

SINCE
★ 1992 ★

En ALPIst



ER NÆRVÆRENDE



SER MULIGHEDER



AGERER HURTIGT



ER INFORMATIV



TAGER ANSVAR

Under mottoet: Det er altid umagen værd...! har ALPIs medarbejdere tilbage i 2008 skabt en fælles ramme for virksomhedens værdier og relationer – til kunder, leverandører og kollegaer.



ALPI SINCE 1992



INDHOLD

04	Revisoren og speedsnakkeren
14	Dem kan man stole på... Interview med Anders Holch Povlsen / Bestseller
20	Nando og Edoardo Albini
24	ALPIgram
26	ALPI since 1992
30	Social ansvarlighed er kommet for at blive...
34	ALPI elsker sport
36	ALPI på banen
38	Humanistens fornemmelse for vin. Interview med Mikael Stjerne Nygaard / Vinmægleren
46	Fastrupdalen og fremtiden



ALPI - SINCE 1992

Velkommen til ALPIs 25-års jubilæumsmagasin. ALPI DANMARK blev stiftet den 1. februar 1992 under noget andre forhold end dem, vi har i dag. Dengang var lyden af matrixprinternes knitren og telefaxens klikken en naturlig del af baggrundsstøjen på kontoret. Ringede mobiltelefonen, skulle der løftes til, for den vejede ca. 1 kg, og man brugte den kun til at tale i. En sms var et aldeles ukendt begreb – dengang.

Nu er ”dengang” for længst forbi, og ALPI har været igennem en spændende rejse de seneste 25 år. I 1992 var vi 4 ansatte - i dag er vi 180 ALPIster fordelt på 4 lokationer i henholdsvis Greve, Odense, Padborg og Herning. At være mange medarbejdere har aldrig været et mål i sig selv for ALPI – det er et resultat af konstant fokus på udvikling af vores forretningsområder og løbende investeringer i nye ”produkter” – og dermed flere kompetente medarbejdere. Og når talen falder på medarbejdere – jeg er stolt af ALPIsterne. De arbejder dedikeret og gør sig umage. Mange har været en del af ALPI i mange år; det vidner om et stabilt og ansvarsbevidst team.

Der er et klogt citat der lyder ”Det eneste, der er konstant i denne verden, er forandringer”, og det udsagn har altid været meget sigende for det forløb, vi har været igennem hos ALPI. Det, at holde balancen mellem udvikling af ALPI og bevarelse af kvalitet i den daglige forretning, har afgjort været spændende for os, ligesom det konstant har inspireret os til at overveje nye muligheder og nye veje at gå.

Til sidst en stor tak til vores mange trofaste kunder. Vi værdsætter jeres støtte og loyalitet. Jeg glæder mig over de første 25 år med ALPI.

Adm. direktør, ALPI Danmark

REVISOREN OG SPEED- SNAKKEREN

*Samtale med
ALPI-fædrene,
René Mortensen og
Niels Arne Markussen,
som tilbage i 1992 grund-
lagde ALPI i Danmark*

Han sidder rank som et lys, gør Niels Arne Markussen. Som havde den spinkle mand et kisteskaft i ryggen. Han sidder med hænderne over skrivebordet, og når de ikke hviler, så folder de pertentligt notatpapiret foran ham. Lige linjer, skarpe folder.

- Jo, jeg er introvert, slår han med et klart blik fast. Stemmen er rolig, og noget af det man lægger mærke til, er hvor økonomisk manden er med ordene. Han ødsler ikke med dem, men taler i hele, fortløbende sætninger uden falbelader og krummelurer. Letfatteligt og stramt. Som den revisortype, Niels Arne Markussen nok drømte om at blive, men som han til alt held for ALPI aldrig blev.

Anderledes står det til med Markussens brother-in-arms, René Mortensen. Mens Niels Arne dukker op, før han skal, så kommer Mortensen brusende forsinket ind. Der var lige noget, der skulle ses til, og det var vigtigt. Han skænker kaffen og drøner rundt på stolen. Så læner han sig ind over bordet, så flader han ud og slænger sig bagover. Så peger og gestikulerer han. Men mest af alt snakker han. Gerne længe. Uden Markussens struktur på tingene. Men med passion, indlevelse og en tilsyneladende udtømmelig energi.

Forskellige er de, som de sidder der og forklarer sig. Men det er måske præcist styrken ved duoen Niels Arne Markussen og René Mortensen. At de er vand og ild, jord og luft, struktur og impulsivitet. Den spinkle revisortype Markussen og den flamboyante speedsnakker Mortensen.

Transportører ved et tilfælde

For 61-årige Niels Arne Markussen og den 50-årige René Mortensen gælder det samme som for så mange af os: at vi blev, hvad vi blev ved tilfældighedernes spil. På bilfrie søndage kørte Niels Arne Markussen eksempelvis rundt i Herning på sin to tænder gearede Kreidler Florett og drømte om at blive revisor eller måske at komme i banken.

- Det handlede om sikkerhed, og de steder havde de det jo godt. Men der var ingen stillinger på det tidspunkt, ikke engang i militæret. Men en dag så jeg en sjælden jobannonce i Herning Folkeblad, hvor Samson Transport søgte en elev. Der var en anden fra min HH-klasse, der søgte, og jeg troede ikke på det. Men heldigvis tog de fire ind ...

Og resten er for Niels Arne Markussens vedkommende historie, som man siger.

*Alder: 61 år
Gift med Alice, sammen
har vi to døtre, Anne
Kathrine og Mathilde, samt
fire børnebørn Klara, Nora,
Betty og Sylvester.
Født og opvokset i Ilskov
ved Herning.
Interesser: På det
sportslige plan - fitness,
løb og fodbold. På det
afslappende plan er en god
krimi eller koncert altid
velkommen. Jeg begyndte i
foråret på golfkursus
- men nu må vi se.....!*



Niels Arne Markussen:
Hvordan bliver du ved med at holde dig skarp og sulten?
En af forklaringerne er, at den branche, som vi arbejder i – om nogen – er meget konkurrencebetonet.
Det kræver både skarphed og sult at vinde.

Hvor længe skal du blive ved? Mit ønske er at være med i den nye ”bosætning” i Fastrupdalen, hvor vi er begyndt fra scratch med at købe landbrugsjord og til at have etableret et sublimt byggeri på stedet. Det vil jeg gerne være med til at få til at fungere og nyde, at vi alle sammen er på samme matrikel igen. Resten tager vi derfra.

Hvad er din største triumf med ALPI? Jeg har svært ved lige at sætte fingeren på én triumf, der overgår dem alle – men det var en kæmpe triumf at vi fire, der var med til ALPI’s turbulente opstart, trodsede al modgang og holdt sammen i mange år. Vi ville bare lykkes!

Herudover mener jeg, at en af vore største triumfer er tilblivelsen af vort værdisæt, ”High5”. De fem værdier, som vi alle skal leve op til og som medvirker til, at ALPI gør en forskel.

Hvad ville du gøre om, hvis du kunne? Jeg kan ikke bruge det store bakspejl til ret meget udover at prøve at lære af mine fejl og håbe, at de forbedrer mine ledelsesmæssige kompetencer.

“

Så spillede vi verdensmænd, mens vi talte om, at vi nok aldrig blev mere end 10 i virksomheden



Markussen om Markussen:

- Jeg tror, jeg er en, man har tillid til. Jeg er empatisk og i stand til at forstå, hvilke holdninger andre har, og hvad de mener. Jeg kan snakke med alle, og jeg kender navnene på alle – det er vigtigt for mig. De skal vide, at de kan komme, hvis der er noget. Og at jeg er diskret med det, hvis de gør det. Man kan ikke undgå at lave fejl, men ... man må også gerne indrømme dem. Jeg giver gerne en undskyldning, hvis det er det

Mortensen om Mortensen:

- Jeg tænker, jeg har ændret mig over tid. I dag er jeg nysgerrig. Hvad fungerer, og hvad fungerer ikke? Men alt på baggrund af teori. Jeg tænker mig selv som en mentor-type – en forklarmigrøv. Jeg vil gerne udtrykke mig og forklare. Så nogle gange kan det godt blive lidt diffust for dem, der bare har brug for at få klar besked. Men snak er godt at fange de unge med, hvis man kan holde deres fokus.



