

Comunicato Stampa

**VALORIZZARE L'AREA FRESCHI E FRESCHISSIMI:
AD OGNI STORE, IL PROPRIO "OUTFIT" PERSONALIZZATO, FIRMATO COSTAN**

Posizionata generalmente all'entrata dello store, l'**area freschi e freschissimi** si afferma quale fattore differenziante per il successo dei Retailer, nonché elemento di fidelizzazione nei processi di acquisto dei Consumatori. Secondo l'indagine "**Campioni del fresco 2019**" condotta da **Oliver Wyman**, il **64% degli italiani** ritiene che la **qualità** dei prodotti freschi e la **relativa ampiezza di assortimento**, ad esempio di carne e salumi, pesce, frutta e verdura, panetteria, formaggi e piatti pronti, sia il **criterio** più **importante** nella **scelta** del **punto vendita** preferito.

Nel progettare questi ambienti, dunque, diviene cruciale studiare attentamente la percezione dello spazio e la modalità espositiva, che deve essere mirata ad esaltare le referenze ed attrarre l'attenzione dei consumatori. A tale scopo, **Epta - gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale** - amplia la famiglia di vetrine refrigerate **OutFit**, firmata **Costan**. Una **linea personalizzabile ed estremamente versatile**, molto apprezzata dai **Retail Designer**, in grado di rendere accessibile l'esclusività **su larga scala**. Per tutti i nuovi modelli **OutFit** è, inoltre, disponibile la **Finishing Collection**: una ricca *palette* di finiture che spaziano dalle materiche come il legno e la pietra, fino alle serigrafie e alle stampe customizzate.

Un'unica famiglia che offre infinite possibilità di personalizzazione, grazie anche a forme e moduli tra loro combinabili, con cui enfatizzare l'assortimento e la qualità dei freschi: **dal libero servizio, alla pasticceria, alla tavola calda**, rendendo ogni punto vendita, dall'**ipermercato** al **proximity store**, unico e distintivo.

Oufit è già nota al mercato grazie a **Velvet**, la gamma di **serve-over Costan** costituita da tre **estetiche, Design, Style, Studio** e molteplici **moduli**: dalla versione semiverticale a quella a torre e tavola calda, fino a **tre** differenti **profondità**. Degne di nota anche le varianti per le **vetrate**, senza montanti, con vetri curvi, dritti, ribaltabili, con apertura a libro o adatti per convertire **Velvet** da **serve-over** a **self-service**.

Oggi i prodotti **OutFit**, si impreziosiscono di ulteriori nuovi modelli: **Silk** e **Boutique**. Il primo è un'isola a **libero servizio**, che si caratterizza per l'essenzialità delle sue **linee squadrate** ed è ideale sia per arredare **spazi di vendita** dalle ampie dimensioni che per creare corner **tematici Bio e Vegan**, garantendo un'**eccellente visibilità** delle **referenze**. Disponibile in **quattro** differenti **lunghezze** o come **banco di testa**, **Silk** è concepito per assicurare un **ottimo rapporto** tra **superficie occupata** e **volume espositivo**.

Boutique, invece, introduce un **nuovo modello di banco multifunzionale**, che può essere utilizzato sia come **retrobanco** che come **banco stand-alone**: grazie ad un **design essenziale** coniugato a **versatilità** e **performance migliorate**, permette di organizzare, ad esempio, **food tasting** nei negozi tradizionali o all'interno delle grandi superfici di vendita, per promuovere momenti di interazione con i Consumatori. Boutique offre la possibilità di conservare **prodotti** refrigerati o a temperatura ambiente anche all'interno di cellette di stoccaggio situate nella base chiusa. **Compattezza, ratio espositiva superiore** e **ergonomia**: con **Outfit** è possibile **plasmare ambienti confortevoli e funzionali**, in grado di agevolare il lavoro degli Operatori e offrire una **maggiore scelta ai Consumatori**.

"Il reparto freschi e freschissimi acquisisce sempre più un ruolo strategico che si traduce in un incremento della redditività del punto vendita." dichiara **William Pagani, CMO - Group Marketing Director di Epta**. *"Lo studio sopracitato, di Oliver Wyman, evidenzia come le visite dei clienti soddisfatti del reparto freschi siano più frequenti del 15% e il loro paniere medio sia più ampio del 13%. In tale scenario, i banchi della linea OutFit Costan nascono proprio con la volontà di supportare e accompagnare i Retailer nella loro #storevolution, scegliendo l'outfit più adeguato per creare aree espositive ad effetto, massimizzando i volumi d'acquisto."* E prosegue *"Oggi, il ritorno al negozio fisico, di prossimità o grande superficie, deve essere contraddistinto, ancora più che in passato, da nuove esperienze di consumo e, al contempo, da un'esaltazione dei freschi, per contribuendo ad una maggiore fidelizzazione all'insegna"*.

Epta. Advanced solutions for your store.

EPTA – Gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, opera a livello mondiale grazie ai suoi marchi **Costan** (1946), **Bonnet Névé** (1930), **Eurocryor** (1991), **Misa** (1969), **Iarp** (1983), e **Kysor Warren** (1882). Epta si posiziona, sul mercato domestico e internazionale come partner in grado di produrre e commercializzare sistemi completi per la refrigerazione, grazie all'integrazione di specifiche linee di prodotto quali: banchi frigoriferi tradizionali, verticali e semi-verticali positivi, verticali e orizzontali negativi, banchi a gruppo incorporato (Plug-in) per il settore Retail e Food&Beverage, centrali di media e grande potenza e celle frigorifere. Con sede a Milano, opera con quasi 6.000 dipendenti, vanta diversi siti produttivi sia in Italia che all'estero, una capillare presenza tecnica e commerciale in tutto il mondo, garantita da più di 40 filiali dirette.

[Twitter: @Epta_Group](#)

[Facebook: Epta](#)

[LinkedIn: EPTA GROUP](#)

[Youtube: EPTAspa.](#)

[Instagram: @Epta_Group](#)

Per ulteriori informazioni:

Lbdi Communication

Federica Cosmo – email: fcosmo@lbdi.it

Ginevra Fossati – email: gfossati@lbdi.it

Mobile +39 3665333316

Tel. +39 02/43910069