Contessa di Castiglione®

Un *perlage* che si distingue
per rendere unici i tuoi momenti

# DH
# DISTRIBUZIONE HORECA

N.14 Bimestrale / Dicembre 2023 - Gennaio 2024

**FILO DIRETTO**
Distributori e Industria uniti in un'azione sinergica

**PRIMO PIANO**
Filiera Horeca nel 2024

**SCENARI**
Distribuzione al servizio del F&B Management

Contessa di Castiglione®

La Collection
di eleganti bollicine
che trasforma
ogni occasione in festa.

**arione.it**

Via Luigi Bosca 135, 14053 Canelli (AT)
Tel (+39) 0141 823 172
**info@arione.it**

Seguici sui social **@arionewines**

UNA COLLECTION DI

ARIONE

# DISTRIBUZIONE HORECA

N.14 Bimestrale / Dicembre 2023 - Gennaio 2024

## FILO DIRETTO
Distributori e Industria uniti in un'azione sinergica

## PRIMO PIANO
Filiera Horeca nel 2024

## SCENARI
Distribuzione al servizio del F&B Management

ANNO III - n. 14- Bimestrale Dicembre 2023 - Gennaio 2024 - Poste Italiane SpA - Sped. in abb. post. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27-02-2004 n° 46) art. 1, comma 1, DCB Milano - 3 euro – Conto Contrattuale 30053784-008

KLOSTER Andechs SEIT 1455
DISTELHÄUSER
HB MÜNCHEN
Rothaus
ALLGÄUER BRAUHAUS
KIEM
IMPORTAZIONE
PER L'ITALIA DAL
1961
www.birreKIEM.com
KIEM
Philosophy of Beer
#BirreKIEM
#PhilosophyofBeer
BEER & FOOD
ATTRACTION
PAD. C5 STAND 112

## EDITORIALE

*di Roberto Santarelli*

# PROSPETTIVE PER IL NUOVO ANNO

**Il successo ottenuto a ottobre nel corso dei primi Stati Generali della filiera Horeca, che ha fatto sedere ad uno stesso tavolo diversi rappresentanti della politica italiana e dell'industria della distribuzione e della filiera Horeca, apre le porte a un 2024 carico di aspettative. Un ottimismo confermato anche dalle benauguranti dichiarazioni del Governo durante il primo Forum Internazionale del Turismo tenutosi lo scorso mese di novembre.**

**Nelle pagine di questo primo numero del nuovo anno troverete non solo i buoni propositi ma anche i progetti concreti e le problematiche più urgenti che come Rete di Impresa Distributori Horeca affronteremo nei prossimi mesi, incentivando un'azione sinergica tra distributori da una parte e industria dall'altra.**

**A partire dall'urgente necessità di istituire un codice ATECO per le imprese di distribuzione di prodotti alimentari e di bevande e dalle agevolazioni fiscali in materia di accise sul carburante.**

**Troverete, inoltre, approfondimenti su strumenti di lavoro, temi professionalizzanti e sugli eventi tenutisi nei mesi appena conclusi, come la tavola rotonda "La distribuzione al servizio del F&B Management", andata in scena a Milano nel corso di HMF – Hospitality Management Forum 2023 e il 17° Meeting del Consorzio Nazionale Distributori Horeca.it in Valle d'Aosta.**

***Buona lettura e "stay tuned"!***

# SOMMARIO

**DICEMBRE 2023 - GENNAIO 2024**

**DISTRIBUZIONE HORECA N.14**

**8** **20** **26**

8 FILO DIRETTO CON LA RETE
*Uniti per vincere*

12 PRIMO PIANO
*Filiera Horeca nel 2024*

20 SCENARI
*Distribuzione al servizio del f&b*

26 INTESA GDI
*Innovazione e Formazione*

30 CONVENTION
*Horeca.it*

34 DISTRIBUTORE
*Diametro*

38 DISTRIBUTORE
*Armfood*

42 ARIONE
*Contessa di Castiglione*

RIMANI CONNESSO CON NOI

*Délifrance*

PRESENTA

# CROISSANT VEGANO VUOTO

***con l'eleganza del classico croissant francese.***

***VISUAL CLASSICO***
Aspetto tipico del croissant francese, dritto e sfogliato.

***PERSONALIZZABILE***
Perfetto per un'offerta a base vegetale, farcito dolce o salato.

***VEGANO***
Senza ingredienti di origine animale, con margarina nell'impasto e senza olio di palma.

Scopri l'intera gamma:
- con farro e quinoa
- alla pesca, aloe e curcuma
- al mirtillo
- con cereali e avena

Formato classico o in versione mini. ***Provali tutti!***

Per info: Tel. +39 0245864304 - commercialeitalia@delifrance.com

# SOMMARIO

**DICEMBRE 2023 - GENNAIO 2024**

**DISTRIBUZIONE HORECA N.14**

**46**

**50**

**56**

**44** HIRT
*Il Birrificio torna a brillare*

**46** ONESTIGROUP
*I 5 volti di Alpestre*

**48** FOCUS
*Risolvere i problemi aziendali*

**50** FORMAZIONE
*Work engagement*

**54** SOLUZIONE TASSE
*Manovra 2024*

**56** NORME E SICUREZZA
*Gestire un'ispezione in modo proficuo*

**60** BEVERAGE
*Fonte Margherita 1845*

**62** FOOD
*Ristoris*

**61** SAVE THE DATE
*Prossimi appuntamenti*

SEIT 1862

# KÜHBACHER

LA BIRRA BAVARESE DAL ♥ ITALIANO

*dal 1862*

WWW.KUHBACHER.COM

RETE HO.RE.CA.

RETE DI IMPRESA DISTRIBUTORI HO.RE.CA. ITALIA

# UNITI PER VINCERE

**Distributori e Industria uniti in un'azione sinergica per il raggiungimento di obiettivi comuni**

di Edoardo Solei

Dopo il successo degli **STATI GENERALI DELL'HO.RE.CA.** tenutisi a Roma il 24 ottobre scorso, stiamo progettando e concordando una tavola rotonda per discutere temi comuni con l'Industria, già emersi nei contatti locali da vari Consorzi della nostra Rete.

Ormai conosciamo bene quali sono le problematiche che riguardano sia noi sia l'Industria, ma manca ancora un'azione comune che ci permetta di ottimizzare proposte e idee da tradurre in obiettivi condivisi.

## GLI INVESTIMENTI PREVISTI

Un'area su cui indubbiamente convergono gli interessi è legata ai prossimi **investimenti congiunti al PNRR**, ormai definiti dal Governo e approvati dalla Commissione europea con il sì definitivo ai piani rivisti dai 13 Paesi membri.
**Nella pagina seguente la bozza degli investimenti previsti nei vari settori.**

### INTERVENTO PROGRAMMATO

All'interno dei primi 2 obiettivi (che da soli rappresentano oltre il 65% dell'intero Recovery Plan), è necessario il nostro intervento, ancor meglio se programmato sui temi comuni con l'Industria, in particolare su: Digitalizzazione, Innovazione, Competitività, Cultura e Turismo. Pertanto, i nostri prossimi interventi saranno mirati con lo scopo di mettere a terra quanto proposto e fortemente richiesto dai nostri retisti.
Nei prossimi mesi, saremo sicuramente in grado di aggiornarvi su quanto sopra indicato.

### RAPPORTO COSTANTE

La capacità di fare Rete si dimostra anche nella capacità di allargarsi ai soggetti con cui interagiamo; l'Industria è per noi un soggetto imprescindibile, con il quale dobbiamo avere un costante e fattivo rapporto su svariati temi, tra cui gli aumenti di listini, adeguandoli anche alla situazione economica-sociale che sta minando fortemente i consumi delle famiglie Italiane.
Con questa sinergia, condivisa con l'Industria, ci auguriamo di affrontare ancor meglio, nell'interesse reciproco, il nostro futuro.

## LA BOZZA

Proposta di distribuzione dei fondi del Recovery Plan italiano

| | | 196 miliardi di euro |
|---|---|---|
| 48,7 Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura | Nella Pubblica amministrazione | 10,1 |
| | Per Industria 4.0 ed espansione internazionale | 35,5 |
| | Cultura e turismo | 3,1 |
| 74,3 Rivoluzione verde e transizione ecologica ed energetica | Impresa verde ed economia circolare | 6,3 |
| | Mobilità locale sostenibile | 18,5 |
| | Riqualificazione degli edifici | 40,1 |
| | Territorio e risorsa idrica | 9,4 |
| 27,7 Infrastrutture per una mobilità sostenibile | Alta velocità di rete e manutenzione stradale 4.0 | 23,6 |
| | Intermodalità e logistica integrata | 4,1 |
| 19,2 Istruzione e ricerca | Potenziamento didattica e diritto allo studio | 10,1 |
| | Dalla Ricerca all'impresa | 9,1 |
| 17,1 Parità di genere, coesione sociale e territoriale | Parità di genere | 4,2 |
| | Giovani e politiche del lavoro | 3,2 |
| | Inclusione sociale, sport e terzo settore | 5,9 |
| | Interventi speciali di coesione territoriale | 3,8 |
| 9,0 Salute | Assistenza di prossimità e telemedicina | 4,8 |
| | Innovazione/digitalizzazione dell'assistenza sanitaria | 4,2 |

**Fonte:** Palazzo Chigi

L'EGO - HUB

serenawines1881 | serenawines.it

SERENA
WINES 1881

# FILIERA HORECA NEL 2024

## I buoni propositi per il nuovo anno e i progetti da condividere con la politica

A cura di Carmela Cassese, relazioni istituzionali Rete Horeca e AGroDiPAB

RETE HO.RE.CA.
RETE DI IMPRESA DISTRIBUTORI HO.RE.CA. ITALIA

AGroDiPAB
Associazione Grossisti Della Distribuzione Di Prodotti Alimentari E Bevande

Poco più di due mesi ci separano dagli Stati Generali della Filiera Horeca, che si sono svolti lo scorso 24 ottobre alla Camera dei Deputati, e molte sono le idee, i progetti e le iniziative che ci consentono di varcare la soglia di questo nuovo anno con maggiore fiducia e rinnovata energia.
Il 24 ottobre è stata l´occasione - attesa da tutti gli operatori della filiera Horeca - per stringersi la mano, conoscersi, e comprendere meglio, non solo il terreno entro il quale ogni segmento della stessa prende corpo e opera, ma anche per capire i punti di raccordo, le prospettive di miglioramento e la normativa di settore da smussare e adeguare a un mercato in continua evoluzione.
Le questioni emerse nel consesso di ottobre sono state molteplici e molte sono state oggetto di sollecitazione in sede parlamentare in occasione della sessione di bilancio 2024, conclusasi negli ultimi giorni dell´anno e che ha condotto all´approvazione della legge 30 dicembre 2023, n. 213 recante "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2024 e bilancio pluriennale per il triennio 2024-2026".
L´esame della legge di bilancio è stato condizionato da una contrazione delle dinamiche di confronto parlamentare e da una notevole riduzione della capacità emendativa dei parlamentari di maggioranza, elemento che - nei fatti - ha reso limitata anche la ricezione da parte del Parlamento, delle istanze provenienti dal mondo delle rappresentanze imprenditoriali. Malgrado siffatte premesse si è inteso comunque veicolare degli spunti di riflessione alla politica sugli argomenti maggiormente preminenti per gli interessi di settore.

### LA LEGGE DI BILANCIO E LE PROPOSTE DELLA FILIERA

Tra i temi emersi in occasione del convegno del 24 ottobre 2023, correlati al testo del disegno di legge per il 2024, ricordiamo quello del **limite di esenzione dal computo del reddito imponibile e dalla tassazione sostitutiva agevolata del lavoratore dipendente e quello del trattamento integrativo speciale per i dipendenti di alcuni segmenti del comparto Horeca.**
A tal riguardo, si evidenzia che il disegno di legge di bilancio ha previsto l´esclusione dal computo del reddito imponibile del lavoratore dipendente per i beni ceduti e i servizi prestati al lavoratore medesimo (c.d. fringe benefits).