Små 10 år senere gik René bestemt ikke rundt og drømte om en fremtid som speditør. Med en mor på halv tid som tjenestemand og en far med 40 år i DSB gik den unge Mortensen målrettet efter guld. Så da han hørte om et Kolding-firma, der lokkede med høje speditørlønninger, spidsede ungersvenden fra Trekantområdet ører og søgte hos Samson Transport i både Kolding og Herning. Herning fordi søsteren boede i byen og kunne byde på billigt logi, tænkte den omkostningsbevidste fyr. I første omgang fik han afslag, men siden blev der nikked ok fra Samson Transports daværende HR-ansvarlige og senere direktør for Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande, Torben Henriksen.

- Hvor jeg kom fra, var en Kreidler noget, man kun kunne drømme om. Jeg kørte med papstykker i forhjulet på cyklen for at lave lidt larm, lyder det med et smil fra René Mortensen.

Vi bliver højst 12 ...

Beretningen om ALPI i Danmark er en moderne Askepot-fortælling om den lille, sårbare virksomhed, der i kraft af hårdt arbejde, klare spidskompetencer, gode kontakter, et professionelt produkt og vel også fra tid til anden det rene

og skære svineheld over år vokser sig til en livsduelig og betydende aktør på det danske expeditionsmarked.

Et snapshot fra først i halvfemserne viser Markussen og Mortensen ved stambordet på Cafe Garibaldi på Torvet i Herning en fredag eftermiddag med yndlingsdrikken Half & Half i glassene, de 1,3 kilo tunge Nokia-mobiler til 13.000 kroner stykket på bordet og den flaskegrønne, trendy blazer over skulderen.

- Ja, kunne vi sidde der og få mobilene til at give lyd, var det helt perfekt. Så spillede vi verdensmænd, mens vi talte om, at vi nok aldrig blev mere end 10 i virksomheden, husker René.

- Da vi flyttede på Vejlevej i 1997, var den første vi ansatte lagerchef Erik Hansen. Han kom ind som nummer seks eller syv. Vi forklarede ham, at vi nok aldrig ville blive mere end 12 herude. Det går han og griner en del af i dag, supplerer Niels Arne.

Den italienske forbindelse

Det var de driftige italienere fra den traditionsrige expeditionsvirksomhed Albini & Pitigliani, som i 1992 skubbede Markussen og Mortensen ud i selvstændighed sammen med

det daværende tredjehjul, Robert Trier Andersen.

Siden har den italienske forbindelse været tæt, familiær, varm og givende for Herning-virksomheden.

- De får dig til at føle, at du er en del af familien. De samler alle op, og selv om man forlader firmaet, bliver de ved med at invitere en til sammenkomster, fortæller Niels Arne Markussen, der sætter pris på roen, overblikket og klarsynet, som hans italienske chef, Nando Albini, besidder.

René fæster sig ved den sydlandske ledelsesstil.

- I Danmark er vi vant til en flad struktur, og at vi alle skal være ens. Skiller du dig ud, skal vi nok pille dig ned. Hos italienerne er der en indgroet respekt for dem, der har præsteret og ydet. Har du gjort noget ekstraordinært, glemmer de det aldrig.

- Det betyder også, at ledelsesstilen er meget mere hierarkisk. Chefen skal spørges først, og alt skal forbi ham. De er ude og inde af badebroen mange gange, før de springer, tilføjer Niels Arne, der også har noteret andre karakteristika hos latinerne.

- De er gode til at smigre og få dig til at føle dig som konge. Og så er der det med dresscoden. De står knivskarpt. Kortærmede skjorter, det har de bare ikke. De smøger til

nød op. Det andet kunne aldrig falde dem ind, konstaterede Markussen med et smil.

Sidder man sammen med Niels Arne Markussen og René Mortensen fornemmer man tydeligt, at de to har kendt hinanden det meste af en menneskealder og gennemlevet både op- og nedture sammen. De har hinanden på plads, og der er en gensidig respekt for hverandres kompetencer og erfaringer. Og så giver det en grundlæggende ro at vide, at man faktisk er en succes og i dag er en del af en international virksomhed i fremdrift.

- Vi arbejder ikke så tæt sammen mere. Virksomheden har ændret sig, og rollerne har ændret sig. Du fokuserer på det, du har ansvar for. Der er ikke længere plads til så meget smalltalk i løbet af dagen, lyder det fra Niels Arne.

- I de første år var vi enormt meget sammen, men nej, vi sidder ikke længere på skødet af hinanden. Og det er godt nok længe siden, vi har været på Garibaldi sammen, konstaterer René.



Alder: 50 år
 Gift med Dorte Berg,
 sammen har vi Claes, 18 år
 og Freya, 16 år.
 Født og opvokset i Kolding.
 Interesser: Det seneste
 halvandet år er gået med
 et husprojekt. Ellers er en
 runde golf ikke af vejen.
 Og så sidder jeg gerne i en
 romaskine en times tid tre
 gange om ugen.

Rene Mortensen:

Hvordan bliver du ved med at holde dig skarp og sulten?

- Jeg prøver – i en verden med masser af letfordærlig overinformation – at grave dybere i emner, der har min interesse. Det kan være både arbejdsmæssigt og privat. På jobbet prøver jeg at finde løsninger til det bedst mulige transportforløb. Det sker både ved at snakke med folk og ved at afprøve forskellige tekniske løsninger.

Hvor længe skal du blive ved? - Så længe jeg kan bidrage med oplæring, analyse, afprøvning og beslutninger, der kan flytte ALPI.

Hvad er din største triumf med ALPI? - Der er ingen personlige triumfer, jeg alene kan bryste mig af. De triumfer, jeg har været medvirkende til, skyldes samarbejde med andre. Dem er der heldigvis mange af. Ingen nævnt, ingen glemt.

Hvad ville du gøre om, hvis du kunne? - Jeg ville gerne have prioriteret min tid anderledes de senere år og ikke have begravet mig selv i trafikafvikling. Men nu var det så det, der var behov for. Men dinosaurer er vækket ... så ser vi, om jeg kan trampe rundt og gøre den samlede opgaveløsning lidt bedre for alle.





INTERNAT
TRANSP

SINCE
★ 1992 ★

12

NR. 28 · UGE 48 · 2013

News Frankrig · Spanien · Italien

ALPI åbner to nye kontorer i Paris

De Sentier åbnede i foråret og anden lokation Aubervilliers er taget i brug.

De to nye ALPI kontorer i Paris er åbnet i foråret. De to nye ALPI kontorer i Paris er åbnet i foråret. De to nye ALPI kontorer i Paris er åbnet i foråret.

De to nye ALPI kontorer i Paris er åbnet i foråret. De to nye ALPI kontorer i Paris er åbnet i foråret. De to nye ALPI kontorer i Paris er åbnet i foråret.



FASHION CENTER
fashioncenterparis.com

ALPI har åbnet to nye kontorer i Paris. De to nye ALPI kontorer i Paris er åbnet i foråret. De to nye ALPI kontorer i Paris er åbnet i foråret.



ALPI
10. maj - 6
ALPI AIR & SEA direktør John Blaesbjerg rundede 60 år den 5. maj. I stedet for fejring har John valgt at sende en donation til Anja Ringgren Lovén's nødhjælps-arbejde i Nigeria, hvor hun hjælper udsatte "hekseber". Et stort tillykke til John fra ALPI'erne.



SPEDITØR
Vi søger en erfaren speditør, der er i stand til at indgå i et mindre team, hvor alle hjælper alle. Vi udvider i nærmeste fremtid vore aktiviteter og får derfor brug for en motiveret og alsidig medarbejder.
Arbejdsopgaverne vil primært være:
• Kundebetjening
• Disponering
• Afregning, styring af distributionsopgaver samt varetagelse af div. administrative funktioner.
Kvalifikationer:
• God forretningsans
• Serviceminded
• Smilende og udadvendt
• God til sprog (min. eng. i skrift og tale)
• Kendskab til EDB på brugerniveau
ALPI DANMARK A/S er en nyetableret speditørvirksomhed med speciale i stykgodstransporter til/fra Italien, og firmaet er for øjeblikket inde i en særdeles positiv udvikling.
Tiltrædelse senest 1. februar 1993
Ansøgning bedes fremsendt senest 20. november 1992 til:
ALPI DANMARK A/S, Hammershusvej 16-I, 7400 Herning.





