

CARTELLA STAMPA 2017

GRUPPO EPTA

#EPTAEXPERIENCE IS THE WAY... TO EUROSHOP!

Indice

	Epta, un'esperienza da vivere	Pag 2
	7 brand, un'expertise centenaria	Pag 4
	#EptaExperience is the way...for a new shopping feeling!	Pag 6
	Epta, qualità certificata	Pag 9
	Le novità di Euroshop	
MUST SEE!	Area 1 Experience Epta Dynamic Motion – La partnership con Lactalis	Pag 10
	Area 2 Experience The Turn key Click & Collect	Pag 13
MUST SEE!	Area 3 Experience CO ₂ unique skills	Pag 16
	Area 4 Experience The Food Super Preservation	Pag 19
	Area 5 Experience Restaur-Action Zone – in partnership con Electrolux Professional	Pag 21
MUST SEE!	Area 6 Experience Cool Emotions	Pag 23
	Area 7 Experience Innovative Thinking	Pag 25
MUST SEE!	Area 8 Experience The Family Revolution	Pag 28
	Area 9 Experience a Great Expertise At Your Service	Pag 32
	Area 10 Experience Pure Design – Partnership con Schweitzer	Pag 35
	Area 11 Experience No Limits Concept	Pag 37
	La società in sintesi	Pag 41

Düsseldorf, 5 Marzo 2017

Per ulteriori informazioni

Lbdi Communication

Federica Cosmo: fcosmo@lbdi.it

Ginevra Fossati: gfossati@lbdi.it

Tel.: +39 02/43910069

Fax: +39 02/33007120

 **EPTA, UN'ESPERIENZA TUTTA DA VIVERE**

"La sensazione estetica può diventare una scienza e l'originalità essere coltivata come una disciplina."

Fernando Pessoa

Epta potenzia la shopping experience

Il successo di un punto vendita dipende anche dalla memorabilità dell'esperienza dell'individuo, in un mondo che troppo spesso si è concentrato più sul prodotto. In tal senso Epta, *gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale*, ridefinisce le strategie espositive con nuove semantiche volte a rendere la *shopping experience* un'immersione in un ambiente d'atmosfera e di design. In quest'ottica, l'expertise acquisita nel corso degli anni dai suoi marchi **Costan, Bonnet Névé, George Barker, Eurocryor, Misa, Iarp e Knudsen Køling** e il connubio tra le varie eccellenze industriali del Gruppo converge verso un obiettivo comune: lo sviluppo di nuovi sistemi affidabili e tecnologicamente all'avanguardia. La conoscenza globale del settore e la gestione diretta di ogni fase garantiscono, infatti, la massima qualità dell'offerta, permettendo a Epta di proporre sul mercato soluzioni in grado di coniugare qualità, sostenibilità, innovazione e versatilità ad estetiche di grande impatto visivo, che conferiscono dinamismo e vitalità ai layout di ogni Store.

Epta, un partner dall'elevato valore aggiunto

Epta collabora da sempre con i protagonisti dei settori della **Grande Distribuzione, Ho.re.ca e Food & Beverage** per conferire un nuovo volto alle aree food. Riconosciuto a livello mondiale in qualità di partner a valore aggiunto, il gruppo è in grado di gestire dalla progettazione di sistemi integrati e allestimenti *turn-key* fino al servizio post-vendita. Il connubio tra la perfetta complementarietà dei suoi brand ed un'elevata personalizzazione, permette a Epta di offrire un'ampia gamma di soluzioni refrigerate. Dai **banchi remoti a temperatura positiva e negativa, ai plug-in, alle celle frigorifere, fino alle centrali di piccola, media e grande potenza**, i suoi concept raffinati incarnano un immaginario di stile, qualità, eleganza e gusto, che contribuisce a

potenziare il legame layout-prodotti-consumi, guidando i consumatori in una **nuova dimensione dello shopping, unica e interattiva**, capace di coinvolgerlo, emozionarlo ed intrattenerlo.

L'inequivocabile forza dei numeri

L'organizzazione si basa su un modello imprenditoriale che ha nel suo DNA una forte vocazione per l'internazionalizzazione. Con headquarters a Milano, **4.000 dipendenti, 7 brand, 200.000 unità prodotte/anno**, un fatturato di **oltre 800 Milioni di euro nel 2016, di cui l'85% in export**, il Gruppo Epta è un'azienda in continua crescita, che punta a raggiungere **un giro d'affari di 1 Miliardo di Euro** entro il 2020, grazie ai costanti investimenti ed alle acquisizioni di brand esteri, leader nei rispettivi Paesi.

Il controllo strategico della catena del valore

Il gruppo ha, inoltre, il pieno controllo della catena del valore e mantiene una gestione diretta di tutti i segmenti chiave grazie ad una **presenza globale**, assicurata da strategici presidi commerciali in **35 Paesi e 11 unità produttive** site a Limana, Solesino, Casale Monferrato e Pomezia in Italia, Hendaye in Francia, Bradford nel Regno Unito, Køge in Danimarca, Rosario in Argentina, Corlu in Turchia, Quingdao in Cina e Cha-Am in Thailandia e per una **superficie coperta totale di oltre 300.000 m²**.

7 BRAND, UN'EXPERTISE CENTENARIA

I pilastri di Epta

I brand con cui Epta opera, in virtù della loro *expertise* ed eccellenza, posizionano il gruppo tra i principali player del settore, a livello mondiale. La sua politica di espansione si basa, infatti, sulla **strategica acquisizione di marchi italiani ed esteri**, leader nei rispettivi segmenti di mercato. La costante condivisione delle **competenze** e del **know-how tecnologico, specifico di ogni marchio**, è il fattore cruciale che ha condotto la multinazionale all'ideazione di nuove soluzioni refrigerate, integrate tra loro e alla diversificazione dei servizi. Un'offerta molto ampia e personalizzata, che soddisfa efficacemente le necessità di ogni tipologia di punto vendita: dai piccoli negozi, ai *cash & carry*, fino agli ipermercati, in qualsiasi parte del mondo.



Costan rappresenta il nucleo originario di **Epta**. Fondato nel 1946 come laboratorio artigianale per la produzione di ghiacciaie e armadi frigoriferi, viene acquisito nel 1986. Il brand, da sempre sinonimo di massima **qualità, servizio eccellente e prodotti tecnologicamente avanzati e affidabili**, è commercializzato da una rete costituita da filiali in Italia e da sedi commerciali e distributori all'estero.



Bonnet Névé nasce dalla fusione di due prestigiosi marchi: **Bonnet Réfrigération** - fondata come Bonnet nel 1830 - e **Satam Névé**, acquisiti nel 1988. Nel corso degli anni questo brand ha conseguito importanti riconoscimenti dal mercato per le sue rivoluzionarie soluzioni, che si distinguono per design innovativo, studio del merchandising e massimo risparmio energetico.



George Barker, viene fondata nel 1928 a Bradford (UK) e il suo core business è la progettazione e produzione di **mobili refrigeranti tailor made**. Entra a far parte di **Epta** nel 1999, apportando un elevato *know-how*, di cruciale importanza, nella progettazione di soluzioni altamente

flessibili e tecnologicamente all'avanguardia specifiche per il mercato britannico.



Eurocryor, brand nato nel 1991 a Solesino, in provincia di Padova, si contraddistingue sul mercato per la produzione e commercializzazione di **banchi frigoriferi tradizionali, di alta gamma**, ideali per arredare e personalizzare **punti vendita di prestigio**.



Misa, fondata nel 1969, è specializzata nella produzione di **celle frigorifere commerciali ed industriali**. Con sede a Pomezia, in provincia di Roma, il brand è stato acquisito da **Epta** nel 2011, permettendo così al gruppo di ampliare la sua offerta e di creare nuove opportunità e sinergie **nel settore Ho.Re.Ca.**



Costituito nel 1983, **Iarp** è un brand rinomato per i suoi **banchi a gruppo incorporato (plug-in)**. Con sede a Casale Monferrato, in Piemonte, Iarp è entrato a far parte del Gruppo a Marzo 2013 e grazie al suo know-how tecnico, garantisce importanti sinergie in termini di diversificazione del business e completamento della filiera. Caratteristica distintiva di Iarp, è la sua capacità di realizzare soluzioni plug-in ad hoc, anche in esclusiva, per aziende del Food&Beverage. Il brand vanta anche una lunga tradizione nello sviluppo di soluzioni per l'esposizione e la vendita del gelato.



Marchio specializzato nella progettazione, installazione e manutenzione di sistemi chiavi in mano a **CO₂** per la refrigerazione, è entrato a far parte del Gruppo Epta nel **2015**. Con sede a Køge, città vicina a **Copenhagen**, **Knudsen Kølning** collabora con i Retailer e le aziende danesi più dinamiche del settore della refrigerazione offrendo, dal 1961, banchi remoti, plug-in e soluzioni chiavi in mano, unitamente al supporto qualificato di una capillare rete di vendita e centri di assistenza tecnica.

 **#EPTAEXPERIENCE IS THE WAY...
FOR A NEW SHOPPING FEELING!**

Rivoluzione digitale: una nuova sfida per il Retail

La **rivoluzione digitale** in atto sta influenzando profondamente tutti i settori economici, con importanti ricadute anche per le Aziende della **Grande Distribuzione Organizzata**, dell'Ho.re.ca e del Food&Beverage. I Retailer, ad esempio, per continuare a crescere e restare competitivi devono elaborare nuovi modelli di business e approcci verso i **consumatori**, oggi sempre più **iperconnessi e alla ricerca di esperienze d'acquisto interattive e multisensoriali**.

