



**RASSEGNA STAMPA**  
**MAGGIO – LUGLIO 2011**

## Gruppo Argenta acquisisce Eurmatik

*Vending* Importante operazione conclusa da Argenta. Il gruppo, attivo in Italia nel settore della distribuzione automatica e semiautomatica, ha finalizzato l'acquisizione di Eurmatik, azienda di Fagnano Olona (Va) appartenente al Gruppo Coca Cola Hellenic Bottling Company S.A. e da quarant'anni presente in tutti i segmenti della distribuzione automatica food&beverage: in particolare, nell'ultimo triennio ha registrato una crescita del 25 per cento con un fatturato 2010 di circa 15 milioni di euro. Grazie all'acquisizione di Eurmatik, Argenta, controllata da Cognetas – società europea indipendente di private equity specializzata in operazioni di media dimensione – potenzia il core business, estende la presenza sul territorio nazionale e incrementa la propria leadership nel mercato del vending. Il 'peso' di Argenta è testimoniato dalla rilevanza dei suoi numeri: oltre 180 milioni di euro di fatturato nel 2010, 130.000 distributori, fra automatici e OCS (Office Coffee Service), installati da circa 74.000 clienti e quasi due milioni di erogazioni al giorno.

P.G.

**ZERO EMISSIONI**

## La mobilità elettrica entra in azienda Il primo Berlingo consegnato a Henkel

*Oltre alle quattroruote ecologiche si lavora sugli spostamenti verdi dei dipendenti, sull'efficienza energetica e sul risparmio dell'acqua*

È sempre più attiva **Renault** nel campo delle vetture elettriche. Dopo l'accordo con **A2a** per "elettrizzare" le città di Milano e Brescia (vedi n. 27 di *Energia24*), il progetto E-moving allarga il raggio d'azione verso le aziende. Con un'idea di flotta a zero emissioni. Il primo Berlingo è stato consegnato a Henkel Italia. La sede di Milano è stata equipaggiata con una vettura e una colonnina di ricarica: «Abbiamo deciso di aderire al progetto di Renault - spiega **Giacomo Archi**, presidente e ad di Henkel Italia - con la richiesta di un veicolo commerciale a disposizione per il trasporto di oggetti e documenti tra Milano e le principali unità produttive per un raggio di 50 km. Per la mobilità sostenibile ci impegniamo anche utilizzando pony in bicicletta per il 100% dei nostri scambi e agevolando i nostri dipendenti grazie ad accordi con **Ferrovie Nord** e **Atm**, oltre alla promozione del car pooling». La soluzione elettrica è adatta per spostamenti di corto raggio, non

ha senso per chi macina tanti chilometri. «L'87% degli spostamenti quotidiani in Europa è inferiore ai 60 km - afferma **Jacques Bousquet**, presidente di Renault Italia -: noi non vogliamo coprire quote di mercato troppo alte. Raggiungere anche solo il 10% di mobilità elettrica nel mercato mondiale equivale a un numero di 5-6 milioni di veicoli».

**Riduzione delle emissioni**

L'Ue ha stabilito che le emissioni inquinanti dei veicoli nel 2012 non dovranno superare i 130 grammi per chilometro; e nel 2020 95 grammi: «Nel 2010 Renault si è attestata su una media di 137 g/km - spiega Bousquet -. Per il 2013 puntiamo a meno di 120 g, per il 2016 meno di 100 e per il 2020 arriveremo a 95 grammi».

Renault ha investito 4 miliardi (e 1 miliardo per **Nissan**, che fa parte del Gruppo) per rendere i veicoli elettrici alla portata di tutti. Abbiamo pensato a una modalità "one



Giacomo Archi e Jacques Bousquet durante la consegna della prima auto elettrica aziendale

stop shopping", che prevede che il concessionario auto sia l'unica interfaccia per il cliente: la batteria sarà noleggiata tramite un canone mensile (assorbito dal costo minore del "pieno" e della manutenzione) e tutta la parte di assistenza tecnica e di fornitura energetica sarà gestita dal concessionario». I francesi ci credono e non si fermano: affermando di avere molte richieste anche da parte di regioni italiane e Paesi esteri: «I progetti sono troppi, oltre la nostra capacità - sottolinea Bousquet -. Per ora abbiamo stipulato un accordo con **Daimler** per realizzare le prossime generazioni di Twingo e Smart elettriche nel 2014. Perché sono passati i tempi in cui ogni costruttore lavora per conto suo. Dato che i fornitori spesso sono gli stessi, è utile collaborare e integrare le diverse tecnologie». Il progetto E-moving va avanti: flotte elettriche anche per **Sodexo**, **Gruppo Argenta** e **Tnt**.