Tale norma è stata poi confermata dal Parlamento. Nello specifico, il limite di esenzione previsto era di 1.000 euro, ma per i lavoratori con figli - che fino al 2023 hanno goduto invece di un tetto fissato a 3000 euro - la soglia è scesa a 2000 euro. Malgrado il carattere sicuramente lodevole della misura, in termini generali, AGroDiPAB - Rete Horeca ha inteso richiederne la revisione nella prospettiva di eliminare la sperequazione tra chi ha figli e chi no, al fine di legittimare una misura di reale sostegno al lavoratore a prescindere dal proprio nucleo familiare. Pertanto si è chiesto che il limite venisse fissato per tutti i lavoratori a prescindere dal proprio *status* famigliare, a 2000 euro, in una logica di pari opportunità e di equità di trattamento, che uno strumento di *welfare* datoriale dovrebbe garantire ai lavoratori.
Per quanto riguarda il trattamento integrativo speciale, si evidenzia invece che la norma, poi confermata in sede referente in Parlamento, ha disposto la detassazione del lavoro notturno e festivo per i dipendenti di strutture turistico-alberghiere, limitandosi pertanto a questo unico segmento della filiera.
Si tratta indubbiamente di una misura significativa per affrontare la carenza di personale nel settore Horeca, in particolare nelle strutture turistico-ricettive. Tuttavia, emerge una riflessione preminente che ha condotto anche su questo punto, AGroDiPAB - Rete Horeca a sottoporre un´ipotesi emendativa: considerando che il settore Horeca è composto non solo da alberghi ma anche da una vasta gamma di pubblici esercizi, è opportuno *in primis* ampliare questa misura nella prospettiva di includere tutti gli esercizi Horeca, unitamente ai propri distributori di prodotti alimentari, bevande e servizi. Se pensiamo all'intera catena dell'ospitalità e della ristorazione, i distributori svolgono un ruolo essenziale, garantendo la fornitura di prodotti e materie prime ai ristoranti, bar e hotel. I tempi di lavoro di questa categoria di imprese, sono strettamente connessi a quelli degli esercizi a cui consegnano i prodotti. L'estensione della detassazione del lavoro notturno e festivo ai distributori può incentivare un flusso più efficiente di beni e servizi, contribuendo a garantire che gli esercizi Horeca possano operare senza interruzioni durante i turni notturni e festivi.
Strumenti di sostegno al lavoro di settore, come quello turistico-ricettivo, non possono svincolarsi da quanto afferisce al settore strettamente connesso e entro il quale il predetto settore turistico ricettivo opera, quale quello della filiera Horeca: misure di detassazione di tale natura meritano di essere inquadrate in una prospettiva sistemica, che miri a includere l´intera filiera, ivi inclusa la distribuzione di prodotti alimentari e bevande e servizi annessi, i cui lavoratori risentono del medesimo timing di operatività di quelli operanti negli esercizi Horeca e delle medesime difficoltà di reclutamento.
Inoltre si evidenzia che nella legge di bilancio per il 2024 all´articolo 1, comma 44, è stata posticipata al 1° luglio 2024 la decorrenza dell'efficacia della c.d. *plastic tax* e della c.d. *sugar tax* disposte, come noto, dalla legge di bilancio per il 2020: il *timing* di decorrenza di tali misure e l´efficacia delle stesse così come strutturate, in particolare per quanto riguarda la *sugar tax*, sono stati argomenti emersi in occasione dell´evento alla Camera. In particolare si ricorda a proposito della c.d.

*sugar tax*, si è ritenuto che potesse amplificare gli effetti negativi su tutti gli anelli della filiera, non limitandosi a quelli del settore di produzione.
Appare interessante ulteriormente porre l´accento su quanto disposto dall´articolo 1 comma 256 della legge che prevede il rifinanziamento di 100 milioni di euro per l'anno 2024 dell'autorizzazione di spesa relativa alla "Nuova Sabatini", misura di sostegno agli investimenti in macchinari, attrezzature, impianti, hardware, software e tecnologie digitali da parte di micro, piccole e medie imprese: sebbene la *ratio* appari lodevole, segnatamente in una fase economica complessa come quella attuale, le risorse stanziate risultano non adeguate per far fronte alle istanze che sicuramente potrebbero giungere dal tessuto imprenditoriale nazionale.
Il percorso è interessante anche per supportare un reale rilancio delle imprese di filiera, pertanto si auspica un´ulteriore attenzione da parte del Governo.

## LE PROPOSTE PER IL 2024

Come evidenziato, gli Stati Generali della Filiera Horeca sono stati il terreno fertile entro il quale far germogliare proposte, sollecitare approfondimenti e risvegliare l´attenzione politico-istituzionale.
Tra le proposte si ricordano le disposizioni recate dalla proposta di legge 1205 a prima firma dell´On. Zucconi, segretario di Presidenza della Camera dei Deputati, e On. Deidda, Presidente della Commissione trasporti della Camera dei Deputati, che rappresentano le istanze "per eccellenza", affrontate in maniera approfondita e articolata anche in occasione del consesso del 24 ottobre.
Si ricorda infatti l´urgenza dell´**Istituzione di un codice ATECO per le imprese di distribuzione di prodotti alimentari e di bevande per il settore Horeca**, in ragione dell´esigenza di inquadrare, anche a livello statistico, le imprese operanti nella distribuzione di prodotti alimentari e di bevande.
In questa prospettiva la richiesta dei distributori è quella di consentire l´attribuzione di un codice ATECO specifico, mediante l'introduzione, nell'ambito dell'attuale classificazione alfanumerica delle attività economiche di distribuzione di prodotti alimentari e di bevande, di un ulteriore elemento, al fine di evidenziarne il nesso specifico con la distribuzione di prodotti alimentari e di bevande destinata al solo settore Horeca.
Inoltre si evidenzia la previsione di specifiche **agevolazioni fiscali in materia di accise sul carburante** attraverso l´estensione del rimborso delle accise sui carburanti (attualmente riconosciuto agli autotrasportatori) anche alle imprese che esercitano l'attività di distribuzione all'ingrosso di prodotti alimentari e di bevande per il settore Horeca mediante utilizzo di veicoli di massa massima complessiva non inferiore a 2 tonnellate.
Da non trascurare **la proroga anche per il 2024 del credito di imposta per l´acquisto dell´additivo AdBlue ed estensione dello stes-**

NEXT CONCEPT

Zini Prodotti Alimentari S.p.A.
Tel. +39 02 4583546 - info@pastazini.it

# GNOCCHI DI PATATE DOLCI

*Originali, gustosi e velocissimi.*

PRONTI IN 2 MINUTI

**GNOCCHI 100% VEGETALI.**

Una deliziosa alternativa vegana per arricchire di gusto il menù del tuo bar. Li prepari in soli 2 minuti in padella o direttamente nel microonde insieme al condimento.
**Offri tutta la gamma:** Gnocchi di cavolfiore, Gnocchi di spinaci e Gnocchi di barbabietola.

PASTAZINI.IT

MILANO 1956
ZINI
PASSIONE E PASTA

**so alle imprese che esercitano l'attività di distribuzione all'ingrosso di prodotti alimentari e di bevande per il settore Horeca** mediante utilizzo di veicoli di massa massima complessiva non inferiore a 2 tonnellate.
Preminente la **revisione della disciplina in materia di c.d. bonus patente**. In uno scenario di complessità operativa per le aziende e di difficoltà nel reclutamento del personale, è auspicabile l'orientamento a semplificare le procedure di accesso a qualifiche e requisiti per svolgere una specifica mansione. In particolare, il settore della distribuzione, registra una crescente difficoltà a reclutare personale addetto al trasporto delle merci, in ragione della complessità nel conseguire le patenti e le qualifiche di settore. Si evidenzia a riguardo che è stato introdotto il bonus patente destinato ai lavoratori under 35, che intendano conseguire la patente e l'abilitazione alla guida professionale (CQC) accedendo a un rimborso spese. Questa misura però presenta dei limiti, *in primis* quello relativo all'età, poiché lascerebbe fuori tutta una platea di lavoratori di settore che non possono accedere a un *upgrade* della patente, considerando che i costi arrivano anche a 5mila euro. In secondo luogo la misura, così come attualmente configurata, è prevista esclusivamente in favore dei cittadini che intendono accedere alla patente ed esclude pertanto le aziende di settore. Da oltre un anno, sollecitiamo una revisione della norma nella prospettiva sia di superare il limite dell'età, sia di estendere il contributo alle imprese operanti nella distribuzione.

## OCCHI PUNTATI SULL'AGENDA 2030 DELLE NAZIONI UNITE E SUL GREEN NEW DEAL EUROPEO, PNRR E REPOWEREU

Un tassello importante di quanto emerso in occasione degli Stati Generali di ottobre 2023 è stato quello relativo alle **prospettive green delle aziende della filiera**.
Partendo da quelli che sono gli obiettivi di sostenibilità e di evoluzione *green*, anche alla luce di quanto previsto negli obiettivi strategici di emissioni zero entro il 2050, e di rafforzamento della misura di cui alla missione 2, «Rivoluzione verde e transizione ecologica», componente 2 «Energia rinnovabile, idrogeno, rete e mobilità sostenibile», investimento 1.2 «Promozione rinnovabili per le comunità energetiche e l'autoconsumo», del Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR) appare preminente che siano individuate delle misure atte a incentivare le aziende di settore alla **riconversione verso nuove tecnologie, *in primis* attraverso l'adozione di veicoli elettrici/ibridi.** In questa prospettiva la possibilità di fruire di sostegni sul versante dell'utilizzo di furgoni e mezzi di trasporto elettrici, ibridi anche acquisiti in *leasing* e a noleggio, rappresenterebbe una svolta significativa.
Anche in ragione del fatto che, attualmente, l'elettrificazione dei mezzi rappresenta la *conditio* indispensabile per poter lavorare in alcuni centri storici italiani.
In occasione degli Stati Generali si è anche discusso ampiamente dell´esigenza di prevedere **agevolazioni per l´installazione di**

# Battito emiliano

Il gusto dell'eccellenza passa attraverso una passione condivisa: quella per un sapore raffinato, che con le sue note fresche e floreali continua a legarsi alla migliore delle tradizioni vitivinicole. Vigna del Cristo. Cuore pulsante d'Emilia.

*Umberto Cavicchioli e F.*

**impianti di produzione energetica** da fotovoltaico sui capannoni delle aziende di settore, al fine di consentire un incremento della produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili e mitigare gli effetti economici derivanti dagli aumenti eccezionali dei prezzi della componente energetica per le imprese italiane. Sarebbe prioritario prevedere la **semplificazione delle procedure autorizzative nonché la concessione di contributi in favore delle imprese del settore** che intendono realizzare, entro il 31 dicembre 2024, impianti di produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili sulle coperture dei capannoni di proprietà dell'impresa medesima.
Al fine di agevolare il conseguimento dei predetti obiettivi, appare dunque imprescindibile che il Governo preveda delle **agevolazioni**, attraverso specifici contributi o nella forma dei crediti di imposta, per quelle imprese operanti nella filiera Horeca che attuino **investimenti in progetti, riconversioni strutturali e ammodernamenti orientati al taglio delle emissioni di CO2**.

## RIFORMA DEL CODICE DELLA STRADA

Una delle questioni più delicate che riguarda l´operatività dei distributori Horeca e i pesanti vincoli connessi alla mobilità, resta quella relativa ai limiti di massa dei veicoli guidabili con patente B. La questione è stata oggetto di un confronto molto articolato in occasione degli Stati Generali, che ha visto il coinvolgimento di imprenditori, parlamentari ed esperti di settore.
Come è noto, una significativa parte della distribuzione di prodotti alimentari e bevande nella filiera Horeca è effettuata con automezzi fino a 35 quintali di massa totale a terra complessivi, guidabili con patente B. Questo perché si registra, segnatamente negli ultimi anni una difficoltà crescente nell´inserire, nell'ambito della distribuzione, automezzi superiori a 35 quintali guidabili con patente C, in ragione della palese complessità nel reclutare sul mercato autisti con patenti C, e del fatto che l'ottenimento di questa licenza di guida, comporta oneri significativi, arrivando ad un costo di euro 5mila, e dei tempi di formazione e conseguimento non sempre celeri.
Inoltre un autista con patente C costa di più all´azienda, in ragione della RAL spettante più alta, e data la congiuntura poco favorevole, non sempre le aziende possono permettersi un incremento di tali oneri. È opportuno evidenziare inoltre che il costo dei mezzi, con massa superiore, è elevato rispetto a quello dei mezzi con massa inferiore e tale aspetto si configurerebbe come un ulteriore costo in capo alle aziende già vessate.
L'automezzo di massa superiore, tra l´altro, è soggetto all'obbligo di cronotachigrafo e a quello di revisione annuale, rispetto al *timing* di revisione dei mezzi con massa complessiva di 35 quintali.
A ciò si aggiunge l´onere derivante dai maggiori consumi correlati a un mezzo con massa superiore, con il conseguente paradosso che la disciplina attuale legittima maggiori costi in capo alle aziende, unitamente ad un incremento delle emissioni di Co2, in totale controtendenza rispetto alla *mission green* del Governo.
A questi aspetti si aggiunge anche il fatto che il mercato stesso è cambiato, in ragione della propensione delle case automobilistiche a produrre automezzi sempre più pesanti, a seguito degli adeguamenti alle normative entrate in vigore progressivamente con il passaggio dai veicoli Euro 0 a quelli Euro 6. Inoltre le stesse esigenze delle aziende di distribuzione si sono evolute in ragione della necessità di produrre carrozzerie multi-temperatura, con strutture adeguate alle esigenze di refrigerazione che determinano un aumento del peso dell'allestimento. Pertanto, considerando che il codice della strada già prevede una deroga per quanto attiene la massa dei mezzi alimentati a metano ed elettrici, l´elevazione del limite di 50 quintali di portata massima complessiva a terra dei mezzi conducibili con patente B si configura come una soluzione inderogabile per l´operatività del settore.
Per questo motivo AGroDiPAB-Rete Horeca, nell´ambito dell´esame del provvedimento recante "interventi in materia di sicurezza stradale e delega per la revisione del codice della strada", ha chiesto l'elevazione del limite della massa massima autorizzata per i veicoli idonei alla distribuzione da 3500 kg ad almeno 5000 kg (sul modello di quanto attuato per i veicoli alimentati con combustibili alternativi quali gnc, gpl, elettrici e a idrogeno). Questo per regolarizzare una prassi, potenzialmente oggetto di sanzione, in capo ai distributori che sono costretti a utilizzare veicoli che in ragione del peso strutturale (coibentazione, celle frigo e motori annessi) superano il limite massimo sancito dalla norma.

Sono tante le questioni che "bollono in pentola" e vogliamo portare nel 2024 l´entusiasmo che abbiamo registrato lo scorso 24 ottobre, consapevoli che soltanto con quell´energia e con quello spirito di condivisione, sarà possibile cambiare, migliorare e rilanciare la distribuzione e tutta la filiera Horeca.
Buon 2024 a tutti voi.