Da Point of Sale a Point of Experience: l'ordinario diventa straordinario

Uno scenario inedito e dalle notevoli opportunità per il Gruppo Epta, che in occasione di Euroshop presenta la sua nuova strategia espressa dal claim: **"#EptaExperience is the way"**. Questo concept interpreta fedelmente la mission dell'Azienda e la volontà di contribuire al successo dei propri Clienti - **"Proud to contribute to the success of our customer's sales outlet. Simple, safe and appealing purchases"**-, trasformando i luoghi di vendita da **Point of Sale a Point of Experience**.

Un'esperienza al cubo

Un'esperienza che si declina su tre livelli: **Our Experience, Your Experience e Their Experience**, per creare una dialettica continua fra la funzione informativa e suggestiva dell'ambiente, che si fonde sinergicamente nella comunicazione di prodotto e del valore dell'identità dell'Insegna.

Our Experience...

Avanguardia tecnologica, professionalità e affidabilità: l'*experience* del Gruppo Epta è testimoniata dai costanti investimenti in **R&D**. In dettaglio, negli ultimi 5 anni il Gruppo ha stanziato circa **50 milioni di euro** per la progettazione di soluzioni che anticipano i tempi. Una forza industriale a servizio per dell'innovazione, per offrire agli Operatori del settore Retail, Ho.Re.Ca. e Food&Beverage soluzioni industrializzate complete, in grado di soddisfarne ogni esigenza tecnica ed espositiva, in tutto il mondo.

**...una storia
aziendale ricca di
riconoscimenti**

La qualità e l'eccellenza sono da sempre un *must* per Epta al pari del suo impegno a favore di un progresso sociale responsabile: valori concreti che hanno permesso al Gruppo di ottenere importanti riconoscimenti. Tra questi spiccano nel 2016 il **Premio IxI di Confindustria**, conseguito per aver investito con successo in ricerca ed innovazione e, nel 2015, la **VI edizione del Premio Di Padre in Figlio – il gusto di fare Impresa** - che ha premiato **Marco Nocivelli, Amministratore Delegato del Gruppo Epta** nella categoria Internazionalizzazione, come imprenditore che ha saputo vincere la sfida del passaggio generazionale, valorizzando l'operato del padre Luigi Nocivelli. Infine, Epta ha ottenuto il **Certificato Elite**, entrando a far parte nel 2015 della Community Elite, network di piccole e medie imprese Europee, creato da Borsa Italiana in collaborazione con Academy London Stock Exchange e prestigiose istituzioni ed organizzazioni nazionali.

**... e di brand di
lunga tradizione e
pluripremiati.**

Le soluzioni dei marchi Epta godono di una lunga tradizione, centenaria e hanno conseguito numerosi riconoscimenti europei tra i quali spiccano in Germania: il **German Design Award** 2016, ottenuto in virtù della portata rivoluzionaria della RevUP Family Costan e Bonnet Névé, una gamma che associa design sorprendente a massime prestazioni energetiche e l'**ECOCARE** 2014, conseguito dallo stabilimento di Limana e istituito per premiare i migliori progetti a basso impatto ambientale. In Francia, Epta si è aggiudicata le ultime tre edizioni del prestigioso **Janus de l'Industrie** per la perfetta rispondenza dei sistemi dei suoi brand ai parametri delle famose "5 E": economia, ergonomia, estetica, etica ed emozione e l'**Eco-conception** 2015 per le performace d'eccellenza di SkyView di Bonnet Névé. In Gran Bretagna il Gruppo è stato premiato ai **RAC Cooling Awards**, prestigiosa manifestazione di riferimento nel settore della refrigerazione e della climatizzazione, in diverse categorie nel 2006, 2007, 2009, 2014 e 2016 e infine, in Italia Costan è stata insignita del **Premio Buone Pratiche per le Energie Rinnovabili e la mobilità sostenibile** 2016 di Legambiente per la promozione delle tecnologie green.

**Your experience...
Epta, interprete
affidabile dei
progetti dei
Retailer**

Epta si posiziona sul mercato come partner di fiducia per i Retailer che desiderano affidarsi **ad un unico interlocutore per la realizzazione di progetti completi e chiavi in mano**, su scala mondiale. In dettaglio, il gruppo è in grado di assisterli dallo studio del layout del punto vendita alla personalizzazione dei sistemi, puntando sulla professionalità del team **Epta Concept** fino all'esclusivo servizio di assistenza e consulenza post-vendita, garantito da **Epta Service**.

**Their experience...
nuove semantiche
esaltano la
componente
ludica ed
edonistica dello
shopping**

Il punto vendita assume una nuova centralità strategica, diventando per i consumatori uno spazio di **relazione e di scoperta**, dove vivere **momenti indimenticabili, piacevoli e gratificanti**, anche sotto il profilo estetico. In tal senso, le soluzioni dei brand Epta contribuiscono ad avvolgere il Consumatore in un seducente percorso costituito da *setting* visivi e percettivi, in grado di creare nuove ambientazioni da sperimentare in un rapporto che diventa sempre più interattivo, a favore di una maggiore redditività degli store.

**Icone analogiche,
in un ambiente
digitale**

La contaminazione tra i mondi analogico e digitale ha dato vita anche all'ideazione e al lancio, in linea con il nuovo concept, dell'**APP #EptaExperience** che integra queste due realtà, sviluppata in collaborazione con BT, uno dei maggior ICT service provider mondiali.. Presentata in anteprima in occasione di Euroshop l'applicazione fungerà da guida digitale per accompagnare, durante la cinque giorni, i visitatori in un **tour immersivo ed interattivo** alla scoperta delle novità e di contenuti inediti, con approfondimenti e momenti di svago per conoscere a fondo l'unicità della #EptaExperience.

EPTA, QUALITA' CERTIFICATA

CSR, un percorso all'insegna della qualità e sostenibilità

Crescita responsabile, attenzione verso le risorse umane e partecipazione a iniziative volte a promuovere principi etici: questi i temi affrontati nel quarto Corporate Social Responsibility Report di Epta. I risultati del Bilancio sono confermati dall'Istituto **TÜV Austria Cert GmbH** che ha certificato il CSR del Gruppo in linea con l'opzione **Core G4** dello standard internazionale GRI (Global Reporting Initiatives).

Il "cuore verde" di Epta

Espressione concreta dell'approccio sostenibile di Epta è l'impegno nello sviluppo di **soluzioni sempre più green**: dai banchi remoti e plug-in a refrigerante naturale fino alle centrali e sistemi a CO₂, integrabili nel sistema HVAC degli store, per garantire la massima riduzione delle emissioni e la salvaguardia delle risorse. Ulteriore motivo di orgoglio per il Gruppo sono i suoi siti produttivi nei quali vengono effettuati importanti investimenti in automazione degli impianti, a favore di una maggiore produttività ed una riduzione dei consumi di risorse naturali. Nello specifico, la cultura della responsabilità sociale è un fattore molto importante per l'Azienda, che procede verso una sempre maggiore **sinergia tra sostenibilità e scelte strategiche**. Un cammino intrapreso cinque anni fa, che ha permesso al gruppo di annoverare tra le sue gamme prodotto più del 50% di soluzioni ad alta efficienza e di ridurre il consumo di energia dei suoi stabilimenti del 12% negli ultimi quattro anni.

La formazione, alla base del successo di Epta

Epta crede fortemente nella formazione continua: allo storico **Epta CO₂ Training Centre**, aperto a operatori interni ed esterni e volto a favorire l'adozione della CO₂, l'azienda affianca dal 2016 **EPTAcademy**. In dettaglio, si tratta di un progetto di medio-lungo termine sviluppato in collaborazione con **SDA Bocconi** e che prevede corsi volti a rafforzare le capacità di leadership dei Manager dei team di Epta, per superare le sfide di un mercato in continua evoluzione. In dettaglio, il Leadership Program e il Talent Development si configurano come un'opportunità per rafforzare lo spirito di gruppo e condividere un'esperienza di valore, maturata all'interno di un'istituzione accademica prestigiosa e riconosciuta a livello mondiale.

MUST SEE



AREA 1: EXPERIENCE EPTA DYNAMIC MOTION, LA PARTNERSHIP CON LACTALIS

"Ogni formaggio aspetta il suo cliente, si atteggia in modo d'attrarlo, con una sostenutezza o granulosità un po' altezzosa, o al contrario sciogliendosi in un arrendevole abbandono."

Italo Calvino

Un progetto dalle infinite potenzialità

In risposta al trend che vede crescere la **categoria dei freschi a libero servizio**, Epta presenta a Euroshop 2017 un progetto in collaborazione con **Lactalis** e co-designed da **ONE BUY ONE**. Si tratta, in dettaglio, di una **soluzione di visual merchandising** che introduce una profonda innovazione nel comparto e che si presta ad essere **un punto di partenza** di un relooking completo dell'intera area dei verticali a libero servizio chiusi da porte.

