

Dnv Gl lancia la certificazione My Story. Il ceo Crisciotti: i millennial protagonisti del commercio

Made in Italy a tutta tecnologia

Con la blockchain per valorizzare la filiera produttiva

DI GIANFRANCO FERRONI

«Sono i millennial i protagonisti del commercio più evoluto». Lo dice il ceo di Dnv Gl **Luca Crisciotti**, uno dei principali enti di certificazione a livello mondiale, che punta sulla blockchain per valorizzare il made in Italy, digitalizzando la filiera e rendendola visibile ai consumatori che amano le tecnologie. «L'impegno delle eccellenze produttive italiane va diffuso informando la clientela di tutto il mondo», sottolinea Crisciotti, che a Roma ha presentato My Story, il nuovo progetto che vuole rendere inscindibili la qualità e la garanzia di un prodotto, «che devono correre insieme. I millennial scelgono non in base al valore della merce, ma avendo la certezza che quel prodotto fa parte del loro mondo di valori».

Lo storytelling viene posto in primo piano, grazie a etichette parlanti come il Qr-code. «Nel garantire l'origine e le specificità dei prodotti

utilizziamo la blockchain unitamente alla consolidata esperienza del mondo della certificazione», afferma il ceo. Perché «narrare passo dopo passo la storia vera di un prodotto fornisce ai consumatori una quantità di informazioni sul prodotto senza precedenti con un grado di accuratezza che non è mai stata possibile prima».

Dnv Gl opera in oltre 100 nazioni. In Italia a fare da apripista di My Story è stato il settore vitivinicolo. Primi ad adottarlo, sono stati i vini Ricci Curbastro in Franciacorta, Ruffino in Toscana e Torrevento in Puglia.



Luca Crisciotti

Per Crisciotti, «la trasparenza e l'immediatezza garantite dalla blockchain, unitamente alle verifiche di My Story e ai controlli già in essere effettuati da Valorialta, contribuiscono a far chiarezza sui prodotti e sulle relative filiere. Sfruttando la blockchain stiamo rivoluzionando il mondo della certificazione, portando i risultati delle attività di verifica direttamente al consumatore». My Story è una soluzione basata su una serie di controlli di filiera e di prodotto. I dati raccolti sul campo, i risultati delle verifiche svolte da Dnv Gl e da altri enti di controllo confluiscono in un vero e proprio racconto, dal grappolo d'uva alla bottiglia, a cui i

consumatori potranno facilmente accedere attraverso un Qr-code posto in etichetta. Inquadrando il codice su una bottiglia di Santella del Gröm, ad esempio, tra le altre informazioni si può immediatamente leggere che la bottiglia è una delle 6.580 imbottigliate il 29 dicembre 2016. O ancora che l'energia utilizzata nei processi produttivi è al 100% proveniente da pannelli fotovoltaici. Allo stesso modo scansionando l'etichetta presente sul Veritas, si può scoprire che si tratta dell'unico rosato in Italia al quale è stata riconosciuta la denominazione Docg, mentre dal Qr-code presente sulla bottiglia del Riserva Ducale Oro 2014 si scopre che ha ottenuto il riconoscimento «Tre Bicchieri» dal Gambero Rosso.

Per il direttore m&a and digital transformation di Dnv Gl - Business Assurance **Renato Grottola** «sono in corso altri progetti che coinvolgono realtà del mondo della moda, per esempio. Attraverso My Story e la digitalizzazione delle filiere, siamo convinti

di poter offrire un contributo significativo nella valorizzazione del made in Italy e nella tutela dell'autenticità del prodotto. L'obiettivo è costruire un ecosistema di digital assurance che vede il coinvolgimento di attori diversi: dalle realtà multinazionali, alle startup italiane attive nel mondo blockchain». Secondo Grottola, «le decisioni del consumatore avverranno sempre di più grazie alle informazioni disponibili attraverso internet, senza avere davanti il prodotto fisico. E l'elevata qualità delle firme del made in Italy può offrire prospettive di sviluppo commerciale sempre crescenti. Tenendo presente che la verifica dell'impegno di un'azienda in tema di qualità è l'elemento vincente per battere qualsiasi concorrenza. La moneta del futuro è la fiducia. Per questo la tracciabilità assume un valore assoluto, che grazie alla tecnologia blockchain permette di creare un sistema unico nel suo genere e di eccellenza».

© Riproduzione riservata

101Caffè, nuova miscela e il format con caffetteria

101Caffè, lo specialista del caffè in tutte le sue forme con la sua catena di negozi in franchising in Italia e all'estero, debutta alla 40ª edizione del Sigep di Rimini, dal 19 al 23 gennaio, con due anteprime nazionali: la nuova miscela 101Caffè Maranello Bio e il nuovo format con caffetteria.

