abitudine a consumare pasti pra-



tici, igienici e veloci, anche in ufficio o in contesti pubblici, supportando le aziende che si occupano di catering, mense e fast-food, con kit di posate monouso, termo sigillati, personalizzabili e di alta qualità.

«Oltre al confezionamento di posate, piatti, tovaglioli e bicchieri – continua Francesco Delgiudice –, la nostra società si occupa anche del packaging monouso per altri prodotti, come ad esempio le fette biscottate con la marmellata e la bustina di zucchero, destinati principalmente alle mense ospedaliere; oppure alle bustine di sale, pepe, stuzzicadenti e olio, richiesti principalmente dagli aeroporti; fino alle vaschette termo sigillate, per l'insalata o

Va.Do.Plast ha sede a Bari
www.vadoplast.com

cibi di vario genere, che spesso si trovano nella grande distribuzione. Per far fronte all'aumento della richiesta, inoltre, da gennaio 2019 abbiamo investito in macchinari moderni che ci permettono di aumentare la nostra produzione, offrendo anche un aggiuntivo servizio di personalizzazione grafica».

Attraverso una continua ricerca di soluzioni pratiche e al passo con i tempi, Va.Do.Plast si è contraddistinta come una realtà pionieristica dell'attuale consapevolezza ecologica, scegliendo di utilizzare principalmente materiali biodegradabili al posto della tradizionale plastica, perseguendo così un obiettivo di benessere sociale a ridotto impatto ambientale, senza precludere la comodità e la sicurezza di strumenti monouso.

«Il nostro marchio You And Bio – aggiunge Francesco Delgiudice –, nasce dal progetto

Plastic Free che opera nella produzione del packaging di prodotti biodegradabili e compostabili, realizzati per soddisfare le esigenze del mercato nel rispetto ambientale e della biocompatibilità, tutto questo grazie alla collaborazione dell'azienda con operatori specifici del settore. Attualmente stiamo usando posate in Pla, Estabio e Materbi, famiglie di nuovi polimeri certificati come biodegradabili e compostabili, con le quali proponiamo kit in Pla totalmente ecologici, anticipando i tempi rispetto alla scadenza obbligatoria di inizio 2021, che richiede, tassativamente, l'abbandono della plastica tradizionale per questo tipo di servizio».

Va.Do.Plast è ormai una solida realtà del Barese, con una rete di clienti diffusa su tutto il territorio nazionale. Grazie a strategie pionieristiche e a una continua ricerca di soluzioni all'avanguardia, la società garantisce operazioni d'imballaggio estremamente sofisticate, per evitare totalmente il contatto manuale con le posate e con il tovagliolo e assicurare quindi il massimo igiene in ogni fase del confezionamento.

«Va.Do.Plast – conclude Francesco Delgiudice – si occupa sia della fornitura B2B, sia della lavorazione conto terzi, mettendo a disposizione la propria competenza e professionalità per ogni tipo di collaborazione. Quello che ci contraddistingue, oltre a un prezzo competitivo e a soluzioni personalizzate, è la nostra flessibilità e il perfetto rispetto delle tempistiche che ci hanno permesso di maturare esperienza su tutto il territorio, attraverso soluzioni affidabili, destinate alle mense tanto di strutture scolastiche, di ospedali e carceri, quanto a quelle di aziende private e supermercati. Offrendo il tutto nel rispetto dell'ambiente». • **Andrea Mazzoli**

Attualmente stiamo usando posate in Pla, Estabio e Materbi, famiglie di nuovi polimeri certificati come biodegradabili e compostabili



L'INNOVAZIONE YOU AND BIO

Con sede a Bari, Va.Do.Plast è un punto di riferimento per la fornitura B2B e per il confezionamento conto terzi di kit monouso di strumenti e prodotti per la ristorazione. Grazie alla varietà del proprio assortimento, infatti, l'azienda barese offre soluzioni destinate a ogni tipologia di catering e mensa. Inoltre, in linea con l'attuale attenzione all'ambiente, Va.Do.Plast ha deciso di investire in materiali biocompostabili, realizzando, con il nome di You and Bio, un proprio brand di kit biodegradabili, dalla busta alle posate e tovagliolo, anticipando la rivoluzione ecologica che interesserà le materie plastiche del settore, dal 2021.

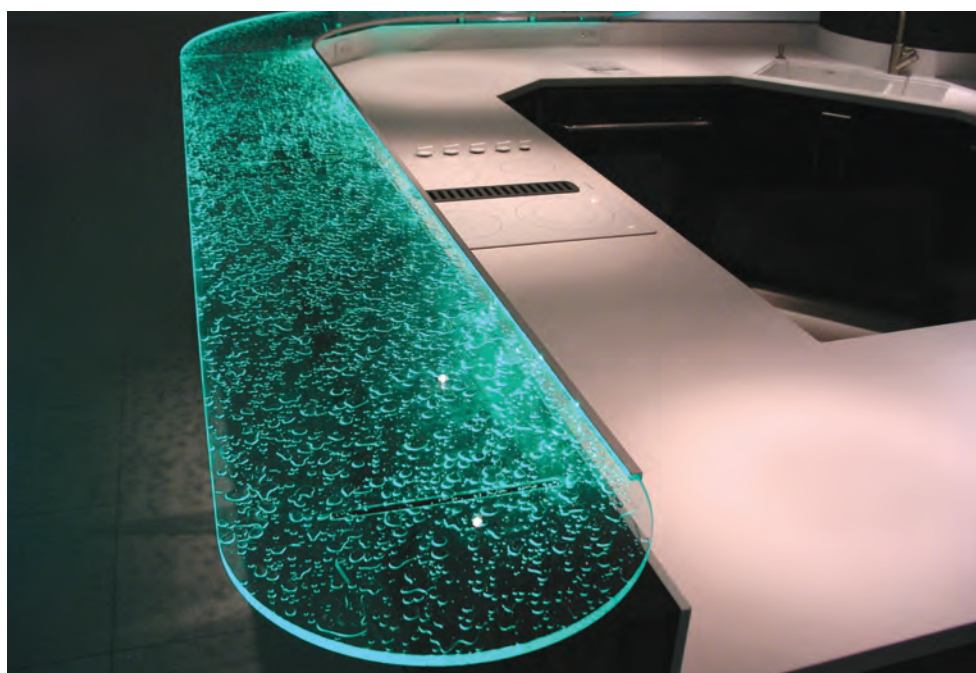
Nessun limite alla fantasia

Il vetro è ormai entrato a pieno titolo tra i materiali impiegati non soltanto per l'arredo ma anche per soluzioni strutturali. Curvato o temperato, offre un design creativo e un perfetto equilibrio tra estetica e funzionalità. Ne parliamo con Albino Calcinari, amministratore delegato di Curvet

Soluzioni uniche e innovative per arredamenti assolutamente creativi. Potrebbe essere esemplificato in queste poche parole l'impegno profuso quotidianamente da Curvet, azienda nata nel 1976 a Bottega di Vallefoglia di Pesaro e specializzata nella lavorazione e nella produzione di cristallo curvo di sicurezza.

Ad oggi, Curvet è una delle poche realtà a livello europeo capace di produrre cristallo curvato e temperato, con soluzioni uniche e innovative per tutti i settori in cui sia richiesto l'impiego di questo materiale. Edilizia, arredamento, industria del freddo, industria automobilistica, elettrodomestici, stufe, nautica, arredo bagno, per citarne solo alcuni, trovano in questa azienda un partner ideale con cui poter sperimentare e risolvere ogni tipo di progetto, poiché è in grado di operare sui cristalli delle più diverse tipologie, dimensioni e spessori, garantendo sempre un prodotto esteticamente e funzionalmente perfetto.

L'obiettivo è stato raggiunto innanzitutto grazie all'investimento di ingenti capitali in tecnologia e macchinari sempre all'avanguardia oltre che nella formazione di personale altamente specializzato che, con passione e grande serietà professionale, è capace di mettere a punto sistemi esclusivi di curvatura e di tempra del vetro, superando di gran lunga le capacità tecniche degli impianti. «Il nostro limite è la vostra fantasia. Forti di questo principio-guida affrontiamo il mercato - spiega l'amministratore delegato, Albino Calcinari -. Grazie alla lunga esperienza maturata nel corso degli anni, riusciamo a innalzare l'asticella del-



Curvet ha sede a Colbordolo (Pu) www.curvet.it

la qualità e a oltrepassare i limiti dell'impianto».

