



Epta accende il gusto delle promozioni con la gamma Spices a marchio Costan



La nuova gamma di banchi refrigerati plug-in a marchio Costan è concepita per assicurare la massima visibilità e accessibilità delle referenze all'interno di aree dedicate alla promozione o alla presentazione di prodotti in lancio.

Il mondo della Gdo evolve di pari passo allo stile di vita dei consumatori e al panorama socio-economico. In tal senso, lo studio condotto da NielsenIQ, leader nelle analisi di mercato del largo consumo e presentato nel 2023, rivela come la clientela sia sempre più attenta al risparmio e prediliga alimenti in grado di contribuire al benessere fisico e mentale. Una ricerca di gratificazione che si declina in una crescente richiesta sia di cibi proteici che di snack con un occhio attento alla loro convenienza. Le promozioni

diventano dunque un must per stimolare l'acquisto d'impulso, grazie a offerte temporanee vantaggiose. **Epta** - global player indipendente e leader specializzato nella refrigerazione commerciale – lancia sul mercato *Spices*, la nuova gamma di banchi refrigerati plug-in a marchio *Costan*, concepita per assicurare la massima visibilità e accessibilità delle referenze all'interno di aree dedicate alla promozione o alla presentazione di prodotti in lancio. Composta da tre modelli, Vanilla, il verticale chiuso, Ginger, la variante open e Pepper, il semiverticale aperto, la famiglia aggiunge un tocco di gusto in più allo store.

“Gli acquirenti sono ormai abituati a trovare una selezione merceologica in promo, che li condiziona a livello comportamentale, incentivando il food shopping” - commenta **William Pagani** (nella foto), chief marketing officer di Epta, “I Retailer devono creare il giusto equilibrio all'interno dell'assortimento in termini di frequenza, durata e intensità delle promozioni.” E prosegue “Con *Spices*, affianchiamo i Clienti nel valorizzare ulteriormente questo format di per sé già strategico, declinato in ambito alimentare, a favore di una redditività superiore, nel rispetto della sostenibilità ambientale.”

Con *Spices*, Epta rinfresca il suo ventaglio di arredi, guidata dal suo modo di essere e di operare: l'Innovation Reloaded. The Epta Sustainable System. In tal senso, la famiglia è disponibile esclusivamente con refrigerante naturale R290, in linea con gli obiettivi del Gruppo di offrire soluzioni efficienti, connotate da una minore carbon footprint, garantendo altresì una grande attenzione alla catena alimentare. Progettata per supermercati e ipermercati e ideale anche per le piccole superfici di proximity store e stazioni di servizio, la gamma è sinonimo di perfetta conservazione, design accattivante e personalizzazione. Le elevate prestazioni frigorifere, 3M0 per Vanilla e 3M1 per Ginger e Pepper, rendono la linea adatta per la presentazione di diverse food category, dai latticini, fino alla carne e al pesce preconfezionati, preservando così in maniera ottimale anche gli alimenti più delicati. Un plus assicurato anche dalle spalle panoramiche a triplo vetro e per il plug-in chiuso, dalle porte a doppio vetro. Queste trasparenze, associate a linee minimal e a un'illuminazione a Led sulla copertura e lungo i ripiani su richiesta, donano uno stile metropolitano al punto vendita, esaltando altresì le grafiche promozionali. Ulteriore beneficio è il merchandising potenziato, grazie ad una Total Display Area (TDA) aumentata del 20% rispetto ai modelli precedenti. Una progettazione che consente un ampliamento del numero di referenze in esposizione, grazie ai 5 ripiani, della medesima ampiezza.

Vanilla, Ginger e Pepper possono essere personalizzati nei loro elementi interni ed esterni, offrendo la possibilità ai retailer di selezionare il colore preferito, ad esempio, o decorare il mobile con messaggi pubblicitari in funzione delle loro esigenze di vendita. Gli arredi possono essere altresì integrati con la piattaforma digitale LineON di EptaService, all'insegna di una connettività non-stop. Una tecnologia che permette di monitorare, da remoto e 24/7, i parametri di funzionamento del banco, tra cui temperatura, umidità e consumi energetici, nonché la sua geolocalizzazione. Un valore aggiunto anche in termini di marketing: lo strumento dà accesso a una reportistica completa sulle soluzioni e sui trend di vendita dei singoli plug-in, per un preciso feedback sulle loro performance.

“Secondo l'indagine svolta da NielsenIQ, il 50% degli italiani afferma di acquistare referenze in offerta. Ridurre in modo selettivo e temporaneo il prezzo di un paniere di prodotti, consente all'Insegna di attrarre nuovi consumatori e fidelizzare quelli abituali, incentivando allo stesso tempo le vendite.” aggiunge William Pagani, che conclude “*Spices*, presentata in anteprima in occasione di EuroShop 2023, punta l'attenzione sul valorizzare la leva promozionale, garantendo al tempo stesso il rispetto di uno dei pilastri del Gruppo, la sostenibilità”.

Information Persone & Imprese | 15 Giugno 2023 | [Stampa](#) | [Email](#)