Il formaggio come elemento di socialità



Il **formaggio**, simbolo, in tutto il mondo, della cultura culinaria dell'Esagono, è una referenza chiave all'interno dell'universo della Grande Distribuzione Organizzata. In Francia, ad esempio, i prodotti caseari impattano per il **6% sul volume d'affari**

del comparto alimentare e beneficiano, inoltre, di un trend di crescita che si riconferma positivo da 15 anni. I fattori di sviluppo del settore si legano principalmente a **nuove modalità di consumo "sociali"**: il formaggio si evolve, inserendosi in numerosi momenti del quotidiano come negli aperitivi e nelle preparazioni culinarie.

Lactalis e Epta, una partnership all'insegna dell'eccellenza

È proprio alla **versatilità del formaggio** che **Lactalis** e **Epta** si sono ispirati per la progettazione di una **soluzione di visual merchandising** inedita che fa della flessibilità espositiva il suo elemento distintivo. Il **know-how** del primo gruppo al mondo nel settore caseario, coniugato all'expertise centenaria di Epta, ha dato vita all'**Allée des Fromages**.

La qualità del prodotto valorizzata da una presentazione impeccabile

“Non si può presentare un camembert allo stesso modo di un sacchetto di formaggio grattugiato”: questa provocazione riassume la filosofia alla base di **un concept rivoluzionario** studiato per trasformare gli arredi verticali chiusi a libero servizio in **opportunità di sviluppo per l'intera categoria**, proponendo un'esposizione più razionale e leggibile, che concorre a trasformare l'atto di acquisto in un **momento piacevole**, potenziando contestualmente *l'impulse buying*.

In tal senso, Lactalis e Epta hanno realizzato un arredo refrigerato che **rompe con la tradizione e l'abituale sviluppo lineare**, giocando con **moduli di profondità diverse e "pause visive"**, che vivacizzano l'area e imprimono un profondo dinamismo al layout espositivo.

L'universo del formaggio... si fa in quattro

La chiave di lettura dell'Allée des Fromages è, quindi, la valorizzazione dell'universo del formaggio, organizzato in **quattro poli: Formaggi da Degustare**, ideali a fine pasto, **Piacere & Benessere**, per chi è attento alla linea, **Pratico e Goloso**, per sandwich e aperitivi e **Formaggi in Cucina** per la preparazione di ricette dolci e salate. I poli sono segnalati con colori e materiali diversi, che concorrono a rendere l'identificazione degli articoli più intuitiva, a stimolare la curiosità del consumatore e potenziare l'atmosfera "boutique".

Ad ogni formaggio la sua presentazione

Ogni tipologia di formaggio **diventa una star** all'interno dell'Allée des Fromages. Le referenze sono suddivise per famiglia e inserite all'interno di sezioni dedicate. I **camembert**, ad esempio, sono esposti in verticale e sono collocati sopra un esclusivo **sistema "pusher"** che migliora il facing, semplifica il prelievo da parte dei consumatori e le operazioni di carico del personale. I **formaggi di capra**, così come le **mozzarelle**, sono allineati sopra delle **mensole gravitazionali**, che, nelle sezioni dedicate alle specialità italiane, sono dotate di vasche per il recupero dell'acqua che potrebbe fuoriuscire dai sacchetti. Infine, per i **formaggi grattugiati** è stato studiato un **kit con separatori**, per un facing sempre ordinato e una migliore gestione degli spazi.

**Una
comunicazione
sorprendente, per
un effetto “Wow!”
assicurato**

L'interazione con il consumatore è il suo cavallo di battaglia: Allée des Fromages è stata sviluppata per intensificare la shopping experience ed il dialogo con il pubblico. **L'effetto “Wow!”** è garantito grazie a uno **schermo interattivo**, integrato nella spalla del mobile di testa. Progettato dal **Polo di Innovazione Digitale di Epta**, permette di veicolare video advertising, coupon elettronici di sconto o persino quiz. Inoltre, come le star, anche i formaggi hanno la loro **Walk of Fame**: i nomi dei diversi poli sono, infatti, proiettati sul pavimento dello store, in corrispondenza delle sezioni dove sono presentate. Infine, l'Allée des Fromages è dotata anche di supporti laterali creati dallo sfalsamento dei piani lineari nella disposizione dei banchi, che si trasformano in superfici espressive per animare con immagini evocative l'universo del formaggio.



AREA 2: EXPERIENCE THE TURN KEY CLICK & COLLECT

"La scoperta consiste nel vedere ciò che tutti hanno visto e immaginare ciò a cui nessuno ha mai pensato" Albert von Szent-Gyorgy

Innovazione a tutto tondo

Quest'area è dedicata agli **#EPTAbricks** e alle **vending machine** della **Iarp City Collection**, in grado di soddisfare le esigenze di consumatori sempre più alla ricerca di esperienze di acquisto innovative, all'insegna della massima praticità. Gli operatori del settore Retail e Food&Beverage, per conquistare quote di mercato, stanno investendo **in innovazione, sia all'interno che all'esterno dello store tradizionale**. L'obiettivo è offrire al potenziale Cliente un valore aggiunto che si traduce in servizi orientati a favorire la massima **praticità nell'esperienza d'acquisto nel segmento food** come l'on-line shopping e il rendere disponibile i prodotti 24h/24, mediante distributori automatici.

#EPTAbricks, la tua spesa dove vuoi



Sono interattivi, permettono di prelevare la spesa di freschi & surgelati nel luogo e nel momento scelto dal consumatore e riducono la *carbon footprint*, eliminando le consegne a domicilio: stiamo parlando degli inediti **#EPTAbricks**. In

dettaglio, la soluzione è costituita da **armadietti refrigerati**, creati da **Epta** in collaborazione con il suo **Polo di Innovazione Digitale**, per essere installati in diversi punti di interesse in prossimità di un punto vendita food retail oppure ad esempio nelle stazioni o nelle Aziende e permettere ai consumatori di **ritirare, in tutta flessibilità, i prodotti acquistati** sui siti web delle catene della Grande Distribuzione. Diverse le opzioni disponibili: **#EPTADryBricks** sono destinati alla conservazione **dei secchi**, mentre **#EPTAFreshBricks** e **#EPTAFrozenBricks** garantiscono la conservazione degli articoli freschi e surgelati per **oltre 24 ore**. Una soluzione rivoluzionaria che ha già ottenuto due riconoscimenti in

Francia grazie alla sua usabilità e eco-compatibilità, garantita dall'uso di refrigeranti naturali. Il prestigioso **Janus de l'Industrie** è stato assegnato a fine 2016 agli **#EPTAbricks** in virtù della loro semplicità di utilizzo e massima scalabilità, studiata per garantire la migliore adattabilità in ogni luogo d'installazione - oltre che per il loro design d'impatto. L'**LSA du Category Management**, nella categoria **Démarche Cross-Canal**, è stato conseguito nel 2016 in quanto il sistema supera la tradizionale distinzione tra negozio fisico e virtuale, posizionandosi come alternativa intelligente al Drive

**Parola d'ordine:
tecnologia**

#EPTAbricks si configura come un servizio completo, che include la possibilità di monitoraggio a distanza di ogni singolo armadietto e **l'interfaccia** con le API delle piattaforme e-commerce delle Catene della Grande Distribuzione. Infine, a garanzia della massima **accessibilità** e **sicurezza**, gli **#EPTAbricks** sono conformi alla regolamentazione **PMR**, a favore delle persone con mobilità ridotta e del piano di prevenzione al terrorismo **VIGIPIRATE**. Un sistema ideale per i Retailer che puntano sulla **multicanalità** per potenziare la propria crescita.

**Vending, un
settore in
continua
espansione**

Il vending, grazie all'integrazione con i moderni dispositivi digitali, sta esplorando nuove modalità di servizio al consumatore, trasformandosi da semplice strumento di erogazione a **touch point informativo**, con un'offerta personalizzata che soddisfa i nuovi trend di consumo. Un **canale** complementare al tradizionale che propone un assortimento sempre più ampio di prodotti, rafforzando la relazione tra i diversi brand ed il pubblico, con volumi di vendite in continua crescita. In tal senso, **Iarp**, in occasione di **Euroshop 2017**, presenta al mercato internazionale la sua linea di distributori automatici **Iarp City Collection**: progettati nell'estetica per attrarre i consumatori e valorizzare i prodotti

**Iarp City
Collection:
esperienze
d'acquisto
metropolitane**

Dedicata a **gelati, snack e bibite**, la **Iarp City Collection** è frutto della strategia **Plug-in power** che riassume i punti di forza del brand Iarp ovvero elevata affidabilità, eccellenza e capacità innovativa. Le nuove vending stupiscono per il loro design *metropolitano* e accattivante: **Milano e New York** si distinguono, infatti, per i profili delle rispettive città sui laterali e per la possibilità di una **personalizzazione estrema del layout**, grazie alla nuova **stampa digitale direttamente su lamiera**.

Una gamma **user friendly** per la sua facilità di utilizzo, che gioca un ruolo fondamentale nell'incentivare l'*impulse buying*. In dettaglio, la linea è stata appositamente studiata per migliorare l'interazione con il consumatore durante tutte le fasi d'acquisto: dalla scelta del prodotto al suo ritiro. L'illuminazione a LED e la nuova porta *full glass* senza cornice valorizzano gli articoli in presentazione, la pulsantiera luminosa e il display touch concorrono a potenziare la *customer experience* e ad incrementare le vendite. Infine, **Milano e New York** garantiscono la massima **affidabilità** e un **funzionamento ottimale** in qualsiasi ambiente, che riduce gli interventi di manutenzione.