Anders Holch Povlsen, adm. direktør for BESTSELLER A/S, ser tilbage på 25-års samarbejde med ALPI

DEM KAN MAN STOLE PÅ ...

*De har holdt sammen, siden de begge var små.
Står det til BESTSELLER, så fortsætter parløbet med ALPI
længe efter sølvbrylluppet*

Facts om BESTSELLER A/S:

En international, familieejet modetøjsvirksomhed, grundlagt i Danmark i 1975 af Troels Holch Povlsen og Merete Bech Povlsen.

Med over 20 individuelle modebrands leverer virksomheden tøj og accessories til kvinder, mænd, teenagere og børn.

BESTSELLERs produkter er tilgængelige online og i omkring 2.700 brand butikker samt 15.000 multibrand butikker og stormagasiner over det meste af Europa, Mellemøsten, Nordamerika, Latinamerika og Indien. I 2016 havde BESTSELLER en omsætning på 22,9 mia. kr., og et overskud på ca. 2 mia. kr. Virksomheden beskæftiger mere end 15.000 medarbejdere på verdensplan, hvoraf mere end 4.000 arbejder i Danmark.

Generationsskiftet mellem forældrene og sønnen, Anders, begyndte i 2000.



- Ja, jeg har jo ringet lidt rundt for at få et par vinkler fra nogle af dem hos BESTSELLER, der samarbejder med ALPI i hverdagen. ALPI må jo på et tidspunkt have klokket i det eller lavet en eller anden kæmpefejl, men ingen husker noget. Det er helt ufatteligt, konstaterer manden bag mødebordet, mens samarbejdspartneren, Niels Arne Markussen, ikke helt kan afkode, hvorvidt der bliver lavet sjov med ham.

Men det gør værten ikke. Ejeren af og den administrerende direktør for BESTSELLER A/S Anders Holch Povlsen er i sandfarvede bukser og mørk, langærmet skjorte. Han er ikke modemand for ingenting. Desuden ligger det i ham at være forberedt, så selv en samtale om den 25 år lange forretningsrelation til ALPI bliver der på ingen måde taget let på.

Pludselig brummer der liv i mobilen på bordet. Det er far, der ringer. Så selv når man er fyldt 45, chef for over 15.000 medarbejdere og øverste ansvarlige for en global virksomhed, der i 2016 omsatte for 22,9 milliarder kroner og tjente mere end to milliarder, kan der altså være brug for en livline til den gamle. Anders Holch Povlsen undskylder og forklarer, at der er en tidsforskel på en time til det England, hvor stifteren af BESTSELLER tilbage i 1975, Troels Holch Povlsen, nu har sin faste bopæl.

- God morgen ... Ja Joe Tak for det. Ja, jeg skulle hilse fra Niels Arne, som sidder her. Det andet tager vi senere ...

Samtalen er hurtig slut, og tøjdirektøren kan levere en dugfrisk hilsen.

- Det sidste, Troels sagde, var - ALPI, dem kan man stole på, siger Anders Holch Povlsen, mens han betragter Niels Arne Markussen, der har haft modekoncernen som kunde fra dag ét tilbage i 1992.

Tilliden er afgørende

- Jeg kendte jo Troels fra tidligere, hvor han var i gang med at opbygge sin import af tekstiler fra Italien. På et tidspunkt skulle Troels have nogle vareprøver med hjem - og den italienske leverandør spurgte lidt bekymret til betalingen af vareprøverne. Tilfældigvis kendte leverandøren familien Albini i Prato og her sagde man god for Troels og at betaling nok skulle finde sted. Troels Holch har aldrig glemt den tjeneste. Man skal kunne stole på hinanden. Kan man ikke det, så er man ude. Så jeg tænker, tilliden har været afgørende, funderer Niels Arne.

- I har været gode til at koncentrere jer om det, I er bedst til. I spreder jer ikke over en vifte af ting. Det oplever vi ofte, at andre gør. I fokuserer, konstaterer Anders Holch Povlsen. Siden 2001 har han været indehaver af milliard-forretningen. Men før det kom så vidt, var han rundt i virksomhedens kringelkroge. Så den administrerende direktør har skam også stået på et lager ud på de små timer og tømte ALPI-biler, når de rullede ind med tekstiler fra det italienske.

- Vi blev tidligt glade for ALPI. Den første pris, vi aftalte, var 1 kroner pr. jeans hjem fra Italien. Det kostede næsten mere at få varerne fra Firenze og ud til forstaden Prato, hvor der skulle læsses om, end det kostede at få det fragtet til Danmark. Anders Holch Povlsen har selv trådt sine barnesko på lageret i Brande og husker at der nogle gange kunne være en speciel "aroma" i kølebilerne, når han åbnede bagdøren. -Det kunne være af fisk, det kunne være fersk kød. Det var nogle af de diskussioner, vi havde. Husk nu at luften i bilerne ordentligt ud. Men det var en ukompliceret aftale, som vi satte - og sætter - meget stor pris på, slår Anders Holch Povlsen fast. Mellem tætte partnere opstår nemt et frispog. Sådan har det også været i relationen mellem BESTSELLER og ALPI. Især i Troels Holch Povlsens tid kunne der være tale om en endog meget bramfri tone.

Jordens største skideballe

- Jeg husker møder, hvor jeg troede, vi skulle tale om en ting, og så endte vi et helt andet sted. Jeg har også fået jordens største skideballe og efterfølgende troet, at nu var samarbejdet stendødt. Men det var det ikke og nogle af disse "samtaler" gjorde mig også en del klogere indenfor mit eget felt. Nok var der kontant afregning, og måske følte jeg mig lidt lille uden at vide, om jeg var købt eller solgt. Men jeg var aldrig solgt, erindrer Niels Arne.

- Nej, det var I ikke. Men når man har et tæt samarbejde, er det vigtigt, at man ikke falder af på den. Så nogle gange tror jeg, der blev uddelt skideballe i en god sags tjeneste, hvis man kan sige det på den måde. Jeg hører, de første otte år var meget vanskeligere end de sidste 17. Jeg har nok været for god af mig, supplerer en smilende Anders Holch Povlsen.

Mens BESTSELLER er en betydelig kunde hos ALPI, så er ALPI en af de mindre transportører i det net af speditorsvirksomheder, som BESTSELLER benytter sig af døgnet rundt.

- Vi mødte jer, da I var en nystartet, mindre virksomhed. Det passede godt til os. Vi tænker og agerer selv som en lille virksomhed. Nogle tror, det er lykken med store samarbejdspartnere. Vi mener, det er sjovere og mere givende at have en mindre partner. Vi fornemmer, der er en opmærksomhed og stolthed omkring samarbejdet. Man lægger sig i selen ... og nogle gange også mere, end vi har kunnet forvente. Læg dertil troen og tilliden, så har man fundamentet til et rigtigt godt samarbejde, konstaterer Anders Holch Povlsen.

Som hans kontante fædrene ophav indledte morgenen med at slå fast tværs over Nordsøen: ALPI, dem kan man stole på ...

gamle dyder betyder meget for Niels Arne Markussen, der netop er fyldt 60 år.

Det har været 60 år, hvor de gode, gamle dyder har tæet højt oppe på dagsordenen. Hjemmefra lærte Niels-Arne Markussen, at det kan betale sig at være flirtig. Han kom til verden på et lille landbrug uden for Herning hvor man arbejdede hårdt hver dag. Man skal gøre sig umage og yde en sket

Transporter ver
ALPIs medarb
ler i dag over

that the
particular
perform
to their
the Ger
quality
The deli
larger re
the Dan
"On the
achieve
testifyin
the Ger
Hansen
in the U
to local
logistics
man de
in Scot
wareho
This e

ers in particular. "The Danish logistics market is growing dynamically. But we are growing even stronger than the market," explains Jesper Hansen, who is responsible for the forwarding business in Germany and the Benelux states of APL.