Tutti i prodotti Curvet rispondono alle caratteristiche richieste da ogni normativa di riferimento. Se è Curvet si vede. Attualmente la società è una delle prime aziende del settore, con vari stabilimenti dislocati su una superficie superiore a 25mila metri quadrati e 115 dipendenti altamente qualificati, forni e macchine specializzate nella lavorazione del vetro piano e impianti di serigrafia e verniciatura per la colorazione, che lavorano 24 ore su 24. La società offre una gamma davvero completa: vetri di piccole e grandi dimensioni, temperati, non temperati, stratificati, in vetro camera, con decorazioni, trattamenti superficiali, tutti

gono effettuati test e collaudi a garanzia dell'ottima qualità del prodotto, attestata tra l'altro da certificazioni per la sicurezza rilasciate dagli appositi istituti. In seguito alle innovazioni tecnologiche Curvet, oggi il vetro è in grado di sostituire le forme e la sicurezza del materiale plastico, garantendo in più il totale rispetto dell'ambiente, poiché è un materiale completamente riciclabile. Anche gli impianti addetti alla lavorazione del vetro non producono scorie tossiche in considerazione del fatto che l'unico materiale di scarto è il vetro stesso. Siamo cresciuti e maturati anche grazie a un sistema di gestione della qualità che ha migliorato le prestazioni aziendali fornendo con regolarità prodotti che soddisfano i requisiti del cliente. L'azienda e la direzione condividono appieno il valore della quali-

Curvet Next è un prodotto brevettato che può essere utilizzato come piano cottura completamente riciclabile, più sicuro perché temperato, flessibile nelle forme e nei colori e performante

personalizzati assecondando il progetto del cliente. «Possiamo rispondere a qualsiasi esigenza di designer e progettisti - prosegue il responsabile aziendale - che si tratti di ambientazioni interne o esterne. Grazie alla nostra esperienza quarantennale, alla flessibilità degli impianti e all'elevata capacità produttiva, forniamo molteplici soluzioni per l'applicazione del vetro curvato e piano, in qualsiasi contesto». La differenziazione degli impianti e la conseguente capacità e flessibilità produttiva hanno consentito all'azienda di realizzare in tempi ridotti e quindi anche con costi contenuti, qualsiasi tipo di cristallo: dal curvo normale a quello temperato, da quello stratificato a quello basso emissivo, dal vetro camera e vetro riscaldato per arrivare a Curvet Next, novità assoluta della casa. «Si tratta di un prodotto brevettato - precisa Albino Calcinari - che può essere utilizzato nelle nostre case come piano cottura completamente riciclabile, più sicuro perché temperato, flessibile nelle forme e nei colori e performante. Su tutti i prodotti ven-

tà, continuando a sostenerne l'aumento, coinvolgendo dipendenti e operatori per raggiungere sempre nuove importanti mete. Grazie alla nostra esperienza, alla tecnologia adottata e alla qualità certificata, siamo in grado di garantire infinite soluzioni in vetro curvo e piano sempre uniche».

• Luana Costa



L'innovazione utile per la ristorazione

Mario Giacomini, amministratore unico di Tecnoinox, azienda produttrice di soluzioni per la cottura professionale, racconta come l'innovazione tecnologica abbia aiutato la ristorazione a superare la crisi dovuta alla pandemia

«Il rilancio della ristorazione oggi passa per l'innovazione e la riorganizzazione del lavoro in cucina. Maggior efficienza, zero sprechi e costanza di risultato sono più che mai fondamentali dopo la pandemia per lavorare con soddisfazione». Entra subito nel cuore del discorso Mario Giacomini, amministratore unico di Tecnoinox, azienda che dal 1984 assiste le piccole e le grandi realtà del mondo della ristorazione e del food service. Attraverso la produzione di forni combinati, isole di cottura e salamandre, Tecnoinox offre a ristoratori e proprietari di servizi di catering gli strumenti per soddisfare al meglio la propria clientela. «La ristorazione ha vissuto momenti di grande difficoltà e noi siamo parte della soluzione. Per ottenere questo risultato abbiamo accelerato su un'innovazione che vuole fornire concreto supporto allo chef e a chi investe sull'ospitalità nonché ai nostri partner commerciali».

Il risultato raggiunto è proprio qualcosa di cui essere orgogliosi: lo scorso novembre, con il lancio del programma Zero Pensieri, l'azienda ha dato la possibilità ai ristoratori di utilizzare i forni TAP con un'originale formula Pay-per-Use: si tratta di forni di altissima gamma, ipertecnologici, che rendono più facilmente gestibile la mole di lavoro di un ristorante. Un aiuto utile, data l'attenzione che il settore sta dedicando ai servizi di delivery.

Il programma Zero Pensieri offre al ristoratore la possibilità di utilizzare per 36 mesi un forno TAP pagando un piccolo contributo mensile. Sono compresi nel servizio: trasporto, installazione, connessione al servizio cloud; assistenza tecnica entro 48 ore; un piccolo training per illustrare l'utilizzo del forno e del servizio cloud; manutenzione programmata ogni 6 mesi. Allo scadere del contratto il ristoratore può decidere se acquistare il forno TAP ad un prezzo molto vantaggioso oppure restituirlo.



Il segreto dietro al successo di questo progetto di Tecnoinox sta sicuramente nel sapiente utilizzo della tecnologia e nell'aver saputo accogliere le esigenze della clientela. Mario Giacomini ci tiene a ringraziare chi insieme a lui ha contribuito alla realizzazione del progetto: «Il contributo del nostro direttore tecnico, Riccardo Giacomini e la consu-

Tecnoinox ha sede a Porcia (Pn)
www.tecnoinox.it

lenza del Polo Tecnologico Alto Adriatico sono stati fondamentali per l'avvio del progetto - sottolinea il titolare -. È vero: la pandemia ha cambiato le nostre vite e ci ha costretto a rivedere le nostre priorità. Inevitabilmente, anche il mondo della ristorazione è cambiato, dovendosi adeguare alle regole imposte dai governi per la tutela della salute pubblica».

Oggi un ristoratore si trova a poter servire meno tavoli rispetto a due anni fa.

Molte attività si sono organizzate per gestire contemporaneamente coperti e asporto per non perdere ricavi importantissimi dopo un lungo periodo di chiusura. Ed è proprio da questa riflessione che è partita l'idea della realizzazione del progetto pay-per-use per i forni TAP. Una soluzione intelligente che permette di utilizzare strumenti performanti senza investimenti gravosi. I forni TAP garantiscono un'ottima valorizzazione delle materie prime. E riducono i tempi di lavoro, con la garanzia di una qualità altissima nei risultati.

«Le nuove modalità sono perfette per aumentare margini e ricavi. Per generare i giusti profitti è necessario ripensare l'organizzazione del lavoro cercando di evitare errori e sprechi. Con i nostri forni è possibile effettuare cotture multifood senza per questo rinunciare al gusto e ai principi nutritivi regalati da ottime materie prime» aggiunge Giacomini, da sempre convinto che l'innovazione in cucina cominci dal rivoluzionare i modi e i tempi di lavoro. A cambiare però, grazie alla tecnologia, sono anche le modalità di contatto con i clienti, come spiega Chiara Tonon, marketing manager: «Quest'anno abbiamo introdotto le presentazioni live da remoto con gli smart glasses, che ci consentono di mostrare forni e cucine dal vivo anche ai nostri partner più lontani, e, poi, lo showroom virtuale: una fiera sul web sempre accessibile sul nostro sito www.tecnoinox.it, che offre un'esperienza immersiva, avvincente come un videogioco, che consente di apprezzare le soluzioni di cottura Tecnoinox mediante la visualizzazione in 3d delle apparecchiature, con un accesso immediato alle informazioni di dettaglio e ai video che ne descrivono la facilità di installazione e le opportunità d'uso». Tecnoinox sarà presente a Host (Fiera di Milano, 22-26 ottobre 2021) con ulteriori novità: un forno combinato compatto per valorizzare lo spazio in cucina e un'isola di cottura di design, con piano unico e vani igienici..

