

EPTA

CARTELLA STAMPA EUROSHOP 2011

Indice

☞ Epta: una leadership mondiale	Pag 2
☞ La forza dei marchi storici	Pag 4
☞ Epta a EuroShop 2011: La Brand Essence : Eptology	Pag 5
Una concezione quattro volte unica	Pag 6
Eptology in concreto	Pag 7
☞ Le novità di EuroShop 2011	
a) Eurocryor: soluzioni per la refrigerazione, di alta gamma	Pag 10
b) Le nuove centrali e gli impianti a CO ₂	Pag 11
c) La nuova linea di <i>Plug-in</i>	Pag 12
d) Risparmio energetico: la rivoluzionaria tecnologia <i>Zero°/Extrem</i>	Pag 13
e) Retail e innovazione: nuovi dettagli progettuali per i banchi verticali positivi	Pag 14
f) “Solo” il banco a marchio George Barker	Pag 15
g) Consumatori: comfort e interazione con il prodotto - le nuove coperture dei banchi orizzontali per surgelati TORTUGA2/COSMOS 4ECO	Pag 16
☞ Continuità di esercizio: l'affidabilità e la competenza del Service Epta	Pag 17
☞ Domande a Daniele Marongiu – Global Commercial Operations Director	Pag 19
☞ Domande Marco Masini – Marketing Director	Pag 21
☞ La società in sintesi	Pag 23

Milano, Febbraio 2011

EPTA: UNA LEADERSHIP MONDIALE

Un Gruppo internazionale, con un'anima italiana

Primo Gruppo industriale in **Europa** e **terzo** a livello **mondiale** per quota di mercato, **Epta** è leader nel settore della refrigerazione commerciale per la Distribuzione Organizzata. Con sede a Milano, opera con **2.500** dipendenti e vanta, nel **2010**, un fatturato di **oltre 400 Milioni di Euro**, una **capacità produttiva** annua di circa **100.000 unità** ed una **capillare presenza commerciale**, a livello mondiale.

Il core business

Specializzata nella produzione e commercializzazione di banchi frigoriferi per prodotti freschi e surgelati, banchi a gruppo incorporato (Plug-in), centrali di media e grande potenza e celle frigorifere, la multinazionale, si è affermata, nel tempo, grazie ad un **radicato rapporto con il territorio ed un'oculata strategia di internazionalizzazione**.

L'espansione nel mondo

Un successo, partito dall'Italia con il marchio **Costan** e sviluppato grazie ad una politica di crescita basata **sull'acquisizione di importanti brand esteri** e sui **continui investimenti in ricerca e sviluppo** per soluzioni innovative e sempre più efficienti.

Inoltre, **strategici presidi commerciali, in 35 Paesi**, permettono a **Epta** di accelerare la propria crescita nei mercati emergenti e consolidare il business in quelli maturi.

Negli ultimi anni, **Epta** ha, infatti, rafforzato la propria presenza in **Sud America**, con una sede in Argentina ed un nuovo polo produttivo in Colombia, oltre che in **Medio Oriente**, con gli uffici ed il **Service** collocati a Riyad, in Arabia Saudita.

L'inaugurazione nel 2008 di uno stabilimento in Turchia ha rappresentato un'ulteriore, importante tappa del processo di internazionalizzazione, grazie al quale il Gruppo è diventato il punto di riferimento anche per i mercati dell'**Europa Sud Orientale** e dell'**Asia Occidentale**.

Nello scorso gennaio, **Epta** ha acquisito il controllo del suo Partner storico **VSD Engineering**, attivo in Singapore, Malaysia e nel Brunei intensificando il proprio presidio nel **Sud-Est Asiatico**. Infine, l'espansione prosegue anche in **Europa** con la nascita di Epta Sweden e la prossima inaugurazione di una sede in Ungheria.

Le unità produttive situate a Limana e Solesino in Italia, Hendaye in Francia, Bradford nel Regno Unito, Rosario in Argentina, Çorlu in Turchia, Qingdao in Cina e Barranquilla in Colombia, per una **superficie complessiva** di più di **190.000 m²**, assicurano **un'ampia disponibilità di prodotti, in tutto il mondo**.

Mission

La Mission del Gruppo: ***“The preferred local partner worldwide for customized product and system solutions. The ultimate technology and design for the unique store”*** è di perseguire una crescita sostenibile, declinando localmente le soluzioni offerte, al fine di soddisfare al meglio le esigenze dei Clienti, valorizzando contestualmente l’attrattività e l’unicità dei punti vendita.