Europe-wide connections are especially important for the Danish customers, the country's economy

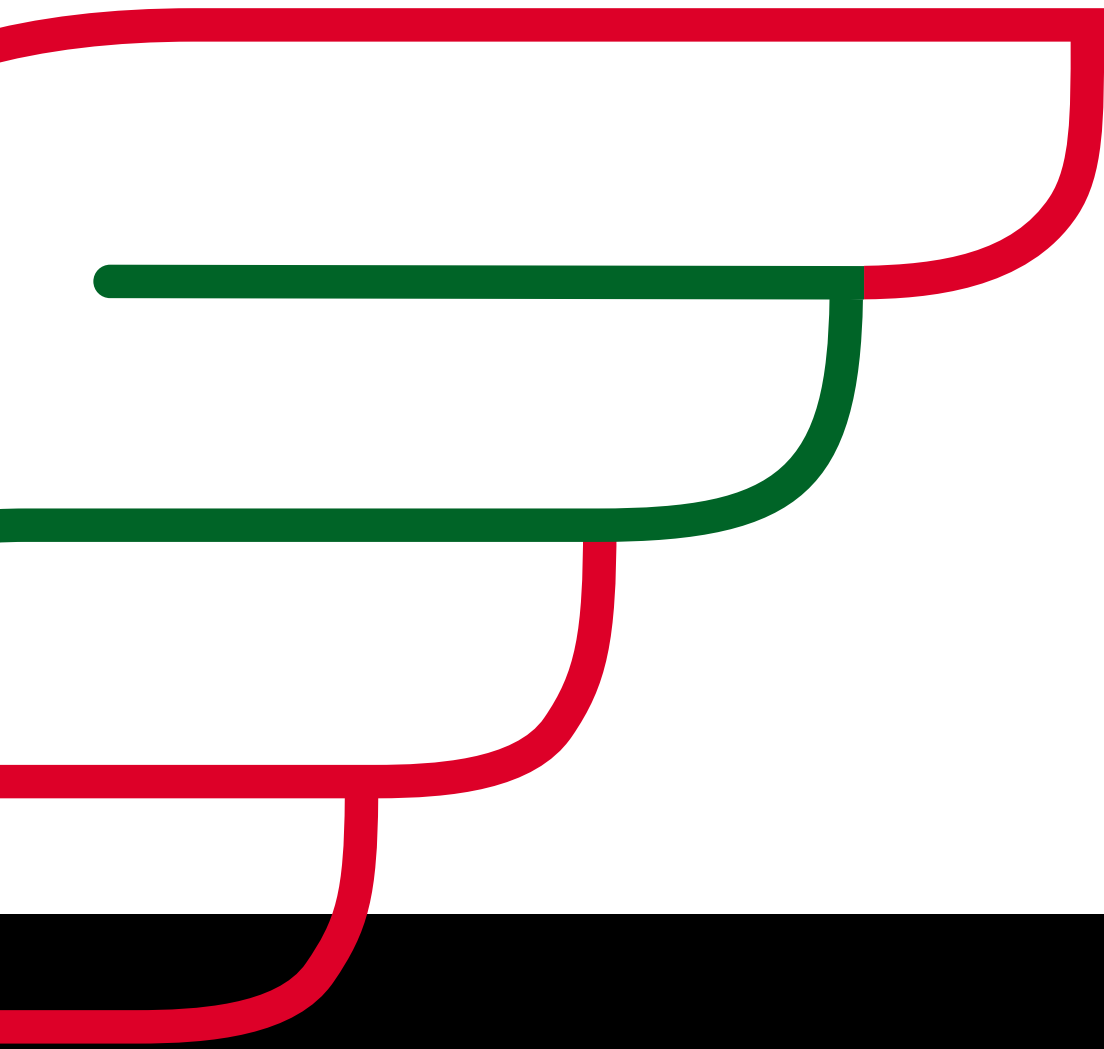
that the port can perform to their satisfaction. The German quality in the delivery is superior to the Danish. "On the other hand, the quality of the German is in the 80s as to loads, logistics and also in the warehouse," says the Danish. This is a high quality, well equipped, these things. Through the service, the port can partner with the end user in North America. "This is our 24-hourly working mode, also we plan to partner with the shipping companies, which will be working in the short term. The

**SINCE
1992**

DEN GLOBALE FAMILIE- VIRKSOMHED

Nando og Edoardo Albini





I Danmark fejrer ALPI 25 års jubilæum. Som del af en italiensk historie, der begyndte tilbage i 1945. I Prato - godt 20 kilometer nordvest for Firenze, i hjertet af den italienske tekstilindustri. Her lejede to venner og kolleger i 1945 en lastbil og etablerede det, som for længst har vokset sig til en grønvoksen global logistik- og transportkoncern. ALPI er sammentrækningen af grundlæggernes to familienavne, Albini og Pitigliani. Og selv om koncernen i dag er lastet med over 70 års erfaring, mere end 1.000 ansatte verden over og 20.000 internationale kunder, tager forretningsfundamentet stadig udgangspunkt i en familieejet virksomhed.

- Hos ALPI er mennesker aldrig et nummer i rækken, og vi stræber altid efter at balancere vores forretning på familieretik og social ansvarlighed – selv om koncernen vokser konstant, og vi er en del af en særdeles konkurrencepræget branche, siger Nando Albini - 2. generation i ALPI Group og stadig aktiv.

Internationalt vokseværk

Nando Albini var således også i 1975 med til at åbne ALPI-kontor i Milano, Italiens økonomiske og finansielle centrum. Herfra voksede organisationen udover Italiens grænser. I 1984 åbnede ALPIs første udenlandske kontor, i Amsterdam, og i løbet af de kommende ti år blev det til åbninger i 12 europæiske lande.

Blandt andet i Danmark, hvor ALPI Danmark blev etableret i 1992. Og siden har vokset sig til et både vigtigt og betydeligt selskab i ALPI Group.

- ALPI Danmarks betydning understreges af mange stærke danske nøgletal: Overskuddet, antallet af medarbejdere og en stor ledelsesgruppe med en god og sund gruppe-filosofi, siger Edoardo Albini. Edoardo er 3. generation i Albini-familien, og begge stifterfamilier har sikkert og effektivt denne generation ombord i koncernen.

Fra hovedsædet i Prato glæder grundlæggerfamilierne bag ALPI Group sig over udviklingen igennem 25 år i det danske selskab, ALPI Danmark. Italienerne er ikke vilde med den danske mad, men glæder sig til gengæld over den danske professionalisme og den danske virksomhedskultur

Velfungerende organisation

- Førhen brugte jeg mange dage om måneden til at rejse rundt og besøge vores filialer verden over. I dag er det primært tredje generation, som tager sig af den del, siger Nando Albini, der er 74 år. Det betyder, at både han selv og sønnen Edoardo Albini ofte har besøgt ALPI i Danmark.

- Vi er imponerede over den stærke og velfungerende organisation og bestyrelse, ALPI Danmark har opbygget og udviklet. Vi har gennem årene lært, at vores måde at gøre tingene på, giver den største og bedste effekt, når den oversættes til de respektive landes kontekst. Uanset hvor tætte vi er forbundet af venskab og partnerskab i koncernen, skal de nationale særegenheder i hvert land respekteres og implementeres nationalt, siger Edoardo Albini.

De to italienske generationer er enige om, at professionalismen er en af ALPI Danmarks absolutte styrker. Til gengæld er ingen af de to imponerede af den danske mad.

- Men stort set alle andre dele af den danske kultur falder i vores smag, fortæller de begge.

Tillid til fremtiden

Begge glæder de sig over udviklingen samt perspektiverne for ALPI i det danske.

- ALPIs succes i Danmark kan ene og alene tilskrives vores danske partnere, som vi er helt sikre på vil videreføre succesen, siger Nando.

- Sammen indledte vi en svømmetur på mørkt og dybt vand. Vi brugte mod og venskab som motor og brændstof til den nye udfordring. I dag glæder det os at konstatere, at vi fik rigeligt med fremdrift ud af den investering. Det er vigtigt at fortsætte vores fælles svømmetur, nu hvor vandet ikke er så mørkt og ukendt længere, og vores bånd er blevet endnu mere robuste. Vi tror på, at det vil skabe endnu mere fælles fremgang, slutter 2. og 3. generation af familie Albini.