• Angela Avallone



COME FUNZIONA IL SERVIZIO TAP CLOUD

«TAP, il forno d'alta gamma, si collega al cloud tramite wifi. Con la app TAP Cloud il ristoratore può interagire con il suo forno a distanza attraverso smartphone o tablet. Ogni forno potrà collegarsi alla rete wireless del ristorante, ma non solo: i forni TAP, potranno essere collegati tra di loro, dando la possibilità di creare una vera e propria rete» spiega Roberto Giacomini, direttore tecnico. Acquistare un forno TAP offre ai ristoratori un importante vantaggio dal punto di vista economico: «I forni TAP rispondono ai requisiti di Industria 4.0: i ristoratori che decideranno di acquistarlo potranno accedere ad un credito d'imposta del 50 per cento, un'opportunità da cogliere entro fine anno».

T90 TECNO90

**Affinità
elettive.**

*“Volevo una cucina che
rendesse il lavoro più fluido,
efficiente, piacevole.*

*Tecnoinox
l'ha costruita per me.”*

Claudio Sadler
Chef in Milano



 **TECNOINOX**

www.tecnoinox.it

PHOTO: STUDIOSTEP.COM
STUDIOSTEPERUIT

Da sempre all'avanguardia

Seno&Seno è un'azienda specializzata nella consulenza e progettazione di cucine professionali per i settori Horeca, grande distribuzione e industria alimentare. Ne parla il manager Andrea Seno

Dagli anni Settanta Seno&Seno percorre sempre la stessa strada fatta di impegno e competenza. Partita come bottega di paese, oggi l'azienda vanta una sede di oltre 4mila metri quadri e una grande flotta di automezzi. Lo spirito, la passione per il lavoro, il gusto per le cose ben fatte e quel sapere artigiano sono caratteristiche che distinguono Seno&Seno, ormai punto di riferimento in Italia e non solo per la progettazione di cucine professionali.

L'attenzione al cliente guida ogni scelta aziendale e si esplica nell'accurata scelta dei fornitori, nella vasta gamma di prodotti proposti ma anche nella disponibilità di risolvere qualsiasi esigenza: in questo modo, Seno&Seno si pone come partner affidabile e professionale. «Abbiamo a magazzino oltre 2500 referenze di attrezzature e complementi per la ristorazione - racconta Andrea Seno - ma non vogliamo essere visti solamente come un "contenitore di cose". Per vincere la sfida del futuro dobbiamo sempre più rappresentare il valore aggiunto dell'investimento del cliente nell'ambito del food service. In tale prospettiva siamo cresciuti negli anni diventando eccellenza nelle soluzioni e nei servizi, dentro cui la disponibilità e la scelta dei prodotti rappresenta anch'essa un'opportunità per il cliente. La molteplicità dei servizi

La molteplicità dei servizi offerti e la dinamicità che caratterizza il nostro lavoro nel saper trovare la risposta più rapida ed efficace alla risoluzione dei problemi, rappresentano oggi i punti di forza con cui il mercato ci riconosce e ci apprezza

UNA NUOVA SEDE

Seno&Seno si sta impegnando per ampliare i suoi spazi e rispondere al miglior modo alle attuali e future necessità. «Nella nuova struttura creeremo uno spazio commerciale più grande, parcheggi per la clientela adeguati, spazi logistici per il carico e lo scarico delle grandi forniture, un magazzino funzionale alla rotazione dei prodotti, officine con maggiori postazioni di lavoro, uffici e spazi per corsi di formazione ed organizzazione eventi e investiremo in maniera più importante sulla visibilità pubblicitaria dell'azienda».



Seno&Seno - Verona
www.senoesenno.it

post-vendita di attrezzature, complementi e servizi».

L'impegno dell'intero team è ripagato dalla fiducia dei soliti clienti e dei nuovi che vengono acquisiti ogni giorno. La solidità dell'organizzazione è riuscita a reggere in modo eccellente le conseguenze della pandemia da Covid-19, che ha coinvolto ogni settore del nostro Paese, in particolare quello alimentare e della ristorazione. «Il fatturato degli ultimi dieci anni ha goduto sempre di un trend positivo e anche nel 2020,

anno della pandemia in cui la ristorazione ha sofferto particolarmente, abbiamo comunque avuto un incremento di oltre il 9 per cento raggiungendo i 10 milioni di euro. Le proiezioni di quest'anno vanno nella stessa direzione e l'incremento del numero degli interventi tecnici, ormai oltre 9mila, ci impone di ottimizzare le risorse e garantire sempre qualità».

Seno&Seno è un'azienda moderna che, nonostante affondi le radici nel passato e nell'artigianalità, punta sul futuro e sulle nuove tecnologie. «Proiettati al futuro e convinti che sia necessario rimanere al passo con i tempi, abbiamo deciso di investire sulla digitalizzazione dei nostri processi per rendere i servizi più fruibili dai clienti, in particolare: la digitalizzazione dei magazzini ricambi e l'automatizzazione dei sistemi ad essi correlati; la digitalizzazione di tutti i dati legati ai clienti e l'elaborazione all'interno della piattaforma globale per l'ottimizzazione dell'assistenza tecnica relativamente al tempo di intervento, all'assegnazione dell'operatore in virtù dell'entità dell'assistenza richiesta, ai tempi di trasferta nell'elaborazione del miglior percorso. Il tutto nell'ottica della tempestività del servizio, nella rapida e risolutiva soluzione dei problemi con un'attenzione particolare al contenimento dei costi e della valorizzazione dei tecnici e delle competenze. Abbiamo ideato, inoltre, un sistema di elaborazione dati relativamente all'apparecchiatura in uso al cliente, che renda disponibili al service la storicità dei dati della macchina in assistenza. Lo scopo è quello di avere una più chiara visione dello stato dell'attrezzatura per una sua costante efficienza al fine di garantirne la funzionalità. I nostri tecnici hanno sviluppato anche un'applicazione mobile che consente, attraverso la scansione di un Qr-code, di aprire una richiesta di intervento direttamente legata alla macchina con la possibilità di allegare immagini e video del problema, prenotare manutenzioni programmate visualizzare gli interventi precedentemente eseguiti, visionare offerte economiche legate ai servizi necessari all'apparecchiatura e ordinare consumabili legati all'apparecchiatura».

• **Ilaria Di Giuseppe**





SOLUZIONI FOOD SERVICE



La cucina è dialogo.

Da trent'anni siamo l'interlocutore di fiducia per la realizzazione di cucine professionali, nella grande distribuzione, HORECA e industria alimentare. Un dialogo no stop, fatto di consigli, di progetti e di sistemi integrati, con un'ampia scelta di prodotti che semplificano ed esaltano il tuo lavoro in cucina.





KREA TOUCH

TOCCARE PER CREDERE.

È facile essere conquistati da KREA TOUCH. Sarà per le sue linee morbide e moderne, per il suo profilo dal design ricercato, o per il suo ampio touch screen facile e intuitivo, creato per offrirvi caffè espressi e bevande calde nella perfetta tradizione Italiana. Basterà un tocco per scoprire una nuova esperienza di gusto. Noi lo sappiamo, perchè da sempre amiamo regalarvi momenti unici ed emozioni sempre nuove.



KREA TOUCH.

Piu' Bella o piu' Tecnologica?



Soluzioni elettroniche ad hoc

Forte di un'esperienza aziendale di quasi sessant'anni, Donatella Arlati spiega i punti di forza necessari alla competitività imprenditoriale nel comparto di controlli elettronici e prodotti per le macchine. Soprattutto da caffè

Una competitività chiaramente definita, un sistema di prodotto articolato e coerente, una strategia sociale efficace, un'organizzazione che integra le componenti umane, procedurali e informatiche». Donatella Arlati, presidente della lecchese Gicar Srl, mostra idee chiare e nette sulle caratteristiche fondanti di un'azienda vincente. Il comparto in cui opera Gicar consiste nella fornitura di soluzioni elettroniche personalizzate per diversi settori, in particolare nell'automazione delle macchine per caffè. «Nata nel 1963 come piccola azienda artigiana con poco più di 20 dipendenti – dice Arlati –, Gicar è cresciuta con gradualità e continuità fino a raggiungere l'attuale dimensione di 150 dipendenti, consolidando negli anni la propria presenza in tutti i mercati mondiali. È classificata dall'Agenzia Italiana di Rating nell'area di affidabilità e ha ricevuto il Rating di legalità dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Inoltre, è sempre stata un'azienda a proprietà 100 per cento italiana e ha sempre mantenuto la produzione in Italia, rappresentando uno dei "gioielli" del Sistema Paese, ottenendo per due anni di seguito la presenza nei "500 Champions (Italy-post)"».

