Ice Cube riparte nel segno di innovazione e sostenibilità

02-ice-cube-e944c8e8

Innovazione e sostenibilità sono le leve su cui il mondo intero scommette per la ripartenza nel post Covid-19. Le uniche che potrebbero arginare le perdite portate dalla pandemia. Perdite che per il settore HoReCa si stima possano ammontare a 31 miliardi di euro nel 2020 e ad altri 20 miliardi tra gennaio e maggio 2021. Una strada su cui sta investendo anche Ice Cube, azienda leader nella produzione, vendita e distribuzione di ghiaccio alimentare confezionato. Alle nuove tendenze di consumo innescate dalle esigenze di distanziamento e dalle restrizioni anti-contagio devono corrispondere, infatti, nuovi prodotti, nuovi packaging e nuovi approcci comunicativi.

Così, per rispondere a un consumo “on the go” che per molti mesi è stata l’unica modalità possibile per la consumazione di bevande acquistate presso i locali Ice Cube ha ideato nuovi prodotti, come Flat pack, l’innovativa produzione di ghiaccio alimentare che permette di ridurre del 38% il volume occupato dal prodotto sottovuoto, e Ice Cup, bicchiere monouso sigillato contenente ghiaccio tipologia Tube Ice. Inoltre, per far fronte alla tendenza sempre più diffusa dell’aperitivo a casa, dando al consumatore la possibilità di avere a disposizione tutti i prodotti necessari per il proprio “happy hour” ghiaccio, drink e food – Ice Cube ha sviluppato in partnership con il retail la soluzione Mix at Home.

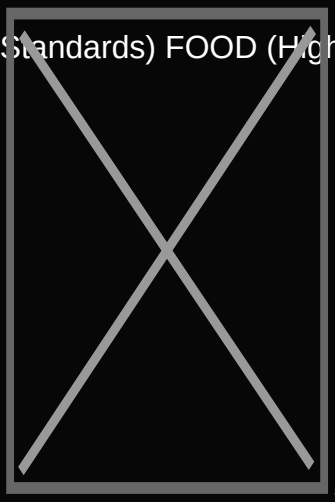
Per venire incontro agli operatori e sostenere la ripresa, ha lanciato la linea LAB, che offre dei la gamma di ghiaccio premium più ampia e qualitativa del mercato ad un prezzo molto competitivo. Ghiaccio puro e cristallino in vari formati : Cube Deluxe, 5x5x5 cm; Old Fashioned, 5x5x7 cm ; High Ball 4x4x10 cm; Collins 4x4x1 2 cm; Sphere di diametro 5,5 cm – Minima diluizione e massimo effetto scenico .
C'è poi l'OxIce, un innovativo e brevettato processo produttivo: arricchendo l'acqua con ossigeno attivo, prima del congelamento, si conferisce al ghiaccio una barriera naturale contro le contaminazioni accidentali che possono avvenire durante il processo di produzione e stoccaggio, o durante l'utilizzo professionale del prodotto. Si tratta di offerte che si aggiungono a una linea già molto

ampia e trasversale: Ice Cube Classic è la linea completa pensata per i professionisti, con High Perfomance, cilindretti forati di acqua purissima, dall'alto potere refrigerante; Crushed, gemme di ghiaccio ; Full Cube, cubetti di ghiaccio pieno e cristallino; Balls, sfere di ghiaccio 4,5 cm .

Ma anche in fatto di distribuzione Ice Cube ha ampliato i canali. I suoi prodotti, da sempre presenti in Italia e in Francia nella grande distribuzione e all'interno delle catene di Cash & Carry, vengono distribuiti anche grazie a una rete di grossisti su tutto il territorio nazionale e ad alcuni canali e-commerce, come Winelivery, che consegna in 30 minuti tutto il necessario per un drink.La stessa attenzione è stata riposta sui packaging, con la nuova linea Green, 100% vegetale e compostabile, attualmente presente nella GDO in Italia e in Francia. Si tratta del pack meno impattante al mondo per consumo di inchiostri e biodegradabilità dei materiali: per il packaging viene infatti utilizzato il granulo biologico derivante da prodotti cerealicoli. Inoltre, anche la produzione ha fatto decisi passi avanti in termini di sostenibilità grazie all'installazione in Sicilia di un impianto fotovoltaico che copre l'intera superficie di 1.600 metri quadri del tetto dello stabilimento produttivo con una potenza nominale di circa 200 kw. Sarà così possibile generare in 1 anno energia elettrica per la produzione di oltre 100 milioni di cubetti di ghiaccio confezionato.

Infine, la comunicazione. Con l'obiettivo di sviluppare un dialogo sempre più immediato, veloce e autentico con i consumatori, Ice Cube ha lanciato un nuovo sito web accompagnato dai profili social. User friendly, dalle grafiche eleganti e intuitive, che rispecchiano la brand identity,sul portale sarà possibile conoscere l'intera gamma e i suoi diversi utilizzi attraverso sezioni come Ice Mood, con le ricette più sfiziose, i cocktail o mocktail più sfiziosi. Un mix di canali per conoscere i prodotti, scoprire curiosità e informazioni in fatto di ghiaccio e cocktail e approfondire la storia dell'azienda. Ice Cube è nata infatti a Termini Imerese, in Sicilia, dove si fa erede di un'antichissima tradizione risalente al XVIII secolo. Pochi sanno che la Sicilia, un tempo, era tra i primi produttori di ghiaccio in Europa. Gli uomini delle neviere, fin dal 1756, trasformavano in ghiaccio la neve dei Nebrodi, delle Madonie e dell'Etna, lo commercializzavano per usi alimentari e medici di vario genere, e lo esportavano via mare per portare freschezza in tutto il mediterraneo.
E ancora oggi, il ghiaccio di Ice Cube è "figlio" del gruppo delle Madonie e della fonte di Scillato. Da qui, infatti, sgorga un'acqua microbiologicamente pura, caratterizzata da un basso contenuto di minerali e da un basso livello di alcalinità. Il ghiaccio è quindi ancora più puro e povero di minerali. In questo modo, quando il ghiaccio inizia il suo processo di fusione all'interno della bevanda, le proprietà organolettiche di quest'ultima non vengono alterate, e non vi è alcun rilascio di sostanze corruttrici del sapore originale della bevanda, qualsiasi essa sia.Ice Cube possiede infatti la certificazione ISO9001:2008 e la certificazione internazionale per prodotti alimentari IFS (International Features

Standards) FOOD (Higher Level). È inoltre parte di INGA - Istituto Nazionale Ghiaccio Alimentare.



«La pandemia ha messo a dura prova moltissimi settori, tra cui il mondo HoReCa. Sono nate nuove abitudini di consumo, dal delivery, all'asporto all'e-commerce, e si sono delineate nuove prospettive. Noi abbiamo deciso di trasformare un momento difficile in una nuova opportunità, ridefinendo il nostro business model per mettere al centro i valori dell'innovazione e della sostenibilità. Abbiamo innovato a 360° per soddisfare sia le esigenze del retail che del consumatore finale. Crediamo, infatti, sia questo l'unico modo per reagire alla crisi e per prepararsi al "new normal"» - dichiara **Simone De Martino**, direttore commerciale di Ice Cube.