Una capacità competitiva globale

La capacità competitiva globale di **Epta** è un aspetto di cruciale importanza per i *Retailer*, se si considera che il settore è sempre più sensibile alle proposte degli Operatori che, oltre ad offrire impianti complessi e dalle performance sempre maggiori, sono anche in grado di garantire un **servizio di assistenza tempestivo e di elevata qualità, in tutto il mondo.**

LA FORZA DEI MARCHI STORICI



Costan rappresenta il nucleo originario di **Epta**. Laboratorio artigianale per la produzione di ghiacciaie e armadi frigoriferi, fondato nel 1946, entra a far parte della nascente **Epta** nel 1986. Il brand, da sempre sinonimo di massima **qualità, servizio eccellente e prodotti tecnologicamente avanzati ed affidabili**, è distribuito da una rete commerciale costituita da filiali in Italia e da sedi commerciali e distributori all'estero.



Bonnet Névé nasce dalla fusione di due prestigiosi marchi, leader nei mercati di riferimento: **Bonnet Réfrigération** e **Satam Névé**, acquisiti nel 1988. Negli oltre 20 anni di attività, questo prestigioso brand ha conseguito importanti riconoscimenti dal mercato per le sue rivoluzionarie soluzioni per il Merchandising ed il risparmio energetico.



Eurocryor, brand nato nel 1991 a Solesino, in provincia di Padova, si contraddistingue sul mercato per la produzione e commercializzazione di **banchi frigoriferi tradizionali, di alta gamma**, ideali per arredare e personalizzare **punti vendita di prestigio**.



Le origini di **BKT** risalgono al 1910 in Germania e, nei suoi 100 anni di attività, raggiunge la posizione di **leader nell'offerta di servizi completi** per la realizzazione di impianti, chiavi in mano, per la refrigerazione commerciale di grandi catene e fast-food. Nel 1997, entra a far parte della nascente **Epta** diventando Epta Deutschland.



George Barker, leader nel Regno Unito, nella progettazione e produzione di **mobili refrigeranti**, viene fondato a Bradford, nel 1928. Entra a far parte della nascente **Epta** nel 1999, apportando un elevato *know-how*, di cruciale importanza, per assicurare un efficiente servizio di assistenza pre-vendita ai Clienti ed orientarli verso le soluzioni più rispondenti alle loro esigenze.

EPTA A EUROSHOP 2011 - LA BRAND ESSENCE: EPTOLOGY

Un concept rivoluzionario

L'essenza di **Epta** è racchiusa in una parola: **Eptology**.

Un modo di essere, pensare, produrre e vivere un futuro responsabile.

Significa migliorare ogni giorno, in ogni attività, per rispondere al meglio alle esigenze dei Clienti, dei dipendenti e dei Partner e premiarne la fiducia.

Una visione che unisce e guida tutte le persone che fanno parte del Gruppo e si traduce in **un modo nuovo di vivere la sostenibilità**, interpretandola con senso di responsabilità, sotto molteplici punti di vista. Il profitto, la crescita e il consolidamento dei marchi non costituiscono l'unico traguardo da raggiungere: il vero valore è legato al progresso sociale.



Un simbolo originale

Un neologismo originale, coniato per essere riconducibile, in modo esclusivo e distintivo a **Epta** e su cui converge la vocazione aziendale: **promuovere una crescita ed uno sviluppo, nel pieno rispetto dell'ambiente**. Un nuovo brand, composto dai **quattro colori**, che identificano i **valori** ad esso associati, che singolarmente o in combinazione tra loro, orientano ogni scelta e comportamento del Gruppo.

UNA CONCEZIONE QUATTRO VOLTE UNICA



“**Perseguire l’eccellenza**” è la filosofia che permette al Gruppo di essere riconosciuto come leader del settore. La costante valutazione, in termini qualitativi, dei processi di lavorazione, dei materiali, dei componenti e dei prodotti finiti attraverso severi test di controllo, anche da parte di Enti esterni, è un segno tangibile e verificabile dell’affidabilità, della reputazione e della trasparenza di **Epta**.



E’ testimoniato dai **costanti investimenti in Ricerca & Sviluppo** di **Epta** e dall’impegno del Team, di ingegneri e ricercatori, costituito da più di 100 addetti, che ogni giorno, lavorano per ottimizzare e rendere più **performanti le soluzioni**, per garantire una significativa riduzione dei **consumi energetici** e **dell’impatto ambientale**. La solidità di **Epta**, permette di coniugare tecnologia ed efficienza, affinché il valore dell’innovazione sia sempre un’opportunità, da vivere nel quotidiano.