Da oltre mezzo secolo, quindi, Gicar è partner dei produttori di macchine in diversi settori applicativi «con la progettazione e la produzione dei controlli elettronici e di altri prodotti necessari al funzionamento delle macchine stesse – aggiunge Arlati –. La collaborazione con i clienti è iniziata nel settore delle macchine per caffè e si è progressivamente estesa in diversi comparti dell'ambito Horeca ma anche in altri



settori, come ad esempio il medicale. Il segmento macchine per caffè rimane comunque il principale. Con un sistema integrato di soluzioni personalizzate e di prodotti a catalogo, diamo risposta a ogni esigenza di automazione. La nostra filosofia consiste nella totale dedizione al cliente, il quale viene sempre posto al centro in tutto il percorso gestionale, dalla progettazione alla produzione con i controlli qualità, al post vendita, ed è sempre seguito in modo personalizzato da funzionari di vendita e personale di customer service dedicati. A proposito di dedizione al cliente, preziosa è la competenza che mettiamo a disposizione in fase di concezione e progettazione della macchina: l'aver per oltre mezzo secolo eseguito progetti per differenti tipologie di macchine destinate all'utilizzo in ogni angolo del globo, ha dato all'azienda una competenza unica, che rappresenta per il cliente una risorsa di valore».

Gicar si trova a Merate (Lc) - www.gicarsrl.com

Si diceva, una formula imprenditoriale vincente. «Alla base di un simile successo non può che esserci una strategia molto ben calibrata – spiega Arlati –. Fra i punti di forza di Gicar troviamo il personale altamente qualificato, un ottimo reparto ricerca e sviluppo, una produzione fortemente automatizzata, sia nelle operazioni di assemblaggio che in quelle di collaudo, e un laboratorio interno riconosciuto dal Miur per eseguire test dei prodotti sulla compatibilità elettromagnetica, laboratorio che è a disposizione anche dei clienti per i test delle loro macchine. Il tutto supportato da investimenti continui che rendono fattibili le strategie, e da un

programma di formazione continua dei collaboratori che rende possibile il conseguimento degli obiettivi aziendali». Un altro aspetto decisivo è il grande rilievo che ha avuto la decisione di mantenere la produzione in Italia «mentre si assisteva a una generale delocalizzazione del contesto produttivo in Paesi a più basso costo del lavoro – continua la presidente della Gicar –. Questa scelta, in controtendenza con la prassi comunemente seguita negli ultimi decenni in particolare nel settore elettronico, si è rivelata vincente nel tempo perché ha consentito di garantire al cliente una qualità dei prodotti e un livello di servizio altrimenti non conseguibili. Made in Italy di tutta la produzione: anche questo aspetto della competitività di Gicar è certificato da ente terzo; Italcheck, ente di certificazione nato con questo preciso obiettivo, attesta che tutti i prodotti Gicar sono realizzati interamente in Italia». Infine, la sostenibilità ambientale. «Nel nostro lavoro ci impegniamo ad adottare pratiche sostenibili, individuando le soluzioni più idonee ogni volta che se ne presenta l'opportunità. Per questo disponiamo di un impianto fotovoltaico per l'impiego di energie da fonti rinnovabili, edifici che favoriscono il risparmio energetico, materiali ecocompatibili nel processo produttivo, cicli di produzione che eliminano sprechi di acqua e digitalizzazione dei documenti per il risparmio di carta. Realizziamo inoltre soluzioni che favoriscono il risparmio energetico sui prodotti del cliente». • Remo Monreale

UN'ECCELLENZA NELLA PRODUZIONE MOCA

«I Materiali e oggetti a contatto con gli alimenti (Moca) – spiega Donatella Arlati, presidente di Gicar –, sono considerati parte integrante nei processi di sicurezza alimentare; della suddetta categoria fanno parte tutti i materiali e gli oggetti che sono destinati ad entrare a contatto con gli alimenti e con l'acqua. Gicar con la produzione di flowmeters, sonde di livello e sonde di temperatura, è un'eccellenza Moca nel settore Horeca. Gli strumenti principali per garantire e controllare tali requisiti sono: l'etichettatura, la tracciabilità, il controllo della qualità del processo, i test specifici e la dichiarazione di conformità. Sono di estrema attualità le crescenti allerte causate da cessioni di sostanze e componenti dei materiali a contatto con gli alimenti, come segnalato sia dal Ministero della Sanità che dall'Efsa (Autorità europea per la sicurezza alimentare): anche per questi motivi Gicar promuove la formazione continua presso enti e laboratori dei propri collaboratori, così da poter fornire un ulteriore servizio d'assistenza ai propri clienti».



Valori aziendali che rispecchiano uno stile di vita

Claudio Piccitto racconta come i principi che guidano l'azienda di famiglia Ristorservice trovino applicazione nel servizio offerto alle realtà del settore Horeca. Tramite una consulenza personalizzata, si ricerca la vera essenza di un ambiente, per riuscire a valorizzarla

Un ambiente lavorativo funzionale è quello in cui i vari collaboratori possono sentirsi come componenti di una grande squadra o membri di una famiglia affiatata. Sono proprio questi i cardini che sostengono Ristorservice, azienda del settore alberghiero fondata dalla famiglia Piccitto a Ragusa. L'impresa familiare è in attività dal 1948, oggi amministrata da Claudio Piccitto, un imprenditore che con la sua azienda si occupa non soltanto del rifornimento di una serie di strutture ricettive, che spaziano da alberghi, bar, pizzerie e ristoranti a sale per banchetti e allestimento di lidi balneari, ma che è anche capace di ricercare la vera essenza di un ambiente per valorizzarla, grazie alla sua esperienza e alla passione per il proprio lavoro. Spiega Claudio Piccitto: «Al giorno d'oggi la globalizzazione opera una sorta di spersonalizzazione dell'uomo. Il valore che nel corso della mia vita ho imparato a dare al tempo è la costruzione di un'identità, la cosa più preziosa che abbiamo. Essendo impegnati con il nostro lavoro per almeno un terzo dell'intera giornata, ho iniziato a pensare a un ambiente dove si punta innanzitutto al benessere delle persone che ci lavorano, senza escludere i clienti che si seguono e i fornitori con i quali si collabora. In Ristorservice infatti condividiamo le nostre idee tra collaboratori, fornitori e clienti stessi». A detta del-



l'imprenditore, Ristorservice rappresenta soprattutto un punto di scambio e d'incontro tra l'azienda e tutte le varie figure che la compongono. «I valori su cui puntiamo sono qualità nei nostri servizi, perfezionamento e personalizzazione nelle nostre consulenze». Questi due obiettivi sembrano minimi ma sorreggono le fondamenta dell'azienda siciliana. La premura con la quale Ristorservice si dedica alla ricerca e alla produzione è la caratteristica più apprezzata dai propri clienti: arredamento di spazi interni ed esterni, abbigliamento per ogni professionista del settore alberghiero e della ristorazione, dalla più completa mise en place alle attrezzature professionali per la cucina. I servizi di alto livello e l'approfondimento dei pareri degli esperti che vi lavorano sono anche dettati da fattori quali dinamismo, ricerca e innovazione. In Ristorservice infatti si crede fermamente nel cambiamento come chiave di successo. Nella realizzazione di se stessi, sicuramente giocano un ruolo determinante elementi come il benessere nell'ambiente lavorativo e un'identità costituita da solidi valori, ma per mirare all'affermazione di una squadra numerosa bisogna investire sulla capacità di reinventarsi per rivolgere le proprie energie verso nuovi traguardi, per vin-

Il successo di una squadra sta nella capacità di reinventarsi per vincere la sfida più grande contro l'omologazione

cere cioè la sfida più grande contro l'omologazione. «La nostra continua ricerca e selezione di nuovi prodotti ci

contraddistingue nel settore delle forniture alberghiere - continua Piccitto -. Enthusiasmo e lavoro di squadra sono tra le virtù che reputo fondamentali. Garantiamo prestazioni ad alta qualità attraverso una consulenza specializzata ed esclusiva, sfidando in questo modo la spersonalizzazione dell'uomo causata dalla globalizzazione».

