

L'azienda di spirits lancia l'iniziativa per riportare la clientela italiana ed europea nei locali

Il cocktail? Ora lo offre Bacardi

Coinvolti 40 baristi per la realizzazione di video tutorial

DI GIANFRANCO FERRONI

Arrivano diecimila cocktail offerti da Bacardi, per dare una spinta ai bar che riaprono. Rispettando le linee guida del governo sulla salute e sulla sicurezza, quest'estate Bacardi offre a ciascuno dei propri 2.500 impiegati e ai loro amici e familiari un cocktail per incentivarli a ritornare nei bar in giro per l'Europa e per mostrare un supporto tangibile alle comunità di bartender, aiutandoli a fare un passo in avanti. L'iniziativa #RaiseYourSpirits da parte dell'azienda a conduzione familiare va a supportare il settore on-trade per rispondere all'emergenza Covid-19, stanziando una somma iniziale di 1,5 milioni di euro. Il gruppo Bacardi, azienda di spirits a conduzione familiare, riporta così nei bar più di 10 mila persone.

Alcuni dei bar selezionati in giro per l'Italia? Il Jazz Bar di Torino, l'Odeon Bistrot di Firenze e il The Botanical



Club di Milano, così da dare una spinta a questo settore, che si vede costretto ad adattarsi alle nuove misure di sicurezza e di salute.

Stephane Cluzet, general manager per Martini & Rossi - Gruppo Bacardi, ha affermato che «la pandemia mondiale ha colpito duramente il settore dell'on-trade. Ora, attenuate le restrizioni, è possibile iniziare un percorso di ripresa e, noi di Bacardi, rispettando le norme

del distanziamento sociale, in questo mese non vediamo l'ora di festeggiare insieme, nei luoghi dove è lecito farlo, con un Martini Fiero & Tonic. Il team Bacardi ha lavorato a stretto contatto con i bar in giro per l'Italia per aiutarli nelle varie fasi della crisi. Ora con la nostra iniziativa #RaiseYourSpirits vogliamo fare il passo successivo, emozionati all'idea di portare i nostri amici a bordo di questo nuovo progetto nelle settimane e nei

mesi a venire».

I bar in giro per l'Italia stanno lavorando per ampliare il più possibile i posti a sedere all'aperto, trasformando le città in vivaci terrazze dove gli amanti dell'aperitivo possono godersi un drink con la loro famiglia e i loro amici, seguendo le norme del distanziamento sociale. Torino è una delle città dove sono aumentati di più gli spazi esterni dedicati ai bar e ai ristoranti negli ultimi mesi.

Bogdan Mazza, del Jazz Bar di Torino, ha sottolineato che «è fantastico essere tornati a fare quello che amiamo di più, creare cocktail per i nostri clienti. È incredibile vedere Torino, una delle città che più ha risentito della crisi dovuta al Coronavirus, pronta a godersi un'estate fatta di cibo e drink all'aperto», ringraziando «il team Bacardi per tutto il supporto ricevuto e che continuo a ricevere grazie all'iniziativa #RaiseYourSpirits, una vera ancora di salvezza».

L'iniziativa #RaiseYourSpi-

rits ha visto Bacardi investire 1,5 milioni di euro in Europa (3,6 mln nel mondo) a supporto dei bar e dei bartender durante la crisi coronavirus. Il gruppo Bacardi, inoltre, non solo ha commissionato a 40 baristi la realizzazione di video tutorial per la creazione di cocktail, ma ha anche offerto il proprio supporto, comprando dei voucher per cocktail e pagando in anticipo i baristi per ospitare momenti di training o servire cocktail.

Bacardi Limited è la più grande società privata di alcolici al mondo, produce e commercializza alcolici e vini riconosciuti a livello internazionale. Il portafoglio del marchio Bacardi Limited comprende oltre 200 marchi ed etichette. Fondata oltre 158 anni fa a Santiago di Cuba, impiega attualmente oltre 7 mila dipendenti, gestisce più di 20 stabilimenti di produzione in 11 nazioni, e vende i propri marchi in oltre 170 paesi.

© Riproduzione riservata

I supermercati Vivo crescono nel Centro Italia

DI PIERRE DE NOLAC

Aumentano i punti vendita dei supermercati Vivo nel Centro Italia. Il marchio, di proprietà del Consorzio C3, è gestito nel centro Italia da Maiorana Maggiorino Spa, da quasi mezzo secolo specializzato nella grande distribuzione, proprietario di quattro Cash&Carry e un centro Distribuzione con quattro piattaforme per carne, pesce, ortofrutta e surgelati. Ora sono diventati più di 300 i punti vendita in Italia che hanno aderito al marchio Supermercati Vivo, di cui 52 solo nel centro Italia, e i numeri continuano a crescere: solo negli ultimi due mesi sono stati aperti sette nuovi punti vendita.