La volontà di **rispettare l’ambiente** e **salvaguardare le risorse energetiche** coinvolge qualsiasi ambito lavorativo e produttivo di **Epta**: dalle fabbriche ecologiche, allo sviluppo di prodotti volti a garantire il massimo risparmio energetico ed un’ottimale conservazione degli alimenti nei nuovi **eco-store**.



Passion Energia, potenziale innovativo, apertura mentale ed etica rigorosa: il successo del Gruppo è espressione del vigore della passione che, ogni giorno, ispira le persone che ne fanno parte. La **formazione**, il saper ascoltare le esigenze e stimolare un contributo creativo da ciascuno, permette a **Epta** di perseguire una continua innovazione, tecnica e organizzativa, nell'ottica di un costante miglioramento aziendale complessivo.

EPTOLOGY, IN CONCRETO

Quality

Le **certificazioni** conseguite da **Epta** sono il riconoscimento del suo impegno teso a perseguire elevati standard di eccellenza. Il Gruppo, grazie alla sua serietà ed al suo rigore, ha ottenuto, nel 2005, la **UNI EN ISO 9001:2000**, che garantisce il suo sistema di gestione qualità.

Le centrali e gli impianti di **Epta**, sono certificati **PED** (Pressure Equipment Directive), in conformità alla direttiva **97/23/CE** e, sempre in tema di sicurezza, sono in corso le procedure per la **OHSAS 18001** (Occupational Health and Safety Assessment Series) per tutti i centri produttivi. Tutti i prodotti sono marcati **CE**.

Inoltre, Il Gruppo affida le certificazioni dei propri prodotti ad un ente esterno: **Eurovent**, che garantisce le prestazioni e la genuinità delle dichiarazioni dei costruttori, attraverso una verifica indipendente. L'Azienda è uno dei fondatori di questo programma di certificazione volontario europeo, poiché da sempre sostiene l'importanza di poter contare su riferimenti oggettivi, soprattutto in termini di valutazione dei livelli di consumo energetico.

Infine, nell'ottica di garantire un miglioramento continuo dei prodotti e dei processi, **Epta** ha riorganizzato le sue sedi produttive secondo i principi **Lean Manufacturing**. Con l'adozione di questa metodologia all'avanguardia, promuove una filosofia industriale, che consente di minimizzare gli sprechi, fino ad annullarli. Il **Kai-zen** o **cambiamento-in meglio**, si manifesta concretamente con una progettazione di prodotti che considera preventivamente i problemi inerenti la loro produzione, una politica di gestione delle scorte **Just in Time** ed un approccio volto al **Total Quality Management**, per un uso più razionale degli impianti.

Technology

L'**innovazione tecnologica** è una caratteristica peculiare dei prodotti offerti da **Epta**, che garantiscono livelli di prestazioni ai vertici del mercato. Il Gruppo, infatti, per differenziarsi punta sull'innovazione: ogni anno gli investimenti in **Ricerca & Sviluppo** ammontano a oltre il **2%** del **fatturato consolidato**.

Diversi sono gli esempi eccellenti, che testimoniano il successo ottenuto, in questo ambito: **ZERO°/EXTREM**, una tecnologia rivoluzionaria che permette una riduzione dei consumi energetici del 20%, rispetto alle soluzioni tradizionali e che mantiene temperature corrette di conservazione dei cibi, **facendo evaporare il gas refrigerante a 0°C senza cicli di sbrinamento**, risultato fino ad oggi considerato impossibile. E, ancora, gli importanti traguardi raggiunti, grazie agli impianti a **CO₂**, che a seguito delle progressive restrizioni sull'uso dei refrigeranti sintetici, hanno favorito **l'impiego dell'anidride carbonica**, quale soluzione naturale più vantaggiosa per **ridurre progressivamente gli HFC**.

Ecology

Il tema dell'**eco-sostenibilità**, che da sempre accompagna le scelte di **Epta**, diventa ancora più centrale e rilevante. La multinazionale punta sull'utilizzo di **soluzioni a basso impatto ambientale**, come le **coperture** sui banchi a temperatura negativa, l'introduzione di **porte trasparenti in vetrocamera** per i mobili verticali positivi, le schiume **HFC free** e di refrigeranti naturali quali il gas propano, utilizzato per il funzionamento del nuovo **Plug-in Sound Green Energy**.