#ALPIGIRAW

#DEBEDSTEKOLLEGAER

Erik Hansen

En glad årgang 1968. Lagerchef hos ALPI i Herning siden 1997



Erik Hansen Militæret sat ind i jagten på find Holger – god kollega fra Tysklandsafdelingen, Jens Nielsen gør det det godt #fastelavnsfest #ALPI #debedstekollegaer #hard2recognize



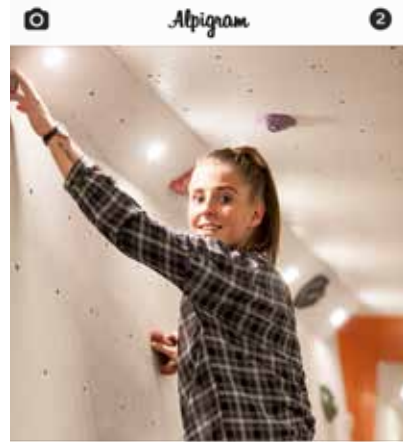
Erik Hansen Vi fejrer ALPIs 10 års jubilæum med flot fest #bedrehalvdellisbeth #ALPhoår #gingerkone #dinneranddance #godunderholdning #jesperlundgaard



Erik Hansen Flower-power personale-party #megasjovt #firmafest #ALPI #hippehippier

Maria Thorø Lund

23 år. Disponent hos ALPI i Greve siden december 2013



Maria Thorø Lund Ung og på vej op ad karrierestigen #elevsamling #ALPIHerning #godtpåvej #debedsteelevkollegaer



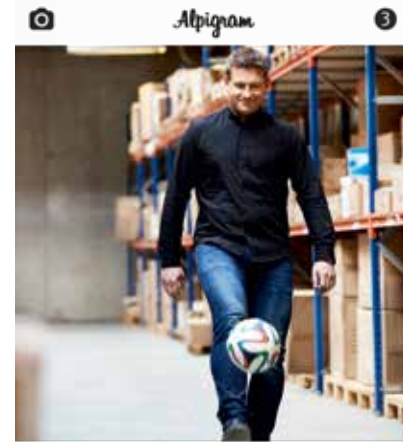
Maria Thorø Lund Juhuuuuu! Min arbejdsplads, ALPI i Greve, er netop blevet kåret til Årets bedste arbejdsplads for elever indenfor bilspedition. Fuldt fortjent. Ekstra glad, fordi jeg selv havde indstillet ALPI til HK #goALPI #bedsteelevplads #bilspeditionerførertilnoget #glad #stolt #nyuddannet #fastansat



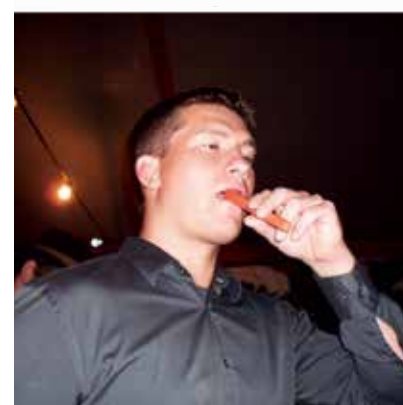
Maria Thorø Lund Hele verden er min... #ALPI #globalarbejdsplads #fraGrevetilrestenafverden

Ronni Bekker

Fyrre, fodboldglad filialleder for ALPI i Odense siden 2008



Ronni Bekker Efter-arbejdstids-træning #øvelsegørmester #driblekongen #ALPI #minmeditation #godform



Ronni Bekker Vi elsker pølser #ALPI #debedstekollegaer #personalefest #rødepølserrules



Ronni Bekker Fantastisk dag på ALPI Arena i Næsby. Sammen med gamle fynske fodboldstjerner spillede vi kamp med udviklingshæmmede. Også bænken var stærk: Vores hold havde Richard Møller Nielsen som træner – hans sidste offentlige optræden #SpecialOlympics #EMg2 #ALPI Arena #fodbold #godkamp #RIPRichard #GuldttilDanmark

Tina Stensfeldt

Langt fra grå lønbogholder. Siden 1997 hos ALPI. Ved seneste revision: 54 år



Tina Stensfeldt Kollegaerne hos ALPI skal naturligvis ikke snydes, når det er jul. I det yndige optog finder du blandt andre også nuværende kollega Charlotte Gade #ALPI #luciaoptog #virammertonen #deyndigstekollegaer #cooljul



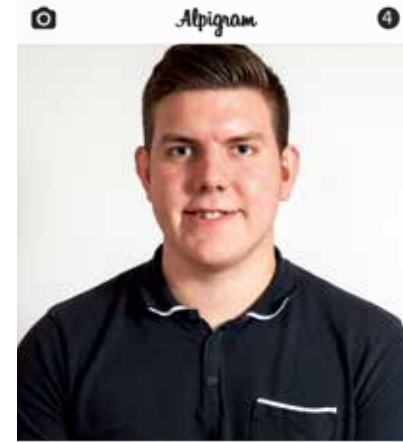
Tina Stensfeldt Yvonne og Benny – alias: Peter og mig #fed#ALPI#fasterlavnsfest !!! ALPI leverer mænd #hard2recognize #dekærligstekollegaer



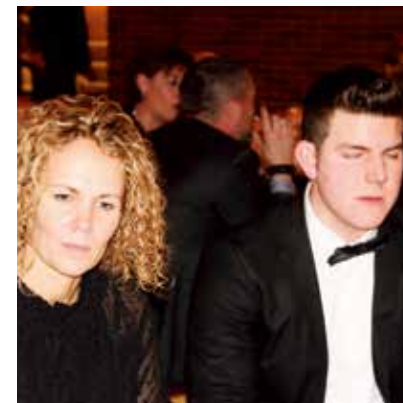
Tina Stensfeldt For en gangs skyld på glatis #hockeyheltinde #ALPI #sjovtmedarbejderarrangement #debedstekollegaer #isenerglæt

Emil Vrbovci Damgaard

19 år. Begyndte sidste år om speditør-elev hos ALPI, import sø i Herning



Emil Vrbovci Damgaard Klar, parat, start – min første dag i jobbet som speditørellev #ALPI #spændt #glad #lidtnervøs #mestspændt #godtpåvej #søensmand

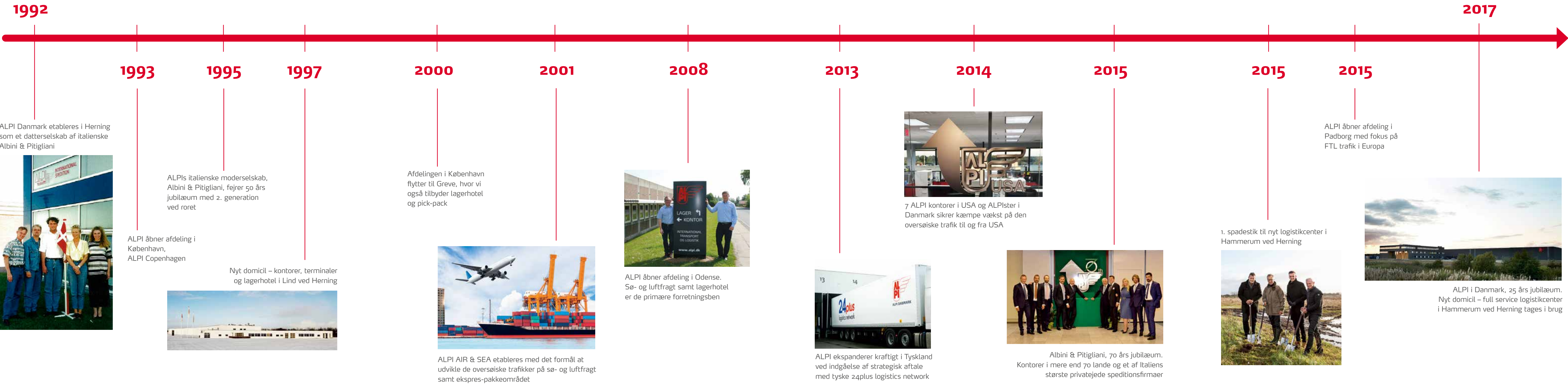


Emil Vrbovci Damgaard Min borddame, erfarne Britt fra national-afdelingen, er åbenbart kedelig #ALPI #julefrokost #minførstejulefrokost #kigop #smil #hvorforkiggerhunikketilinside #jegholdtud #powernap



Emil Vrbovci Damgaard Vi arbejder og flytter i nyt domicil #travlt #fastrupdalen #nytlogistikcenter

ALPI



firma i Greve har fuld fart på

sig over at fejre kobberbryllup med Greve - samt over fremgang i et generelt

således i nye kun- r næsten antallet de uge for Martin Bo- de til at nle kun- flere nye mærke, at prioriterer

Lokale fordele

Vi glæder os i den grad over kobberbrylluppet med Greve - den udvikling, Alpi har

SINCE 1992

Acacia



Transport af personer rundt i verden er et specielt kompetenceområde i transportbranchen, hvilket er en af de mange årsager til, at ALPI er en af de mest kendte virksomheder i branchen.