La recente campagna di selezione avviata da Maiorana risulta vincente grazie al modello di affiliazione proposto, che offre supporto e vantaggi agli operatori, anche per metrature inferiori, come nel caso dei negozi di prossimità Vivo Mio. «Stiamo selezionando nel Lazio e nel centro Italia nuovi affiliati, in grado di diffondere i nostri valori», ha affermato Maggiorino Maiorana, fondatore e ceo di Maiorana Maggiorino Spa e presidente del Consorzio C3, «e la risposta al modello di affiliazione proposto ci conferma che è quello più in sintonia con le esigenze dei nostri clienti. Agli operatori di settore che vogliono crescere con un'insegna in pieno sviluppo, mantenendo una parte di autonomia, offriamo tutto il supporto necessario per avviare, gestire e promuovere il punto vendita. Dall'ampio assortimento di prodotti tra cui i freschi, freschissimi, selezionati con cura e tracciati in sicurezza per garantirne la qualità, fino alle offerte dedicate e alla promozione pubblicitaria con volantini periodici, le pagine sui quotidiani locali, i canali web e social e la Radio in Store per i punti vendita Vivo».



Maggiorino Maiorana

© Riproduzione riservata

La rivoluzione energetica passa per l'idrogeno

Una rivoluzione energetica green in dieci mosse per far decollare l'economia dell'idrogeno. È la proposta contenuta in *Rivoluzione idrogeno, la piccola molecola che può salvare il mondo*, il nuovo libro di Marco Alverà, manager nelle più importanti aziende energetiche italiane e che dopo le esperienze in Enel ed Eni, dal 2016 è amministratore delegato di Snam. «Con questo libro voglio contribuire al dibattito sulla lotta ai cambiamenti climatici, la sfida più importante per la nostra generazione, con una prospettiva costruttiva e ottimista, sottolineando il ruolo dell'idrogeno per il futuro del pianeta», spiega l'autore.

Il cambiamento climatico e l'inquinamento atmosferico sono i grandi problemi di oggi, ma le misure adottate finora per contrastarli non hanno portato i risultati sperati. Senza un intervento drastico per ridurre le emissioni di CO₂, nel 2100 la temperatura media del pianeta aumenterà di quattro gradi e ne bastano solo tre per provocare gravi conseguenze. Per scongiurare il rischio, serve un massiccio intervento di decarbonizzazione planetaria, con un approccio sovranazionale e trasversale dei vari comparti energetici, in grado di promuovere il lavoro, le attività economiche e migliorare gli standard di vita. L'emergenza Covid, infatti, ha dimostrato che non è possibile vincere la sfida climatica fermando tutto.

L'idrogeno, l'elemento più abbondante dell'universo, secondo Alverà può essere la soluzione da affiancare all'elettricità rinnovabile perché consente di trasformare l'energia solare ed eolica in un combustibile efficiente, facile da trasportare, stoccare, distribuire e utilizzare, con il vantaggio di essere illimitato e pulito. Utilizzando le infrastrutture esistenti, l'idrogeno può portare energie rinnovabili in settori complessi da decarbonizzare come l'industria, il riscaldamento e il trasporto pesante, dove l'impiego dell'energia elettrica risulta difficoltoso. Ma soprattutto può contribuire a soddisfare in modo pulito il fabbisogno energetico di una popolazione in continua crescita, favorendo prosperità, produttività e sicurezza.



BREVI

Estrella Damm sponsor del Sardegna Open 2020 di Padel. La birra Estrella Damm vestirà il ruolo di official sponsor del Sardegna Open 2020 (prima prova italiana nella storia del World Padel Tour). In programma a Cagliari dal 6 al 13 settembre, l'evento sportivo è curato da Nsa Group in partnership strategica con la Regione Sardegna. La manifestazione sportiva sarà realizzata grazie alla collaborazione con la Federazione Internazionale di Padel e la Federazione Italiana Tennis.

Serenissima Ristorazione, fatturato oltre i 400 milioni di euro. Il Gruppo Serenissima Ristorazione, specializzato nella ristorazione collettiva e commerciale, ha approvato il bilancio 2019 chiuso con un valore di produzione oltre i 412 milioni di euro, in aumento del 30% rispetto ai 317 milioni del precedente esercizio, mentre il fatturato consolidato si è attestato a 408 milioni, in crescita di 97 milioni (+31,32%). Gli utili hanno superato gli 8,5 milioni di euro netti (+1,49%), mentre l'ebitda, in crescita del 17,26%, si è attestato sui 23 milioni di euro.