**La visione sostenibile di Henkel**

Henkel lavora attivamente su progetti di sostenibilità in diversi settori: acqua, salute e sicurezza, progresso sociale, utilizzo dei materiali, energia e clima.

I risultati dal 1978 al 2007 registrano una riduzione dei consumi e un miglioramento della sicurezza secondo le seguenti quote:

- materiali e rifiuti: -37%
- energia: -40%
- acqua: -48%
- incidenti sul lavoro: -86%

Per il 2012 l'azienda si è posta i seguenti ulteriori obiettivi di decremento:

- materiali e rifiuti: -10%
- energia: -15%
- acqua: -10%
- incidenti sul lavoro: -20%

Inoltre lo storico stabilimento di Ferentino (Fr) dal 2007 è dotato di un cogeneratore e tutte le altre sette sedi italiane utilizzano energia rinnovabile.

 Chiara Scalco

INTERVISTA

Alessandra Bergamo

Gruppo Argenta

# Minori certezze, ma stipendi più alti

■ Alessandra Bergamo è la direttrice delle risorse umane del Gruppo Argenta, azienda leader nella distribuzione automatica di cibi, bevande e altri prodotti. Ma è anche una manager di lungo corso che ha studiato e analizzato il modo in cui gli individui si approcciano al lavoro. «E posso dire che ho visto dei grandi cambiamenti, soprattutto negli ultimi anni».

## Cambiamenti di che tipo?

È sempre più frequente, ad esempio, che un candidato a una posizione aperta nel nostro gruppo chieda una tipologia contrattuale non rigida, che consenta anche al lavoratore una flessibilità di orario, movimento e operatività più ampia rispetto a quella consentita da un contratto a tempo indeterminato. Di contro, in cambio di questa minore certezza, chiedono una retribuzione che sia fortemente legata ai risultati, con degli obiettivi di medio termine da raggiungere.

**Quindi nessun timore di perdere il posto?**

No, soprattutto da parte di chi ha già acquisito una buona esperienza nel proprio settore. Questi lavoratori sanno bene di essere delle risorse per le aziende, e sono loro i primi a dire che non vogliono un posto a tempo indeterminato che rischia di limitarne i movimenti.

## Chi sono questi lavoratori?

Sono manager che hanno già sviluppato la loro carriera altrove e che chiedono di poter fruttare in azienda la loro esperienza, o sono persone che arrivano da esperienze imprenditoriali. Questi ultimi in particola-



Alessandra Bergamo di Argenta

re hanno magari un interesse verso determinati ambiti e vogliono approfondirli, ma non hanno alcuna intenzione di diventare dei dipendenti: finito il loro compito potrebbero tornare a lavorare in proprio.

## Per le aziende dov'è il beneficio?

Innanzitutto nel fatto che molte, ad esempio tra le piccole e medie, non avrebbero la possibilità di assumere questi lavoratori così esperti in pianta stabile. Offrendo invece contratti flessibili in cambio di una remunerazione elevata legata agli obiettivi riescono a poter utilizzare queste professionalità. E poi c'è un beneficio per l'intera struttura: si abbate lo stress e ci si focalizza sui compiti.

## In che senso?

Nel senso che se si porta avanti una politica di questo genere, si ha una forte focalizzazione sul business e non si disperdono le energie in altre attività che nulla hanno a che fare con il lavoro. Chi occupa una determinata posizione nell'impresa lo fa non per "politiche" aziendali o altro, ma per conseguire un obiettivo. In questo modo si abbattano le tensioni, lo stress è solo positivo e non legato a gelosie e si lavora meglio insieme perché tutti hanno interesse a collaborare e a portare a casa il risultato.



**DISTRIBUZIONE-RISTORAZIONE : ARGENTA E ALGIDA SIGLANO UNA PARTNERSHIP PER LA DISTRIBUZIONE DI CAFÈ ZERO E FRUIT ZERO NELLE VENDING MACHINES**



**Argenta, leader nel mercato della distribuzione automatica e semiautomatica, e Algida-Unilever hanno siglato una partnership per la distribuzione automatizzata di Café Zero, il rinfrescante prodotto a marchio Algida, che unisce tutto il piacere del gelato alla freschezza dei microcristalli**

**di ghiaccio. Da oggi, per la prima volta, Café Zero° è disponibile nelle vending machine Argenta o nei negozi automatizzati Brekky. Tutto il piacere del caffè, in tre esclusive varianti Espresso, Cappuccino e Mocaccino, e della frutta nei nuovi gusti: Peach & Love, al gusto di**

**pesca e frutto della passione, e Red Kiss, con frutti rossi e guaranà. Sempre a disposizione ovunque e in qualunque momento per un piacere immediato, rinfrescante e che dura a lungo.**