**Per informazioni o chiarimenti: ass.agrodipab@gmail.com**

Echte Leidenschaft
seit 1270
Hirter

# IL BIRRIFICIO HIRT HA TRIONFATO ANCORA UNA VOLTA ALL'EUROPEAN BEER STAR!

In una delle competizioni più prestigiose nel mondo della birra abbiamo ottenuto un grande successo! Quest'anno la birra Hirter 1270 ha vinto il premio d'oro e la birra Hirter Privat Pil il premio d'argento.

Nel complesso, per noi è già la tredicesima e il quattordicesima medaglia alla competizione European Beer Star dal 2010.

Questi premi non riflettono solo l'eccellente qualità e il gusto squisito delle nostre birre, ma sottolineano anche il nostro impegno per la birrificazione secondo i metodi dello Slow Brewing e l'uso di ingredienti regionali.

Fissate subito un appuntamento con noi e lasciatevi sedurre dalle nostre pluripremiate specialità di birra prodotte con passione.

Responsabile Export Italia:
Dieter Jussner Tel. +43(0)664 357 68 78
E-Mail: dieter.jussner@hirterbier.at

Privatbrauerei Hirt Vertrieb GmbH
A-9322 Micheldorf
Tel. +43 (0)4268 2050 0

Österreichische Privatbrauerei 100% unabhängig
Cultur Brauer Österreichische Privatbrauereien
Slow Brewing

hirterbier.at

E' UFFICIALE:
LA NOSTRA 1270 È ECCELLENTE

# GOLD

European Beer Star – The Beer Tasting Gold Award

VIENNA-STYLE LAGER

GOLD AWARD 2023

INDOSSA LA CORONA CON FIEREZZA:
LA NOSTRA PRIVAT PILS

# SILVER

European Beer Star – The Beer Tasting Silver Award

BOHEMIAN-STYLE PALE LAGER

SILVER AWARD 2023

# LA DISTRIBUZIONE AL SERVIZIO DEL F&B MANAGEMENT

**Academy di formazione per futuri agenti di consulenza, packaging che si trasformano in strumenti generatori di valore aggiunto, processi di digitalizzazione con app dedicate ai professionisti del F&B Management.**
**Le soluzioni di oggi per un futuro in grado di rispondere con efficacia alle sfide del mercato**

Un tempo li si chiamava venditori. O, in alternativa, raccoglitori d'ordini. Oggi l'evoluzione del rapporto tra il mondo della distribuzione e i professionisti del F&B Management esige un nuovo lessico. L'evoluzione in chiave sinergica tra distribuzione e F&B Manager, due lati della stessa medaglia, guarda a un professionista della distribuzione sempre meno fornitore puro e sempre più autentico consulente, prezioso partner strategico. Un'evoluzione che porta con sé nuove opportunità per il mercato del F&B italiano, con soluzioni interessanti che arrivano da un universo distributivo che si sta dimostrando sempre più attivo e attento all'ascolto.

## CONSULENTI IN FORMAZIONE

«Uno dei problemi più grandi e urgenti che continuiamo a vivere oggi è la poca preparazione che si riscontra negli agenti distributivi – sottolinea **Claudio Di Bernardo**, Chef & F&B Manager del Grand Hotel di Rimini, ospite della tavola rotonda andata in scena nel corso dell'edizione dell'Hospitality Management Forum 2023, insieme a **Nicola Biagini**, National Account Manager Gruppo DAC, **Giandomenico Baita**, Direttore Vendite Cattel, **Manola Scomparin**, Responsabile Commerciale Cooperativa Italiana Catering, e **Paolo Solari**, Corporate F&B del Gruppo UNA Hotels. – Sono pochi oggi gli addetti alla distribuzione che sanno davvero spiegarti determinati prodotti o materie prime».

## PROPORRE OPPORTUNITÀ

Dell'urgente necessità di lavorare sulla preparazione dei propri funzionari di vendita è, da qualche anno a questa parte, sempre più consapevole la distribuzione stessa. «Stiamo facendo corsi tutte le settimane – spiega Giandomenico Baita di Cattel – per formare la nostra forza vendita e creare figure, oggi ancora rare, dal know how non di raccoglitori d'ordine, ma di consulenti. Certo, i consulenti non si creano dall'oggi al domani. Ma il lavoro costante sulla formazione e preparazione in tal senso è un elemento cruciale per il successo del futuro». Una strada confermata da un'altra importante realtà distributiva italiana. «Da alcuni anni – spiega Nicola Biagini, Gruppo DAC – puntiamo molto sulla formazione interna. Abbiamo una vera e propria Academy per i nostri agenti, affinché conoscano i prodotti del nostro assortimento, siano capaci di proporre opportunità, spiegare prodotti e novità, e anche saper presentarsi al cliente al momento giusto».

**"In un mercato in evoluzione nascono nuove soluzioni in grado di valorizzare il lavoro di Chef ed F&B Manager"**

## PAROLA D'ORDINE: ASCOLTO

«Siamo di fronte a un mercato che ha sempre più necessità di confronto tra noi distributori e i professionisti del F&B – spiega Nicola Biagini – per capire le tendenze di mercato e per poter rispondere davvero ai bisogni dei professionisti. Credo che il confronto sia il modo più efficace di interpretare oggi l'evoluzione dell'incontro tra distribuzione e mondo F&B». «Quando mi approccio alla clientela – sottolinea Giandomenico Baita – non lo faccio da venditore di prodotti ma di servizi; anzi, di soluzioni. In Cattel abbiamo creato una divisione, in particolare sul canale hotellerie, con degli specialist che hanno il compito di ascoltare il mercato, interagendo con l'ufficio acquisti da una parte e supportando la forza vendita dall'altra. Solo creando vere partnership con i clienti potremo ottimizzare i nostri rispettivi obiettivi».

## SOLUZIONI CHE VALORIZZINO IL LAVORO DI CHEF ED F&B MANAGER

In un mercato in forte evoluzione, dove il tempo è sempre più risicato, le risorse umane sempre più difficili da reperire e i clienti sempre più esigenti, nascono nuove soluzioni, proposte proprio dal mondo distributivo. «Il fatto di essere una realtà fatta di distributori medio piccoli presenti in tutta Italia, a contatto con i clienti 7 giorni su 7 – spiega Manola Scomparin di Cooperativa Italiana Catering – ci ha permesso di capire come stanno cambiando le esigenze. Da questa riflessione è nato un packaging innovativo, legato al nostro marchio Qualitaly. Un packaging che vogliamo diventi una soluzione di utilizzo per gli chef e per i professionisti della ristorazione. Uno strumento di lavoro che restituisce tutte le informazioni di utilizzo nella confezione: dosaggio consigliato, numero di pozioni per controllare il food cost e ridurre lo spreco. Permettendo di ottimizzare anche le scorte in magazzino. Crediamo, inoltre, che sia fondamentale trasmettere il valore di un prodotto, di una materia prima al cliente. Per questo indichiamo anche i principali utilizzi delle materie prime e i suoi valori aggiunti, affinché il professionista predisposto possa trasmetterlo a sua volta al cliente finale».

**"Il distributore ha il vantaggio di poterci venire incontro anche nella semplificazione di tutta la parte amministrativa"**

Claudio Di Bernardo, Chef & F&B Manager del Grand Hotel di Rimini

Giandomenico Baita, Direttore Vendite Cattel

## IL FATTORE TEMPO: UN VANTAGGIO COMPETITIVO

La distribuzione, inoltre, deve essere in grado di fornire soluzioni anche dal punto di vista del tempo. «Oggi abbiamo meno personale e poco tempo. Pensiamo per esempio all'elemento amministrativo. Il distributore ha il vantaggio di poterci venire incontro nella semplificazione di tutta la parte amministrativa – spiega Paolo Solari, Corporate F&B del Gruppo UNA Hotels. – Un vantaggio competitivo che permette di ottimizzare il tempo. Non tutti gli alberghi oggi, per esempio, hanno il tradizionale economo di una volta, per la ricezione della merce, per il controllo della bolla. In tanti alberghi non ci sono più.
E questo apre un ulteriore elemento di fiducia demandata ai nostri fornitori».

## DIGITALIZZAZIONE E SEMPLIFICAZIONE

«Lavorare sulla qualità dell'incontro tra agenti di distribuzione e professionisti dell'F&B significa, anche, lavorare sulla semplificazione dei processi e, di conseguenza, sulla digitalizzazione. Abbiamo attivato, un anno e mezzo fa, un'app che permette al cliente di fare l'ordine quando gli è più consono, di ricevere un'offerta ad hoc e informazioni utili e aggiornamenti. Così da liberare gli agenti da alcune incombenze che prima gravavano sul loro tempo», spiega Giandomenico Baita. App lanciata e utilizzata anche da una realtà come DAC. «Abbiamo un'applicazione, usata da oltre 3000 clienti quotidianamente, con foto illustrazioni e spiegazioni del prodotto. Processi che prima erano demandati al funzionario di vendita. Oggi l'agente deve essere una persona che arriva con un appuntamento, dedica mezz'ora al cliente e spiega le nuove opportunità – sottolinea Nicola Biagini. – Abbiamo anche creato macro linee di prodotti all'interno del nostro assortimento, in ottica di semplificazione.
Affinché quest'ottica possa diventare a sua volta una soluzione per lo chef o l'economo in determinate situazioni».

Manola Scomparin, Responsabile Commerciale Cooperativa Italiana Catering

**SCOPRI DI PIÙ SUL MARCHIO QUALITALY**

## QUINTA GAMMA: SOLUZIONE O PROBLEMA?

Prodotti ad alto contenuto di servizio o ready to use. Che li si chiami in un modo o in un altro, i prodotti di quinta gamma sono oggi sempre più ricercati: nel bene e nel male. «Parliamo di prodotti precotti o cotti a bassa temperatura, di buona qualità e buona fattura. Il mercato – sottolinea Nicola Biagini – non è oggi, però, ancora del tutto pronto, con molti chef che guardano a questi prodotti con sospetto. Ma l'industria, invece, è già pronta. In questo la distribuzione può già oggi fare la sua parte. I nostri buyer sono costantemente in contatto con la produzione. E la produzione propone sempre di più articoli ad alto contenuto di servizio. «La quinta gamma – chiarisce Claudio Di Bernardo – è un'ottima soluzione in ottica di ottimizzazione. Ma è necessario capire dove c'è davvero necessità di ottimizzare. Con le dovute differenze tra reparto e reparto. Sono convinto che sarà sempre più marcatamente presente in futuro nei nostri hotel, ma funzionerà se utilizzata con intelligenza dalle competenze dei F&B Manager ed Executive Chef».

Paolo Solari, Corporate F&B del Gruppo UNA Hotels

Nicola Biagini, National Account Manager Gruppo DAC

LA SOSTENIBILE LEGGEREZZA
DELL'ACQUA

# S.Bernardo

- QUALITÀ DAL 1926
- SORGENTE A 1300 mt.
- 34,9 mg/l RESIDUO FISSO
- 0,58 mg/l SODIO
- 1 mg/l NITRATI
- PH NEUTRO

- 2026 IMPATTO ZERO
- ENERGIA EOLICA
- CASTAGNETI DI GARESSIO
- BOSCHI DI CITTÀ
- PRATI STABILI
- GIUGIARO DESIGN

# INNOVAZIONE E FORMAZIONE PER IL RILANCIO

**Tra nuovi progetti, restyling ed eventi ad Hoc, il Gruppo Intesa conferma la volontà di crescere e rinnovarsi per contribuire fattivamente al rilancio dell'intero comparto**

INTESA
gruppo distributori indipendenti

**“ Introduzione di un’area dedicata all’Innovazione. Elemento centrale della nuova identità del Consorzio”**

Quello che si è concluso è stato un anno in cui – nonostante gli squilibri portati dai conflitti e che abbiamo visto concretizzarsi nei rincari e nel cambiamento dei consumi – siamo finalmente potuti tornare a parlare di crescita. Mese per mese, abbiamo colto i segnali del mercato e ne abbiamo fatto la base su cui costruire gli **obiettivi per il nuovo anno**. Obiettivi che, ancor più di prima, puntano a sottolineare il valore dell’unione, consolidando al tempo stesso il senso di appartenenza al **Gruppo Intesa**.

## RINNOVO DELLA BRAND IDENTITY

Tutte le attività che andremo a svolgere rientreranno in un criterio di rinnovo della nostra brand identity, con il fine ultimo di rafforzare l’immagine e il ruolo della Sede. L’obiettivo primario è la **crescita qualitativa e quantitativa del Consorzio**, per la quale lavoreremo da un lato sull’implementazione del ruolo della centrale e, dall’altro, a un rafforzamento degli accordi commerciali e degli incentive consortili, valutando i nostri punti di forza e le tante opportunità di crescita.

Sono state delineate **nuove strategie per il presidio e lo sviluppo sul territorio**, creando l’opportunità di un contatto più capillare e la possibilità di organizzare incontri dedicati alle singole esigenze delle aree in cui il consorzio è presente.

## OCCASIONI DI INCONTRO E NOVITÀ

Non mancheranno momenti di incontro plenario, ma per il 2024 verrà introdotto un nuovo concept. Gli appuntamenti con la base sociale e fornitori, di breve o lunga durata, saranno impostati

attraverso un **nuovo concetto di Experience**.
Saranno momenti di aggregazione, condivisione, business, con alla base un'esperienza che va oltre il semplice viaggio o soggiorno, ma che diventerà una vera e propria **"esclusività del Consorzio Intesa"**.