**New York: la
tecnologia al
servizio
dell'affidabilità**

New York è l'ultimo modello di casa Iarp, dedicato ai gelati, che fa dell'**affidabilità** il suo punto di forza. Coniuga, infatti, l'uso delle migliori tecnologie di refrigerazione ad una centralina indipendente per ogni ripiano, così da avere un maggiore controllo della temperatura e garantire la perfetta conservazione di questi prodotti estremamente delicati. Inoltre, per verificare le scorte in tempo reale, **New York** dispone di uno speciale software integrato per la gestione da remoto e in tempo reale dei rifornimenti.

MUST SEE

AREA 3: EXPERIENCE CO₂ UNIQUE SKILLS

"Individua le skill che ti rendono unico, aggiungi passione e trova una soluzione ad ogni problema"

Peter Voogd

Kigali, un emendamento storico

Nell'ottobre scorso, quasi **200 paesi hanno approvato a Kigali** l'emendamento al Protocollo di Montreal volto a diminuire le emissioni di gas serra attraverso la riduzione della produzione e dell'utilizzo industriale di refrigeranti HFC in tutti i settori, con l'obiettivo di contenere l'aumento della temperatura globale a fine secolo "ben al di sotto" dei 2 gradi centigradi. Un accordo in base al quale i Paesi sviluppati inizieranno il phase down degli HFC entro il **2019**. Seguiranno le nazioni in via di sviluppo a cui è richiesto un congelamento dei livelli di consumo dal **2024**, con l'obiettivo di impiegare non più del 15-20% delle quote di base, definite per ogni Paese, entro la fine del 2040.

La risposta di Epta per una refrigerazione naturale

In pratica, il Kigali agreement ha la finalità di incoraggiare l'adozione di refrigeranti a minore GWP, a cui Epta risponde con una "**total solution**", che diventa un *must have* per i Retailer che vogliono **rendere "naturalmente" green i punti di vendita**. A questo proposito



Epta offre **systemi a CO₂**, efficienti ed estremamente flessibili, progettati per superare gli attuali **limiti della tecnologia transcritica**, dimensionati per **qualsunque formato di negozio**, dagli ipermercati ai convenience store ed

adatti a **qualsiasi condizione climatica**.

FTE: Full Transcritical Efficiency

Semplice, Globale, Industrializzato e Affidabile: queste le caratteristiche peculiari del sistema **FTE a CO₂ transcritico**, **patent pending in Italia e in Australia**. Il nuovo sistema, presentato in anteprima a Euroshop, coniuga semplicità e performance, garantisce un risparmio energetico del 10% (rispetto a un sistema a CO₂ tradizionale) e

costi di installazione e manutenzione inferiori fino al 20%. Il sistema CO₂ transcritico Epta FTE (Full transcritical Efficiency) utilizza evaporatori allagati, che permettono una significativa riduzione della differenza tra la temperatura di evaporazione e la temperatura interna del banco (temperatura di evaporazione più alta) e, dunque, un consumo energetico significativamente inferiore. La semplicità inoltre è data dal fatto che il sistema FTE di Epta, aggiunge meccanicamente solo un ricevitore di liquido multilivello, cuore dell'innovazione, alla configurazione standard. Una soluzione **rivoluzionaria** poichè testata in fabbrica e disponibile **su larga scala**: che garantisce massima affidabilità, funzionalità ed efficienza per i Retailer di **tutto il mondo**, grazie alle sue ottimali prestazioni, in qualsiasi condizione climatica. Il sistema, infatti da un lato riduce la temperatura di scarico dei compressori permettendo un funzionamento ottimizzato alle alte temperature e dall'altro garantisce a questi una lubrificazione sempre perfetta, elemento cruciale per un corretto e continuo funzionamento nel tempo, a favore di un ciclo di vita più lungo del componente stesso.

L'endorsement di BITZER

Per queste ragioni il nuovo FTE ha ricevuto un **endorsement speciale da BITZER**, noto produttore a livello mondiale di compressori, che premia il nuovo sistema per le ottime prestazioni e la tutela nei confronti dei componenti. Il certificato rilasciato cita: *"Certifichiamo che Epta ha sviluppato un sistema a CO₂ innovativo ed efficiente - utilizzando gli affidabili compressori **BITZER** - che garantisce la continuità della catena del freddo, in qualsiasi condizione climatica. In virtù dell'utilizzo di compressori semiermetici a pistoncini della sua linea ECOLINE, BITZER riconosce il nuovo sistema FTE come un significativo passo avanti nell'adozione di refrigeranti naturali per la refrigerazione commerciale, al fine di assicurare un'elevata efficienza energetica anche nelle zone climatiche calde."*

EptaBlue CO₂
Ideale per le
piccole e medie
superfici

Una **soluzione 100% naturale**, progettata da Epta per rispondere alle esigenze di **punti vendita medio piccoli** di limitare i consumi energetici, ridurre la complessità d'installazione degli impianti di refrigerazione,

garantendo al contempo, un ottimo ritorno sull'investimento. Con **EptaBlue CO₂** le utenze TN e BT e le celle sono fornite **con la propria unità di refrigerazione a bordo**. Sono, inoltre, dotate di compressori a velocità variabile BLDC, che consentono di adattare la capacità frigorifera erogata al carico del banco ed alle condizioni esterne: affluenza al punto vendita e alternarsi giorno/notte e delle stagioni, a garanzia del massimo rispetto per l'ambiente. **EptaBlue CO₂** trasforma ogni banco da unità remota a plug-in, sfruttando un **anello d'acqua** che può essere raffreddato mediante un'unità **Dry Cooler**, oppure collegata direttamente alla pompa di calore per il recupero totale del calore riutilizzato per il riscaldamento del negozio. Un ulteriore punto di forza di **EptaBlue CO₂** sono i suoi circuiti ermeticamente sigillati, per una eliminazione del 100% delle perdite e dei costi di ricarica del refrigerante. Un accorgimento tecnologico che consente un ulteriore risparmio per i Retailer, eliminando le ispezioni annue previste dalla F-Gas Regulation, volte a verificare la presenza di eventuali fughe.

Aerofoils promuove il risparmio energetico

L'innovativo sistema **EptaBlue CO₂** in funzione a Euroshop è collegato al banco Rhino/Valea firmato Costan e Bonnet Névé, verticale positivo ideale per il segmento Hard Discount. L'arredo presenta i nuovi profili aerodinamici **Aerofoils** creati da **Williams Advanced Engineering**, parte del team di Formula Uno, progettati per migliorare l'aeraulica nei mobili refrigerati ad un solo velo d'aria, a garanzia di un'ulteriore diminuzione dei consumi energetici fino al 30%.

Epta Eco₂Small Compact,

Eco₂SmallCompact è la centrale per media e bassa temperatura, per supermercati, negozi di prossimità e hard discount che assicura il miglior rapporto in termini di efficienza e minimo ingombro. Estremamente flessibile, può essere installata sia all'interno che all'esterno di questi Store di piccole dimensioni, dove non sempre è disponibile uno spazio per il locale tecnico. Le sue dimensioni ultra compatte e l'accessibilità per la manutenzione a tutti i componenti, da un solo lato, permettono di posizionarla facilmente, anche appoggiata ad una parete o in un angolo.

AREA 4: THE FOOD SUPER PRESERVATION

"La ricerca più nobile è la ricerca dell'eccellenza." Lyndon Baines Johnson

**Una perfetta
conservazione,
per cibi freschi,
sani e sicuri**

Lo stile di vita attuale è caratterizzato da **ritmi sempre più frenetici**, che hanno determinato **cambiamenti** nelle abitudini di consumo e, di conseguenza, nelle modalità di **preparazione e conservazione del cibo**.

In tal senso, per contribuire a garantire la **massima sicurezza** e la salubrità della catena alimentare, l'industria del *food* ha adottato un approccio stringente che trova espressione nell'evoluzione delle **tecnologie dalla produzione allo stoccaggio e all'esposizione nei punti vendita**.

Per preservare la qualità delle referenze è necessario assicurare la **giusta temperatura** e il rispetto delle **norme igieniche**: pertanto, avvalersi di **attrezzature refrigerate avanzate** diviene un asset imprescindibile per tutti gli operatori. per **conquistare la fiducia** di un consumatore sempre più attento e informato, alla ricerca di cibi freschi, sani e sicuri.

**Misa, sinonimo di
food safety**

Misa, specializzato nella produzione di celle frigorifere commerciali ed industriali per il settore Ho.Re.Ca. e Retail, è il brand del Gruppo Epta che meglio interpreta questa esigenza. Gli elementi fondanti del marchio sono, infatti, *Quality* e *Technology*, intesi come la tecnologia al servizio dell'eccellenza e salubrità del cibo, a testimonianza dell'impegno nel preservare il valore degli alimenti. Ne è una dimostrazione concreta la certificazione **HACCP based Food Safety Programme** con cui Misa si è sottoposta volontariamente ad un processo di verifica e controllo, divenendo il **primo brand** del settore ad ottenere questo riconoscimento.