Alpi rundt med ALPI

Transport af personer rundt i verden er et specielt kompetenceområde i transportbranchen, hvilket er en af de mange årsager til, at ALPI er en af de mest kendte virksomheder i branchen.





"Social ansvarlighed er kommet for at blive..."

Forudsigelse #1

- Om 20 år vil folk ikke kunne forstå den samtale, vi har i dag. De vil simpelthen ikke kunne forstå, at man havde virksomheder, der kun var med i gamet for profittens skyld. Bag den fremskrivning står forsker i fremtiden, Anne Skare Nielsen, og samtalen vi fører i 2017, handler om social ansvarlighed: Virksomheders indsats for at udvise ansvarlighed i forhold til det omgivende samfund. Eksempelvis ved at drive forretning på en måde, som maksimerer positiv værdi for mennesker.

For ALPI har social ansvarlighed altid været en del af

virksomhedens egen fundamentale last. Fra at ansætte medarbejdere med specielle udfordringer og dermed behov for særlige rammer for jobbet hos ALPI, til støtte af lokale foreninger og begivenheder, sponsorater i eliteidrætsklubber og ikke mindst involvering i udviklingshæmmede og deres idræt. - Vi har altid forsøgt at drive forretningen med omtanke og har fokus på, hvordan vi kan bidrage til det, der nu kaldes social ansvarlighed, siger Mette E Thygesen.

Tykke og tynde

Og den bevidste og integrerede holdning til social ansvarlighed



Plads til medarbejdere med særlige udfordringer, støtte til kvalitetsidræt for udviklingshæmmede, lokale sponsorater ... Involvering i det omkringliggende samfund har gennem flere år været en vigtig værdi for ALPI. På samme måde vurderes social ansvarlighed ifølge en af Skandinaviens førende fremtidsforskere, Anne Skare Nielsen, at være et fundamentalt krav for fremtidens virksomheder

er ifølge fremtidsforskeren en vigtig trend; nu og ikke mindst i fremtiden:

- Social ansvarlighed er kommet for at blive. Og vil udvikle sig markant, spår Anne Skare Nielsen, der peger på, at man i USA ikke længere taler om hårde og bløde værdier. - Altså hårde værdier som penge, profit, vækst – alt det, der kan puttes ind i excel-ark, og de bløde værdier som de mere feminine værdier; har vi det godt med hinanden, trivsel på arbejdspladsen. I dag taler amerikanerne om tykke og tynde værdier. De tynde værdier er det spinkle grundlag, som naturligvis skal være i orden, hvorimod de tykke værdier er alt

det, der gør livet værd at leve. Man kan sige, at penge er for en virksomhed, hvad oxygen er for kroppen: Det er nødvendigt for at overleve, men det er ikke meningen med tilværelsen. Trenden med at skabe værdi for samfundet har gennem den seneste årrække også sneget sig ind i forretningskoncepterne i danske virksomheder, vurderer Anne Skare Nielsen: - Fokus på social ansvarlighed hænger sammen med, at vi kommer længere op i Maslows behovspyramide, og at folk derfor har overskuddet til at tænke bredere. For at kunne markere sig overfor både medarbejdere, kunder og konkurrenter, er virksomhederne i dag nødt til at have styr

på det, der på amerikanske hedder value proposition– altså; hvorfor er du her? Hvad er det for en værdi, du skaber? På den måde har social ansvarlighed flyttet sig fra at være et hobby-projekt i HR-afdelingen til at indgå som værdi i den overordnede forretningsplan. I en af landets største banker lå bæredygtighed for 12-13 år siden i eventafdelingen. I dag indgår det i topbankens core business, siger Anne Skare Nielsen. Dermed er fremtiden allerede i gang:

- At drive virksomhed alene for profittens skyld vil i fremtiden synes helt forældet. Det vil blive en del af ens raison d'être: Gode produkter, som belaster mindst muligt, glade kunder, glade medarbejdere, passion og trivsel. At bruge de ressourcer, der er til rådighed, vil være en selvfølge for en virksomhed – fordi andet ikke kan betale sig. Så vi er alle sammen i fremtiden dømt til at have et blik for, hvad det er, der foregår omkring os. Samtidig lukker vi op for passionen – skaber arbejdspladser, som medarbejderne gerne skal være stolte af – og menneskelighed.

Både og

Ifølge den danske fremtidsforsker, betyder det samtidig, at fremtiden ikke er mere – den er bedre:

- Fremtiden er ikke enten eller. Den er både og. Det kan godt lade sig gøre at være bæredygtig, social ansvarlig og have gode relationer til omverden, tjene mange penge, være et godt menneske og gå tidligt hjem fra arbejde. Hvor vi i gamle dage syntes, at vi skulle knokle derudaf, og hvis det så genererede overskud, kunne vi være socialt ansvarlige. Men det primære handlede om at give afkast til sine stakeholders, siger Anne Skare Nielsen.

Hun er selv passioneret omkring værdier og de mulige scenarier for den fremtid, der venter:

- Amerikanske koncerner som General Electric og Ford har haft social ansvarlighed, der rakte til at konkludere: Vi skaber produkter, der gør livet lettere for kunderne, og så skaber vi arbejdspladser, så medarbejdere kan forsøge deres familier. Det var værdigrundlaget i deres koncept. I dag vokser en ny generation af virksomheder op. Onlinefirmaer som for eksempel Google. Den type virksomheder genererer enorm og global vækst, som imidlertid ikke bliver omsat i værdi i form af arbejdspladser. De har ikke bemandede, der kan sammenlignes med klassiske industriarbejdspladser som Grundfos eller Danfoss.

Forsikringsselskaber kan også lave præcis det samme – eller mere – med 50 pct. af bemanningen som for fem år siden. Den jobløse vækst bliver en stor global udfordring: Hvad er det så, folk skal lave? Skal vi stadigvæk have den samme produktivitet i verden, så folk stadigvæk kan tjene de samme penge? Skal vi definere os selv som forbrugere, eller skal vi selv begynde at tænke i, hvad det er, vi har brug for? Måske skal vi indrette os anderledes, så folk bor i gode, små boliger, der samtidig genererer energi, som kan "sælges" til det omkringliggende samfund. Så vi bliver regulære grønne "batterier" i stedet for at leve af et klassisk håndens eller hjernens arbejde, som vi kender det i dag? Det kan være del af fremtidens sociale ansvarlighed.

"... FOR PROFITTENS SKYLD VIL I FREMTIDEN SYNES HELT FORÆLDET"

Forudsigelse #2

Anne Skare Nielsen er talt varm om social ansvarlighed, fremtiden og perspektiverne. Det leder hende hen til et blik i en langt mere overskuelig fremtid:

- Indenfor de næste tre til fem år vil det være utrolig svært at komme i kontakt med folk! Bevægelsen er allerede i gang: Vi begynder at blive handlingslammede af al den information, vi modtager; alt for mange reklamer, alt for mange budskaber. Vi vil opleve løsninger til vores mobiltelefoner og vores netværk, som gør det muligt at blokere for al den information, vi ikke aktivt og personligt selv har givet tilladelse til. Derfor kan det indenfor en overskuelig årrække bliver fuldstændig umuligt for virksomheder og for foreninger, institutioner, medier – alle aktive aktører, der ønsker kommunikation eller relationer med omverden. Med mindre kommunikationen indeholder en eller anden form for værdiskabelse – så folk aktivt tilvælger kommunikation og relation. Derfor bliver det at være ansvarlig og skabe værdi to sider af samme sag. På godt og ondt bliver de fleste tvunget i den retning af meningsfuldhed for at kunne skabe relationer. Og hvorfor skulle man have relationer, der ikke var meningsfulde? Hvorfor skulle man bruge sin tid på et eller andet, der ikke skaber værdi? Så social ansvarlighed er kommet for at blive...