In un mondo alberghiero in costante crescita, la chiave del successo per un'azienda con mezzo secolo di storia alle spalle è sicuramente riuscire a riconoscere i bisogni latenti dei clienti, quelli che non si vedono e che non vanno dati per scontati. Come spiega Claudio Piccitto: «ad esempio il bisogno di essere riconosciuti e aiutati nel creare e realizzare la loro idea specialmente nella realizzazione della location che, insieme alla bontà della cucina, al rapporto qualità prezzo e alla cordialità, costituisce un aspetto per loro fondamentale».

La cura del cliente nel miglioramento degli spazi dal punto di vista estetico e anche funzionale, è la mission di Ristorservice. «Il modo nel quale la svolgiamo fa la differenza, perché siamo noi ad andare dal cliente nel suo locale ed insieme valutiamo la soluzione che soddisfa le sue aspettative. Lo aiutiamo a contestualizzare la sua idea, ovvero quella che rende gli spazi coerenti e in armonia con tutto il resto». • Irene Maria Dianda



Ristorservice si trova a Ragusa
www.ristorservice.com

GAMMA DI ARTICOLI IN VENDITA

Ristorservice vanta un vasto assortimento di servizi e attrezzature per il mondo Horeca dove ristoratori o albergatori sono in grado di reperire i prodotti più esclusivi. L'azienda infatti collabora con Calligaris Contract, leader nel settore dei tavoli e delle sedie; firma che non toglie spazio ad altre marche come: Idea, Acobo, Ancap, Perego, Pozza, Schott Zwiesel, Bauscher e Valoriani. Piatti, bicchieri, posate, abbigliamento professionale, attrezzature per bar, pasticcerie e pizzerie ma anche accessori per la pulizia e la sicurezza all'interno dei locali: una linea di articoli innovativi che comprende il grande oggetto d'arredamento così come la più piccola minuteria, grazie alla quale Ristorservice partecipa attivamente a fiere di settore come l'HostMilano, nota a livello mondiale. La consulenza personalizzata si svolge comodamente presso la propria attività, per offrire una guida a 360 gradi in tutta sicurezza.



Villeroy & Boch

1748

NewMoon



Villeroy & Boch, Arti della Tavola.
Foro Bonaparte 70, 20121 Milano. Tel. 02.6558491
villeroy-boch.italia@villeroy-boch.com


www.villeroy-boch.it





LASCIATEVI CATTURARE ANCHE VOI.

Questa pasta è proprio come Napoli: tenace, ruvida, verace, esagerata.
E poi sapete che fa? Vi incanta con i riflessi del Grano Aureo 100% italiano
e non vi lascia più, come fa con il sugo. Fino all'ultima goccia.



LA PASTA COME NAPOLI COMANDA.



Originalità ed eleganza per un prodotto studiato e creato sulle aspettative dei professionisti.

Abiti da cuoco professionali in cotone, personalizzabili nelle taglie, nelle fantasie e nei dettagli, interamente made in Italy, dal tessuto fino alla confezione.

Anche lo Chef Claudio Menconi, medaglia d'oro ai mondiali di Lussemburgo 2006, ha scelto Simani cercando il comfort di un abito da lavoro unito allo stile di chi sa distinguersi.

CLAUDIO MENCONI

Simani Industrie srl
Via Provinciale Lodovica km.36 Z.I. Zinepri - 55027 Galliciano (LU)
Tel. 0583 779431 - info@simani.it



Gli ambasciatori della cucina italiana

I cuochi hanno vissuto momenti critici a causa delle restrizioni imposte dalla pandemia, ma c'è voglia di ripartire, anche grazie all'Associazione professionale cuochi italiani, il cui valore strategico è spiegato dal direttore Sonia Re

Oggi la professione di chef è sempre più popolare e visibile in televisione e sui media in generale, ma non va dimenticato che dietro il successo ci sono passione, impegno e sudore quotidiano. Quello del cuoco è un lavoro usurante, faticoso, che di fronte a un mondo della ristorazione in continuo fermento - pandemia permettendo - richiede competenze sempre più allargate. Competenze non solo legate alle materie prime e alle nuove tecnologie di produzione e conservazione dei cibi. Un professionista completo deve infatti saper comunicare, interagire con i clienti e sapersi proporre sul mercato. A tutelare e valorizzare questo mestiere pensa l'Apci, l'Associazione Professionale cuochi italiani che conosciamo attraverso le parole del suo direttore generale Sonia Re.



Sonia Re, direttore generale Apci

Ci racconta in breve chi è Apci e di cosa si occupa?

«Apci è un'associazione di categoria che nasce in un'ottica di aggregazione e servizio, per costituire il valore aggiunto per il professionista della cucina italiana che voglia trovare un ambiente in cui riconoscersi, emergere, condividere la propria esperienza e trovare nuovi spunti di crescita e confronto. L'Associazione comprende migliaia di chef e ristoratori di ogni livello e tipologia, dalle piccole realtà locali, a grandi catene fino a personaggi rinomati nel mondo della cucina».

Quali sono i motivi per cui un cuoco professionista dovrebbe iscriversi?

«Mi piace sempre dire che entrare nella fa-

miglia di Apci è un'opportunità. È l'opportunità di accrescere la propria visibilità e quella del proprio luogo di lavoro, di ottenere una valida certificazione della propria professionalità, di usufruire di una selezione delle migliori offerte di lavoro e di collaborare quali testimonial dell'Associazione in Italia e nel mondo, rappresentando le più grandi aziende con cui l'Associazione collabora ogni giorno».

Quali sono i tratti distintivi di un'associazione come la vostra, in particolare nell'approccio alle fiere di settore?

«Apci è protagonista di numerosi scenari, progetti di formazione e fiere, sia in Italia, sia all'estero, grazie al suo carattere internazionale e intraprendente e alla passione delle delegazioni che la compongono. La nostra Associazione garantisce, specialmente in contesti come le fiere, un network di filiera tra tutti gli stakeholder che hanno interesse a dialogare con la ristorazione professionale. Apci è sempre un fiore all'occhiello per i principali scenari e contesti fieristici del settore Horeca: anima con successo i suoi stand e quelli dei propri partner, organizzando interessanti show-cooking, contest culinari, seminari formativi e degustazioni aperte al pubblico».

In queste situazioni a rappresentarvi è spesso la Squadra nazionale Apci chef Italia. Che cosa significa per voi?

«Gli chef della nostra Nazionale sono per noi gli ambasciatori della cucina italiana

nel mondo. Sono un team di grandi professionisti - affiancati da una selezione di giovani emergenti - che quotidianamente operano nel mercato Horeca e ne conoscono tutte le sfaccettature. Rappresentano la nostra associazione in Italia e all'estero. Partecipano alle più importanti fiere del settore e sono il fiore all'occhiello del made in Italy».

Come interpreta Apci la ripartenza del settore fieristico dopo quasi un anno di stop?

«Occasioni come le fiere di settore rappresentano uno dei più importanti driver della ripresa economica per il nostro Paese e per

la filiera agroalimentare. Portare i nostri cuochi sui palchi delle principali mostre, costituisce una possibilità di riscatto per l'intero comparto alimentare, insieme a quello della cucina. È l'ottimizzazione di un progetto di filiera che parte dagli ingredienti e dalle aziende e arriva sulle tavole dei ristoranti, proprio grazie alla conoscenza delle materie prime e alla loro trasformazione tramite la professionalità dei cuochi. La riscoperta del valore del cibo come identità italiana culturale, sociale ed economica rappresenta per Apci l'opportunità di ripartire con il giusto slancio».

