

INNOVAZIONE TECNOLOGICA E APPROCCIO GREEN



Lo scenario delle attrezzature per la GDO evolve rapidamente: è un mercato altamente dinamico, dove i player si confrontano con competitor di tutto il mondo. "In primo luogo", dichiara William Pagani, Group Marketing Director di Epta, gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, "l'obiettivo consiste nel proporre una soluzione globale che possa essere personalizzata a livello locale per rispondere alle esigenze dei singoli Paesi. Anche in virtù dell'Emendamento di Kigali e, in Europa, del secondo step di riduzione dei gas fluorurati previsto dall'F-gas Regulation, i produttori di attrezzature refrigerate per gli store si stanno sempre più orientando verso soluzioni green, a favore di un'eliminazione progressiva degli HFC ad alto GWP. Con l'obiettivo di risparmiare energia e di abbattere le emissioni, un'ulteriore tendenza prevede la chiusura dei banchi refrigerati con vetri ad alta tecnologia isolante e frameless". Epta ha recentemente lanciato sul mercato GranSesia a marchio Costan, il banco semiverticale a temperatura negativa che consente di creare isole inedite per una nuova prospettiva nell'area surgelati. "Si tratta", sottolinea Pagani, "di un sistema moderno e funzionale che completa la gamma Granfit creata per arredare le aree freschi e surgelati con un'unica serie di prodotti dal design coordinato. La speciale configurazione di GranSesia, con vetri dritti e un'altezza di soli 1.480 mm, è studiata per offrire ai consumatori un punto di vista originale per vivere lo spazio dedicato al sottozero". La vetrina potenzia l'appeal delle referenze al suo interno ed evidenzia quelle in presentazione negli altri banchi dell'area. L'elevato risparmio energetico della soluzione e la disponibilità della versione a refrigerante naturale rappresentano ulteriori plus. Per Epta, il successo di un punto vendita dipende anche dalla memorabilità dell'esperienza dell'individuo, andando oltre il tradizionale focus sul prodotto. "Epta ridefinisce le strategie espositive con nuove semantiche volte a rendere la shopping experience un'immersione in un ambiente d'atmosfera e di design", afferma Pagani e aggiunge "in quest'ottica, l'expertise acquisita nel corso degli anni dai nostri 7 marchi e i costanti investimenti in R&D convergono verso un obiettivo comune: lo sviluppo di nuovi sistemi affidabili e tecnologicamente all'avanguardia". L'approccio green mixato con la conoscenza globale del settore e con la gestione diretta di ogni fase permette di proporre soluzioni che coniugano qualità, versatilità ed estetiche di grande impatto visivo, assicurando sostenibilità e innovazione. Richieste del mercato: Pagani segnala che i retailer sono impegnati sia a investire nel canale digitale che a ripensare gli assortimenti e, con essi, il concept stesso dei negozi. Cercano di integrare strategicamente questi due aspetti, in un'ottica di omnicanalità. L'obiettivo prioritario è offrire al cliente un plus che si traduca in servizi orientati a favorire la massima praticità nell'esperienza d'acquisto, come l'on line shopping e la disponibilità dei prodotti 24 ore su 24. I retailer si aspettano soluzioni capaci di combinare prestazioni elevate, massimo risparmio energetico e la migliore conservazione degli articoli. "Epta, per esempio, ha lanciato gli #EPTAbricks, innovativi armadietti refrigerati creati per essere installati in diversi punti di interesse in prossimità di un punto vendita, nelle stazioni o nelle aziende per permettere ai consumatori di ritirare, in tutta flessibilità, i prodotti acquistati sui siti web delle catene della GDO: un sistema che supera la tradizionale distinzione tra negozio fisico e virtuale, posizionandosi come alternativa intelligente al Drive".

Clipping Online
Testata: technoretail.it
Data: 18 Aprile 2018