Anne Skare Nielsen, Chief Futurist, Future Navigator:

Har en vision om at vinde Nobels Fredspris, inden hun dør, for at lære så mange mennesker som muligt, hvordan de forudser fremtiden.

Bliver jævnligt benyttet som ekspert i medierne. Hun har blandt andet deltaget i DRs populære radioprogram 'Filosoffen', forfatteren og fremtidskvinden', og har været tv-vært på programmet 'NewScience' på TV2 News.

Er uddannet biolog og kandidat i statskundskab, har været medlem af Etisk Råd og er medforfatter på en lang række bøger.

Stiftede Future Navigator i 2003 sammen med Liselotte Lyngsø. Dengang som nu er det stadig afgørende for de to stiftere at udvikle en menneskevenlig organisation, hvor individuel originalitet prioriteres lige så højt som det forpligtende fællesskab.



ALPI SPORT

Sponsorater i idrætslivet er en mærkesag hos ALPI. Vi ved, at uden erhvervslivets involvering, har vi ikke hverken elite- eller breddeidræt i Danmark.

Sport er et både kulturskabende og kulturbærende element. Det er et af de frø, der er med til at få både lokalsamfundene og landet til at blomstre

Vi har igennem årene støttet mange lokale klubber og foreninger, megen elitesport samt naturligvis udviklingshæmmede idrætsudøvere. Vi vil gerne medvirke til, at flere får mulighed for at dyrke sport.

Hjertesag

Specielt har ALPI fokus på at give udviklingshæmmede mulighed for at dyrke sport. – Udviklingshæmmede dyrker nemlig også idræt. Sport er et vigtigt og givende element i deres liv, nøjagtig som i de fleste andres. Det er en stor fornøjelse at opleve den glæde ved sporten, som de udviklingshæmmede idrætsudøvere viser på banen. Det er en absolut hjertesag hos ALPI.

Special Olympics er verdens største sportsorganisation for udviklingshæmmede børn og voksne. Special Olympics afholder forskellige stævner og festivals. Organisationen blev stiftet i USA af Kennedy-familien i 1968.

Hos ALPI hænger spedition, sport og sponsorater fint sammen.



FC Midtjylland, Special Olympics
fodbold



Fynske fodbold legends
og udviklingshæmmede fra Enghaven, Odense



Simon Tirsgaard, Road Racing



#72 Kevin Garner,
canadisk ishockeyspiller hos Blue Fox



Friske fodbold drenge fra Næsby

ALPI PÅ BANEN

TILBAGEBLIK



Giro d'Italia, start i Herning



Special Olympics, FCM håndbold



FCMs Lærke Møller
og Malene Dalgaard, vindere af pokalfinale



Næstved Stadion



Jublande dansk håndboldlandshold



2 x stjernehåndboldtrænere,
Helle Thomsen og Klavs Bruun Jørgensen



HF Mors, Special Olympics



Fodbold for alle - Elian og Steffan



ALPI Arena Næsby



Race Across America,
verdens hårdeste cykelløb



Bale, Real Madrid // Frederiksen, ALPI



Danish Beauty Award, Julie Zangenberg

HUMANISTENS FORNEMMELSE FOR VIN

Mikael Stjerne Nygaard elsker vin. God vin. Allerhelst dyrket i Italien. Passionen har siden 1990 været hans levevej med virksomheden Vinmægleren A/S i København. De sidste 25 år er hans italienske vine fragtet, oplagret og distribueret af ALPI. Et samarbejde funderet på kontinuitet, ærlighed og hårdt arbejde – præcis de egenskaber, som gør en god vin





Vin ifølge Vinmægleren

Dyreste vin, jeg har smagt:

"Ca. 25.000 kr. Chateau Petrus 1989. I selskab med ejeren, Christian Moueix, fransk royalty, når det gælder vin. Han signerede en flaske til min daværende kæreste. Pas mal, ikke dårligt. Det fantastiske i Italien er, at betaler man 300-500 kr., får man oplevelser, der reelt ikke står i skyggen af Petrus men rummer en anden og ofte mere dramatisk skønhed end det franske ikon, som repræsenterer finesse, harmoni og elegance."

Verdens dyreste vin: "Franske Romanée-Conti fra Bourgogne er den dyreste vin i verden. Der produceres få tusinde flasker om året, og de kan koste op mod 60.000 kr. flasken på auktioner. Fra huset kan den kun købes assorteret i en kasse med 12 flasker, hvoraf én vil være selve Romanée. Generelt bør der altid være sammenhæng mellem pris og kvalitet på vine op til 500 kr. pr. flaske. Det dumme, jeg har gjort, er at sige nej tak til en invitation til at smage alle vine fra Domaines Romanée Conti. Det var som vinjournalist for Det Fri Aktuelt. Jeg vidste, at bladets chefredaktør, Lisbeth Knudsen, aldrig ville tillade en linje i avisen om en sådan ekstravagance. Etisk korrekt, men ..."

En speciel vinoplevelse:

"I 1994 interviewede jeg Philippine de Rothschild, baronessen som arvede og drev 1. Grand Cru Classé Chateau Mouton Rothchild. Hun serverede Mouton Rothchild årgang 1938 fra en magnum ved en privat middag på slottet. Tiden, der står stille i en flaske. Et af vinens mysterier. Der var Picasso på væggene. De lignede ikke reproduktioner..."

Midt i Indre København med udsigt til rådhusårnet holder Vinmægleren til. En eksklusiv dansk virksomhed specialiseret i import af de bedste og mest autentiske vine fra Italien – funderet på grundlæggeren, Mikael Stjerne Nygaards personlige passion. Omgivet af nyistandsatte palæer, som giver noter af både historiske og nutidige arkitektoniske tanker og streger. Præcis som de unikke vine, Mikael Stjerne Nygaard har importeret og solgt siden 1990. De repræsenterer 5.000 års vellagret vinhistorie kombineret med nye italienske vinhuse, der sandsynligvis også vil være med til at tegne fremtiden. Hele vejen med ALPI som ansvarlig for Vinmæglerens transport, logistik og lager.

- Man kan vel sige, at Italien og en brochure førte os sammen, siger Mikael Stjerne Nygaard. Brochuren fra ALPI introducerede den nyslåede vinimportør for den del af forretningen, han havde behov for at få løst bedst mulig eksternt: Transporten af den indkøbte vin til Danmark, den korrekte opbevaring og et effektivt flow fra ordre til levering. ALPI pick-packer vinen og sender med sløjfe og kort, når ordren kræver det.

- Jeg sender en mail til ALPI i Herning, som plukker vinflaskerne på lagret og sørger for, at den havner hos kunden. Vores samarbejde har lige fra begyndelsen været båret af vigtige værdier som ærlighed, troværdighed, hårdt arbejde og kvalitet. I 25 år har jeg aldrig oplevet en brækage under transport fra alle egne af Italien til Herning, og kun én eneste gang er én kasse forsvundet, selvsagt fra Sicilien, fortæller Mikael Stjerne Nygaard, bænket ved langbordet i lejligheden med herskabshøjt til loftet – på alle måder. Klassisk klædt i naturfarver tilsat en vag tone af italiensk vinbonde.

Fra cand.phil til vinimportør

Men vinhandleren er pæredansk. Og oprindeligt humaniorauddannet cand.phil. Derfor var det fra begyndelsen vigtigt at udlicitere den vitale logistiske del af forretningskonceptet. I rygsækken havde han erfaring som underviser i nordisk litteratur på Aarhus Universitet, informationschef i Jyske Bank og i brancheorganisationen Tekstil- og Beklædningsindustrien (i dag Dansk Mode & Textil).

Passionen for vin fik han serveret allerede som helt ung, hvor hans mor lærte ham at bruge sanserne til at fornemme vinen i glasset.

- Jeg husker stadig min mors øjeblikke af lykke, når hun drak en perfekt vin, og jeg kan huske detaljer om de vine, jeg som ung drak og talte med min mor om.

Den tidligt inspirerede evne videreudviklede han selv.

Endda til en så fin næse og smag for nuancer og detaljer, at Mikael Stjerne Nygaard sideløbende med sit job i Jyske Bank blev vinanmelder på både Dagbladet Det Fri Aktuelt og specialmagasinet Vinmagasinet.