101Caffè Maranello Bio è una miscela biologica composta da 3 combinazioni tra i blend 101Caffè, proposte su una scala di intensità da più delicato a intenso: 20% di arabica messicana e peruviana e 80% di robusta indiana con caffè premium proveniente da una torrefazione artigianale dell'Emilia Romagna. 101Caffè Maranello Bio è disponibile in diverse declinazioni: in capsule per il sistema Nescafé DolceGusto e Nespresso e in grani. Oltre all'Italia, la commercializzazione di 101Caffè Maranello Bio è prevista anche all'estero, in tutti quei paesi dove ad oggi il marchio è presente con i suoi punti vendita. Le capsule 101Caffè Maranello Bio sono anche compostabili per le macchine da caffè Nespresso.

Il nuovo format con caffetteria è invece un luogo che unisce la vendita dei prodotti con la ristorazione. Il progetto, nato in seguito ai segnali di interesse provenienti in particolare dall'estero, viene adesso proposto anche nel nostro Paese. Il format risponde alla crescente evoluzione del mercato che tende a offrire al consumatore un'esperienza sempre più emozionale e conviviale, consentendo di apprezzare al meglio tutta la gamma dei 101Caffè, anche attraverso l'introduzione di soluzioni all'avanguardia e tecnologiche, come schermi touch, applicazioni ed altre soluzioni digitali. Oltre ai caffè, trovano spazio varianti di tea in foglia, il caffè verde, le ciocolate, la gamma dei ginseng e le bevande come il Nocciolino. Nelle caffetterie 101Caffè è possibile anche pranzare.

Umberto Gonnella, fondatore e amministratore delegato di 101Caffè, spiega che la presenza al Sigep sarà un'opportunità per mostrare la formula dell'azienda: «A oggi siamo aperti non solo in Italia con 101 punti vendita, ma anche all'estero in cinque Paesi: Signy (Svizzera), Marrakech, Singapore, Kuwait City, Bratislava ed abbiamo in previsione altre importanti aperture nel 2019 (Praga, Reunion, Dubai, Casablanca, Doha ed altre ancora, in corso di definizione)».

Alpitour sbarca in Albania con VOIhotels



La struttura VOIhotels Colonna Village in Sardegna

DI PIERRE DE NOLAC

VOIhotels, la catena alberghiera del gruppo Alpitour, ha firmato un accordo con Edilal di Tirana per la gestione della struttura alberghiera Palasa Bay Resort, un 4 stelle superiore che si trova nell'omonima località situata nel sud dell'Albania, inserita in un incontaminato tratto di costa. Il resort conta 180 camere e 550 posti letto, un ristorante centrale, uno tematico con servizio à la carte, tre bar di cui uno sulla spiaggia, terrazza lounge, Spa & Wellness Centre, una grande piscina esterna, una base nautica, campi da tennis e polivalenti, area giochi attrezzata e mini-club, intrattenimento serale, spiaggia privata attrezzata.

La costruzione di questo resort si inserisce in un più ampio piano di sviluppo che il governo albanese sta realizzando per incentivare i flussi turistici, soprattutto a livello internazionale. Le iniziative di questo piano sono dedicate alla creazione di un'offerta di qualità, anche in tema di dettagli architettonici e di design. Blendi Klosi, ministro del turismo dell'Albania, era presente alla firma dell'accordo, per sottolineare l'importanza dell'operazione

con VOIhotels all'interno del piano strategico nazionale.

L'Albania è una destinazione di grande attrattiva anche per il mercato italiano grazie alla sua vicinanza e alla massiccia diffusione della nostra lingua. Su questa meta il gruppo Alpitour ha debuttato nel 2017 con proposte di tour e soggiorni balneari ed è presente anche con il portale multilingue Albaniatravel.com che offre soggiorni e soluzioni di vacanza per chiunque voglia scoprire il Paese delle Aquile. «Per il primo albergo VOIhotels in Albania è stato scelto il sud del paese, dove la presenza di scorci dal grande fascino, di una natura incontaminata e di un mare cristallino, si intrecciano con lo sviluppo di nuove infrastrutture stradali e aeroportuali che il governo ha in corso per sostenere lo sviluppo turistico di questa destinazione», commenta Paolo Terronni, amministratore delegato di VOIhotels, affermando che «l'azienda, con questa operazione, conferma di voler proseguire nella ricerca di destinazioni emergenti dove si impegna con nuovi progetti imprenditoriali capaci di valorizzare anche le sinergie di filiera».

© Riproduzione riservata