## INNOVAZIONE AL CENTRO

Ma, novità ancor più significativa, è l'introduzione di **un'area dedicata all'Innovazione**. L'innovazione sarà, infatti, un **elemento centrale** della nuova identità del Consorzio e, per renderla tale, andremo a coinvolgere gli associati della generazione Millennial che già ricoprono ruoli centrali nelle proprie aziende. Saranno loro ad avere un ruolo attivo nell'individuazione delle strade da percorrere per una maggiore competitività nel settore dell'innovazione, con nuovi modelli di Business.

## PAROLA D'ORDINE: FORMAZIONE

Nella stessa ottica, verrà dedicato ancor più spazio alla **Formazione**, strettamente legata all'area Innovazione. Soci, venditori e punti vendita avranno la possibilità di partecipare a incontri e corsi di formazione, anche in partnership con l'Industria, sulle tematiche di maggiore interesse, ma anche su percorsi innovativi, che rappresenteranno un'opportunità di crescita professionale.

## UN EVENTO PER UNIRE

Verranno inoltre pianificati momenti di incontro e condivisione curati dalla Sede e dall'Industria, fino a concludersi, al termine del percorso formativo, con l'**evento Open Day Intesa**, un evento che vedrà coinvolta tutta la forza di vendita e i fornitori aderenti al progetto.

## PROGETTO RISERVATO

Ultima grande novità, ma non per importanza, sarà l'**HUB Intesa**. Si tratta di un progetto riservato ai nostri associati che permetterà l'accesso a speciali opportunità di acquisto centralizzate. Un servizio esclusivo, che prevede l'offerta di condizioni commerciali estremamente vantaggiose, avvalendosi della forza del Gruppo e del ruolo della centrale che ne coordinerà la distribuzione.

**" Obiettivo primario è la crescita qualitativa e quantitativa del Consorzio"**

# BEER & FOOD ATTRACTION

**18 – 20 FEBBRAIO 2024**

FIERA DI RIMINI

## THE EATING OUT EXPERIENCE SHOW

beerandfoodattraction.it

ORGANIZZATO DA

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

IN COLLABORAZIONE CON

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
ITA Italian Trade Agency
madeinitaly.gov.it

CON IL PATROCINIO DI

AssoBirra Associazione dei Birrai e dei Malturai
Federazione Italiana Distributori Horeca italgrob ASSOCIATA CONFINDUSTRIA
UB UNION BIRRAI PICCOLI BIRRIFICI INDIPENDENTI

IN CONTEMPORANEA CON

International HoReCa meeting Congress • B2B • Parade
BB TECH EXPO

Capitale Italiana della Cultura Candidata 2026
rimini

# ALTE VETTE E GRANDI OPPORTUNITÀ

HORECA.it
Consorzio Nazionale Distributori

**Il 17° Meeting del Consorzio Nazionale Distributori Horeca.it tra le maestose montagne della Valle D'Aosta. Dal 29 novembre al 3 dicembre 2023, un connubio tra business e bellezza al cospetto delle montagne italiane più iconiche**

Anche quest'anno, lo scenario che ha accompagnato i nostri quattro giorni è un pezzo della nostra bellissima Italia, e nella fattispecie la splendida Valle D'Aosta, la più piccola delle regioni italiane ma allo stesso tempo la regione che ospita le vette più importanti del nostro paese a partire dal Monte Bianco, Re incontrastato delle vette d'Europa e ai suoi compagni del club dei "4.000 " mt. Tra loro anche il Gran Paradiso unico dei 4.000 "tricolore" interamente italiano da entrambi i versanti mentre il Cervino, considerato come il più grande scoglio d'Europa, rimane la montagna per eccellenza.

## CONFERME E CONFRONTI

Come ogni anno l'adesione da parte dei nostri soci ed ospiti è molto alta, segno di un desiderio di incontro e confronto al termine della stagione estiva. Quattro giorni, durante i quali si alternavano momenti di relax a momenti di incontro professionale con aziende e relatori.
La splendida struttura del Grand Hotel Billia di Saint Vincent è una delle icone dell'Hospitality italiana; la presenza del famoso Casinò la rende, tra l'altro, meta delle più importanti celebrità nazionali ed internazionali.
Una delle prime escursioni è stata la visita della città di Aosta, dove le sue radici romane sono ancora ben evidenti nelle mura e nel suo teatro Romano.
Nelle giornate seguenti ci siamo spostati con due gruppi distinti nella vicinissima Courmayeur, dove un gruppo ha potuto visitare il castello di Sarre, mentre l'altro ha proseguito verso lo Skyway.
L'impianto di oggi è solo una parte della storia, che infatti comincia già negli anni '30, grazie al genio del **Conte Dino Lora Totino**, la sua passione per la montagna lo portò in Valle d'Aosta a percorrere i sentieri in alta quota: nel corso delle sue escursioni sviluppò l'idea visionaria di creare un collegamento internazionale a fil di cielo, tramite la funivia.
Skyway Monte Bianco apre al pubblico il 30 maggio 2015.
Il sogno ha inizio: risalire la

grande montagna e arrivare là, fin dove lo sguardo si perde. Non una semplice funivia, ma un luogo dove ammirare panorami ineguagliabili, dove incontrare la natura viva, il punto più alto d'Italia che permette di sfiorare il cielo con un dito.
L'arrivo è a Punta Helbronner, lassù sulla terrazza panoramica a 3.466 metri d'altezza, dove un'atmosfera speciale ti accoglie. Alla discesa ci siamo soffermati a 2.173 metri presso il Pavillion, dove ci attendeva un aperitivo in stile Valdostano.

## AZIENDE IN PRIMO PIANO

Durante i momenti di lavoro abbiamo lasciato la parola alle aziende partecipanti, dando modo ai loro rappresentati di illustrare l'azienda, i progetti e le attività svolte sino ad ora.
Con il dott. Marco Colombo di CIRCANA sono stati presentati i dati di mercato e quelli relativi al consorzio, che hanno messo in evidenza una crescita del gruppo superiore alla media di mercato. Frutto di una collaborazione sempre più stretta tra gruppo, industria e distributore.

**I dati hanno anche fatto emergere alcuni punti molto importanti:**
- Il distributore deve aumentare la presenza delle innovation nel suo portafoglio prodotti.

- L'industria deve altresì sostenere con forza e nel tempo le innovation.

- L'inflazione nel settore Horeca è stata minore rispetto alla grande distribuzione in quanto il distributore ha in parte assorbito gli aumenti riducendo le proprie marginalità.

- Il settore Horeca deve infine prestare attenzione agli aumenti e shrinkflation, perché stiamo già entrando nel meccanismo che attualmente sta fortemente compromettendo i consumi nel canale moderno.

## APERITIVI E CENE D'ECCELLENZA

Le serate sono state l'espressione di pura vocazione Horeca, con aperitivi meravigliosi, realizzati da barmen professionisti seguiti da cene di altissimo livello.
L'evento si è poi chiuso sabato sera con un aperitivo, cena e dopocena ad oltre 2000 metri presso l'Alpe Gorza di Torgnon. Pochi minuti di bus e poi un'adrenalinica risalita in motoslitta fino alla baita, accolti da braceri, cocktail di benvenuto e un'atmosfera suggestiva unica.

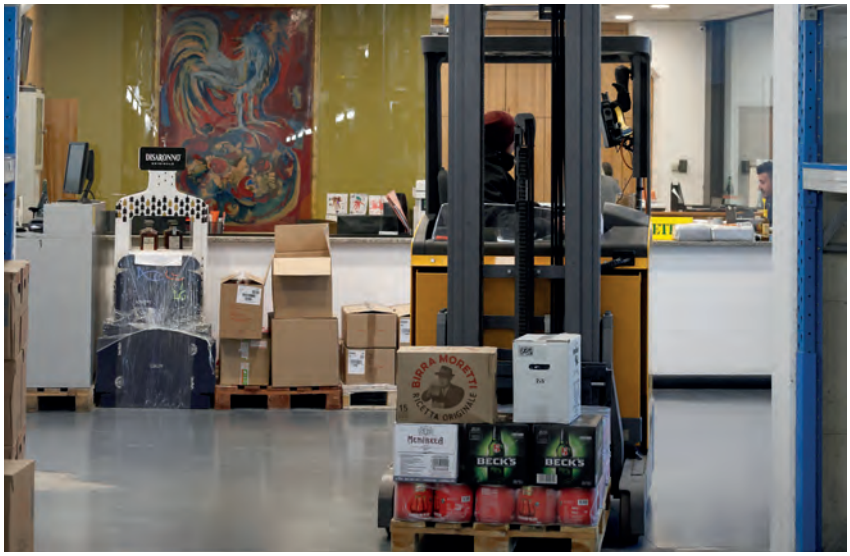
**Giornate indimenticabili, all'insegna dell'inclusività, "quell'inclusività" che si trasforma in pura energia positiva, peculiarità che ha contraddistinto il nostro gruppo sin dai primi giorni.**

# 30 ANNI DI SUCCESSI

## Grande anniversario per l'azienda leader in Lombardia nella fornitura di prodotti e servizi per la ristorazione

di Lorena Tedesco

Da un trentennio punto di riferimento per moltissimi operatori della Lombardia, Diametro si conferma oggi come uno dei principali distributori della regione, specializzato nella fornitura di prodotti e servizi per la ristorazione. Nell'ampio magazzino, con una metratura di oltre 3.000 metri quadrati, trovano spazio circa 6.000 referenze tra salumi, formaggi, carne, grocery, surgelati (tra cui il pesce), ortofrutta fresca, bevande analcoliche e alcoliche, vino, birra e prodotti non food. Alla guida dell'azienda la famiglia Burinato, composta da Giorgio Burinato, insieme ai genitori Luciano e Antonella, che lo scorso 4 novembre hanno celebrato il trentennale della nascita dell'azienda di distribuzione.




## LA NASCITA E L'EVOLUZIONE

L'attività della famiglia Burinato inizia con Severino Burinato (nonno di Giorgio) a Desio, già nel 1958, con l'imbottigliamento dell'olio che veniva poi distribuito nelle case dei desiani. «L'allora società prendeva il nome di OBD-Olearia Burinato Desio – ci spiega Giorgio – e negli anni l'assortimento si è ampliato con l'introduzione di articoli come pasta, legumi e pelati.

A fine anni '70, quando è subentrato mio padre Luciano, i clienti erano più che altro industrie e mense, ma, alla fine degli anni '80, con il rafforzarsi dei consumi fuori casa, in particolare nei ristoranti e nelle pizzerie, abbiamo deciso di affiancare il commercio all'imbottigliamento di olio (continuato fino al 1998). Così, nel 1993, è nata la società Diametro specializzata nel commercio, che ha determinato una diversificazione del nostro portafoglio prodotti in cui sono stati inseriti beverage, farine, fresco e salumi; fino a quando, nel 2020, a seguito dell'ampliamento della sede, siamo partiti con il gelo, la carne e l'ortofrutta. Oggi manca solo il pesce fresco, che prevediamo di inserire nei prossimi anni. Attualmente mio padre si occupa degli acquisti del secco, mia madre cura la parte finanziaria e la tesoreria e io mi occupo degli acquisti di carne, gelo, ittico e della gestione operativa».

## IL VALORE DELLA FIDELIZZAZIONE

«Dopo la partenza come realtà artigianale, quindi, la Diametro srl è nata 30 anni fa con la mission di mettersi al servizio della ristorazione per la vendita e la consegna di prodotti alimentari e non alimentari. L'ampliamento della gamma ci ha consentito di fidelizzare maggiormente la clientela, oltre che a consentirci di esplorare nuovi settori, non più solo pizzerie e ristoranti generici, ma anche clienti più focalizzati sull'ittico».

Luciano, Antonella e Giorgio Burinato

## DISTRIBUZIONE E ASSORTIMENTO

Nasce così l'attività di commercio "all'ingrosso" di prodotti alimentari per gli operatori della ristorazione commerciale, garantita attraverso strumenti adeguati, che si allargano a comprendere il marketing e la logistica, e servizi mirati per affrontare l'evoluzione del mercato e la crescente richiesta dei clienti. I prodotti forniti privilegiano gli aspetti tecnici, organolettici e di qualità e, oltre alla vasta gamma di prodotti alimentari, Diametro ha in assortimento anche diversi prodotti no food e per la pulizia.

## UN MOMENTO DI PASSAGGIO

«Nel 2023 – ci spiega Giorgio Burinato – abbiamo realizzato un fatturato pari a 25 milioni di euro, una crescita significativa rispetto al 2019, anno in cui ne avevamo totalizzati 16 milioni. In questo periodo il nostro organico sta vivendo un periodo di cambiamento. C'è stato, infatti, un passaggio nella gestione aziendale, tuttora in atto, che ha interessato anche lo staff: attualmente stiamo promuovendo l'ingresso diversi giovani, che rappresentano le nuove leve. In sintesi oggi abbiamo 20 autisti, 16 venditori, 3 impiegati in amministrazione, 5 nell'ufficio commerciale e 10 magazzinieri. Noi puntiamo molto sui nostri agenti di vendita e facciamo un'intensa attività sulla formazione, specialmente dopo l'ingresso dei nuovi settori, quindi carne e pesce, in maniera sinergica.
Il nostro venditore tipo deve, pertanto, saper vendere, ma soprattutto deve saper dare risposte al nostro cliente. Per noi è importante risultare affidabili agli occhi del cliente e fornire la merce adeguata alle loro richieste». I venditori della Diametro operano in sei province: Milano, Como, Varese, Bergamo, Monza Brianza e Pavia; non sono invece presenti nella provincia di Sondrio, in Valtellina e Alto Lario e nella provincia di Brescia.