I midten af 1980'erne fik han i høj grad smag for Italien. Nærmere betegnet Toscana. Passionen ønskede han at inspirere og videreformidle til danskerne og den stigende lyst til at drikke og smage vin herhjemme. Det begyndte så småt med italiensk vin til kundearrangementer i Jyske Bank. Men formidlingen af vin voksede, og i 1990 besluttede han at gøre passionen til levevej. Med en forretningsfilosofi, der stadig holder i dag:

- Jeg går ikke efter mainstream internationale italienske vine. Jeg sælger vin fra små håndværksprægede og familieejede producenter. Folk, der fysisk er til stede i vinmarkerne og har holdning til stil, kvalitet og etik. Årgang efter årgang. Og så har jeg i høj grad også fokus på de unikke 600 forskellige druer, som Italien er ene om i verden. Hovedparten af dem er vilde druer, som ikke vokser andre steder i verden. Det betyder vin af høj kvalitet, og med endnu højere individualitet. Alle kan smage forskel – det behøver man ikke være vinekspert for.

International vindommer

Vinmæglerens kunder har fra begyndelsen været en komposition af store børsnoterede koncerner og helt ned til små virksomheder.

- Jeg finder i nogle tilfælde vine, som mine kunder er alene om på det danske marked. Desuden skal vinen gerne afspejle firmaernes profil. For eksempel kommer den vin, jeg sælger til Finans Danmark fra den italienske bankfamilie, i dag vinproducenter, Marchese Gondi, som med-finansierede Columbus' opdagelse af Amerika. Jeg har også kunder, der har webcam-adgang til markerne, så de kan følge vinhøsten, og kunder, som jeg arrangerer VIP-besøg til vinslotte for.



Samtidig med etableringen af Vinmægleren fik italienerne smag for Mikael Stjerne Nygaards veludviklede sans for og indsigt i vin. Derfor fungerede han i mange år som dommer under verdens største vinmesse, Vinitaly i Verona. Som den eneste dansker nogensinde.

Herhjemme har danskernes smag igennem de seneste årtier også udviklet sig til fordel for italienske vine.

- Da jeg kom til Toscana og smagte fantastiske vine, kunne jeg ikke forstå, at de ikke var i Danmark og besluttede mig for at gøre noget ved det. Dengang dominerede franskmændene totalt. Kun seks pct. af markedet var italienske vine, og det var hovedsageligt industrivine.

Ifølge de nyeste tal fra Vin & Spiritus Organisationen i Danmark, blev der i 2016 i alt importeret ikke mindre end 178.200.000 liter vin til Danmark – eller den samme mængde, som kan fylde mere end 71 svømmebassiner i olympisk størrelse. Lidt over en femtedel af den vin blev importeret fra

Italien, som dermed for sjette år i træk manifesterede sig som danskernes favorit-vinnation.

- Den udvikling har betydet, at mange importører igennem årene har kastet sig over markedet uden at tale sproget eller kende landet i dybden. Andre har henvendt sig til mit firma og fået hjælp til at lave en kvalitets-portefølje. Det er en af tankerne bag mit firmanavn, Vinmægleren.

Italiensk vin version 2.0

Den italienske vins popularitet på det danske marked er naturligvis en glædelig udvikling for Vinmægleren.

- I dag ved mange danskere, at de italienske topvine er fuldt ud på niveau med de franske. I dag er alle de berømte italienske vinområder, Brunello, Amarone og Barolo, repræsenteret i Danmark. Derfor er jeg gået i gang med det, jeg kalder Italien version 2.0. Der er nemlig fortsat uopdagede italienske druer og områder.

Et udsnit af Vinmæglerens leverandører (fra venstre): Den gyldne dessertvin er den ægte Vinsanto, den hellige vin. Villa di Bossi er fra Chianti Rufina uden for Firenze. Huset Serracavallo i magnum og enkeltflaske er udtryk for det, Mikael kalder Italien 2,0: vine af sjældne, vildtvoksende druer, her Maliocco Dolce fra Italiens sydligste spids, Calabrien. Sluttelig: Italiens mest berømte vinområde: Brunello de Montalcino. Huset er Poggio Antico, årgang 2011 er kåret til områdets bedste vin af verdens pt. førende ekspert, engelske Jancis Robinson, blot kaldet "the Nose."

Blandt andet i kraft af sin tid som vindommer i Verona har Mikael Stjerne Nygaard fået kendskab til de unikke druer. For eksempel i Calabrien og på Sicilien.

"NATURVIN ... EN SLAGS RUDOLF STEINER OVERFØRT PÅ VIN"

- Det handler om økologiske vine og den seneste udvikling; naturvine. Naturvine er økologiske vine, som yderligere rummer en traditionel og historisk filosofi. Det betyder, at vinene er så lidt manipulerede som muligt. En slags Rudolf Steiner overført på vin. Naturvinen bliver således fremstillet med ingen eller lille temperaturkontrol under gæringen, som kun foregår med naturgær – den vilde gær, der sidder på druerne. Produktionen foregår uden kunstgødning eller sprøjtning – kun med såkaldt

Bordeaux-væske, kobber-sulfitter, der har været kendt siden 1700-tallet. Vinen tappes enten ufiltreret eller let-filtreret.

- Når naturvinene er bedst, får de en særlig nærværende kvalitet og en fascinerende individualitet. De kræver samtidig, at man er endnu mere kritisk i sine indkøb.

ALPI giver frihed

Som for vinen handler Vinmæglerens relationer til samarbejdspartnerne om kvalitet – og langvarige og personlige relationer. - Jeg har for eksempel fravalgt webshop, fordi jeg ønsker at fastholde den personlige rådgivning og den løbende gensidige erfaringsudveksling.

Præcis som grundlaget for det 25 år lange parløb med ALPI.

- Kontinuitet er en rigdom menneskeligt set. Det giver også tillid. I Herning tænker ALPI internationalt, og moralen er præget af ærlighed og hårdt arbejde. Det betyder, at ALPI sikrer mig frihed til at fokusere på mine kernekompetencer.



HAMMERSHUSVEJ 16-1
P.O.B. 342
DK-7400 HERNING
TEL (45) - 97212186
FAX (45) - 97215186
A.S. - 197.803
SE - 15129506

Kære Kunde !

Herning, december 1992.

INFORMATION IMPORT ITALIEN

Vi har hermed den fornøjelse at meddele Dem, at vi
starter et datterselskab på Sjælland med følgende a

COPENHAGEN APS



SINCE
★ 1992 ★



Tør øjnene

Hos speditørvirksomheden Alpi Danmark
vil man ikke pive over finanskrisen. Man
går i stedet offensivt til opgaven og har
ansat 13 nye medarbejdere.

UDVIKLING 4

FASTRUPDALEN OG FREMTIDEN

*Også i fremtiden vil ALPI
have fokus på udvikling
– med kvalitet og nærvær*





Årstiderne Arkitekter og
totalentreprenøren NRE Group A/S
har forestået henholdsvis arkitektur
og byggeri



SINCE 1992

Sort og skarpskåret er det nye logistikcenter i Fastrupdalen ved Herning, som udgør 8.000 m² terminalhaller, 8.000 m² lagerhotel og 4.500 m² administrationsbygning. Den gennemgående sorte facadebeton samler den store bygning, mens administrationsbygningens facadeløsninger i aluminium og glas symboliserer åbenhed og fleksibilitet. Som en direkte reference til værdierne hos ALPI.

- Vi gør os hver dag umage for at gøre en forskel gennem fleksibilitet og personligt engagement, siger Niels Arne Markussen – der sammen med de øvrige kolleger hos ALPI i Herning nyder de nye omgivelser og de mange muligheder, en moderne arbejdsplads rummer. I forhold til blandt andet samarbejde, effektivitet og inspiration.

- Vi skal også i fremtiden have fokus på udvikling af vores forretning og løbende have nye "produkter" på hylderne. På den måde kan vi udvikle os sammen med kunderne. Vi skal forsøge at gøre verden mindre og mere tilgængelig for vores kunder. Men uden at gå på kompromis med kvaliteten, nærværet og vores ansvarlighed.

ALPI er, med andre ord, klar til at møde fremtidens krav og udfordringer i nye og samlede rammer.



Hvor der er vilje,
er der en vej