• FD



La divisa è fashion

Chi ha detto che gli abiti da lavoro debbano essere comodi piuttosto che belli? Con Siggì Group, azienda leader nell'abbigliamento professionale e licenziataria del brand MasterChef, comfort e stile convivono senza compromessi, per vestire ogni tipo di professionista nel rispetto del proprio gusto e personalità. Ne parliamo con Roberta Marta, direttore marketing dell'azienda

Indipendentemente dalla propria professione, il posto di lavoro è il luogo dove passiamo una parte considerevole del nostro tempo, affrontando sfide quotidiane che richiedono competenze sempre più trasversali. Proprio per questo motivo, è di fondamentale importanza sentirsi a proprio agio tanto nel tempo libero quanto durante l'orario lavorativo, con abiti capaci di coniugare funzionalità, comfort e un certo stile, e anche di valorizzare la propria personalità.

Leader nella realizzazione di divise per tutti i settori professionali, e dotata di una divisione che comprende grembiuli per la scuola e l'asilo in uno stile simpatico e giocoso, l'azienda Siggì Group Spa ha messo l'identità del lavoratore al centro della propria attività di business, con abiti capaci di vestire la voglia di fare di uomini e donne che con il proprio mestiere esprimono loro stessi.

«La nostra azienda offre un'attenzione particolare al lavoratore qualsiasi sia la professione che svolge - racconta Roberta Marta, direttore marketing di Siggì Group -. Comfort e praticità di manutenzione, infatti, sono alla base di ogni nostro modello, in grado di garantire un'estrema qualità in un design italiano dal carattere semplice ma deciso e inconfondibile. Poiché l'identità di un professionista passa attraverso il suo lavoro e la divisa è il suo biglietto da visita».

Fondata nel 1966 dai fratelli Marta, Siggì Group da oltre 50 anni realizza e produce abbigliamento professionale rispondendo alle esigenze di diversi settori produttivi quali industria, ristorazione, sanità, estetica e pubbliche amministrazioni.

«Destinati ai più differenti contesti d'uso, i nostri modelli sono realizzati per soddisfare le richieste di comfort e stile di chi le indossa - continua Roberta Marta -. Per i capi femminili, ad esempio, l'atelier Siggì Group pone da sempre grande cura nelle linee e nella scelta dei materiali, assicurandosi che risultino confortevoli in tutte le taglie, dalle più piccole alle più comode, senza rinun-



ciare a un look moderno e gradevole. Nasce per questo "curvy approved", una dicitura che accompagna i capi Siggì che meglio si adattano ad ogni forma. Inoltre, i costanti investimenti in ricerca e sviluppo ci permettono di proporre prodotti unici e all'avanguardia, coperti da brevetto che garantisce l'unicità e l'autenticità del prodotto».

La crescente presenza di programmi televisivi che hanno chef e professionisti



Siggì Group si trova a San Vito di Leguzzano (Vi) www.siggigroup.it

del settore Horeca come protagonisti, ha contribuito a dare una nuova importanza anche alle divise che indossano, diventando queste non solo uno strumento di lavoro ma anche un abito con cui presentarsi, adeguato al ruolo che ricoprono.

«Fin dalla prima edizione - aggiunge Roberta Marta -, Siggì Group veste gli aspiranti chef del cooking show più popolare e amato del palinsesto, MasterChef Italia, producendo e distribuendo la relativa linea di prodotti in esclusiva. Dallo

chef agli operatori del benessere fino al personale di servizio, la nostra collezione Horeca risponde alle esigenze di tutti, con nuovi modelli di giacche, camicie e scamiciati; introducendo anche materiali naturali e innovativi che si contraddistinguono per una morbidezza davvero unica, a supporto di uno studio stilistico approfondito che segue tendenze, mode e colori».

In tema di sostenibilità ambientale, l'azienda garantisce la conformità di tutti i capi al sistema standard 100 by Oeko-Tex®, che assicura la conformità dei prodotti a livello internazionale, con lo scopo di garantire l'assenza di sostanze pericolose per l'uomo e per l'ambiente. Parallelamente a questo, Siggì Group persegue un importante obiettivo di ricerca e sviluppo, approdando a soluzioni innovative e altamente performanti che la rendono un importante



punto di riferimento del settore.

«Ne è un esempio il pantalone nato inizialmente per uso industriale - conclude Roberta Marta -, che ora è stato proposto anche per gli chef. Ultimo nato in casa Siggì, Trinity rivoluziona il sistema delle taglie tradizionale. Grazie a un sofisticato sistema di zip, inserti in tessuti elasticizzati e abbottonature, infatti, questo pantalone in unica misura veste tre taglie, adattandosi a ogni forma e dando massimo comfort a chi lo indossa».

• **Andrea Mazzoli**

L'INNOVAZIONE NEGLI ABITI DA LAVORO

Con sede a San Vito di Leguzzano, in provincia di Vicenza, Siggì Group Spa è una realtà leader nella produzione e distribuzione di abbigliamento professionale destinato a diversi settori produttivi. Perseguendo un importante obiettivo di ricerca e sviluppo, è detentrica di numerosi brevetti che le hanno permesso di inserire nel mercato prodotti rivoluzionari come il pantalone e la giacca chef multisize Trinity, che si adattano a ogni forma dando massimo comfort a chi li indossa. Tutti i capi Siggì uniscono funzionalità e design italiano, per articoli eleganti e dalle performance eccellenti.



L'anima dello Chef

www.siggigroup.it

SIGGI E IL VALORE DEL LAVORO

Siggi mette al centro il lavoratore, qualsiasi sia la professione che svolge. La missione aziendale è dare un abito professionale a chiunque ne abbia la necessità, è di vestire la voglia di fare di uomini e donne che con il proprio mestiere esprimono se stessi e dimostrano la dignità e la motivazione che li mantengono umani, in una società e in un tempo in cui l'umanità è messa a dura prova. Il mood è la voglia di fare, che mai come in questo periodo riteniamo sia adatto e che ci ha spinto a inserire molte novità in termini di numero articoli, ma non solo. In ogni nostro modello comfort e praticità di manutenzione sono la base della qualità garantita ad ogni lavoratore, inoltre uniamo a questo una forte identità in un design italiano dal carattere semplice, ma deciso e inconfondibile. Siggi dedica le nuove creazioni a tutti coloro che non mollano, che nonostante le difficoltà, non ultimo lo stop causato dalla pandemia, e con grande senso del dovere continuano a svolgere il proprio lavoro.



Via Vicenza, 23 - 36030 - S. Vito di Leguzzano (VI) Italy
Tel. +39 0445.695.500 - info@siggigroup.it

Il design riflette la nuova ospitalità

A premiare le soluzioni più dirompenti nel campo dell'Horeca sarà, durante HostMilano, la quinta edizione di Smart label - Host innovation award. Tra le tendenze, customizzazione, sostenibilità e tecnologia userfriendly. L'analisi di Matteo Ingaramo

Ilockdown e le restrizioni legate al contenimento del Covid hanno sospeso e congelato viaggi, momenti di socialità e convivialità. A segnare la ripartenza dell'intero settore legato all'ospitalità professionale non c'è solo HostMilano, ma anche la quinta edizione di Smart label - Host innovation award, il premio organizzato in collaborazione con Poli.design, società consortile del Politecnico di Milano, con il patrocinio di Adi - Associazione per il disegno industriale. In questi anni lo Smart label - Host award è diventato un punto di riferimento per individuare le migliori soluzioni e i prodotti "intelligenti" per l'Horeca, e in questo periodo di profonde trasformazioni la carica innovativa del premio risulta ancora più strategica.