Nel 2010, per gli stabilimenti di Hendaye (Francia), Bradford (UK), e Limana (Italia), **Epta** ha ottenuto l'attestazione di conformità alla **UNI EN ISO 14001**, che comprova il pieno rispetto dell'ambiente, da parte dell'Azienda, in tutte le **fasi del processo produttivo**.

Per quanto concerne il risparmio energetico, l'efficienza è garantita, in termini di riduzione dei consumi, dal processo di **ottimizzazione dell'aeraulica**, che contiene il freddo all'interno del banco e ne evita la dispersione in corsia e dall'introduzione dell'illuminazione a LED, lampade a basso consumo energetico ma alto rendimento, che assicurano in media una **riduzione dei consumi energetici del 30%** e una durata, di **circa 50.000 ore**, di funzionamento.

Infine, il Gruppo ha deciso di investire nella ristrutturazione delle fabbriche, adeguandole ai più moderni criteri di efficienza e riduzione degli sprechi. Presso lo storico stabilimento di Limana, ad esempio, è stato installato un impianto di cogenerazione da 1 MW, capace di soddisfare **l'80%** del fabbisogno termico ed elettrico mentre uno di tipo fotovoltaico da oltre 1,5 MW è in fase di realizzazione, per la generazione di energia elettrica. L'aria calda prodotta dall'apparato termoelettrico viene, inoltre, riutilizzata dai forni per la verniciatura. Queste scelte hanno generato un risparmio nei consumi del **16%**. Infine, la nuova linea di verniciatura, grazie anche all'inserimento di cabine e stazioni di lavaggio aggiuntive, ha quasi raddoppiato la produttività rispetto al passato ed ha garantito un **risparmio settimanale di vernice di circa 300 kg**, con una diminuzione del consumo di **energia e di acqua del 30%**.

Passion

La responsabilità sociale di **Epta** risiede nel **valore** complessivo che essa genera a favore della **collettività**, dei Clienti, degli Azionisti, dei dipendenti e dei fornitori. Una passione accomuna le nostre persone: fare le cose al meglio, testimoniato da un approccio sistematico di “ascolto”, **Voice of the Customer**, che permette di allineare le caratteristiche e le prestazioni della gamma, alle esigenze espresse dai Clienti. Inoltre, la produzione di **soluzioni tailor-made**, studiate in sinergia con i **Retailer** permette lo sviluppo di **banchi** che, **per design, cura dei dettagli, ricercatezza dei materiali e funzionalità**, sono in grado di valorizzare e personalizzare ogni tipologia di **punto vendita**.

I nostri dipendenti rappresentano la risorsa più importante ed il loro benessere è fondamentale per il nostro successo. **Epta**, si impegna a **sviluppare le competenze e stimolare le capacità e le potenzialità delle risorse umane**, affinché trovino piena realizzazione nel raggiungimento degli obiettivi. Ogni anno, offriamo ai nostri migliori manager la possibilità di frequentare corsi presso le più prestigiose scuole internazionali di business e capitalizzare **esperienze professionali all'estero**, favorendo lo sviluppo del personale e la diffusione di una cultura basata **sull'integrazione** e sulla **cooperazione**.

Epta ritiene fondamentale, per raggiungere un costante progresso dell'intero settore, mettere a disposizione dei professionisti il proprio *know-how* attraverso attività di formazione. A questo proposito, è stato creato nel Regno Unito un **Training Center** dedicato ad ingegneri e tecnici specializzati e certificato “**City and Guilds**” con la finalità di diffondere la tecnologia a CO₂ ed i suoi vantaggi, a partire dai positivi risultati degli impianti sviluppati da **Epta**.

LE NOVITA' DI EUROSHOP 2011

▶ EUROCRYOR: SOLUZIONI PER LA REFRIGERAZIONE, DI ALTA GAMMA

In occasione di EuroShop 2011, **Epta** presenta **per la prima volta, a livello mondiale**, nel proprio stand, le linee a marchio **Eurocryor**, di banchi frigoriferi a servizio assistito e a gruppo incorporato (plug-in). **Soluzioni di alta gamma**, personalizzate, flessibili, dal design moderno e raffinato, studiate per rispondere alle esigenze di negozi specializzati, di **aree tematiche di grandi punti vendita**, quali **macellerie, gastronomie e zone dedicate ai prodotti tipici e del settore Horeca**. Inoltre, la collaborazione con **Epta Concept**, un team multidisciplinare di professionisti in grado di soddisfare ogni richiesta dei **Retailer**, consentirà di plasmare spazi originali e gradevoli, migliorando, in modo indiretto, l'interazione del Cliente con i prodotti e lo spazio espositivo.