Dopo il successo riscontrato nella distribuzione tradizionale, ora, con l'ingresso nelle vending machines, Café Zero e Fruit Zero toccheranno un numero ancora maggiore di clienti in occasioni di consumo fino ad oggi non raggiunte (negli uffici, nelle aziende, etc). Per la vendita di questi prodotti, Argenta utilizza nuovi distributori automatici che, grazie a una tecnologia innovativa, sono in grado di mantenere ciascun prodotto alla propria temperatura, differenziando i gradi per ogni categoria di alimento. Café Zero e Fruit Zero, infatti, sono caricati in distributori completamente dedicati, grazie allo speciale modello di Iarp Laser 6 M ICE, di cui Argenta si è dotata sul mercato. Laser 6 M ICE è un distributore di ultima generazione a vetrina, compatta e comprensiva di un'ampia riserva, che semplifica notevolmente i tempi e i processi della logistica. La novità consiste nello scomparto a bassa temperatura concepito appositamente per la conservazione e la distribuzione di Café Zero°, il quale viene gestito a una temperatura più alta rispetto ai gelati. Oltre a garantire un alto livello di isolamento termico e un conseguente risparmio energetico importante, Laser 6 M ICE è in grado di contenere 10 diversi prodotti visibili, a cui se ne aggiungono altri 200 nel freezer di riserva. La distribuzione di Café Zero e Fruit Zero rientra nel progetto "Il Fresco col Sorriso", lanciato da

Argenta nel 2010: un modello distributivo pensato appositamente per preservare la catena del freddo grazie all'utilizzo di automezzi comprensivi di celle frigorifere che garantiscono la massima integrità e qualità del prodotto. In tal modo, oltre ad accorciare la catena distributiva, le caratteristiche dei prodotti rimangono inalterate evitando inutili sprechi.

"La collaborazione con Algida è un successo consolidato ormai da alcuni anni con la distribuzione dei gelati. Questa nuova partnership conferma il nostro posizionamento raggiunto in questi anni di leadership di mercato e innovazione, dal punto di vista sia del prodotto che della tecnologia impiegata" ha commentato Luciano Iannuzzi, Amministratore Delegato di Argenta. "Argenta, da sempre attenta a fornire le migliori macchine e i migliori prodotti ha scelto da anni la qualità di Algida e la sua leadership sul mercato. Il business delle vending machine è in forte espansione grazie al costante investimento sulla qualità e innovazione e rappresenta una grande opportunità anche per il gelato che ha ancora alti margini di crescita in questo canale. Nel 2011 Argenta ed Algida si sono nuovamente scelte per intraprendere un nuovo successo creando delle vending machine dedicate a Café Zero°, un prodotto innovativo che, per le sue caratteristiche che lo rendono unico ed inimitabile, si sposa perfettamente con Argenta. Grazie a questa collaborazione, Café Zero° sarà da quest'anno ancora più vicino ai consumatori, che lo avranno sempre a disposizione nelle più disparate location come l'ufficio, per una pausa di piacere o in palestra per una ricarica immediata e rinfrescante!" ha affermato Paolo Radi, Vice President OOH di Algida.

#### **INFOFLASH/ARGENTA**

Fondata nel 1968, Argenta è stata tra i primi operatori nel mercato italiano del vending, di cui oggi è leader di mercato nazionale sotto la guida dell'Amministratore Delegato Luciano Iannuzzi. Con un fatturato di 200 milioni di euro, l'azienda è presente con circa 20 sedi operative sul territorio nazionale e conta 1.500 addetti oltre che una flotta aziendale di 1000 mezzi. Argenta è stata acquisita nel 2008 da Cognetas, società europea indipendente di private equity specializzata in operazioni di media dimensione nei settori business services, healthcare, industrial e consumer.

#### **INFOFLASH/ALGIDA**

Algida nasce nell'immediato dopoguerra ed è diventata nel tempo l'icona del gelato industriale. Il primo prodotto venuto alla luce era un gelato alla panna ricoperto di cacao magro sorretto da un bastoncino di legno: si chiamava Cremino. Da allora il marchio Algida, che oggi appartiene al gruppo multinazionale Unilever, è diventato sinonimo di qualità, innovazione ed è oggi la marca più conosciuta in Italia con i brand che sono nel cuore degli italiani da più di 60 anni. Una capillare rete distributiva composta da 170 concessionari esclusivisti e più di 1200 venditori è in grado di servire ogni località italiana e di assicurare a tutti il rispetto della "catena del freddo": il prodotto viene trasportato alla temperatura ottimale fino ai banchi di vendita degli esercenti al dettaglio, mantenendo inalterate le proprie caratteristiche.