IL NEW NORMAL DELINEA UN NUOVO SCENARIO PER L'HORECA

«Passato l'entusiasmo del ritorno al ristorante e alla vita sociale, la normalità che si profila di fronte a noi è diversa dalla precedente. È una nuova normalità perché sono cambiate le aspettative delle persone e le loro esigenze nel momento di vivere un viaggio oppure un'esperienza gastronomica o culturale», afferma Matteo Ingaramo, amministratore delegato di Poli.design e responsabile scientifico del riconoscimento. «Si presta maggiore attenzione agli aspetti igienici e alla salubrità dei luoghi fisici, e la sicurezza personale e dei propri cari sarà sempre più un pilastro. Anche le modalità di relazione sono cambiate, così come l'intensità della fruizione del concetto di ospitalità». L'edizione 2021 del premio ha raccolto quasi 80 candidature, con più della metà degli aspiranti vincitori provenienti dal settore cardine di Host, che fa riferimento alle attrezzature professionali per le cucine dei ristoranti e dei format della ristorazione del futuro: una ventina dal segmento bar, coffee machines, vending, coffee, tea e più del 10

per cento dal tableware. «Delivery e digitalizzazione - prosegue Ingaramo - sono centrali nella nuova normalità della ristorazione. Bisogna farci i conti perché non sono varianti antagoniste, ma elementi di potenziamento dell'esperienza gastronomica. Assistiamo al progresso accelerato di dark kitchen e cloud kitchen che ampliano e amplificano l'offerta di prodotti e servizi a disposizione degli utenti». Nel caso specifico delle cloud kitchen, non esistono più le sedi fisiche dei locali, ma si afferma uno schema di co-working: diversi operatori, che sviluppano uno o più brand esclusivamente dedicati al delivery, condividono una cucina per la preparazione del cibo e molti dei costi operativi. «È cambiato l'hardware e la parte software di interazione esperienziale è tutta da sintonizzare».

VISIONARIETÀ E SOSTENIBILITÀ: LE CIFRE DELLO SMART LABEL - HOST INNOVATION AWARD

Le aziende candidate si sono confrontate su tre categorie: Innovation smart label, dedicato ai prodotti con un elevato contenuto di innovazione; Green smart label, il premio per i prodotti che si distinguono per innovazione rispetto al risparmio energetico; Smart label, award dedicato ai prodotti capaci di determinare significative evoluzioni nei diversi settori di riferimento dell'Horeca. La commissione, composta da cinque membri, selezionati tra docenti, professionisti ed esperti internazionali nell'ambito del design, dell'ospitalità e del risparmio energetico, ha assegnato quattro Innovation smart label, sei Green smart label e 15 riconoscimenti Smart label. I parametri di valutazione sono l'efficienza delle funzioni, l'efficacia delle prestazioni, l'innovatività delle modalità di fruizione e delle tecnologie. «I prodotti presentati sono tutti orientati a rispondere alle nuove esigenze dei fruitori, dimostrando flessibilità nella capacità di adattarsi ai nuovi modelli di bu-



siness; inoltre cercano di sganciarsi da alcuni stereotipi dei device professionali e del loro modo di performare», ha aggiunto Ingaramo. Diverse le tendenze che accomunano i vincitori: ridurre consumi e sprechi; usare materiali sostenibili e riciclabili, oltre che facilmente igienizzabili; ricorrere alle tecnologie touchless per semplificare l'utilizzo del prodotto e ridurre il più possibile il contatto con le superfici. La sostenibilità, insieme a digitalizzazione, intelligenza artificiale e cambiamento dei modelli di consumo, guida le aziende nella proposta di nuovi prodotti e servizi. «Ad esempio, ci ha colpiti tra i vincitori la serie S S50E Icon di Moretti Forni, un forno da banco capace di racchiudere in un solo metro quadrato tutte le multifunzioni di un prodotto analogo di ultima generazione. È una macchina che non solo cucina bene e risparmia energia (funziona con un contatore domestico sotto i tre kilowatt), ma interagisce meglio con l'operatore che vi si interfaccia ed è in grado di assecondare nuovi modelli di business perché si adatta all'uso in condizioni professionali così come provvisorie: può essere usato in un chiringuito o in un pop up restaurant. In ogni aspetto genera un piccolo upgrading positivo». Un altro progetto particolarmente apprezzato è Remind recycled grey, la seduta di Pedrali Spa, ottenuta interamente da polipropilene riciclato. «Non è

Matteo Ingaramo, amministratore delegato di Poli.design e responsabile scientifico di Smart label - Host innovation award



detto sia necessario rinnovare tout court, inventare tecnologie nuove per soddisfare queste esigenze; ricombinare elementi, prestazioni e soluzioni esistenti è la parte più sfidante e promettente del futuro», conclude Ingaramo. «Il design, grazie alla sua capacità di sintetizzare la complessità, è in grado di fornire alle aziende delle visioni fattibili di accoglienza e ospitalità. Le aziende, attraverso il design, possono scegliere la strategia alla base dei loro prodotti e servizi; strategia alla quale dare un'identità di marketing e stile, che poi non è solo lo stile di un oggetto, ma uno stile di vita». • **Francesca Druidi**

La sostenibilità, insieme a digitalizzazione, intelligenza artificiale e cambiamento dei modelli di consumo, guida le aziende nella proposta di nuovi prodotti e servizi

Quando il contract è made in Italy

Eleganza e funzionalità, qualità artigianale e tecnologia. In tutto il mondo made in Italy significa questo. E il settore del contract non fa certo eccezione. Un esempio che spiega come è possibile far convivere queste caratteristiche nell'arredo, è dato dalla cesenate Pollini Mobili. «Nata come azienda a carattere familiare sessant'anni fa – dice l'attuale titolare Romana Pollini –, la nostra è oggi una realtà specializzata nella produzione, effettuata interamente in Italia, di mobili e arredi per il settore contract e per l'arredo alberghiero e turistico in genere. Creare un ambiente pratico, funzionale e accogliente, che permetta all'ospite di sentirsi a casa: è questa la sfida che anima ogni progetto firmato Pollini. Alla migliore hotellerie e al mondo dei residence e dell'ospitalità, proponiamo linee d'arredo attuali, moderne e contemporanee, capaci di soddisfare qualsiasi esigenza d'arredo, sia in caso di ristrutturazione che di nuova costruzione. Un design elegante frutto di una sessantennale esperienza nello specifico settore contract, ma anche e soprattutto un'elevatissima qualità dei materiali utilizzati, delle singole fasi produttive e, infine, delle finiture, curate fin nel più piccolo dettaglio».

Il turismo in Italia è molto cambiato e di conseguenza anche le esigenze dei clienti. «I soggiorni medi – spiega Pollini – si sono accorciati ma ci sono più spostamenti durante l'anno e differenziando il tipo di vacanza. Ovviamente il tipo di prodotto offerto segue le nuove esigenze, arredi funzionali, di qualità e design, con tutti i servizi necessari a soddisfare le richieste all'interno di una stanza di hotel (minibar, cassaforte, prese in più punti per collegamenti di oggetti tecnologici). L'offerta deve essere all'altezza della richiesta del cliente per concorrere alla competitività nel settore. Guardando

Romana Pollini di Pollini Mobili ci porta dietro le quinte di un ambito produttivo in fermento, che cerca di soddisfare un trend di consumo in trasformazione. «Il futuro: arredi funzionali di qualità e design, studiati per soddisfare tutte le esigenze delle varie tipologie di utenti»



L'ultimo trend è caratterizzato da arredi personalizzati che vanno incontro alle necessità dei diversi target di clientela, dalla coppia, alla famiglia fino al cliente business

avanti, l'accessibilità per tutti sarà un argomento di discussione importante. Quindi, arredi studiati per essere utilizzati da ogni utente».

Per andare incontro alle nuove esigenze, la Pollini Mobili ha il vantaggio di una grande esperienza: da oltre sessant'anni è specializzata nella produzione di arredi

Pollini Mobili ha sede a Budrio di Longiano (FC)
www.pollinimobili.it

di per il settore alberghiero e turistico. «Ci siamo sempre distinti in questo segmento di mercato per l'attenzione ai dettagli – afferma Pollini –, per lo stile tipicamente italiano e l'alta qualità delle rifiniture dei suoi mobili che sono quindi la scelta ideale per arredare alberghi, enti, comunità, residence, bed&breakfast, convitti, foresterie, studentati e strutture turistiche in genere, ovvero nei luoghi dove è fondamentale avere soluzioni d'arredo resistenti, durature, di facile gestione e dall'estetica piacevole. Inoltre, per piccoli spazi e per venire in-

contro alle molteplici esigenze delle strutture turistiche, nel tempo Pollini Mobili ha affiancato alla tradizionale produzione di camere, reception e spazi comuni, dei prodotti funzionali come le cucine monoblocco salvaspazio che si rivelano ideali per residence, dependance e altre strutture ricettive». In questo quadro acquista importanza anche il servizio. «Pollini Mobili – continua l'imprenditrice romagnola – è anche leader sul fronte del customer care, fornendo a ogni hotel un servizio a 360 gradi, dalla progettazione degli arredi al sopralluogo per la verifica del progetto, fino alla consegna e al montaggio con proprio personale specializzato. In caso di rinnovo, ristrutturazione o costruzione ex-novo di una struttura ricettiva, Pollini Mobili affianca il cliente con cortesia e competenza, ascolta le sue esigenze e formula un preventivo gratuito, senza nessun impegno».