L'intensa competitività, che caratterizza il settore della media e grande Distribuzione, causa un sempre più diffuso ricorso a strategie orientate alla creazione di una **store atmosphere efficace**, in grado di dischiudere nuove opportunità di creazione di valore per il consumatore e conferire elementi di differenziazione al sistema d'offerta. Si tratta di **presidiare un insieme coerente di valori** per costruire un' **immagine del punto vendita** che "convalidi", in un certo senso, quella del proprio target. Il profilo dell'acquirente, inoltre, si sta sempre più caratterizzando come "*laico*", imprevedibile e infedele e sempre più spesso sensibile agli stimoli sensoriali più che razionali o utilitaristici. Definiti "*store based*", basano infatti, le loro scelte solo sulle informazioni acquisite all'interno degli **Store**. A tal proposito, l'ampliamento della gamma di prodotti, con **soluzioni tailor made**, è perfettamente in linea con i più moderni trend del settore e rafforzerà ulteriormente la leadership del Gruppo.

Design, merchandising e risparmio energetico, capisaldi della produzione **Epta**, saranno mantenuti e sviluppati anche grazie nelle produzioni **Eurocryor**, per rispondere in modo completo e tempestivo ai bisogni di piccoli e grandi punti vendita di prestigio, in tutto il mondo.

Epta, con questa acquisizione **consoliderà** la sua **presenza** sui mercati dell'**Europa** e del **Medio Oriente**, in cui si rileva una domanda sempre in crescita e diventerà leader indiscusso anche nelle soluzioni **custom**. *L'operazione che ha portato Eurocryor a far parte del Gruppo*" commenta il Global Commercial Operations Director - Daniele Marongiu *"si inserisce in un più ampio programma di sviluppo ed espansione di Epta che da oltre trent'anni considera solo realtà solide e qualificate come partner ideali con cui affrontare le nuove sfide del mercato, in un panorama sempre più concorrenziale e in costante evoluzione"*.

Le due gamme di banchi altamente personalizzabili, in **presentazione a EuroShop**, sono: **Classic Line** e **Flexible Line**. La prima, **versatile, funzionale**, spaziosa e panoramica è caratterizzata da un **design raffinato** e curato in ogni minimo dettaglio. La **seconda** è ideale per **creare forme complesse**, offre il più alto grado di flessibilità per valorizzare il layout espositivo e migliorare la comunicazione tra l'operatore ed il Cliente.

► **LE NUOVE CENTRALI E GLI IMPIANTI A CO₂**

- **EptaCube** è la nuova centrale **Plug & Play** proposta da **Epta**, ideale per punti vendita di piccole dimensioni.

Quality **EptaCube**, è stata concepita con il preciso obiettivo di ridurre del **20%** la sua **rumorosità**, rispetto ad una soluzione tradizionale.

Technology Con una **potenza**, in media temperatura, **fino a 30kW**, **EptaCube**, è la centrale più silenziosa, nella sua categoria, grazie alle **ventole aeroacustiche**, installate a bordo. Realizzate in materiale composito ad altissime prestazioni e costituite da 7 pale, dal **design rivoluzionario**, assicurano anche un'elevata **riduzione dei consumi d'energia**. Infine, una speciale attenzione è stata anche dedicata ai collari in poliammide fissati alle tubazioni, ai diversi componenti soggetti a vibrazioni ed ai supporti, in gomma, posizionati alla base della struttura, per assicurare un limitato livello di rumore, nel tempo.

Passion La **manutenzione** della nuova centrale è stata studiata per risultare estremamente **agevole**: un **pratico accesso** ai filtri e a tutti i componenti installati facilita i **tecnici**, che possono intervenire comodamente e **senza difficoltà** sull'intera struttura. **EptaCube**, infine, è flessibile e personalizzabile grazie, ad esempio, alla possibilità di integrare in condensatore e scegliere fra diversi controllori e sistemi di regolazione dell'olio.

- Protagoniste anche le nuove versioni di **Eptagreen**, centrali a refrigerante naturale.

Quality **Soluzioni di qualità**, in quanto estremamente **sicure**: l'impianto è dotato di un quadro elettrico di potenza integrato e precablato con protezioni magnetotermiche e di un back-up di bassa pressione elettronico e di alta pressione elettromeccanico. Infine, un **sensore optoelettronico** di allarme, è installato sul ricevitore di liquido orizzontale, per segnalare i bassi livelli di refrigerante.