14 Giugno 2011

Distribuzionemoderna.it

## Argenta sigla accordo con Algida per Cafè Zero



Da oggi Cafè Zero è disponibile nelle vending machine Argenta o nei negozi automatizzati Brekky nelle tre varianti al caffè (Espresso, Cappuccino e Mocaccino) e della frutta (nei nuovi gusti: Peach & Love, alla pesca e frutto della passione, e Red Kiss, con frutti rossi e guaranà).

Dopo il successo riscontrato nella distribuzione tradizionale, ora, con l'ingresso nelle vending machines, Cafè Zero e Fruit Zero toccheranno un numero ancora maggiore di clienti in occasioni di consumo fino ad oggi non raggiunte (negli uffici, nelle aziende, etc).

Per la vendita di questi prodotti, Argenta utilizza nuovi distributori automatici che, grazie ad una tecnologia innovativa, sono in grado di mantenere ciascun prodotto alla propria temperatura, differenziando i gradi per ogni categoria di alimento.

## Argenta, accordo con Algida per Cafè Zero e Fruit Zero



Argenta, protagonista della distribuzione automatica e semiautomatica, e Algida-Unilever hanno siglato una partnership per la distribuzione automatizzata di Cafè Zero Algida, che da metà giugno è disponibile nelle vending machine Argenta o nei negozi automatizzati Brekky, nelle tre varianti Espresso, Cappuccino e Mocaccino, e della frutta nei nuovi gusti: Peach & Love, al gusto di pesca e frutto della passione, e Red Kiss, con frutti rossi e guaranà.

Con l'ingresso nelle vending machines, per Cafè Zero e Fruit Zero Unilever Italia e Argenta puntano a conquistare nuovi target di clienti in occasioni di consumo fino a oggi non raggiunte (uffici, aziende, ecc). Per la loro vendita, Argenta utilizza nuovi distributori automatici che, grazie a una tecnologia innovativa, sono in grado di mantenere ciascun prodotto alla propria temperatura, differenziando i gradi per ogni categoria di alimento.

Cafè Zero e Fruit Zero sono caricati in distributori completamente dedicati, grazie allo speciale modello di Iarp Laser 6 M Ice, di cui Argenta si è dotata sul mercato. Laser 6 M Ice è un distributore di ultima generazione a vetrina, compatta e comprensiva di un'ampia riserva, che semplifica notevolmente i tempi e i processi della logistica. La novità consiste nello scomparto a bassa temperatura concepito appositamente per la conservazione e la distribuzione di Cafè Zero®, il quale viene gestito a una temperatura più alta rispetto ai gelati.

Oltre a garantire un livello adeguato di isolamento termico e un conseguente risparmio energetico, Laser 6 M Ice è in grado di contenere 10 diversi prodotti visibili, a cui se ne aggiungono altri 200 nel freezer di riserva. La distribuzione di Cafè Zero e Fruit Zero rientra nel progetto "Il Fresco col Sorriso", lanciato da Argenta nel 2010: un modello distributivo pensato appositamente per preservare la catena del freddo grazie all'utilizzo di automezzi refrigerati.

Nel 2010 Argenta – acquisita nel 2008 da Cognetas, società europea di private equity specializzata in operazioni di media dimensione – ha raggiunto un fatturato di 200

milioni di euro. L'azienda sotto la guida dell'amministratore delegato Luciano Iannuzzi è presente con circa 20 sedi operative sul territorio nazionale e conta 1.500

addetti e una flotta aziendale di 1.000 mezzi.

Per il marchio Algida, il gruppo Unilever ha attivato in Italia una rete distributiva composta da 170 concessionari esclusivisti e oltre 1.200 venditori.

# CarpiEstate non rinuncia alle star

Quest'anno arriveranno tra gli altri Beppe Servillo, Raphael Gualazzi e Marco Travaglio

di SILVIA SARACINO

**OLTRE 300 EVENTI** tra musica, spettacolo e dibattiti, con artisti quali Beppe Servillo, Joanas Policewoman e Marco Travaglio. A fronte delle magre risorse finanziarie disponibili quest'anno per organizzare il cartellone di CarpiEstate, il Comune ha smobilitato sponsor in tutta la città per riuscire a mettere insieme un programma appetibile. Dai privati arriva infatti il 70% delle risorse necessaria a CarpiEstate, il risultato è un palinsesto senza 'effetti speciali' ma con alcuni nomi di grido che attireranno il pubblico.

«Il costo della CarpiEstate è di circa 80mila euro, siamo riusciti a spendere il 30% in meno dello scorso anno - spiega l'assessore alla Cultura Alessia Ferrari - ringraziamo gli sponsor in particolare Gruppo Argenta e Banco San Geminiano e San Prospero».

