

GRANFIT COSTAN, UN GIOCO DI ESTETICHE E VOLUMI PER UN'ARMONIA RICERCATA NELL'AREA FRESCHI E SURGELATI

redazione ZZ 9 settembre 2020



In uno scenario sempre più orientato all'esperienza d'acquisto dove le aspettative del cliente crescono continuamente, il ruolo del **negozio fisico** si conferma come fondamentale nel **processo decisionale** del consumatore. Gli **stimoli ambientali**, nell'allestimento del

punto vendita, diventano prioritari. L'obiettivo è attirare l'attenzione dei Clienti creando un **percorso visivo emozionale**, dove le attrezzature, finiture e luci concorrono a trasformare gli spazi in ambienti in grado coniugare narrazione e funzionalità.

Al cuore dell'interazione tra il punto vendita e l'utente, infatti, non vi è più il prodotto, ma l'**esperienza** che il Cliente può concedersi all'interno dei supermercati. Per rispondere alle necessità dei **Retailer** di plasmare **aree uniche e accattivanti** e mettere in atto la loro *storevolution*, **Epta** - gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale - amplia la famiglia **GranFit a marchio Costan**, dedicata ai reparti di freschi e surgelati.

L'**integrazione e l'allineamento perfetto** tra i diversi modelli e la possibilità di combinarli tra loro grazie ad accorgimenti **tecnici ed estetici** è garanzia della massima coerenza espositiva e contribuisce altresì a valorizzare la presentazione delle referenze negli store di grandi dimensioni.

La **profondità di gamma** è uno dei punti di forza di GranFit: i protagonisti di questa famiglia sono i verticali per freschi **GranVista Next** e per surgelati **GranBering**, i semiverticali per surgelati **GranSesia** e gli inediti semiverticali per freschi aperti con ripiani a cascata **GranSibari** e chiusi **GranValdaj**. Soluzioni connotate da **linee pulite, massima flessibilità e personalizzazione**, per strutturare l'identità di ogni reparto.

Questi ultimi si distinguono come le ultime novità di gamma: GranSibari e GranValdaj sono soluzioni dal design senza eguali, coniugato a novità consentono di inserire fino a sei ripiani, per un rapporto tra **ingombro al suolo e Total Display Area ottimizzato** rispetto ai modelli tradizionali ed una visibilità dei prodotti superiore. La **versatilità** è un ulteriore plus di questi mobili: sono infatti disponibili quattro differenti lunghezze, tre profondità e tre altezze per GranSibari e tre tipologie di porte per GranValdaj, dritte, inclinate scorrevoli o a battente, per offrire ai clienti ampia scelta nella composizione del layout del punto vendita.

Clipping Online
Testata: zerosottozero.it
Data: 9 Settembre 2020

Inoltre, variazioni cromatiche e scelte ricercate concorrono a comunicare al meglio **lo stile e la personalità di ciascun Retailer**. Costan propone, infatti, **l'esclusiva Finishing Collection**, un *fil-rouge* che connota l'intera famiglia e si declina in una **ricca palette di finiture**, dalle materiche, come il legno e la pietra, fino alle serigrafie e alle stampe customizzate per la parte alta e bassa degli arredi, che trasformano i pannelli **in superfici dall'effetto decorativo**, per un elevato impatto scenografico.

La valorizzazione delle referenze è infine assicurata da soluzioni quali le **porte a tutt'altezza prive di cornice** per i banchi chiusi, le **spalle panoramiche** per una visuale da ogni angolazione, i **sottili ripiani in vetro** con illuminazione integrata e gli **accessori**. Tra questi, ad esempio, figurano, per i frozen GranSesia e GranBering i **cestoni estraibili** e il **KIT MULTISOLUTION**, composto da un fermo all'interno della porta e una mensola più corta nel primo ripiano dal basso, per posizionare i sacchetti dei surgelati affinché risultino facilmente riconoscibili e accessibili.

William Pagani, CMO Group Marketing Director di Epta, dichiara "L'ampliamento della gamma GranFit nasce dall'eccellente risposta del mercato a **GranVista**, un banco che ha **rivoluzionato l'identità dell'area freschi**. L'attenta analisi delle **componenti estetiche e tecniche** ci ha permesso di creare numerosi **nuovi modelli**



connotati da un **visual merchandising potenziato** ed una **più razionale gestione dello spazio espositivo**." e conclude "Con l'obiettivo di **plasmare ambienti dal carattere distintivo** e aumentare al contempo la **redditività per metro quadro**, abbiamo inoltre incentivato una **perfetta armonia nelle dimensioni e nel design** delle soluzioni **GranFit** e dei mobili a servizio assistito **OutFit**, mettendo a fattor comune le potenzialità di entrambe le famiglie, per realizzare, sempre, storie di successo."

Clipping Online
Testata: zerosottozero.it
Data: 9 Settembre 2020