## INNOVAZIONE E AMPLIAMENTO

Ma i cambiamenti non hanno interessato solo l'organico: «Abbiamo in corso un ampliamento del magazzino con un nuovo immobile di 2000 metri quadrati, solo per cella, che sarà dedicato soltanto al fresco e al gelo. A ciò si è aggiunta un'ulteriore modifica che ha interessato l'utilizzo delle fonti rinnovabili: oggi stiamo puntando ad avere il nuovo magazzino termoautonomo, grazie all'installazione di pannelli fotovoltaici, e c'è in corso un progetto di riqualifica dei nostri impianti».

## NON SOLO DISTRIBUZIONE

Tra gli altri servizi, Diametro garantisce anche un'importante attività di formazione rivolta sia ai venditori, sia ai clienti, grazie al supporto di personale tecnico ed esperti. L'attività di formazione viene svolta internamente all'azienda, in una sala dedicata, ma possono essere organizzati dei corsi anche presso gli stessi clienti. «I nostri fornitori ci mettono a disposizione dei tecnici specializzati che si recano in loco insieme ai nostri venditori per risolvere eventuali problemi, o per proporre merce nuova, spiegata però da un punto di vista tecnico. In sintesi offriamo, quindi, formazione, supporto e consulenza a 360 gradi». Infine, Diametro è associata a Cateringross che, come dichiara Giorgio Burinato, «vediamo come un'opportunità, per promuovere delle sinergie e delle unioni un po' più forti tra i soci»

## CHECK AZIENDA

**DIAMETRO SRL**
**Prodotti e servizi per la ristorazione**

Via Del commercio 8/10 - 20832 Desio (MB)
Tel: 0362.302620

www.diametro.it
**TITOLARI:** Giorgio Burinato, insieme ai genitori Luciano Burinato e Antonella Burinato

**STAFF:** 16 venditori, 3 impiegati (amministrazione), 5 commerciali, 10 magazzinieri e 20 autisti (società esterna)

**FATTURATO:** 25 milioni di euro

**AREA SERVITA:** Lombardia, tranne la provincia di Brescia e di Sondrio.
**SERVIZI:** corsi di formazione per i clienti

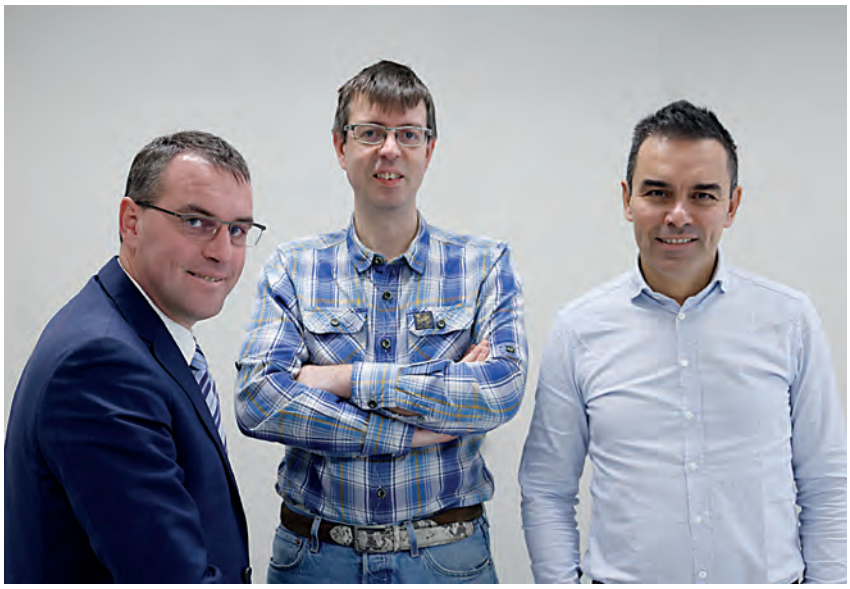
DIAMETRO SRL è associata a Cateringross

# CRESCITA COSTANTE

**Nuove acquisizioni, ampliamento assortimentale e un magazzino in ventilazione come punto di rivoluzione**

di Morena Scotti

Con circa 1200 clienti attivi e quasi 10mila referenze in assortimento, ARMfood è leader nel settore del commercio e della distribuzione di prodotti alimentari in Lombardia. Grazie alla sua ampia area logistica e a una rete commerciale capillare, oggi ARMfood è in grado di offrire un servizio efficiente, capace di mettere in relazione i produttori alimentari con qualsiasi tipologia di canale distributivo.
ARMfood è associato al consorzio Ursa Major Group.



Da sinistra a destra: Alessandro Lanzani, presidente ARMfood, Roberto Lanzani, responsabile eCommerce, e Marco Gorla, amministratore finanza

## LA MISSION

Lo scopo di ARMfood è dare benessere alle persone e garantire un servizio di qualità.
La conoscenza del settore e una continua ricerca di nuove tendenze nel mondo alimentare sono le basi attuali dell'azienda, che mette a disposizione dei dettaglianti la propria grande esperienza, aiutandoli a sviluppare le capacità del loro punto vendita. ARMfood, infatti, tratta un'ampia gamma di prodotti: dai migliori marchi alimentari nazionali/internazionali a una selezione di eccellenze del territorio italiano.

## ACQUISIZIONI E ASSORTIMENTO

Alla guida si trovano 3 soci, che rappresentano la terza generazione della famiglia: i fratelli Alessandro e Roberto Lanzani e Marco Gorla. «Tra i cambiamenti più recenti che hanno interessato ARMfood – ci spiega Alessandro Lanzani, presidente della società – vi è l'acquisizione di 2 importanti aziende concorrenti: la Errepi di Bovisio Masciago-Limbiate, operante nel Fresco, e la Citterio & Figli di Carate Brianza, operante nel ramo Ambient. Entrambe le acquisizioni sono state fatte per rafforzare il nostro portafoglio prodotti, soprattutto la seconda, che ci ha permesso di completare la nostra gamma. Il nostro obiettivo, oggi, è di offrire al cliente un servizio a 360 gradi, così da presentargli, in maniera trasversale, tutte le referenze. Il nostro vero punto di forza è proprio un servizio di qualità, a partire dalla puntualità nelle consegne, tutte in AxB, anche del Freschissimo: abbiamo rapporti con le aziende produttrici, a cui mandiamo l'ordine entro le 10 di mattina e che ci consegnano di notte la merce prodotta nel giorno stesso, merce che provvediamo a fornire al cliente il mattino dopo, così da garantirgli 7/8 giorni precisi di shelf life».

## NUOVO ASSETTO

Il 1° giugno del 2023 è stata costituita la ARMfood – il cui nome deriva dalle iniziali dei nomi dei 3 soci (Alessandro, Roberto e Marco) – che ha rilevato il ramo

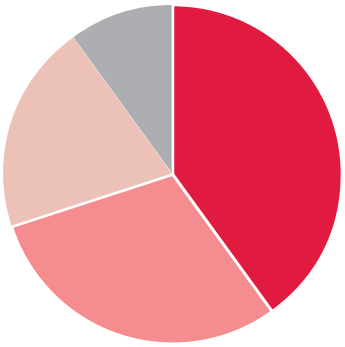
Nelle foto, il ramo commerciale dell'azienda e gli uffici per la vendita

d'azienda commerciale di Lagogel, azienda finalizzata allo sviluppo commerciale, mentre il ramo logistico è terzializzato. Oggi, Alessandro Lanzani, oltre a ricoprire il ruolo di direttore commerciale di ARMfood, è anche presidente, Roberto Lanzani è responsabile del mondo eCommerce e quindi di tutte le vendite on line, mentre Marco Gorla è il Responsabile dell'Amministrazione.
«Conteggiando i 6 mesi di Lagogel, uniti a quelli di ARMfood – ci dice Alessandro Lanzani – il 2023 si chiude con un fatturato di 10 milioni di euro solo per il commerciale; nella cifra confluisce, inoltre, sia la parte di vendita diretta al cliente, sia la parte del mondo eCommerce». E, aggiunge: «Per i nostri clienti abbiamo creato un'apposita app, che rappresenta un supporto al nostro venditore e che utilizziamo come catalogo per le nostre referenze, circa 9.800, tra tutte le categorie. L'app ci consente di aggiornare quotidianamente il nostro portafoglio prodotti, così da mostrare le novità al cliente in tempo reale, sarà poi compito del venditore andare e illustrargli i nuovi prodotti».

## DIGITAL E CONSEGNE

«Il nostro vendor si appoggia a uno dei più importanti portali, in cui abbiamo inserito il nostro catalogo Ambient, e negli ultimi 2 anni abbiamo raggiunto una proiezione sugli 800mila euro di fatturato.
Si tratta quindi di un mondo in crescita, che sta ottenendo degli ottimi riscontri e che viaggia in parallelo con il nostro business principale di distribuzione, di servizio e di acquisto e rivendita verso i nostri clienti. Siamo operativi in tutta Italia e anche all'estero; il servizio di consegna finale viene fatto tramite corrieri dedicati, che ogni giorno vengono da noi, caricano il bancale e procedono con la consegna al cliente finale.
La struttura commerciale di ARMfood è dì 12 venditori (monomandatari, plurimandatari e dipendenti), tutti in prevendita, che vanno in diretta facendo i giri presso i clienti quotidiana-

## RIPARTIZIONE FATTURATO:



- 40% AMBIENT
- 30% FRESCO
- 20% SURGELATO
- 10% FRESCHISSIMO

mente o settimanalmente, alle 13,30 trasmettono gli ordini, nel pomeriggio prepariamo tutto e la mattina dopo la merce va in consegna, sempre secondo la formula AxB.
Il magazzino per noi è un punto di rivoluzione: abbiamo stretto delle partnership con realtà importanti che ci permettono di lavorare con il magazzino in ventilazione, questo significa non avere merce a stock, non preoccuparsi di scadenze, di ordini e soprattutto di non aver finanza bloccata in magazzino. La merce arriva giornalmente e quello che entra alla sera esce al mattino. Questo nuovo metodo ci permette di essere ancor più elastici nell'assortimento e molto competitivi».

armfood
Lo Specialista del Retail

## CHECK AZIENDA

**ARMFOOD SRL**

Via Valsugana 2/4 - 20814 Varedo MB
Tel. 0362.5892205

**EMAIL:**alessandro.lanzani@armfood.it
**WEB:** www.armfood.it

**TITOLARI:** Alessandro Lanzani, Roberto Lanzani e Marco Gorla

**STAFF:** 12 venditori, 6 impiegati, 2 capiarea, 1 analista dati

**ZONE SERVITE:** Lombardia, con collaborazioni in Piemonte, Veneto, Emilia Romagna e Lazio

**ARMfood è associato a Ursa Major**

# CONTESSA DI CASTIGLIONE: ELEGANZA E TRADIZIONE IN OGNI BOTTIGLIA

**Da quattro generazioni la famiglia Arione produce e distribuisce vini in Italia e nel mondo, unendo esperienza e innovazione alla ricerca della sostenibilità, celebrando l'autenticità del terroir di Langhe e Monferrato**

Quattro gli spumanti a marchio "Contessa di Castiglione": il classico Asti DOCG e il Moscato spumante, lo spumante Brut e l'intramontabile Extra Dry. Bollicine che si distinguono per la loro eleganza e freschezza, con un perlage fine e persistente che dona un piacere effervescente ad ogni sorso. Sono perfetti per celebrare momenti di gioia e condivisione.
La gamma di vini "Contessa di Castiglione" offre una varietà di proposte per soddisfare ogni palato. Dai rossi intensi e robusti, tipici della tradizione delle Langhe, ai bianchi freschi e fruttati, le cui uve vengono selezionate con la massima cura dai migliori vigneti di Langhe e Monferrato, garantendo un carattere distintivo per ogni bottiglia.

## I MAGNIFICI SETTE

Sono sette i vini DOC e DOCG che appartengono alla linea, che variano dal Barolo alla Barbera d'Asti, dal Roero Arneis al Moscato d'Asti; Barbaresco e Nebbiolo d'Alba non possono - ovviamente - mancare.
A completare la gamma il "Piemonte DOC Barbera Appassimento": una Barbera piena e armonica, nella quale le uve vengono raccolte in autunno inoltrato, per permettere alla vite di concentrare nell'uva zuccheri ed estratto, donando al vino una complessità superiore.
I vini a marchio "Contessa di Castiglione" incarnano quindi l'anima e la tradizione vinicola tipica delle Langhe e del Monferrato. Con una gamma di vini e di spumanti di alta qualità, questo marchio promette un viaggio sensoriale attraverso il gusto e l'eleganza, offrendo un assaggio autentico del Piemonte in ogni bottiglia.

