

EPTA

Ridurre i consumi energetici e l'impatto ambientale: per una refrigerazione più "verde" ed efficiente

Luca Lastella è marketing and export sales director di Epta. Il gruppo si è affermato in tutto il mondo grazie ai suoi marchi Costan Bonnet Nève, BKT, George Barker ed Eurocryor, all'insegna di qualità, funzionalità, sicurezza, innovazione e design. Epta opera con 2.500 dipendenti e vanta un fatturato di oltre 400 milioni di euro.



La specializzazione nella refrigerazione commerciale e la capillarità della presenza commerciale e produttiva sono tra i cardini del successo di Epta.

Il gruppo investe molto in ricerca e sviluppo, innanzitutto con l'obiettivo di fornire prodotti che ottimizzino i consumi energetici e riducano l'impatto ambientale.

Anche per i propri stabilimenti, Epta sta adottando tutta una serie di tecnologie e soluzioni finalizzate a rendere la produzione sempre più efficiente ed eco-friendly.

R. Dal punto di vista strategico, direi che è sempre più forte la nostra volontà di essere operativamente vicini alle catene che si stanno orientando verso le aree emergenti del globo. Nel contempo, manteniamo elevati gli investimenti in ricerca e sviluppo, per soddisfare le crescenti richieste dei clienti nell'area del risparmio energetico e per farci trovare pronti. Un terzo plus è la politica delle acquisizioni ad hoc: l'ultima in ordine di tempo è la Eurocryor di Solesino (Padova), società specializzata in mobili frigo a servizio assistito: una produzione alto di gamma che ci consente di diversificare la nostra fornitura verso nicchie di mercato quali i negozi gourmet e i corner con prodotti particolari.

D. Le soluzioni a basso impatto energetico e quindi ambientale sono le più richieste: come rispondete a questo trend?

R. Si tratta di un imperativo per i nostri clienti, ma anche per i nostri stabilimenti. Ecco perché progettiamo sempre più prodotti in linea con questa filosofia: si tratta di costruire impianti che consumino meno energia, componenti elettronici che permettano il pieno monitoraggio delle performance, utilizzando gas refrigeranti naturali. L'obiettivo è duplice, ovvero risparmiare energia e diminuire il più possibile l'impatto ambientale.

D. E al vostro interno come state operando?

R. Anche i nostri siti produttivi

vi si stanno allineando: il primo passo è la certificazione ambientale per i siti in Europa occidentale. A Lima, sede del nostro più grande impianto, abbiamo installato un cogeneratore che serve a rendere autonomo lo stabilimento. In più, recuperando il calore dei fumi di scarico del cogeneratore, facciamo funzionare i forni dell'impianto di verniciatura: il che garantisce un impatto ambientale davvero molto basso. Un altro importante progetto che stiamo implementando a Lima è la copertura dello stabilimento con pannelli fotovoltaici, al fine di essere completamente autonomi sotto il profilo energetico. Senza dimenticare che nei siti europei abbiamo completato la certificazione Iso 14000.

D. Quali gli obiettivi del gruppo a breve-medio termine?

R. Tra le attività più importanti che ci attendono vi è sicuramente il rafforzamento dei siti produttivi, in particolare in Cina e in Turchia, testa di ponte tra Europa, Medio Oriente e area balcanica. Inoltre, continueremo a puntare verso il miglioramento delle nostre soluzioni, per renderle sempre più efficienti e permettere ai punti vendita di ridurre i loro consumi energetici.



Advanced Solutions
for your Store

Via Mecenate, 86
20138 Milano
Tel. 02.55403211
Fax 02.55401023
www.eptarefrigeration.com

La refrigerazione commerciale sta vivendo una fase di grande innovazione, soprattutto sul fronte dell'ottimizzazione dei consumi energetici e dell'impatto ambientale: la richiedono le imprese distributive e i produttori più evoluti ne fanno un punto di forza dei propri impianti. È il caso del gruppo Epta, protagonista mondiale del settore, come ci conferma Luca Lastella, marketing and export sales director della multinazionale.

D. Quali sono i tratti caratterizzanti di Epta?

R. Siamo un gruppo multinazionale focalizzato sulla refrigerazione e, in particolare, su quella commerciale: una scelta molto precisa, che ci ha convinto a investire tutte le nostre risorse in questo ambito. Serviamo le grandi catene distributive su scala internazionale e siamo presenti ovunque, a eccezione del Nord-America. La capillarità - non solo commerciale, ma anche produttiva - è quindi una nostra caratteristica fondamentale, che ci permette di essere vicini ai nostri clienti e sempre più attivi sul fronte dell'espansione internazionale.

D. Come si sta sviluppando il business nel 2010?

R. L'anno è iniziato in modo piuttosto fiacco: inutile dire che anche questo business ha risentito della crisi mondiale - con una contrazione degli investimenti delle grandi catene - per quanto in misura assai inferiore rispetto ad altri comparti. Fortunatamente, ci sono segnali di un'inversione di tendenza per gli ultimi mesi di un anno nel quale, in sostanza, l'obiettivo è consolidare e conservare le posizioni.

D. A parte la specializzazione e la capillarità, quali sono i punti di forza del gruppo?

Ritaglio stampa
Testata: Largo Consumo
Pagina: 124
Diffusione: 8.044
Data: Novembre 2010