

METRO ACADEMY A TUTTOFOOD: IL CICLO DI VITA DELL'HORECA NON HA PIU' SEGRETI

Non solo ricette a Tutto Food. Questa la parola d'ordine di METRO. L'approccio del più importante partner per il mondo della ristorazione e dell'accoglienza è infatti sempre di più orientato a fornire soluzioni per migliorare le performance della propria clientela professionale Horeca.

Non a caso, proprio in occasione di TUTTOFOOD, METRO esalta il 'saper fare' italiano attraverso lezioni di cucina e pasticceria, tendenze nel mondo dei bar svolte da chef, maestri pasticceri e bartender di altissimo livello che portano a TUTTOFOOD l'esperienza di METRO Academy: la scuola di cucina, ma non solo, di nuova concezione in cui teoria e pratica, creatività e capacità gestionali vengono integrate per fornire ai Professionisti presenti e futuri del settore strumenti in grado di differenziare la propria offerta.

Accanto ai due grandi 'guru' del bartending e della cucina, Bruno Vanzan e lo chef stellato Claudio Sadler, che danno prova della propria maestria martedì 5 e mercoledì 6 maggio, è in programma una 4 giorni intensa di esibizioni sia ad opera di CAST Alimenti sia a cura di Planet One – i due partner di METRO nel progetto METRO Academy.

Tra i temi più interessanti sicuramente il 'dualismo' dolce/salato, risolto brillantemente da due maestri pasticceri come Davide Comaschi, il campione del mondo di chocolaterie, e Gabriele Bozio: un cappuccino dolce ed uno salato per due diversi momenti della giornata, con una struttura multistrato di differente consistenza pur con una forte analogia cromatica.

Inoltre il 5 maggio sarà presente la NIC - la Nazionale Italiana Cuochi che si allena in METRO Academy - in rientro vittorioso dalle Semifinali Sud Europa del Global Chef Challenge tenutesi in Bosnia.

In prospettiva EXPO non possono mancare i riferimenti alla sostenibilità, uno dei valori portanti di METRO. Per questo Planet One ci porta nel mondo della biodinamica, in cui si studiano bevande e drink a basso impatto calorico grazie anche all'utilizzo di spezie in modo creativo.

Sostenibilità, approccio green, ascolto delle esigenze dei Clienti per rispondere alle esigenze anche più specifiche, non valgono solo per i prodotti. Oggi è l'intero business a dover essere sostenibile ed innovativo dal punto di vista sociale ed ambientale per garantire sviluppo sul medio e lungo periodo.



Questo sarà parte del tema affrontato da Alessandro Urbani – Business Development Manager di METRO Italia – che interviene al convegno 'Fare ristorazione oggi alla ricerca della "via" giusta allo sviluppo'.

Il legame con il territorio è sempre più importante ed il modello di business di un'azienda deve essere 'resiliente', adattarsi cioè al contesto ed essere improntato alla massima flessibilità. Questa la convinzione che ha mosso METRO nell'ideazione della prima "La Casa dell'Horeca" a Roma Salaria, un innovativo punto vendita esclusivamente dedicato ai Professionisti dell'Horeca, un modello evoluto di store improntato alla massima riduzione dell'impatto ambientale – dai materiali naturali per la facciata, all'utilizzo di pannelli solari per la produzione di acqua calda ed elettricità, all'ottimizzazione della luce naturale.

Perché solo utilizzando in maniera equilibrata le risorse disponibili si può creare valore condiviso.

METRO Italia Cash and Carry, parte di METRO Group, uno dei maggiori gruppi distributivi internazionali, è oggi presente sul territorio nazionale con 48 punti vendita all'ingrosso in 16 regioni, e uno staff di oltre 4500 dipendenti. Vanta oltre 1.200.000 clienti professionali attivi e più di 30.000 prodotti in assortimento, suddivisi in oltre 10.000 referenze per il settore alimentare (food) e oltre 20.000 referenze nel settore non alimentare (non food). Per maggiori informazioni si prega di consultare il sito www.metro.it

METRO Cash & Carry è presente in 29 paesi con oltre 750 punti vendita self-service all'ingrosso. Con più di 120.000 dipendenti in tutto il mondo, l'Azienda ha raggiunto un fatturato di circa € 31 miliardi nell'esercizio 2012/2013 (dato previsionale). METRO Cash & Carry è una divisione di METRO Group, una delle aziende di vendita al dettaglio più grande e più internazionale. Nell'esercizio 2012/2013 il Gruppo ha raggiunto un fatturato di circa € 66 miliardi (dato previsionale). Grazie a un organico di oltre 265.000 dipendenti, l'Azienda è presente con circa 2.200 punti vendita in 32 paesi.

Contatti:

Ufficio Stampa METRO Italia Cash and Carry

Tel. 02.51712 437; e-mail: ufficiostampa@metro.it

EDELMAN

Davide Sicolo – davide.sicolo@edelman.com - 39 347 6712149

Maia Lottersberger – maia.lottersberger@edelman.com – 335 5929508

Valentina Serio – valentina.serio@edelman.com - 347 1067341