Da sinistra, Raimund Linzer, mastro birraio e Niki Riegler, proprietario e amministratore delegato del birrificio privato Hirt - © *Privatbrauerei Hirt*

# IL BIRRIFICIO PRIVATO HIRT TORNA A BRILLARE

**Oro e argento per birre eccezionali all'European Beer Star 2023**

Echte Leidenschaft seit 1270 Hirter

Lo storico birrificio privato a conduzione familiare Hirt continua la sua storia di successo all'European Beer Star 2023, uno dei più prestigiosi concorsi di birra. Con passione per l'arte tradizionale della birrificazione e le materie prime di alta qualità, quest'anno il birrificio ha ottenuto l'Oro per la sua Hirter 1270 e l'Argento per la sua Hirter Privat Pils. Queste medaglie sono un riconoscimento non solo per l'alta qualità e il gusto squisito delle birre, ma anche una conferma dell'impegno della birreria per la birrificazione lenta e l'uso di materie prime regionali. «Crediamo fermamente che la vera birra richieda tempo, passione e ingredienti di alta qualità.

La nostra Hirter 1270 e la Hirter Privat Pils sono il risultato di questa convinzione. Utilizziamo solo acqua della migliore sorgente di montagna e orzo accuratamente selezionato dalla regione per garantire che la nostra birra sia autentica e piena di gusto» ha dichiarato il mastro birraio Raimund Linzer.

## UN RICONOSCIMENTO IMPORTANTE

Una giuria internazionale di 150 esperti, composta da mastri birrai, giornalisti specializzati, sommelier di birra e altri esperti, ha valutato la qualità e il gusto di un totale di 2.356 birre in 74 diverse categorie di stili di birra europei. In ogni categoria, solo le tre migliori birre sono state premiate con Oro, Argento e Bronzo. La birreria privata Hirt si rallegra di aver ricevuto questi nuovi riconoscimenti, che rappresentano la tredicesima e la quattordicesima medaglia EBS dal 2010. Niki Riegler, proprietario e amministratore delegato della birreria privata Hirt, sottolinea l'importanza del premio European Beer Star: «Le medaglie dell'European Beer Star sono per noi come medaglie olimpiche e testimoniano il nostro impegno per la vera birra e la nostra competenza birraria di oltre 750 anni. Questi premi non sono solo un riconoscimento della nostra varietà di birre, qualità e autenticità, ma anche un chiaro messaggio a tutti coloro che apprezzano l'eccellenza e la qualità più elevate».

## LA BASE PER IL SUCCESSO

Il rinnovato riconoscimento del valore del Privatbrauerei Hirt all'European Beer Star 2023 conferma la sua posizione come una birreria di classe mondiale. Questo successo si riflette particolarmente nell'eccellente performance del mastro birraio e del suo team, che con la loro lunga esperienza costituiscono la base per il successo della birreria tradizionale. Con un impegno chiaro verso la qualità, la regionalità e la sostenibilità, la birreria sta stabilendo nuovi standard per un'industria birraria responsabile.

## LE ORIGINI

Il **Privatbrauerei Hirt** rappresenta uno dei birrifici più antichi dell'Austria. Nel 1270 è stato menzionato per la prima volta nell'inventario dei beni del Capitolo della Cattedrale di Gurk. Dal 1846, il birrificio è di proprietà della famiglia attuale ed è gestito nella quinta e sesta generazione da Klaus Möller e Nikolaus Riegler. Hirter si impegna costantemente per la tradizione, la regionalità, le migliori materie prime, l'abilità artigianale e la passione per la birrificazione. La gamma di birre Hirter comprende 16 diverse varietà, ciascuna prodotta con l'acqua pura di sorgente di montagna e resa duratura con una doppia filtrazione. Ciò che rende le birre Hirter così speciali è la profonda passione che anima i dipendenti del birrificio Hirt per garantirne la massima qualità, passione che si avverte ad ogni sorso.

# I 5 VOLTI DI ALPESTRE

**Dalla combinazione di due gin, due vermouth e un bitter nasce una linea super premium, dove la tradizione si declina in nuovi aromi e sapori dal gusto autentico**

Dallo studio di una formula che trae le sue origini nel 1857 e dall'analisi di oltre 30 botaniche, miscelate e sapientemente dosate, prende vita la **nuova linea Alpestre di Onesti-Group**, composta da **5 prodotti** dai sapori decisi, che desiderano lasciare un'emozione e un ricordo vivido in chi li sceglie: **due gin** che, tramite morbidezza e balsamicità, regalano una freschezza senza precedenti, **due vermouth** che rappresentano un inno alla territorialità e alla tradizione del Vermouth di Torino e, infine, **un bitter** che stabilisce un'alchemica relazione tra presente e passato.

## LA RICETTA

**NEGRONI ALPINO**
**3 cl Alpestre Gin Alpino**
**3 cl Alpestre Vermouth Rosso all'uso di Torino**
**3 cl Alpestre Bitter**

Cinque prodotti **super premium** espressione di qualità per una mixology contemporanea, ma con un richiamo alla tradizione.

### UN'IMPRESA CORAGGIOSA

Il progetto ha visto il coinvolgimento di un grande professionista come **Fulvio Piccinino**, barman e studioso, esperto di miscelazione, che con la sua esperienza e professionalità è riuscito a conciliare tradizione e innovazione con il massimo rispetto della qualità. «Quando la famiglia Onesti mi ha chiesto di collaborare al progetto Alpestre, ero entusiasta. Alpestre con la sua centenaria storia alle spalle ha tanto da raccontare e merita sicuramente un'attenzione particolare. Ho dedicato molto tempo al recupero e allo studio delle ricette dei frati maristi, cercando di capire il loro modus operandi non certo semplice, trattandosi di ricette di metà Ottocento. Credo che con i nuovi prodotti il brand Alpestre abbia ripreso vita, mantenendo la sua firma riconoscibile». E aggiunge: «Siamo stati coraggiosi, abbiamo intrapreso una strada contro corrente e anziché aggiungere elementi botanici di tendenza abbiamo "selezionato e suddiviso" quelli esistenti secondo la loro connotazione aromatica creando i 5 volti di Alpestre, ciascuno dei quali mette in luce un lato del profilo organolettico del brand originale: ai gin abbiamo donato la freschezza erbacea; ai bitter e al vermouth abbiamo conferito la parte più amaricante integrandola all'interno delle fragranze balsamiche. Un progetto sfidante ma che ha regalato grandi soddisfazioni».

### I PUNTI CHIAVE

Esistono alcuni punti chiave alla base della creazione della nuova linea Alpestre:

• i nuovi prodotti Alpestre nascono con l'esigenza di **orientarsi maggiormente alla mixology**;
• le **34 botaniche** che compongono Alpestre distillato sono **tutte italiane**, più precisamente del territorio tra Piemonte e Liguria, in quanto si è deciso di puntare sulla **territorialità**;
• la definizione i **"5 volti di Alpestre"** deriva dal fatto che ognuno di essi rappresenta un profilo organolettico del distillato Alpestre. Sono state infatti riprese le ricette dell'800 dei **frati maristi**, a uso officinale, sono state suddivise le 34 botaniche per categoria aromatica e poi sono state opportunamente ricombinate per dare vita a un prodotto unico, capace di riassumere e riproporre la parte floreale con le note più balsamiche, passando dall'erbaceo, all'agrumato fino all'amaricante.
• i due vermouth della linea sono **all'uso di Torino** e mantengono saldi i principi della tradizione piemontese;
• i prodotti hanno un posizionamento **Premium**;
• la stretta connessione con il territorio della linea di prodotti Alpestre si evolve in un **design dalle linee pure** che traggono spunto dalla libera espressione della natura: gli elementi grezzi aiutano a percepirne l'autenticità e riportano al lavoro «totalmente genuino e casereccio» dei frati maristi, mentre la tradizione viene rispettosamente comunicata spogliandola del superfluo.

# RISOLVERE I PROBLEMI AZIENDALI: LA TUA GUIDA ALL'AZIONE

**Inutile lamentarsi o rimanere di buon umore. Per ciascuna criticità che ti si para davanti esiste una soluzione, da implementare con metodo e rigore**

di Giuseppe Arditi

***Accettalo: è arrivato il momento di cambiare prospettiva. L'hai sempre saputo ma adesso hai bisogno di agire: le sfide e gli imprevisti in questo nostro meraviglioso settore sono all'ordine del giorno. Ti ritrovi spesso a lamentarti delle situazioni difficili? Capita a tutti, ma è cruciale capire che lamentarsi senza agire non porta a soluzioni concrete. Anzi! Immagina di essere alla guida di una nave: lamentarsi senza prendere in mano il timone ti lascia andare alla deriva. Se vuoi svoltare e far crescere il tuo business, è tempo di trasformare le lamentele in azioni produttive. Sei o non sei il comandante?***

## LA TUA MOSSA: DALLA STRATEGIA ALL'AZIONE

Inizia valutando il problema che ti trovi tra le mani con obiettività, isola la questione centrale e identificane le cause. Coinvolgi il tuo team nella ricerca di soluzioni; un brainstorming collettivo può spesso aprire nuovi orizzonti. Prendiamo, per esempio, il ritardo nelle consegne, problema piuttosto comune. Invece di incolpare le circostanze esterne, perché non consideri nuovi fornitori o implementi un sistema di tracciamento più efficace?

Agire in fretta è importante, ma essere precipitosi può essere controproducente. In qualità di distributore grossista, conosci bene l'importanza della tempistica: le tue azioni devono essere rapide ma ponderate, come quando decidi di investire in nuove tecnologie per ottimizzare la gestione del magazzino o per migliorare l'esperienza dei tuoi clienti.

## VADEMECUM

**Risolvi un problema aziendale seguendo questi step**

- **Identifica il problema**
- **Lamentati e arrabbiati per 10 minuti e poi dedica 50 minuti alla risoluzione rapida del problema**
- **Analizza le cause e determina la fonte principale del problema**
- **Raccogli idee e soluzioni attraverso brainstorming di squadra, ricerche di mercato, benchmarking o consultando esperti del settore**
- **Valuta ciascuna opzione in termini di fattibilità, costi, risorse necessarie e impatto temporale**
- **Crea un piano d'azione dettagliato**
- **Monitora attentamente i progressi e l'efficacia dell'azione in atto. Usa indicatori di performance chiari per valutare se il problema è stato risolto nel modo desiderato**
- **Raccogli feedback dal team e dai clienti per comprendere l'efficacia della soluzione**
- **Documenta tutto il processo, dalle fasi iniziali fino al follow-up**

**A OGNI NUMERO TI DARÒ IDEE E SUGGERIMENTI CHE TI FARANNO RISPARMIARE O GUADAGNARE SEMPRE DI PIÙ. NON VEDO L'ORA DI INCONTRARTI!**

**Hai domande o argomenti che vorresti fossero trattati?**
**Scrivi a: mit@ristopiulombardia.it**

## AUTOMOTIVARSI SI PUÒ

Ogni problema risolto con metodo rafforza non solo la tua azienda, ma anche il morale del tuo team. Guarda alle aziende che hanno trasformato una crisi finanziaria in un'opportunità per ristrutturare il debito, o quelle che hanno colto una carenza di personale qualificato come un'occasione per investire nella formazione e nello sviluppo delle competenze interne. Dalla risoluzione di un problema arrivano anche spunti per nuove aree di business o addirittura per nuovi modi di lavorare.
La sfida è nelle tue mani. Lamentarsi può offrire uno sfogo temporaneo, ma è solo nell'azione che troverai la chiave per un vero cambiamento e un miglioramento continuo. Sii audace, sii deciso, e soprattutto, sii quel timoniere che non solo affronta la tempesta, ma la cavalca verso nuovi orizzonti di successo.

# WORK ENGAGEMENT

## La giusta chiave per fidelizzare i talenti

di Dario Bussolin

## COS'È DAVVERO IL WORK ENGAGEMENT?

Entrando nel vivo del concetto, il work engagement è stato definito dallo psicologo Wilmar Schaufeli e i suoi colleghi come "uno stato mentale positivo e di soddisfazione nei confronti del proprio lavoro, caratterizzato da vigore, dedizione e immersione". In altre parole, consiste in una **condizione di sinergia** in cui il lavoratore si sente realizzato e soddisfatto del proprio ruolo professionale e, proprio in virtù di questo, assume un atteggiamento motivato e proattivo nei confronti del suo lavoro. Si tratta quindi di un vero e proprio **circolo virtuoso**, che porta con sé benefici sia per il singolo lavoratore, sia per le organizzazioni in cui opera: se da un lato il work engagement aiuta a ridurre lo stress e aumentare la soddisfazione dei dipendenti, dall'altro corrisponde a un aumento della produttività e della qualità del lavoro svolto da parte degli stessi, oltre che a un'occasione per fidelizzarli.

"Se le aziende vogliono aumentare la produttività, con le fatiche di oggi nell'aumentare il numero di dipendenti, il contributo degli stessi diventa una risorsa fondamentale: per questo, le imprese devono cercare di coinvolgerne corpo, mente e anima." (David Ulrich, Human resource champions, 1996).

Questa citazione esalta il valore cruciale che il coinvolgimento dei propri collaboratori, meglio definito come **"work engagement"**, gioca nell'attuale mercato del lavoro.

Ma perché è così importante? Secondo l'ultima indagine di Confindustria, il **crescente turnover dei lavoratori** è un trend altamente attuale e preoccupante: basti pensare che nel 2022, il tasso di turnover complessivo è risultato pari al 37% e si è dimostrato molto **più alto nelle imprese di servizi** (53%) rispetto al settore dell'industria (27%).

Anche se questo dato può essere letto da molteplici prospettive, sarebbe forse utile fermarsi a riflettere sul punto di vista dei diretti interessati: i dipendenti. Cosa li spinge ad abbandonare il posto di lavoro? Ma soprattutto, quali sono invece le leve che possono motivarli a restare? Nelle prossime righe parleremo di come il work engagement può essere una risposta efficace a queste domande.