**Uno "scudo"
contro i batteri**

Inoltre, tutte le soluzioni Misa sono trattate con l'**innovativo sistema antibatterico** con ioni d'argento **Epta Food Defence**. Una tecnologia studiata per migliorare la **sicurezza alimentare** dei prodotti all'interno

delle celle ed in grado di prevenire, combattere ed eliminare numerose specie di batteri, inclusi i più conosciuti e pericolosi, grazie agli ioni d'argento, capaci di inibire la proliferazione batterica e assicurare, al contempo, un'attività antimicrobica.

In dettaglio, le proprietà antibatteriche vengono applicate direttamente



sulla lamiera della cella, per una **protezione totale**, 24 ore su 24, 7 giorni su 7 e **permanente per tutta la sua vita utile**.

In aggiunta, il film protettivo è idoneo al contatto con sostanze alimentari e di uso personale, in conformità al D.M. 21 marzo 1973 e successivi aggiornamenti e alle Direttive Europee 78/142/CEE, 80/766/CEE, 82/711/CEE, 85/572/CEE, 90/128/CEE, 92/39CEE.

KK203, eccellenze “nordiche”

Infine, nell'area spicca anche la nuova vasca a temperatura negativa **KK203** di casa **Knudsen Køling**: un connubio di performance d'eccellenza esolidità, a garanzia della massima protezione dei surgelati e, al contempo, della migliore visibilità, per una più alta rotazione dei prodotti.

Tre gli elementi che rendono **KK203** unico nel suo genere: **estetica**, **facilità di accesso** e **robustezza**. Caratterizzato da esclusive geometrie studiate per i mercati nordici, l'arredo si distingue per ampie superfici vetrate, panoramiche e curve, che contribuiscono ad accentuare l'enfasi sui prodotti. Studiato nei minimi particolari dal punto di vista dell'ergonomia assicura, **grazie a vetri scorrevoli su tre diversi livelli, un'apertura dell'area del 100%**, per facilitare il consumatore nel prelevare i prodotti ed aiutare gli addetti nelle attività di carico della merce.

Infine, **KK203** è dotato di un batticarrello e di angolari resistenti agli urti e ai colpi, progettati per rispondere alle specifiche esigenze dei Paesi del Nord Europa.

 **AREA 5: EXPERIENCE RESTAUR-ACTION ZONE**
IN PARTNERSHIP CON ELECTROLUX PROFESSIONAL

"Il segreto del successo è fare le cose comuni in un modo insolito" John D. Rockefeller

Food For now: la nuova frontiera del freddo



Dall'incontro del freddo con la ristorazione professionale nasce la concezione del "Food for now" di matrice anglosassone, con cui vengono classificati i prodotti pronti

per il consumo dine-in. Non una moda ma una vera e propria filosofia alla base dell'ispirazione di Epta che, in collaborazione con Electrolux Professional, rinnova il format dello *Shop in Shop*, proponendo un'esclusiva area di ristoro, ideale per essere installata all'interno di grandi spazi come aeroporti, stazioni e centri commerciali.

Restaur-Action: a qualcuno piace pronto e fresco

Nello specifico, sta diventando significativo il trend di mercato che vede i consumatori protagonisti di occasioni di consumo alimentare extradomestico presso la Grande Distribuzione Organizzata, che tende sempre più ad accreditare i punti di vendita come potenziali centri di aggregazione e ristorazione. Freschi, naturali, buoni e sani, i piatti pronti destinati a questa tipologia di consumo coniugano gli elevati standard qualitativi della GDO, con le esigenze di **varietà, innovazione e sostenibilità** del target.

Due aree, dal gusto unico

Il corner presentato a Euroshop si caratterizza per un design che integra due sezioni all'interno di una struttura richiudibile, di cui una dedicata al take away e l'altra al consumo di delizie dine-in. Esempio di **retail in-store restaurant**, il nuovo concept offre la possibilità di essere aperto e chiuso grazie ad un semplice movimento della parte eat-in. In dettaglio, durante il giorno l'area accoglierà i numerosi ospiti a gustare i piatti preparati durante gli showcooking degli Chef dell'*Electrolux Chef Academy* per poi richiudersi su sé stessa negli orari serali.

Un menù sano che azzerà gli sprechi

Gli chef che si esibiranno negli showcooking prepareranno ricette originali, sane e gustose con un menù caratterizzato da un unico ingrediente, la carota, in linea con **filosofia zero waste** promossa da Epta e Electrolux Professional. Un'iniziativa virtuosa, volta, da un lato, a sensibilizzare il pubblico verso una tematica più che mai attuale e che si manifesta nella celebrazione di una cucina senza scarti, per dimostrare che anche i cibi poveri concorrono ad una migliore riuscita dei piatti e, dall'altro, ad affermare l'impegno dei Gruppi nel promuovere la centralità della corretta refrigerazione e cottura come risorse indispensabili per salvaguardare il patrimonio agroalimentare e abbattere gli sprechi. Per valorizzare il gusto delle numerose preparazioni è stato scelto **un packaging salva freschezza di eccellenza: grazie al contributo di Sirap**, uno dei più qualificati produttori di contenitori per alimenti freschi in Europa. Tutti i pasti offerti all'interno dell'area, saranno serviti in contenitori Pet della nuova linea Safe-T-Fresh®, che utilizza il sistema Tamper Evident a garanzia di una presentazione spettacolare e della massima sicurezza alimentare.

Joy 30 e Glee due note ricercate per un'armonia senza pari

Epta ha dotato lo Shop in Shop di due nuovi **plug-in**, firmati Iarp: il semiverticale **Joy 30** ed il verticale **Glee, anche nella speciale versione Winery**. Dalle linee squadrate, condividono la medesima estetica, per un appeal moderno e armoniosamente in linea con l'architettura dell'area. Infine, peculiarità degna di nota sono gli speciali ripiani reclinabili del verticale negativo **Glee Winery**, appositamente sviluppati per garantire una perfetta conservazione del vino oltre che per rendere estremamente visibili le pregiate etichette.

MUST SEE!



AREA 6: EXPERIENCE COOL EMOTIONS

"Il punto di partenza è la tensione verso la bellezza, verso l'arte, in modo che la sorpresa, lo stupore, l'inatteso siano parte anche dell'opera." O. Niemeyer

Epta Concept, per un progetto chiavi in mano



L'area Experience Cool Emotions, ispirazione del Team **Epta Concept**, è una concreta declinazione del design nel suo senso più ampio: un processo orientato alla ricerca di un'archeologia spaziale in grado di generare progetti all'avanguardia e al contempo di grande sensibilità e gusto. **Epta Concept** è l'esclusivo team multidisciplinare dedicato alla creazione di spazi suggestivi e di **grande impatto scenografico**, che **rendono il punto vendita un "teatro" in cui il consumatore è protagonista**. In dettaglio, gli specialisti di Epta Concept curano dalla personalizzazione delle soluzioni refrigerate, all'integrazione degli arredi nel layout del punto vendita, fino alla fornitura degli accessori

Visibilità a 360°, in soli 20 m²

Massima possibilità di scelta ed una usabilità straordinaria per il consumatore: in uno spazio di soli **20 m²** l'Ice Cream Corner offre una prospettiva a 360° su una gamma di sapori diversi, per un'esperienza unica e inconfondibile. Un progetto sfidante, connotato da un'ambientazione essenziale, che richiama il reticolato dello stand, in cui Epta Concept ha sapientemente enfatizzato le linee pulite e lo stile dei nuovi plug-in Iarp. Uno spazio al centro della scena che invita il visitatore a entrare e scegliere tra un ventaglio di soluzioni espositive per il gelato: **Delight** per il gelato sfuso, **Pocket e Smart**, counter compatti posizionati sopra al bancone, creati per stimolare gli "acquisti d'impulso" e **Glee**, il verticale dalle elevate trasparenze per gelati confezionati.

Plug-in power, l'essenza di Iarp

I modelli sono frutto della **Plug-in power**, la formula segreta di Iarp per coinvolgere attivamente i potenziali Clienti verso i prodotti in esposizione, potenziando l'immagine e la redditività degli operatori Food & Beverage e

Ho.Re.Ca. Con un **design moderno e dalle forme eleganti**, i plug-in Iarp sono in grado di soddisfare le esigenze di versatilità e flessibilità espositiva di ogni locale e si distinguono, inoltre, per la massima **sostenibilità**, grazie alla scelta di **refrigeranti naturali** e all'introduzione di elementi tecnici che ne migliorano l'efficienza energetica. Infine, sono i dettagli a fare la differenza: nelle soluzioni Iarp l'estrema **personalizzazione** si declina fino all'innovativa stampa digitale direttamente su lamiera.

Pocket Case & Smart: il design diventa smooth

I **94 cm** di altezza di **Smart** e i **67 cm** di **Pocket Case** concentrano una forza espressiva senza pari: i due plug-in dalle dimensioni ridotte si caratterizzano per le loro linee smussate e per un'ampia porta vetrata, che focalizza l'attenzione del consumatore sui prodotti in esposizione. Inoltre, la flessibilità di Pocket Case è potenziata dalla possibilità di disporre **coni gelato** in alternativa ai **classici confezionati**, per rendere ogni acquisto un momento di esclusivo piacere.

Glee & Delight, la coppia perfetta!