Un passaggio decisivo all'interno dell'impresa è avvenuto negli anni 2000, con un grande cambio di immagine. «Dagli arredi standard e di serie abbiamo voluto dare un'immagine differente dell'azienda – dice Pollini –, personalizzazione e proposte di design hanno fatto sì che i clienti potessero ottenere prodotti con un rapporto qualità prezzo ottimale, e ancora oggi il nostro punto di forza è proprio questo. Rapportandoci continuamente con le principali aziende produttrici di pannelli per il mobile, facciamo ricerca e innovazione con il loro supporto. Quindi, le finiture che oggi possiamo proporre offrono appagamento a livello sia visivo che tattile».

• Remo Monreale



PANNELLI ECOLOGICI SUL MODELLO DELL'ECONOMIA CIRCOLARE

La gestione responsabile del legno come materia prima rende i processi produttivi rispettosi delle risorse ed i mobili ottenuti sono sinonimo di sostenibilità. La nostra azienda infatti utilizza pannelli ecologici 100% legno riciclato, prodotti da industrie che puntano fortemente al riutilizzo del legno, al quale viene data una seconda vita. Infatti, anche al termine del ciclo di vita, il mobile rientra in un circuito di recupero grazie ad un sistema virtuoso di raccolta di materiale.

Artigiani globali. È questo il claim che racchiude il senso dell'agire della società Italidea, azienda fondata sulla qualità tipica della manifattura italiana e sull'economia sostenibile. «Questa società è nata per creare prodotti tessili destinati al mondo alberghiero e del travel, quindi oltre agli alberghi anche i treni, gli aerei e le navi da crociera. La società si è poi evoluta muovendosi sui mercati italiani e di tutto il mondo» spiega Flavio Clerici, socio fondatore della società che vanta un'esperienza pluri-ventennale nel settore, confluita poi in Italidea, con l'obiettivo di fornire prodotti per la maggior parte custom made, ossia realizzati su misura sulla base delle esigenze del cliente.

«La nostra produzione è orientata alla vendita di biancheria, quindi lenzuola, asciugamani, accappatoi, cuscini e federe. Riforniamo soprattutto gli alberghi cinque stelle, che richiedono una qualità dei prodotti mediamente più alta della norma - specifica il titolare -. In tal senso, possiamo fare leva sul nostro background tecnico per la realizzazione di questi articoli, creati e commercializzati sia in Italia che nel resto del mondo». Italidea seleziona aziende partner a livello italiano ed internazionale, con cui condividere gli stessi ideali al fine di garantire sempre l'eccellenza di ciascun prodotto nel rispetto del pianeta.

«Siamo capaci di fornire soluzioni personalizzate, unitamente a consulenze, per la creazione di linee di prodotto anche per conto terzi. Contiamo sul valore dell'artigianalità poiché sappiamo come realizzare i prodotti, ma non prescindiamo mai dalle richieste dei clienti. Produciamo in Italia o in quei Paesi che per cultura, storia e capacità sono diventati punti di riferimento per alcuni prodotti specifici».

Quella di Italidea è un'offerta altamente personalizzata: le linee di prodotti sono realizzate solo ed esclusivamente per clienti specifici, i quali forniscono all'azienda i dettagli del progetto o, viceversa, richiedono una proposta ad hoc. «A titolo d'esempio - spiega il fondatore -, in questi giorni stiamo lavorando a un progetto a Londra in cui il cliente ci ha fornito il mood dell'albergo con indicazioni sugli arredi e sulle tappezzerie impiegate. Sulla base di questi dettagli, stiamo costruendo una biancheria adatta al-

Artigiani globali

In un settore molto standardizzato come quello della biancheria per gli alberghi, principi come l'artigianalità e il custom made possono veramente fare la differenza. L'analisi di Flavio Clerici, fondatore di Italidea



l'uso.

In un settore tendenzialmente inflazionato e standardizzato, il cliente è solitamente abituato a vedere un listino di proposte tipizzate. Quello che fa Italidea, invece, è offrire al cliente una proposta personalizzata, studiata appositamente per lui. Non ci consideriamo produttori di lusso ma veri e propri artigiani globali. In sintesi sono almeno tre le qualità che ci contraddistinguono sul mercato: il know how, un vasto bagaglio di esperienza e di conoscenza che è alla base della produzione; la flessibilità perché noi siamo capaci di coprire l'intero range di prodotti e qualsiasi richiesta: dalle ciabattine alle coperte in cashmere fino alle lenzuola di poliestere e cotone. Infine, la velocità di risposta: un tema che assume sempre maggiore centralità, ossia la capacità di arrivare velocemente con proposte idonee, che significa studio dei prodotti, realizzazione della campionatura, definizione dei prezzi e tutto ciò che vi ruota attorno. Sono questi i nostri

Italidea ha sede a Mariano Comense (Co)
www.italidea.com

tratti distintivi: il know how, far bene le cose, farle velocemente e realizzarle con la maggior flessibilità possibile».

Italidea resta ancorata ai valori dell'artigianalità senza però trascurare le innovazioni: «Disponiamo di due certificazioni - chiarisce Flavio Clerici - : quella del sistema di qualità e quella ambientale. Quest'ultima attesta come l'intera produzione si conformi alle norme per la riduzione dell'impatto ambientale. Ciò contempla anche le collaborazioni con i produttori e i trasformatori, riverberandosi così sull'intera filiera, che diventa certificata e

controllata. Inoltre, impieghiamo per i nostri prodotti un brevetto internazionale con capacità anti batteriche permanenti. In sintesi, sfruttiamo l'impiego di molecole d'argento che svolgono una funzione antibatterica naturale e permanente, resistente anche ai lavaggi aggressivi che tutti i giorni deve sostenere la nostra biancheria. A garanzia di questi risultati abbiamo realizzato test capaci di dimostrare che, anche dopo cento lavaggi industriali, le caratteristiche antibatteriche rimangono immutate, questo significa che per tutta la vita della nostra biancheria, circa due o tre anni, il nostro cliente avrà un prodotto che elimina la produzione di batteri».

• Luana Costa

VALORI GREEN

Gran parte delle materie prime utilizzate nella produzione Italidea provengono da coltivazioni certificate. Si tratta di una certificazione di filiera che conferma la sostenibilità del prodotto, attestando che è realizzato fin dall'inizio nel rispetto delle normative ambientali e che si adegua ai dettami del riciclo. «Tuttavia, noi riteniamo che il primo step per ridurre l'impatto ambientale risieda nella capacità di creare prodotti di qualità - sottolinea Flavio Clerici -. Ad esempio, per produrre un chilo di cotone, che sia di alta o di bassa qualità, si impiegano gli stessi metri quadri di terreno e la medesima quantità d'acqua: la differenza sta che alla fine avremo dei prodotti più resistenti e duraturi riducendo quindi la produzione di nuovi scarti».

Sono questi i nostri tratti distintivi: il know how, far bene le cose, farle velocemente e realizzarle con la maggior flessibilità possibile in termini di range di prodotto

OPI Collection
Bob



GLOBO
Inspired by Life
www.ceramicaglobo.com

Moulinex®

i-companion touch xl

la piú grande esperienza in cucina

il robot tutto in 1 connesso per cucinare un'infinità di ricette fatte in casa



Schermo interattivo Touch
e connessione WiFi



14 programmi automatici
+ modalità manuale



6 accessori
inclusi



Bilancia connessa
inclusa



App dedicata
con infinite ricette gratuite

Scopri di piú su

www.moulinex.it