La location principale di CarpiEstate sarà piazzale Re Astolfo, dove si concentreranno eventi musicali a cominciare dal concerto evento Imarts Festival, organizzato dall'agenzia International Music and Art's. Quest'anno gli organizzatori hanno scelto piazzale Re Astolfo, meno difficile da riempire rispetto alla sterminata piazza Martiri. Si esibirà il 26 luglio Raphael Gualazzi, nuovo talento del jazz che ha spopolato nell'ultimo festival di Sanremo, mentre il 27 luglio salirà sul palco Joanas Policewoman, aprirà il concerto



La cantante Joanas Policewoman e Beppe Servillo che porterà a Carpi il repertorio di Adriano Celentano. A sinistra, Salvatore Borsellino

la 24enne l'Aura. (i concerti di Imarts sono a pagamento).

Altro appuntamento di spicco una delle tappe carpigiana del festival Mundus, lo spettacolo 'Memorie di Adriano', in programma l'11 luglio. Le canzoni di Adriano Celentano saranno interpretate dalla magica voce di Beppe Servillo, la tromba di Fabrizio Bosso, Javier Girotto al sax.

Tra gli altri appuntamenti di Mundus, il concerto del gruppo italo-palestinese Radiodervish, il 20 luglio in piazza Garibaldi.

La pungente oratoria di Marco Travaglio arriverà a Carpi il 10 luglio con lo spettacolo Anestesia totale, organizzato da Studio's e Radio Bruno. Lo spettacolo vedrà sul palco Travaglio assieme a Isa-

bella Ferrari impegnata a leggere riflessioni di Indro Montanelli.

Il filone del dibattito è incentrato sul tema delle mafie, con due incontri dal titolo 'Ne vale la pena'. Arriveranno a Carpi il magistrato Armando Spataro, il 28 giugno nel cortile d'onore di Palazzo Pio, e Salvatore Borsellino, fratello del giudice Paolo Borsellino, il 12 luglio in piazza Garibaldi. Condurrà gli incontri Pierluigi Senatore caporedattore di Radio Bruno. Il 18 luglio in piazzale Re Astolfo spettacolo 'Mafie in pbera Terra, il sapore d in collaborazione con A corollario, ripartir appuntamenti classici carpigiana, dal cinema San Rocco agli appun biblioteca.

## NON SOLO MUSICA

### Impegno civile

Molti dibattiti ruoteranno attorno al tema della lotta alle mafie. Ospiti previsti, il fratello del giudice Paolo Borsellino, Salvatore, e il pubblico ministero milanese Armando Spataro



### Gli sponsor

L'insieme delle manifestazioni costerà 80mila euro ma gran parte della spesa verrà sostenuta da privati, come il gruppo Argenta e il Banco San Geminiano e San Prospero

## Il Beach Club all'insegna del lusso con offshore e Lamborghini

— CINQUALE —

**LUSSO**, velocità e adrenalina al Beach Club Versilia con "Speed event 2011". Per sette giorni a partire da oggi, e fino a domenica 3 luglio, l'esclusivo locale della costa apuana si trasformerà in autodromo naturale, dove ammirare e provare i potentissimi offshore del "Cigarette Racing Team" (Seahorse International) nel porticciolo, e bellissime Lamborghini all'ingresso del Beach, dalle ore 10 alle 19. Organizzato da "The Fantastic 1",

con marchi prestigiosi come "Cigarette Racing Team", Lamborghini Automobili, Gruppo Argenta Studio-ti, King Rent, Cantieri di Sarnico, Sporting Club Cinquale, Principe Forte dei Marmi e Bindi Dessert, lo "Speed Event", sarà accompagnato da due appuntamenti mondani (e privati), oggi e sabato 2 luglio, firmati "TF1". E' invece firmato "Heineken" l'evento centrale con il beach party, domenica a partire dalle ore 20. Info su [www.beachclubversilia.it](http://www.beachclubversilia.it). oppure telefono 0585 / 807.876.



HOME

## Il Beach club versilia ospita dal 25 giugno al 3 luglio, lo Speed Event 2011



(1 voto)

Valutazione utente: / 1

Scarso Ottimo

[Valuta questo articolo](#)