Lo scooping **Delight** per chi non sa resistere al gelato sfuso e **Glee** il banco verticale per gelati confezionati sono la soluzione perfetta per garantire la massima coerenza espositiva all'interno di una gelateria. Disponibili in versione **Lite e Prime** sono studiate per integrarsi perfettamente e assicurare un look&feel uniforme in tutto il locale, grazie al design moderno dalle linee squadrate e all'illuminazione a LED.

Delight coniuga l'estetica con la massima **affidabilità**: l'esclusiva tecnologia plug-in garantisce, infatti, **un'efficienza operativa** in qualsiasi ambiente, che azzeri gli interventi di manutenzione per 1 anno. Infine **Delight** si distingue anche per la vasta gamma di **accessori**, tra cui un vano per le scorte, che può contenere fino a 12 vasche di gelato, un comodo dispenser per i coni e pratiche ruote, che permettono di spostare il banco con facilità.



AREA 7: EXPERIENCE INNOVATIVE THINKING

"Il modo migliore per predire il futuro è inventarlo" Alan Kay

Il cuore dell'innovazione

L'area **Innovative Thinking** presenta **soluzioni plug-in** diversificate, nate dall'iniziativa del **Team R&D di Epta** di esplorare l'innovazione, in tutte le sue declinazioni. Una propensione che ha permesso di creare molteplici soluzioni espositive, che si adattano alle esigenze di store diversi, assicurando sempre la massima ottimizzazione nella gestione dello spazio e delle categorie merceologiche di freschi e surgelati.

Gli elementi distintivi della gamma

Presentazione perfetta dei prodotti e massima visibilità: la combinazione tra porte tutto vetro e l'esclusiva illuminazione a LED Epta Advance Lighting trasforma i plug-in in un arredo discreto, che valorizza le gustose referenze di cui è guardiano, i freschi e i surgelati. In aggiunta, tutte le soluzioni utilizzano refrigerante 100% naturale come il propano R290 e sono concepite per garantire il massimo rispetto dell'ambiente.

Sound Top Energy, la svolta nell'area frozen



Sound Top Energy, novità dei brand Costan e Bonnet Névé si connota per il suo esclusivo layout verticale: una configurazione unica nel panorama dei plug-in, concepita per assicurare un'efficiente ratio espositiva ed un minimo ingombro al suolo. Il banco è stato studiato per essere integrato con scaffali

dedicati a prodotti secchi o con mobili orizzontali a temperatura negativa, a favore anche di importanti opportunità di **cross-selling** di prodotti tra loro complementari.

Un sistema ingegnoso che segna **una svolta** rispetto al passato nella presentazione dei surgelati: lo sviluppo verso l'alto migliora la **visibilità**

della merce, posizionata esattamente ad altezza occhi del consumatore e la **facilità di accesso** per il pubblico.

Infine, un'ulteriore caratteristica degna di nota è la possibilità di **convertire il plug-in da temperatura negativa in positiva**, per un'esposizione uniforme e coerente di surgelati, carne e altre referenze fresche confezionate.

Prestazioni energetiche senza eguali

Un risparmio energetico ai massimi livelli per Sound Top Energy, potenziato con un **sistema termodinamico e compressori a velocità variabile**. Infine, ulteriore plus della soluzione sono i **ventilatori ad alta efficienza** che, oltre ad abbattere i consumi energetici fino a **-10%¹**, rendono più stabile la temperatura dei prodotti, migliorandone al contempo la *shelf life*.

Una fresca novità per le piccole superfici

Le piccole superfici sono un format che sta registrando uno sviluppo senza precedenti. Il Team R&D di Epta, in virtù delle esigenze dei Retailer di fidelizzare una **nuova tipologia di Cliente "urbano"**, ha sviluppato una famiglia completa di plug-in verticali, positivi e negativi: **Tango Next & Valzer Next a marchio Costan e Multifresh Plus & Multifreeze Plus, a brand Bonnet Névé**. Un inimitabile connubio di stile senza compromessi e prestazioni tecniche d'avanguardia, questi arredi compatti coniugano l'elevata **valenza estetica dei banchi remoti con la flessibilità di un plug-in**, per una più razionale gestione dello spazio espositivo grazie ad una capienza maggiorata fino al + 8 %

Infine, *must* della gamma è il suo estremo **Family Feeling**, che trova manifestazione concreta nelle porte a tutto vetro, nelle maniglie e nel basamento coordinato. Accorgimenti tecnici ed estetici che permettono di affiancare i mobili nelle due versioni, per conferire un *appeal* omogeneo ed elegante all'area, con la finalità di stimolare gli **acquisti d'impulso** di snack e prodotti *premium*, su cui puntano i convenienze e le *supérettes*.

¹ Dato rilevato confrontando i valori di risparmio energetico del nuovo Sound Top Energy con il modello precedente

Benvenuti nell'era dell'interactive shopping

Valzer Next e Multifreeze Plus sono disponibili anche nella versione **Smart Screen**, per un'esperienza d'acquisto davvero unica, che stupisce il Consumatore per la sua elevata interattività. Il plug-in è dotato di un **uno schermo trasparente full HD** integrato nella porta vetrata e di un sistema audio che si attivano con sensori di prossimità, per veicolare **contenuti promozionali e campagne** accattivanti ed efficaci senza rinunciare alla visibilità dei prodotti esposti.

Infine, **Valzer Next/Multifreeze Plus Smart Screen** dialogano con l'esclusiva **Mobile App**, creata in collaborazione con BT: un'applicazione che mira a massimizzare il Digital Customer Engagement e il Digital Signage Dinamico. Si tratta, infatti, di una piattaforma multicanale che può essere personalizzata e integrata nella App dell'Insegna. Il sistema interagisce con il banco e permette, tramite speciali sensori posizionati sulla parte frontale, di proporre al consumatore sconti e offerte dedicate, selezionate a seconda delle sue preferenze abituali.

MUST SEE!



AREA 8: EXPERIENCE THE FAMILY REVOLUTION

"La bellezza è una forma di genio perché non richiede spiegazioni" Oscar Wilde

L'importanza dell'ambiente nell'esperienza d'acquisto

Nel processo di evoluzione in atto nel settore Retail **l'insieme degli stimoli ambientali** rivestono un ruolo determinante in quanto, impattando sulla sfera emotiva dei visitatori, ne influenzano il comportamento d'acquisto in termini di tempo trascorso all'interno del punto vendita e di spesa complessiva. Studi di settore dimostrano, infatti, come l'atmosfera sia un elemento rilevante per la scelta del negozio, anche più dell'offerta merceologica. In questo senso, le soluzioni del Gruppo giocano un ruolo cruciale in chiave di visual merchandising per accrescere la piacevolezza estetica degli store attraverso arredi, materiali, colori e soprattutto modalità espositive innovative, concepite per valorizzare l'immagine degli store, a favore di una maggiore fedeltà dei consumatori nel tempo.

Bonnet Névé e Costan: una famiglia di design first in class



Massima espressione di questa filosofia è la **Family Revolution Costan e Bonnet Névé: una gamma completa** progettata per arredare le aree di freschi e surgelati

con **un'unica famiglia di prodotti** e trasmettere una qualità superiore nell'esposizione delle referenze, attraverso un **design coordinato** che si distingue per scelte cromatiche, luci e materiali innovativi, che contribuiscono a migliorare la *shopping experience*.

Family feeling, per un'elevata coerenza espositiva

Con la **Family Revolution Costan e Bonnet Névé il feeling** è assicurato: i banchi della gamma si integrano perfettamente tra loro, garantendo così un'elevata coerenza espositiva di tutta l'area food. I protagonisti della nuova linea sono i positivi verticali **GranVista Next/SkyView Plus**, i semiverticali **Aeria Next/Aeria Plus** -

disponibili anche nella versione **Open** - e i negativi verticali **GranBering/Skylight** e i semiverticali **GranSesia/SkyShine**.

**Cuore freddo, ma
anima versatile**

Un impatto estetico distintivo ed omogeneo volto a garantire un'elevata **versatilità**. In aggiunta, grazie al **perfetto allineamento** degli arredi è possibile creare infinite composizioni e realizzare corsie dall'appeal moderno che mixano banchi verticali e semiverticali, chiusi e aperti, per conservare freschi e surgelati, assicurando una **presentazione esclusiva e rivoluzionaria** di tutte le referenze.

**GranVista
Next/SkyView
Plus: una
leggerezza quasi
immateriale**

Banchi invisibili per una visibilità senza pari: le soluzioni refrigerate **GranVista Next di Costan e SkyView Plus di Bonnet Névé** si caratterizzano per linee pure che, mettendo in risalto le referenze, danno al consumatore l'impressione di trovarsi di fronte a una "parete di prodotti" alla portata di un unico sguardo e di un unico gesto. Da valore di semplice natura funzionale, la trasparenza diviene un elemento simbolico di esaltazione, che definisce e porta l'attenzione su ciò che racchiude, grazie alle vetrate a tutt'altezza, alle spalle panoramiche e alle porte prive di cornice oltre che all'introduzione di uno speciale rivestimento antiriflesso assicura una **nitidezza imbattibile, nella misura del 95%**. La valorizzazione degli articoli passa anche da un'illuminazione d'eccellenza: in dettaglio, i banchi sono dotati dell'**Epta high Flux**, un sistema a LED sviluppato in esclusiva in partnership con **Philips®** per garantire una distribuzione uniforme della luce sui prodotti e focalizzare l'attenzione dei consumatori sulla merce. Ulteriore elemento distintivo di queste vetrine è il loro ridotto consumo energetico, grazie anche al **sistema brevettato Epta Dual Airflow** che rende GranVista Next/SkyView Plus il primo banco remoto certificato in **classe A +** dal programma **Eurovent-Certita Certification**.