## QUALI STRATEGIE ADOTTARE PER PROMUOVERE L'ENGAGEMENT?

Coinvolgere i propri dipendenti non richiede azioni straordinarie; il vero engagement si sviluppa nella vita quotidiana. Ecco di seguito alcune **strategie** utili e concrete per favorirlo:

**• Monitorare la motivazione dei propri collaboratori:** osservandoli, ascoltandoli ma anche interessandosi a loro in modo diretto, chiedendogli come si sentono nei confronti del proprio lavoro e delle proprie responsabilità. Vedere riconosciuta la propria importanza come persona e come risorsa, favorisce il senso di appartenenza e di responsabilità nei confronti del gruppo di lavoro di cui si fa parte, aumentando anche il coinvolgimento al suo interno.

**• Saper dare feedback nel momento opportuno e con le giuste modalità:** una buona pratica è quella di definire un momento formale per dare i feedback alle proprie risorse. In particolare, è preferibile che questo non avvenga durante un servizio, ma in un momento tranquillo, senza clienti o terzi che potrebbero influenzare negativamente la comprensione e l'efficacia dello stesso. Nella preparazione al momento è giusto farsi queste domande: a chi sto restituendo il feedback? Che cosa voglio trasmettere? Come lo voglio comunicare? Dare un feedback in modo rispettoso favorisce l'engagement perché crea un ambiente sicuro e stimolante, incoraggiando la collaborazione e la crescita professionale senza compromettere il morale o la fiducia.

**• Fornire supporto costante ai propri collaboratori:** quando una propria risorsa è in difficoltà o ha commesso un errore, è utile ascoltarlo e fornirgli consigli, anche attraverso il proprio esempio e sostegno concreto nei passi da svolgere per crescere personalmente e professionalmente. In questo caso, l'engagement è stimolato dall'attenzione posta nei confronti del continuo miglioramento della risorsa.

In breve, promuovere il work engagement non solo ci aiuta a contrastare il problema del turnover, ma stimola la soddisfazione individuale e l'efficienza aziendale. Azioni pratiche, come quelle che abbiamo descritto, si rivelano chiavi per costruire un ambiente incentrato sul successo condiviso.

***Dario Bussolin**
**Manager della divisione Human Capital del gruppo Aegis Human Consulting Group, Psicologo e Psicoterapeuta in Formazione, Coach, formatore e consulente per le organizzazioni.**
**Da 10 anni collabora con l'Università Cattolica di Milano in progetti di ricerca e supporto alla didattica nel dipartimento di Psicologia. Impegnato nello studiare i processi organizzativi e valorizzare le qualità professionali e personali delle persone, Dario accompagna i professionisti in percorsi di allenamento per consolidare il proprio stile di Leadership, attraverso confronti, metodo, esperienze concrete e tanta passione.**

20–24
GENNAIO
2024
FIERA
DI RIMINI

45° Salone
Internazionale
della Gelateria,
Pasticceria,
Panificazione
Artigianali e Caffè

# THE ITALIAN WAY TO LIVE DOLCE

# SIGEP

THE DOLCE WORLD EXPO

PROSSIMA
EDIZIONE

18–22
GENNAIO
2025

GELATO · PASTRY · CHOCO · COFFEE · BAKERY

sigep.it

ORGANIZZATO DA

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

IN COLLABORAZIONE CON

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

ITA ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

madeinitaly.gov.it

CON IL PATROCINIO DI

Comune di Rimini

Capitale italiana della Cultura Candidata 2026
rimini

# MANOVRA 2024

## Le tasse occulte in aumento

Dagli immobili, ai beni di prima necessità fino all'introduzione di nuove tasse per il Super Bonus 110%. La Manovra 2024 che piano piano sta prendendo forma prevede diversi aumenti della tassazione, nonostante la comunicazione governativa pare voglia far credere il contrario.

### NUOVE TASSE SUGLI IMMOBILI

Nella Manovra 2024 arrivata in Parlamento per definire gli ultimi dettagli, non ci sono solo misure, come la conferma del taglio del **cuneo fiscale**, ma anche aumenti di tasse che dal prossimo anno ricadranno sulle spalle di famiglie, imprese e imprenditori italiani. Un aumento che, purtroppo, è dovuto al fatto che le Casse dello Stato **"piangono"** (gli sprechi e bonus errati negli anni non sono mancati) e le promesse scritte nella bozza della prossima Manovra, almeno in parte, dovrebbero essere pur mantenute.
Il primo aumento riguarda la **cedolare secca**, ovvero il regime facoltativo, che prevede il pagamento di un'imposta sostitutiva dell'Irpef e delle addizionali per i redditi generati dall'affitto di immobili. Dall'attuale 21% si **passerà al 26%**, una misura che non colpirà la totalità di soggetti locatori, ma solo chi affitta più di un appartamento nello stesso periodo per meno di un mese.
Previsto anche l'aumento della ritenuta d'acconto dall'8% all'11% per i **bonifici parlanti**, ovvero quelli utilizzati per pagare le spese poi recuperate mediante agevolazioni fiscali.
Per i possessori di immobili all'estero è previsto un aumento dell'imposta (Imposta sul valore degli immobili situati all'estero - **Ivie** ) che varia dallo 0,76% all'1,06% sul valore della casa.
Mentre, chi possiede attività finanziarie vedrà aumentare l'imposta (**Ivafe**) dal 2 per mille al 4 per mille.

## NUOVA TASSAZIONE PER IL SUPER BONUS

Sempre restando sul tema casa, è previsto un **aumento della tassazione** per chi decide di vendere un immobile ristrutturato con il Super Bonus 110% (ovvero l'incentivo fiscale attraverso il quale lo Stato ha coperto totalmente i costi di riqualificazione degli edifici, erogando anche un bonus del 10%).
Il disegno di legge della Manovra 2024 prevede una tassazione del **26% sulla plusvalenza** generata dalla vendita della seconda casa, ma solo se l'immobile viene venduto entro 10 anni dalla ristrutturazione mediante il bonus.
Allo stato attuale, la misura funziona così:

• se tu hai ristrutturato una seconda casa grazie all'agevolazione fiscale e poi hai deciso di venderla dopo 8 anni dalla fine dei lavori, sulla plusvalenza (ossia la differenza tra il costo di acquisto e quello di vendita) generata dalla vendita devi pagare il 26% di tasse.
In altre parole, se il guadagno – dopo aver sottratto le spese per eventuali costi di interventi edilizi fatti negli anni, a eccezione di quelli coperti dal Super Bonus – è pari a 100.000 euro, paghi **26.000 di imposte**.
Attenzione: al momento la nuova misura **esclude le prime case** (o acquisiti in successione) ed è valida solo per coloro che hanno usufruito del bonus attraverso lo sconto in fattura o la cessione del credito a una banca.

## ALTRI AUMENTI, NON DI MINORE IMPORTANZA

Tra tutti gli incrementi, quelli più discussi riguardano l'**Iva su determinati prodotti**. In particolare:

• aumento dell'Iva dal 5 al 10% sui prodotti di igiene intima femminile;
• aumento dell'Iva dal 5 a al 10% sul latte in polvere;
• aumento dell'Iva dal 5 al 10% sui pannolini;
• Iva al 22% sui seggiolini per le auto.
Si registrano poi aumenti per quanto riguarda il comparto del **tabacco**:

• da 20 a 30 centesimi in più a busta per il trinciato;
• aumenti da 3 a 10 centesimi del prezzo dei pacchetti di sigarette.

Tutti aumenti che colpiranno i contribuenti italiani a partire dal 2024.

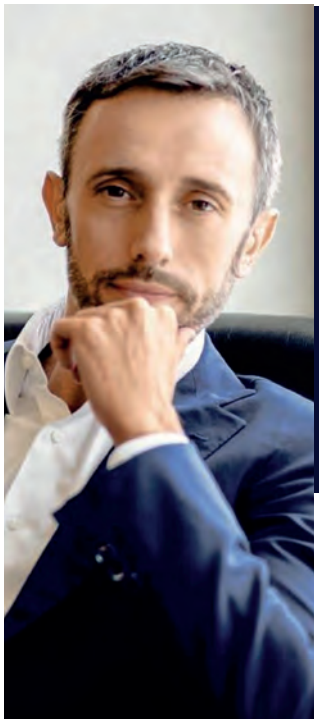
## NON ESSERE VITTIMA DEL GIOCO DELLE TRE CARTE

Dunque, se da una parte riduce, come il canone Rai, dall'altra prende e gli aumenti di queste tasse ne sono la dimostrazione. E ancora, se la riduzione del cuneo fiscale diventa strutturale, il Governo da qualche parte dovrà pur **recuperare questi soldi**.
Un po' come nel gioco delle tre carte, operano nascondendo da una parte e acquisendo dall'altra, trasformando un **aspetto negativo** in qualcosa di apparentemente positivo, spesso per benefici personali.
A farne le spese, come sempre, sono i contribuenti italiani e in particolare le imprese che da anni si battono per la **riduzione della pressione fiscale**. Una battaglia, purtroppo, persa a suon di slogan e promesse da parte di chi deve prendere una decisione. L'unico rimedio per porre fine a questa emorragia di denaro – che dall'impresa passa all'Erario – è avviare al più presto una **strategia di pianificazione fiscale**.

Essa rappresenta l'unico strumento:

• in grado di **ridurre le tasse** della tua impresa;
• che ti consente di **programmare le uscite fiscali** per evitare che la tua azienda rimanga scoperta.

Se pensi che attendere non sia la soluzione, prendi in mano il futuro della tua azienda ed evita di essere vittima del gioco delle tre carte.



**SOLUZIONE TASSE**
Consulting Company

**Fondata da GIANLUCA MASSINI ROSATI, Soluzione Tasse è la società di riferimento per la pianificazione fiscale in Italia. Si avvale di un pool di 35 commercialisti presenti in tutta Italia, specializzati nel risparmio fiscale, che guidano costantemente imprenditori e professionisti verso le strategie più adeguate alle proprie esigenze per abbattere legalmente il carico fiscale.**

# GESTIRE UN'ISPEZIONE IN MODO PROFICUO

***Michele Nogara**
Specialista in Ispezione degli Alimenti di origine Animale (ASL Como - Albo Milano n.2421)
Auditor Sistemi Gestione Salute e Sicurezza OHSAS 18000
Auditor Sistemi Gestione Qualità ISO 9000
Auditor Sistemi Gestione Sicurezza Alimentare ISO 22000
RSPP abilitato per tutti i macrosettori ATECO

**Attuale posizione presso**
**CHENO SERVIZI srl**
**Agenzia formativa Accreditata Regione Lombardia**
**Via Airolo, 4 - Milano**

**Una guida fondamentale per il controllo della sicurezza sul lavoro e dell'igiene alimentare**

Dopo il periodo di tregua determinato dal Covid sono riprese in misura massiccia le ispezioni effettuate nelle varie attività da parte degli enti preposti ai controlli quali ASL, o ATS, o AUSL, Ispettorato del lavoro e Vigili del fuoco. È molto importante gestire le ispezioni dimostrando di avere sotto controllo tutti gli aspetti inerenti la **sicurezza sul lavoro e l'igiene degli alimenti**.

## FATTORI ESSENZIALI

L'igiene degli alimenti e la sicurezza sul lavoro sono, infatti, **elementi fondamentali per salvaguardare l'immagine di un'attività**. In un periodo dove le comunicazioni social hanno un'importanza strategica enorme, non è pensabile essere messi alla gogna qualora dovessero avvenire delle situazioni che potrebbero far pensare alla compromissione dell'igiene degli alimenti, o alla poca cura prestata alla salute degli individui.
Si parla pertanto del **Decreto Legislativo 81 del 2008** per ciò che concerne la sicurezza sui luoghi di lavoro, del **Regolamento CE 852 del 2004** per ciò che concerne la sicurezza alimentare e non dimentichiamo le implicazioni importanti che potrebbero avere su un'organizzazione quelle derivanti dalle contestazioni effettuate in base ai dettami del **Decreto Legislativo n. 231 del 2001**. La cosiddetta legge 231 è nata con l'obiettivo di prevenire i fenomeni legati alla corruzione ma ben presto è stata estesa ai reati relativi alla sicurezza sul lavoro e all'igiene degli alimenti, nonché ai reati ambientali. Durante un'ispezione è quindi fondamentale dimostrare di essere conforme alle norme citate.

## UN UTILE VADEMECUM

Questo articolo vuole essere una sorta di vademecum per i responsabili aziendali, per gli store manager e per tutti coloro che rivestono un ruolo di responsabilità nell'ambito della propria organizzazione.

Per ciò che concerne la **sicurezza sui luoghi di lavoro**, è fondamentale disporre immediatamente del Documento di valutazione dei rischi, corredato naturalmente dalla data certa, e disporre degli attestati di formazione dei lavoratori (sia la formazione base, sia la formazione specifica), la formazione degli addetti antincendio e la formazione degli addetti al primo soccorso.
Laddove sia stato nominato il medico competente, ovvero la figura preposta a salvaguardare i lavoratori dal verificarsi di malattie professionali, è fondamentale

che sia presente la relativa lettera di nomina.
Analogamente è necessario che sia disponibile la lettera di nomina del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione, sottoscritta sia dal datore di lavoro sia da RSPP.
Nei Birrifici sono sicuramente previsti dei DPI (Dispositivi di Protezione Individuale) per i lavoratori. È necessario che siano presenti le lettere di consegna degli stessi sottoscritte dai lavoratori. Infine, occorre che la cassetta di primo soccorso sia accessibile e che contenga tutti i presidi previsti dalle norme cogenti.

