



## UOMINI E STRATEGIE

**E**pta – gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale – ha presentato a Euroshop 2017 “#EptaExperience is the way”: una strategia con cui riconferma la sua capacità di coniugare expertise, innovazione e personalizzazione delle soluzioni proposte dai suoi marchi per offrire ai Clienti degli store un’esperienza inedita e coinvolgente. Ne parliamo con William Pagani, Group Marketing Director di Epta.

D. Con quale strategia il gruppo approccia il mercato?

R. Epta si posiziona sul mercato in qualità di partner di fiducia in grado di offrire ai Retailer soluzioni complete che si distinguono per affidabilità, massima qualità e avanguardia tecnologica. Da sempre, infatti, collaboriamo con i protagonisti del settore della Grande Distribuzione per dare un nuovo volto alle aree food, che trasformiamo in spazi di relazione e di scoperta, dove far vivere ai Consumatori momenti indimenticabili, piacevoli e gratificanti, anche sotto il profilo estetico. Il nostro obiettivo è, infatti, trasformare i luoghi di vendita da Point of Sale a Point of Experience, per trasportare i Clienti degli store in una nuova dimensione dello shopping.

D. Euroshop è stata per voi la vetrina ideale per presentare interessanti concept realizzati in collaborazione con partner esclusivi. Tra questi, ad esempio, spicca il Pop UP Retail...

R. Esatto, in collaborazione con Schweizer Project S.p.A. – gruppo specializzato nella progettazione e nella realizzazione di concept store d’avanguardia – abbiamo presentato il 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

# EPTA

## Protagonista a Euroshop 2017 con soluzioni complete che trasformano il point of sale in “point of experience”



**William Pagani è Group Marketing Director di Epta, gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, che opera con i brand Costan, Bonnet Névé, George Barker, Eurocryor, Misa, Iarp e Knudsen Kølring. Epta conta 11 siti produttivi per una superficie totale di 300.000 mq, presidi commerciali in più di 35 paesi 4.000 dipendenti, una capacità produttiva pari a 200.000 unità/anno.**

**A Euroshop Epta ha presentato, in collaborazione con Schweizer Project, il Pop Up Retail, un corner eclettico ed esclusivo.**

**Epta ha proposto anche gli innovativi armadietti refrigerati #EPTAbricks da installare in diversi punti di interesse indoor o outdoor.**

**La Family Revolution Costan è una gamma completa progettata per arredare le aree di freschi e surgelati con un'unica famiglia di prodotti.**

alla vista, per un design allo stato puro che va oltre l’immaginazione. 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.

D. Uno dei temi dominanti di Euroshop è stata la progressiva digitalizzazione nel commercio e la proposta di soluzioni omnichannel: qual è la risposta di Epta al mercato?

R. Epta ha lanciato ad Euroshop gli innovativi armadietti

gelati per oltre 24 ore. Infine, #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.

D. I prodotti che avete lanciato a Euroshop sono moltissimi: ci faccia solo un esempio delle vostre novità per la GDO.

R. Massima espressione della #EptaExperience è la Family Revolution Costan: 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.

In aggiunta, grazie al perfetto allineamento degli arredi, è possibile creare infinite composizioni e realizzare corsie dall’appeal moderno che mixano le diverse tipologie di arredi, assicurando una presentazione esclusiva e rivoluzionaria di tutte le referenze.

I protagonisti della nuova linea sono i positivi verticali GranVista Next, i semiverticali Aeria Next – disponibili anche nella versione Open – e i negativi verticali GranBering e i semiverticali GranSesia.



Epta S.p.a.  
Via Mecenate, 86  
20138 Milano  
Tel. 02.55.403.211  
www.eptarefrigeration.com  
info@eptarefrigeration.com