La gamma dei verticali positivi si completa infine **con GranVista e SkyView Open:** questo modello bilancia i vantaggi in termini di consumo energetico della versione Closed ad una capacità di carico

maggiore, garantita dalla possibilità di installare fino a 8 ripiani di scaffali.

Aeria Next/ Aeria Plus & Aeria Open: la dimensione elegante dello shopping

I semiverticali positivi Family Revolution, sono concepiti per inserirsi armoniosamente in qualsiasi contesto espositivo e creare vetrine promozionali dal look elegante, che rafforzano l'immagine dell'Insegna ed il suo legame con il cliente. Un tocco di architettura contemporanea negli store, che si declina nell'estrema cura dei dettagli di **Aeria Open** e nella massima funzionalità delle eleganti porte *full-glass* di **Aeria Next Costan** e **Aeria Plus Bonnet Névé**, con vetrate scorrevoli appese che facilitano l'apertura e agevolano al contempo le operazioni di pulizia.

GranBering/ SkyLight: più spazio ai prodotti e meno consumi energetici

Visibilità al top e massimo risparmio energetico per **GranBering** di Costan e **SkyLight** di Bonnet Névé: la soluzione a temperatura negativa vanta, rispetto ai modelli precedenti, una **Total Display Area maggiorata del +8%** e un **volume interno** potenziato del **+14%**. Un grande vantaggio per i Retailer che possono così incrementare il numero di referenze in esposizione e le opportunità di vendita. Inoltre, per rispondere alle necessità degli store di piccole dimensioni, alla versione **Narrow** standard di 905 mm di profondità si affianca la **Compact** più ridotta, che misura soli 755 mm. Infine, Costan e Bonnet Névé hanno perfezionato **l'efficienza dei banchi**, progettando, ad esempio, nuove porte più performanti in termini di **isolamento termico (+10%)**, per consumi energetici sensibilmente inferiori.

GranSesia/SkyShine: il banco che punta in alto

Una novità assoluta, che **rompe gli schemi** rispetto al tradizionale layout dell'area surgelati, sviluppata per conferire il giusto peso ad una categoria merceologica oggi in continua crescita. Ultra-moderno, funzionale e dalle linee decise, il **banco semiverticale GranSesia di Costan e SkyShine di Bonnet Névé** si distingue per un design compatto, che permette di utilizzare al meglio tutto lo spazio disponibile, coniugando massima capienza espositiva e minimo ingombro al suolo. I numeri parlano chiaro: il sistema garantisce, infatti, una **capacità di**

carico doppia rispetto ad una soluzione ad isola di dimensioni simili. Inoltre, la possibilità di scegliere tra la versione **Narrow** (905 mm di profondità) e **Compact** (755 mm di profondità), in funzione della superficie dello store, permette di assicurare un'elevata disponibilità di prodotti e di assortimento. Infine, **GranSesia/SkyShine** si caratterizza per la massima **ergonomia**: alto solo 1500 mm, assicura la massima comodità di accesso alle referenze da parte dei consumatori e agevola, al contempo, il personale nella fase di rifornimento.

**AREA 9: GREAT EXPERTISE AT YOUR SERVICE**

“Possiamo insegnare ciò che abbiamo imparato con l'esperienza, ma non possiamo insegnare l'expertise” Sasha Azevedo

**La Total Solution
di Epta**



I Retailer, per competere sul mercato, puntano oggi sulla massima efficienza di processo e continuità di esercizio: affidarsi ad un'assistenza tecnica di prima

classe rappresenta, quindi, un elemento di differenziazione importante. In tal senso, Epta offre da sempre una **total solution** che coniuga sistemi completi dalle elevate performance funzionali ed energetiche ad **un ampio ventaglio di servizi post-vendita**. **Epta Service** vanta, infatti, i migliori team di assistenza: tecnici esperti che collaborano attivamente con le Insegne offrendo una consulenza qualificata, soluzioni di retrofit e programmi di telemonitoring volti ad incrementare il *business value* dei Clienti. Inoltre, in occasione di Euroshop, Epta Service presenta in anteprima la nuova piattaforma e-commerce per la ricambistica. Un mix vincente grazie a cui è in grado di soddisfare ogni esigenza, assicurando il più alto risparmio in termini di costi di gestione e, al contempo, il pieno rispetto dell'ambiente.

**Epta Service
Telemonitoring:
per essere vicini
anche da lontani**

Un esclusivo servizio di monitoraggio a distanza, altamente flessibile e personalizzabile, che permette ad Epta Service di connettersi agli store tramite un accesso da remoto, analizzare i parametri dei banchi, gestire gli allarmi e creare una reportistica *tailor-made* per ogni Cliente. Attivo **h 24, 7 giorni su 7, il telemonitoring Epta Service** è in grado di assicurare una diagnostica predittiva ed interventi tempestivi nella regolazione dei parametri dell'impianto, a garanzia della massima efficienza energetica e di esercizio.

**Un servizio di
valore, a portata di
click**

La nuova piattaforma e-commerce permette ai Clienti di semplificare i processi di acquisto e di **comprare** direttamente i **pezzi di ricambio**

on line. Pratica ed intuitiva è stata concepita per consentire agli utenti di verificare, in tempo reale, la disponibilità dei componenti mediante una ricerca semplificata e veloce, anche nei tempi di consegna, garantiti entro **48 h**, grazie al nuovo magazzino centralizzato.

Il Customer Service che hai sempre desiderato

Epta Service dispone di un **Customer Service** in grado di garantire, grazie ad un team di professionisti, un servizio dall'elevato valore aggiunto. Epta Service è, infatti, in grado di rispondere tempestivamente ad ogni esigenza: dalla formulazione di preventivi, alla consulenza tecnica, dalla pianificazione degli interventi di manutenzione preventiva, riparazione e retrofit, fino alla creazione di programmi di manutenzione personalizzati.

Retrofit per essere sempre al passo con i tempi

Epta Service effettua **interventi di retrofit** sui banchi per rendere conformi gli impianti refrigerazione alle nuove normative **F-Gas**, migliorando al contempo le prestazioni di esercizio del parco installato, per un elevato **risparmio energetico**. Epta Service può intervenire, in tal senso, per sostituire i gas refrigeranti sintetici con altri gas che presentano un potenziale di riscaldamento globale GWP più basso, aggiungere porte o coperture ai banchi, introdurre nuovi ventilatori più performanti e sistemi d'illuminazione LED.

Un Team qualificato a garanzia di un supporto tempestivo grazie anche ad una nuova App

Un **servizio di riparazione, rapido, efficace e capillare** garantito ogni giorno dalla professionalità e competenza delle squadre di Epta Service, che seguono periodici corsi di aggiornamento tecnico sulle più recenti innovazioni ed operano in ottemperanza alla certificazione **QSE** (Quality Safety & Environment). I Team sono in grado di valutare con precisione il rendimento effettivo di ogni sistema, verificare la causa di eventuali guasti e suggerire la migliore opzione di intervento anche grazie all'ausilio di strumenti digitali di ultima generazione quali **l'Epta Customer Service App**, un valido strumento di utilizzo quotidiano che li accompagna sia in fase di manutenzione programmata che di assistenza

con funzionalità a corredo come ordini di materiali, gestione e verifica dello stock.

MyEptaService

Infine, per un servizio davvero completo, Epta sta implementando **l'area riservata del portale Epta Service**, già in fase di test in diversi Paesi. Uno spazio che permette ai Clienti l'accesso ad informazioni e dati sempre aggiornati per **un controllo ed una gestione costante dei punti vendita da remoto**. Diverse le funzionalità previste: dalla verifica dei valori di efficienza del sistema di refrigerazione, fino alla realizzazione di report e analisi personalizzate che includono confronti tra i banchi di uno o più negozi. Infine, EptaService consente di gestire gli allarmi ed il monitoraggio di diverse aree dello store e dei relativi impianti installati come l'illuminazione o il sistema HVAC.

AREA 10: EXPERIENCE PURE DESIGN, PARTNERSHIP CON SCHWEITZER

"La qualità di un progetto dipende dal grado di cambiamento culturale che innesca." Enzo Mari

Epta libera la creatività dei designer

Interpretare lo spazio di vendita, dilatarlo e renderlo vivo ed emozionante è l'obiettivo primario dei designer nell'esplorare nuovi linguaggi espressivi, giocare con le forme per valorizzare il *Retailtainment*, che vede nella teatralizzazione dell'offerta il suo elemento fondante. In tal senso, una delle principali sfide per un **gruppo industriale** è creare sistemi in grado di coniugare eccellenze tecnologiche con forme originali, che diventano *inspiring concept* per i progettisti nel plasmare ambienti esteticamente straordinari.