Per ciò che concerne la **sicurezza alimentare**, è necessario che sia disponibile il piano di autocontrollo, la copia della segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), o, nel caso di vecchie organizzazioni, la copia dell'autorizzazione sanitaria.
Analogamente a quanto abbiamo già detto per la sicurezza sui luoghi di lavoro è necessario poter disporre immediatamente degli attestati che dimostrano che il datore di lavoro abbia provveduto a formare i lavoratori in merito alla gestione dell'igiene e della sicurezza alimentare.

È molto importante avere a disposizione anche copia del contratto stipulato con l'azienda che effettua il monitoraggio e il contenimento degli infestanti.
Non da ultimo, è importante avere a disposizione le schede tecniche e le schede di sicurezza di detergenti e detersivi.
Queste ultime hanno una duplice importanza, ovvero quella di dimostrare sia l'efficacia delle operazioni di sanificazione e sia che l'azienda ha effettuato una valutazione del rischio chimico basata su dei dati reali.
Il responsabile deve conoscere dove siano disponibili questi documenti.

## IN SINTESI

**Superare efficacemente un'ispezione è determinante per poter dimostrare la capacità della nostra organizzazione di garantire adeguatamente che gli alimenti somministrati siano sicuri e che i lavoratori operino in un contesto sicuro. È pertanto fondamentale che i responsabili dispongano della documentazione che possa dimostrare tale conformità.**

DISTRIBUZIONE HORECA

# È UN PROGETTO EDITORIALE DEDICATO AGLI ATTORI DELLA FILIERA DISTRIBUTIVA

## BEVERAGE • FOOD • DOLCIARIO • FREDDO

**DH** È L'ORGANO UFFICIALE
DI **RETE DI IMPRESA DISTRIBUTORI HORECA ITALIA**
CHE RIUNISCE TREDICI OPERATORI,
TRA CONSORZI E SOCIETÀ,
CON L'OBIETTIVO COMUNE DI FAR SENTIRE
LA PROPRIA VOCE ALLE ISTITUZIONI.

RETE HO.RE.CA.
RETE DI IMPRESA DISTRIBUTORI HO.RE.CA. ITALIA

# SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ SOCIALE

## Questi i valori di Fonte Margherita 1845

È riconosciuta come l'acqua minerale delle Piccole Dolomiti, imbottigliata nelle originali bottiglie in vetro da 80 cl, da 44 cl e da 27,5 cl e nel comodo brick eco-friendly. La buona acqua oligominerale è anche negli aperitivi e nelle bevande. Nei suoi tre stabilimenti Fonte Margherita 1845 viene distribuita in Italia e all'estero prevalentemente nell'horeca di qualità. Oltre alla purezza dell'acqua gli operatori del fuoricasa gli riconoscono diverse qualità, dal sapore neutro che esalta il gusto dei cibi e dei piatti a cui si accompagna, all'originalità del design della bottiglia in vetro ispirato a quella degli anni Sessanta rivisitato in chiave contemporanea. Il **brick Fonte Margherita 1845** in cartone riciclabile da 50 cl è comodo, si può trasportare nella propria borsa e contiene l'acqua oligominerale naturalmente povera di sodio, che sgorga dalla sorgente Camonda. Piacevole e accattivante anche il suo design. Gli aperitivi analcolici **Spritz Zero**, **Gin Tonica Zero** e **Bellini Zero** nelle bottiglie di vetro da 27,5 cl sono gustosi aperitivi realizzati con l'acqua minerale delle Piccole Dolomiti e selezionati aromi naturali, senza coloranti artificiali e senza alcool. Con questi tre aperitivi l'azienda veneta promuove una forma di socialità responsabile, la possibilità cioè di divertirsi e di socializzare bevendo analcolici. Le apprezzate **bevande Fonte Margherita 1845** nelle bottiglie di vetro da 27,5 cl sono disponibili in otto gusti e sono realizzate con acqua minerale e aromi naturali. Niente coloranti artificiali per una bibita sana e gustosa che rispetta l'ambiente e la genuinità delle produzioni italiane.

# SAVE THE DATE

vinitaly

**VERONA – ITALIA**
**VINITALY**

salone internazionale
dei vini e dei distillati

**dal 14 al 17 aprile 2024**
**www.vinitaly.com**

HOSPITALITY IL SALONE DELL'ACCOGLIENZA

**RIVA DEL GARDA – ITALIA**
**HOSPITALITY**

la più completa fiera italiana B2B
dedicata al settore dell'ospitalità
e della ristorazione

**dal 5 al 8 febbraio 2024**
**www.hospitalityriva.it**

CIBUS

**PARMA – ITALIA**
**CIBUS**

salone internazionale
dell'alimentazione

**dal 7 al 10 maggio 2024**
**www.cibus.it**

BEER&FOOD ATTRACTION
THE EATING OUT EXPERIENCE SHOW

**RIMINI – ITALIA**
**BEER&FOOD ATTRACTION**

evento che riunisce in un solo
appuntamento la più completa offerta
nazionale e internazionale di birre,
bevande, food e tendenze

**dal 18 al 20 febbraio 2024**
**www.beerandfoodattraction.it**

# RISTORIS: ECCELLENZA E VARIETÀ NELLA RISTORAZIONE PROFESSIONALE

**Selezione accurata e una gamma ampia di specialità alimentari**

Ristoris seleziona, produce e distribuisce specialità alimentari destinate alla ristorazione professionale in Italia e nel mondo. È attentissima ad ogni scelta che porta al prodotto: solo così si può parlare di qualità eccellente. Le materie prime vengono selezionate accuratamente, privilegiando ogni volta che è possibile l'origine italiana. Le lavorazioni seguono lo stesso principio e per questo avvengono in stagione, "da prodotto fresco", in stabilimenti certificati secondo i più rigidi standard internazionali (ISO/ BRC/ IFS). La sintesi di questo modo di pensare è nella nostra linea Elite, punto d'incontro tra le migliori materie prime e innovativi metodi di lavorazione. Poter scegliere è uno dei lussi che Ristoris riserva ai clienti. Per questo la gamma di prodotti è molto ampia, sia per categorie di prodotto che per specifiche referenze. Un'ampia scelta di olive, carciofi, pomodori, funghi, sughi e salse. Specialità tipiche regionali che si affiancano a scelte più internazionali. Selezioni dedicate al mondo del catering e delle pizzerie, con un prezzo competitivo e una resa altissima. E poi la possibilità di realizzare prodotti speciali che soddisfino le esigenze più particolari dei nostri clienti.
Lavorare per soddisfare tutti non è mai un'ambizione troppo alta.
**Ristoris è l'Italia che si gusta.**

HOSPITALITY #HOSPITALITYRIVA hospitalityriva.it

Riva del Garda Fierecongressi

**L'AZIENDA CHE VORRÀ ADERIRE AL CONTRATTO DI RETE, DEVE PRESENTARE LA DOMANDA A MEZZO PEC: RETEHORECA@PEC.IT**

allegando:

- la denominazione o la ragione sociale
- la sede con indirizzo completo
- l'indicazione dell'oggetto sociale e l'attività effettivamente svolta
- l'autocertificazione attestante che non si è assoggettati a procedure concorsuali o che il titolare non è stato interdetto dall'esercizio di attività imprenditoriale
- la dichiarazione che attesti di conoscere ed accettare le condizioni del contratto di rete

**GIUSEPPE ARDITI**
Vice Presidente
con delega
rapporti con le istituzioni

**ROBERTO SANTARELLI**
Direttore

**ROMOLO LANCIOTTI**
Vice Presidente
con delega
rapporti con le aziende

**GIORGIO CARLINO**
Segretario
e coordinatore tecnico

## IMPRESE ADERENTI

ADB Group Distribuzione Bevande

albaris

cateringross

Cooperativa Italiana Catering

Consorzio Bottiglierie Fiorentine

CODIT

HORECA

INTESA gruppo distributori indipendenti

URSA MAJOR Persone che guardano avanti

Ristopiù Firma la Ristorazione

SIA Soluzioni & Strategie nel Packaging

**Partner strategici**

AGroDiPAB Associazione Grossisti Della Distribuzione Di Prodotti Alimentari E Bevande

## ADERISCI AL PROGETTO

## CONTATTI RETE


**Rete di impresa**
**C.so Marche,**
**36 - 10146 Torino**

Tel 011773-2407/1675
Fax 011 720415
retehoreca@pec.it
info@retedistributorihoreca.it

## I NOSTRI INSERZIONISTI


| | |
|---|---|
| ARIONE | PATELLA COVER |
| CANTINE RIUNITE & CIV | 17 |
| COLPO GROSSO | III |
| DÉLIFRANCE | 5 |
| HIRT | 19 |
| ITALIAN EXHIBITION GROUP | 29-53 |
| KIEM | II |
| KÜHBACHER | 7 |
| ONESTIGROUP | IV |
| RIVA DEL GARDA FIERE | 63 |
| SAN BERNARDO | 25 |
| SERENA WINES | 11 |
| TUTTOPRESS EDITRICE | 59 |
| ZINI ALIMENTARI | 15 |




## ORGANO UFFICIALE DI STAMPA

RETE HO.RE.CA.
RETE DI IMPRESA DISTRIBUTORI HO.RE.CA. ITALIA

**EDITORE INCARICATO**
TUTTOPRESS EDITRICE Srl
Sede Legale e operativa:
Via Paolo Onorato Vigliani, 13 - Milano - 20148
Tel. 02 6691692 r.a.

**Direttore Editoriale**
Roberto Santarelli
r.santarelli@tuttopress.com

**Direttore Responsabile**
Roberto Santarelli
r.santarelli@tuttopress.com

**Coordinatrice di Redazione**
Daniela Penna
d.penna@tuttopress.com

**Collaboratori**
Paolo Andreatta – Dario Bussolin – Michele Nogara
Gianluca Massini Rosati – Morena Scotti – Lorena Tedesco

**Art direction**
Alessandro Malivindi
grafica@tuttopress.com

**Fotografie**
Carlo Anastasio – Archivio Tuttopress

**Direttore Commerciale**
Roberto Santarelli
r.santarelli@tuttopress.com

**Coordinamento materiale pubblicitario**
Paola Bertaglia
p.bertaglia@tuttopress.com
Tel. 02 6691692

**Abbonamenti**
abbonamenti@tuttopress.com
Tel. 02 6691692
Spedizione in abbonamento:
Conto Corrente: Banca Popolare di Sondrio
IT92 S056 9601 6060 0000 6329 X89
Abbonamenti *(inclusa Iva)
Annuale Italia 18,00 euro
Estero 24,00 euro

**Fotolito e Stampa:**
Tecnostampa - Pigini Group - Printing Division - Loreto - Trevi

**TUTTOPRESS Editrice Srl** pubblica anche
Il Mondo della Birra e HMR Hospitality Management Review

**DH** - 6 numeri l'anno + 1 speciale
Registrazione del Tribunale di Milano n.1 del 05.01.2022
**Conto Contrattuale** 30053784-008

La percentuale della pubblicità non supera il 45%.
Ai sensi degli artt. 7 e 10 del decreto legislativo 196/2003 informiamo che i dati personali sono trattati dalla Tuttopress Editrice Srl, via Paolo Onorato Vigliani, 13 - 20148 Milano.
Le finalità del trattamento dei dati sono l'invio del presente periodico e/o di eventuali proposte di abbonamento e/o la trasmissione di iniziative editoriali e/o commerciali della Tuttopress Editrice Srl.
I dati saranno trattati con le finalità sopra esposte. In ogni momento è possibile esercitare il diritto di ottenere l'aggiornamento, la rettifica, l'integrazione e la cancellazione dei dati inviando una richiesta scritta alla Tuttopress Editrice Srl - Responsabile Trattamento Dati - via Paolo Onorato Vigliani, 13 - 20148 Milano, iscrizione al R.O.C. Registro degli Operatori di Comunicazione con il numero 7259 del 30/11/2001. Spedizione in abbonamento. Proprietà letteraria e artistica riservata. Non si restituiscono manoscritti, disegni e fotografie anche se non pubblicati. *L'Iva pagata sugli abbonamenti, nonché sui fascicoli è conglobata nel prezzo di vendita: il cessionario non è tenuto ad alcuna registrazione ai fini IVA (Art. 25 del D.P.R., n. 633/1972) e non può parimenti, sempre ai fini di tale imposta, effettuare alcuna detrazione.
In considerazione di ciò l'Editrice non rilascia fattura.

Ai Chiostri Milano

Via San Barnaba, 48
+39 351 36 13 716
info@aichiostrimilano.it

# Glamour events nel cuore di Milano

in un ex convento del 1400

***Allestiamo i locali dei Chiostri e le Sale per eventi e conventions fino a 400 persone***

**CHATTA CON GIULIA LA SUPER EVENT PLANNER**

**Ci troviamo all'interno della Fondazione Umanitaria alle spalle del tribunale e vicino al policlinico**

aichiostrimilano.it

ALPESTRE.COM

# Scopri i Nuovi 5 volti Alpestre

ALPESTRE
DAL 1857
DEI REV. FRATELLI DI CARMAGNOLA
DISTILLERIA SAN GIUSEPPE

BEVI RESPONSABILMENTE

distribuito da onestigroup.com