Scritto da Posted

venerdì 24 giugno 2011



Lusso, velocità e adrenalina al Beach Club con "Speed Event 2011". Per sette giorni, da sabato 25 giugno a domenica 3 luglio, l'esclusivo resort di Cinquale (Ms) si trasformerà in un autodromo naturale tra l'asfalto e le onde del mare della Versilia dove tutti, ma proprio tutti potranno ammirare, e soprattutto provare (dalle 10 alle 19), i potentissimi offshore del Cigarette Racing Team (Seahorse International) e bellissime Lamborghini. Organizzato da The Fantastic 1, insieme a marchi prestigiosi come Cigarette Racing Team, Lamborghini Automobili (Centro Lamborghini Milano e Padova), Gruppo Argenta, Studio-ti, King Rent, Cantieri di Sarnico, Sporting Club Cinquale, Principe Forte dei Marmi e Bindi Dessert, lo Speed Event 2011, sarà accompagnato da due appuntamenti mondani (e privati), sabato 25 giugno e sabato 2 luglio firmati da TF1. Gli off shore saranno ospitati all'interno del porticciolo privato, mentre le Lamborghini all'ingresso del Beach Club. E' invece firmato dalla Heineken l'evento centrale con il beach party in agenda domenica a partire dalle ore 20.

---

24 Giugno 2011

Viviversilia.it

DISTRIBUZIONE-RISTORAZIONE : VIVERE L'ESTATE CON ARGENTA & BREKKY POINT BEACH IN VERSILIA



L'area break sarà presente per tutta l'estate presso il rinomato Beach Club di Cinquale, in Versilia, offrendo prodotti drink & food e non solo. Brekky Point Beach by Argenta, dalla divertente grafica dal sapore estivo, è disponibile 24 ore su 24 permettendo così di dissetarsi o fare uno spuntino dopo una nottata in discoteca oppure di acquistare un prodotto da spiaggia dimenticato a casa, senza doversi allontanare dal proprio lettino. Argenta non

si ferma e con questa iniziativa dimostra ancora una volta di far fede al suo obiettivo principale: innovare il mercato e trovare soluzioni sempre nuove per i consumatori finali, anche in vacanza.

L'installazione, posta all'ingresso del Beach Club ed inaugurata lo scorso 25 giugno in occasione dell'esclusivo evento di offshore Speed Event 2011, organizzato dall'agenzia The Fantastic One, si contraddistingue non solo per la classica fornitura di snack e bevande per il vending ma soprattutto per la presenza di alternativi prodotti personal care adatti per la tipica giornata in spiaggia: tra gli altri per esempio occhialini per proteggersi dal sole, burro cacao, deodorante, crema idratante, fermagli per capelli e molti altri accessori utili per far fronte all'esigenza del momento.

## GRUPPO ARGENTA &gt; "Il Fresco col Sorriso" conquista Cafè Zero e Fruit Zero di Algida



Argenta e Algida siglano una partnership per la distribuzione di Cafè Zero e Fruit Zero nelle vending machine. Per la prima volta il prodotto top Algida dell'estate fa il suo ingresso nel settore della DA attraverso i distributori Argenta e i negozi automatizzati Brekky.

Gruppo Argenta e Algida-Unilever hanno siglato una partnership per la distribuzione automatizzata di Cafè Zero e Fruit Zero, i rinfrescanti prodotti a marchio Algida, che uniscono il piacere del gelato alla freschezza dei microcristalli di ghiaccio.

Il gusto del caffè in tre varianti Espresso, Cappuccino e Mocaccino, e della frutta nei nuovi gusti: Peach & Love, al gusto di pesca e frutto della passione, e Red Kiss, con frutti rossi e guaranà, dopo il successo riscontrato nella distribuzione tradizionale, ora, con l'ingresso nelle vending machine, toccheranno un numero ancora maggiore di clienti in occasioni di consumo fino ad oggi non raggiunte (uffici, aziende, etc).

La distribuzione di Cafè Zero e Fruit Zero rientra nel progetto "Il Fresco col Sorriso", lanciato dal Gruppo Argenta nel 2010: un modello distributivo pensato appositamente per preservare la catena del freddo grazie all'utilizzo di automezzi comprensivi di celle frigorifere che garantiscono l'integrità e la qualità del prodotto. In tal modo, oltre ad accorciare la catena distributiva, le caratteristiche dei prodotti rimangono inalterate evitando inutili sprechi.

"La collaborazione con Algida è un successo consolidato ormai da alcuni anni con la distribuzione dei gelati. Questa nuova partnership conferma il nostro posizionamento raggiunto in questi anni di leadership di mercato e innovazione, dal punto di vista sia del prodotto che della tecnologia impiegata", ha commentato **Luciano Iannuzzi**, Amministratore Delegato di Gruppo Argenta.