Epta e Schweitzer: una collaborazione di valore

L'ambiente di vendita diventa dunque un fattore competitivo per la creazione del "*Retail brand value*" e priorità sulla quale investire. Epta in collaborazione con Schweitzer Project S.p.A. - *gruppo specializzato nella progettazione e nella realizzazione di concept store d'avanguardia* - presenta a Euroshop **Pop Up Retail**, un corner eclettico ed esclusivo che trasforma le tradizionali aree display in qualcosa di nuovo ed inaspettato dove gli arredi refrigerati scompaiono alla vista, per un design allo stato puro che va oltre l'immaginazione.

Pop Up Retail, un corner unconventional



Il design sotto i riflettori: il progetto pone al centro della sua concezione l'integrazione di diverse discipline per dare origine ad

un allestimento dove l'architettura incontra il commercio, per stupire e conquistare i visitatori con forme fuori dagli schemi e un sapiente

uso di cromatismi vivaci. Una celebrazione degli eccessi che risponde al bisogno di forte identità espresso dai Retailer per rendere unico ogni store e trasformarlo in un punto di riferimento per i consumatori dell'area.

Il visual merchandising diventa arte

Creare format inusuali, nel segmento della refrigerazione commerciale, implica riuscire a coniugare maestria estetica e visual merchandising con performance e risparmio energetico. Un successo reso possibile dalla sinergia vincente tra Epta e Schweitzer che ha condotto all'integrazione delle rispettive *expertise*, per generare un manufatto architettonico dove tensione estetica, passione e dinamismo convivono in una dimensione temporanea limitata. Un temporary **Pop Up Retail** che parte dalla geometria, dal colore e dallo spazio per elevare l'esperienza estetica fino all'estremo limite, con un design che si manifesta attraverso volumi imponenti e materiali scelti nella piena sostenibilità ambientale.


Area 11: EXPERIENCE NO LIMITS CONCEPT

"Il potere dell'immaginazione ci rende infiniti". John Muir

**Shopping
experience?
Una questione di
feeling**



"Lo shopping non è più un'azione limitata all'acquisto di beni ma diventa un'esperienza che tanto più è unica e piacevole, tanto più potenzia la profittabilità dei

Retailer". **Experience no Limits Concept** è l'area dello stand che meglio interpreta l'ambiente come leva attiva di marketing in grado di generare il successo degli operatori del settore della GDO.

Serve-over e self-service: l'arte al servizio del consumatore

Quest'area, ideata per rendere l'esperienza del visitatore indimenticabile, presenta inedite soluzioni serve-over e self-service firmate **Costan, Bonnet Névé e Eurocryor**. Le loro **linee moderne**, connotate da un **design innovativo** e **personalizzazioni davvero senza limiti**, rappresentano un **esempio perfetto della flessibilità** che il gruppo è in grado di offrire ai suoi Clienti per rendere gli Store unici, proprio come opere d'arte.

Il fresco entra in scena con Rossini & Maxima Evolution

All'interno di questa sezione spiccano **Rossini Evolution Costan/Maxima Evolution Bonnet Névé**, il banco tradizionale che si distingue per le innumerevoli **finiture e materiali**. L'eleganza diventa l'elemento stilistico, grazie a cui è possibile creare forti riferimenti simbolici in linea con l'identità delle Insegne: dalle soluzioni più classiche, come il legno fino a nuove texture a mattonelle e ad **estetiche stampate in 3D**, che replicano l'effetto ferro, per ambienti "urban chic", in linea con le ultime tendenze.

**Emozioni diverse
per una
soddisfazione
unica**

La gamma Evolution è il simbolo della spinta innovativa del gruppo Epta **nella progettazione, a livello industriale**, di sistemi estremamente **versatili e personalizzabili** che rendono accessibile, su larga scala, il lusso e l'esclusività. In tal senso, l'ampia gamma di opzioni, già disponibili a catalogo, combina anche diversi moduli come: il Semiverticale, Rondelle/Curve e Torre/Prisme, disponibili sia con base monolitica o aperta e con finiture dalle infinite nuances.

**Corner tematici:
più valore ai
freschi gourmet e
premium**

Questi arredi sono stati sviluppati con l'obiettivo di **ridare slancio alla gamma dei freschi gourmet** e si declinano in proposte espositive in grado di **sedurre i consumatori** interessati a prodotti di elevata qualità. In tal senso, i **corner tematici** sono dedicati alle specialità delle **cucine internazionali** più alla moda - dall'italiana all'asiatica o a **referenze premium**, quali il formaggio o i succhi di frutta. Un esempio perfetto, in questo senso, è la soluzione **Mozzarella**, che punta a divenire un centro di attrazione per una clientela curiosa e raffinata. Una sezione per esporre un'ampia selezione di uno degli ingredienti più conosciuti in tutto il mondo, all'interno di **un'area completamente personalizzata** che permette di sfruttare le superfici non refrigerate come espositori per la presentazione di prodotti complementari, in un'ottica di cross merchandising..

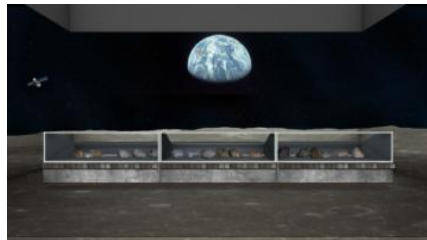
**Banco Impact:
massima
funzionalità per
freschi e
freschissimi**

L'Experience no Limits Concept include anche **Impact** firmato Eurocryor, una soluzione estremamente funzionale, che **integra la presentazione dei prodotti freschi preconfezionati a libero servizio, ai freschissimi a servizio assistito**, in un unico arredo dall'elevata valenza estetica che si ispira ai canoni di un design funzionale. Premiato alla penultima edizione del prestigioso **Janus de l'Industrie**, Impact si distingue, inoltre, per la sua elevata **ergonomia**: grazie ad un'altezza di circa 1,30m, il personale viene agevolato nella fase di rifornimento del banco, assicurando al contempo la massima comodità di accesso anche da parte dei consumatori.

Soluzioni spaziali singolari e finiture inusuali

L'area Experience no Limits Concept trova espressione in ulteriori spazi interattivi tematici: **e Experience the Display Show e Experience the best Shopping Interaction**, un percorso che guida il visitatore nella **"via delle personalizzazioni"** di Epta, dove sarà affascinato da **finiture inusuali e soluzioni espositive uniche** nel loro genere.

Experience the Display Show



Nella sala del projection mapping il visitatore verrà coinvolto in un nuovo approccio narrativo, ritrovandosi in uno spazio virtuale in cui si incontrano diversi piani percettivi: le

camaleontiche opzioni di personalizzazione di **Rossini Evolution Costan/Maxima Evolution Bonnet Névé** diventano l'emblema della capacità del gruppo di rompere gli schemi in una scenografia sorprendente composta da **video e scenari** a fondale statico o con elementi animati, in un gioco di grandi elementi che allargano in modo illusorio lo spazio, permettendo agli ospiti di vivere un **momento immersivo, senza precedenti**.

EptaExperience: e tu, che banco sei?

Sullo stand, tramite un monitor touch nella sala projection mapping, i visitatori potranno personalizzare il proprio banco: **Rossini Evolution Costan/Maxima Evolution Bonnet Névé**, infatti, come una modella durante una sfilata, "indossano un abito" sempre diverso e coerente con gli scenari tra cui gli ospiti possono scegliere. Dalle più semplici, alle più bizzarre, le immagini proposte ricreano ambientazioni realistiche degli store e estetiche disponibili da catalogo, come il legno chiaro e la roccia travertino, fino a plasmare punti vendita in contesti immaginari, dalla giungla alla luna, che **stupiscono e attirano i visitatori**.

Un'immersione nell'#EptaExperience

Nella sala del projection mapping le suggestioni visive non finiscono mai e i visitatori potranno scoprire un susseguirsi di effetti sonori, luci e movimenti di profondità negli spazi, forti contrasti tra silenzi, spazi bui,

colori e musica d'impatto, che **potenziano l'emotività dell'esperienza e sollecitano curiosità e stupore**. Protagonista una pallina di ghiaccio, cuore del gruppo e simbolo della sua dinamicità, che accompagnerà il visitatore nella scoperta dei diversi Point of Experience, origine del claim **"#EptaExperience is the way!"** e dell'innovativo sistema a CO₂ FTE.

Experience the best Shopping Interaction

Protagonista assoluto della sala degli specchi è il nuovo design **Intersection**, ultimo nato in casa **Eurocryor**. Soluzione inedita, presentata **in anteprima a Euroshop 2017**, si distingue per **un'estetica "prossemica"** che contribuisce a migliorare la visibilità dei prodotti freschi in presentazione, da tutte le prospettive. In dettaglio, è costituito da un'esclusiva vetrina concepita per avvicinare il prodotto al consumatore, per un'esperienza di acquisto che lo rende protagonista.



LA SOCIETA' IN SINTESI

- ▶ **Denominazione sociale:** Epta S.p.A.
- ▶ **Sede:** Via Mecenate, 86 – 20138 Milano – Italy
- ▶ **Attività:** Gruppo europeo e Partner globale nel settore della refrigerazione commerciale per la Distribuzione Organizzata
- ▶ **Fatturato :** oltre 800 Milioni di euro
- ▶ **Presidente e Amministratore Delegato:** Marco Nocivelli
- ▶ **Dipendenti:** 4.000

Web site: www.eptarefrigeration.com