**Paolo Radi**, Vice President OOH di Algida, ha poi affermato: "Argenta, da sempre attenta a fornire le mi-

gliori macchine e i migliori prodotti ha scelto da anni la qualità di Algida e la sua leadership sul mercato. Il business della DA è in forte espansione grazie al costante investimento su qualità e innovazione e rappresenta una grande opportunità anche per il gelato che ha ancora alti margini di crescita in questo canale. Nel 2011 Argenta e Algida si sono nuovamente scelte per intraprendere un altro successo creando dei distributori automatici dedicati a Cafè Zero, un prodotto innovativo che, per le sue caratteristiche che lo rendono unico e inimitabile, si sposa perfettamente con Argenta. Grazie a questa collaborazione, Cafè Zero sarà da quest'anno ancora più vicino ai consumatori, che lo avranno sempre a disposizione nelle più disparate location come l'ufficio, per una pausa di piacere o in palestra per una ricarica immediata e rinfrescante".

Per la vendita di questi prodotti, Argenta utilizza distributori completamente dedicati, dello speciale modello di **Iarp Laser 6 M ICE**, macchine di ultima generazione a vetrina, compatta e comprensiva di un'ampia riserva, che semplifica notevolmente i tempi e i processi della logistica. La novità consiste nello scomparto a bassa temperatura concepito appositamente per la conservazione e la distribuzione di Cafè Zero, il quale viene gestito a una temperatura più alta rispetto ai gelati. Oltre a garantire un alto livello di isolamento termico e un conseguente risparmio energetico importante, Laser 6 M ICE è in grado di contenere 10 diversi prodotti visibili, a cui se ne aggiungono altri 200 nel freezer di riserva.



## Food

(diffusione: 45.000)

## Algida e Argenta alleati nel vending

Siglata la partnership per la veicolazione di Café Zero e Fruit Zero nei distributori automatici. Business ancora in crescita per i gelati

**I**ngresso nella distribuzione automatica per Café Zero, uno dei best seller di Algida, e per la brand extension Fruit Zero. Lo storico marchio del gruppo Unilever ha siglato un accordo con Argenta, big player nel mercato della distribuzione automatica e semiautomatica, per la collocazione dei due prodotti nelle vending machine Argenta e nei negozi automatizzati Brekky.

“La collaborazione con Algida – commenta **Luciano Iannuzzi, amministratore delegato di Argenta** – è consolidata ormai da alcuni anni con la distribuzione dei gelati. Il business delle

vending machine è in forte espansione grazie al costante investimento sulla qualità e innovazione e rappresenta una buona opportunità anche per il gelato, che ha ancora alti margini di crescita in questo canale”. Per la vendita di questi prodotti, Argenta utilizza nuovi distributori automatici, in grado di mantenere ciascun prodotto alla propria temperatura, differenziando i gradi per ogni categoria di alimento. “La distribuzione di Café Zero e Fruit Zero – prosegue Iannuzzi – rientra nel progetto ‘Il Fresco col Sorriso’, lanciato da Argenta nel 2010: un mo-

dello distributivo pensato per preservare la catena del freddo grazie all'utilizzo di automezzi comprensivi di celle frigorifere che garantiscono la massima integrità e qualità del prodotto”. In tal modo si accorcia la catena distributiva e i prodotti rimangono inalterati.

“Grazie a questa collaborazione – afferma **Paolo Radi, vice president OOH di Algida** –, Café Zero sarà ancora più vicino ai consumatori, in location come l'ufficio o la palestra”.

Argenta è stata tra i primi operatori nel mercato italiano del vending e ha raggiunto nel 2010 un fatturato di 200 milioni di euro. È presente con circa 20 sedi operative sul territorio nazionale e conta 1.500 addetti oltre che una flotta aziendale di 1.000 mezzi. Argenta è stata acquisita nel 2008 da Cognetas, società europea indipendente di private equity. Algida (Unilever) conta su una capillare rete distributiva composta da 170 concessionari esclusivisti e più di 1.200 venditori.

*Francesca Liistro*



## EQUO E SOLIDALE

**CORRE IL VENETO DEL TERZO SETTORE**

**PER LE AZIENDE FAIRTRADE UN GIRO D'AFFARI DI 7,3 MILIONI DI EURO, IN CRESCITA DEL 16%. 18 LE REALTA' NO PROFIT NEL TERRITORIO REGIONALE**

Cresce il terzo settore nel Nord-est con il Veneto che diventa leader nel mercato "equo e solidale". Un settore che, nelle sette province venete, realizza un giro d'affari di 7,3 milioni di euro e numeri da record: sono 20 le organizzazioni equosolidali attive nel territorio, 18 le realtà venete non profit che gestiscono complessivamente 57 Botteghe del Mondo. In più ha sede in Veneto, a Padova, il **consorzio Fairtrade Italia**, cioè il consorzio che garantisce la provenienza dei prodotti messi in vendita, ed è veneto anche il 20% dei soci che nel nostro Paese lavorano nel settore dell'equo e solidale: 5800 su un numero totale di oltre 28mila. Oltre alle Botteghe del Mondo, poi esistono in Veneto più di 1.000 punti vendita dove si possono acquistare prodotti provenienti dal commercio equo. Si tratta sia di negozi biologici specializzati come i NaturaSi, sia di negozi di vicinato come Crai, ma anche di supermercati come Coop, di ipermercati come Auchan o di discount come Lidl. Le aziende che, in Veneto, si avvalgono della certificazione internazionale Fairtrade, sono 15 sulle 110 di tutto il territorio italiano, ed sono attive



*Il presidente di Fairtrade Italia, Andrea Nicoletto-Rossi*

nei settori più diversi: ci sono Brio, che opera nella ristorazione collettiva, e Del Conte, che produce cioccolato e biscotti con ingredienti certificati Fairtrade. Ma ci sono anche Caffè Carraro, Goppion Caffè, Vescovi Caffè che miscelano caffè Fairtrade a proprio brand o il Gruppo Argenta che utilizza prodotti equosolidali nei propri distributori automatici.

Una scelta quella di affidarsi a

prodotti certificati che paga anche dal punto di vista dello sviluppo economico: i dati dimostrano, infatti, che le aziende venete iscritte a Fairtrade hanno presentato, nel 2010, un trend di crescita del 16%, con un giro d'affari che è passato dagli oltre 1.4 milioni di euro del 2009 al 1 milione e 734mila dell'anno scorso.

**Marco Cappellini**

18 Luglio 2011

## Fidest – Agenzia giornalistica Web

« Con le mani nella monnezza »

Nuova giunta comune Roma »

### Venezia: festa del Redentore

Publicato da fidest su domenica, 17 luglio 2011

Venezia. Sono state 120.000 le persone stimate ieri a Venezia per la "notte famosissima" del Redentore, la tradizionale festa che si svolge ogni anno la terza domenica di Luglio, in ricordo del voto espresso nel 1578 per la fine di una terribile pestilenza. La festa è conosciuta in tutto il mondo per lo spettacolo pirotecnico in Bacino San Marco: qui e nel canale della Giudecca erano circa 5000 le imbarcazioni presenti. Lo spettacolo pirotecnico di quest'anno, realizzato dalla ditta Parente Fireworks di Melara (RO), si è aperto con un omaggio ai 150 anni dell'Unità d'Italia: nel cielo e nelle acque del Bacino si sono disegnati suggestivi tricolori che hanno incantato il pubblico presente. "Mi ha molto emozionato che spontaneamente lungo le rive della Piazzetta San Marco si sia intonato l'Inno di Mameli – queste le parole del Presidente di Venezia Marketing & Eventi Piero Rosa Salva – ancora una volta la nostra città ha vissuto un grande momento di magia e di



splendore in un evento molto impegnativo che però come sempre è stata prima di tutto una grande festa, che si è potuta svolgere nel migliore dei modi grazie al grande impegno e alla collaborazione di tutti" A Palazzo Ducale si è svolta la Cena di Gala della città di Venezia, circa 200 gli ospiti tra i rappresentanti delle istituzioni (l'ambasciatore della Repubblica Federale Tedesca in Italia Michael H. Gertdts che era ospite della città di Venezia; gli Assessori Comunali Agostini, Ghetti, Maggioni, Micelli, Panciera, Paruzzolo; Stefano Beltrame, consigliere diplomatico della Regione Veneto e Liborio Stellino, consigliere diplomatico della Regione Lombardia; il questore di Venezia Fulvio Della Rocca; il Comandante Provinciale dei Carabinieri Giovanni Cataldo; il Direttore Generale del Comune di Venezia Marco Agostini; il Presidente della Fondazione Musei Civici Walter Hartsarich) e numerosi sponsor (per il Casinò di Venezia il Presidente Massimo Miani e l'Amministratore Delegato Vittorio Ravà, la Carive con il Presidente Giovanni Sammartini, il Gruppo Argenta, la Parente Fireworks). Tra le iniziative più apprezzate, la ditta Bellini Canella ha scelto la notte del Redentore per presentare la nuova bottiglietta Fusion, in alluminio leggerissimo, riciclabile e infrangibile: per tutta la giornata di sabato, fino a poco prima dell'inizio dei "foghi", sono state distribuite tra le barche ormeggiate in Bacino San Marco bottigliette di Bellini Fusion ghiacciate insieme al programma della serata.

Questo post è stato pubblicato il domenica, 17 luglio 2011 a 13:17 ed è archiviato in [Recensioni](#). Contrassegnato da tag: [festa](#), [redentore](#), [spettacolo](#), [venezias](#). Puoi seguire tutte le risposte a questo articolo attraverso il [RSS 2.0 feed](#). Puoi [lasciare una risposta](#), oppure [trackback](#) dal tuo sito.