Technology **Maggiore efficienza e risparmio energetico**, grazie alla tecnologia **Inverter**, che consente una **modulazione continua** della capacità frigorifera, con un adeguamento della potenza alle esigenze del carico. **100% di affidabilità**, assicurata dalla corretta lubrificazione dei componenti all'interno dei compressori e da un sistema elettronico, di controllo dei livelli dell'olio.

Ecology

Una **soluzione eco-compatibile a 360°** che, grazie all'uso di refrigerante naturale a **CO₂**, garantisce le migliori performance sia in termini di **GWP** (Global Warming Potential) sia di **TEWI** (Total Equivalent Warming Impact).

La tecnologia CO₂ è declinabile in diverse tipologie di impianti e quello più comunemente adottato, nei punti vendita, è **"in cascata"**. Questo sistema si applica agli impianti di bassa temperatura con positivi risultati **sull'efficienza energetica** ed una riduzione di **circa il 30%** delle emissioni responsabili **dell'effetto serra**. L'utilizzo di gas R744 (CO₂) consente, inoltre, un risparmio dei costi di esercizio, **tra il 6% ed il 15%**, rispetto ad un refrigerante sintetico.

Passion

La disposizione dei componenti, facilita le operazioni di controllo ed intervento da parte dell'operatore e ne **riduce i costi**. Queste soluzioni, compatte e facili da installare, sia **all'esterno** che **all'interno**, sono **configurabili** a seconda delle specifiche esigenze di utilizzo.

La gamma di centrali **Epta** è così composta:

- Centrali di grande potenza:

EptaGreen; EptaBerg, disponibile anche nella versioni 2-Level, Plus e Multispeed.

- Centrali di potenza medio-alta:

EptaGloo; EptaGloo Multispeed; Energy System Plus

- Centrali di potenza medio-bassa:

EptaCube; Energy System Plus Combi; Energy System 200 – 300; Integral System

▶ LA NUOVA LINEA DI PLUG-IN

- Inediti i **banchi a gruppo incorporato**, disegnati per razionalizzare gli spazi espositivi dei punti vendita.

Quality

Eccellente visibilità, grande **flessibilità** e versatilità espositiva e bassi **consumi**. Queste le caratteristiche peculiari della nuova gamma di **Plug-in**, ideali per valorizzare aree di vendita di qualsiasi superficie e tipologia.

Technology

La gamma **Concert Line Ultra a marchio Costan/Energia a marchio Bonnet Névé**, versatile e modulare, permette di adattarsi facilmente alle esigenze dei *Retailer*. Composta da **Ouverture /Onwave 2, Opera /Offlip 2 e Opera SV/Curl 3**, la linea presenta **due** opzioni di **frontali** diversi: una in policarbonato, senza la necessità di installare il batticarrello e la seconda in metallo, con il batticarrello in acciaio inossidabile.

Le misure proposte consentono una maggiore capacità di carico: **Ouverture versione Large/Onwave 2** ha un'altezza di 2.000 mm ed una profondità totale di 845 mm, **Opera versione Narrow/Offlip 2** la stessa altezza e profondità totale di 705 mm, mentre il banco **Opera SV/Curl 3** è alto 1.470 mm e profondo 705 mm.

Inoltre, **Ouverture HP (High Performance)** e **Opera** sono caratterizzati da un **condotto d'aria ottimizzato** e da una **struttura a nido d'ape** che creano un velo d'aria che preserva la temperatura interna del banco, evitando la dispersione del freddo in corsia. Infine, su questi modelli è presente un **doppio pannello isolante posteriore** che garantisce una migliore conservazione dei prodotti.

Ecology

La gamma è disponibile con una configurazione che prevede l'installazione di motoventilatori più performanti, di luci a **LED** e di porte di chiusura.

Marchio Costan

Gamma Concert Ultra

Ouverture verticale profondità 845

Opera verticale 705

Opera SV 705

Marchio Bonnet Névé

Gamma Energia

Onwave 2

Offlip 2

Curl 3

► RISPARMIO ENERGETICO: LA RIVOLUZIONARIA TECNOLOGIA ZERO°/EXTREM

- Una **straordinaria tecnologia**, che raggiunge performance, sino ad ora, considerate impossibili e garantisce **reali benefici ambientali**.

Quality

Le performance di **Energy Saving**, per banco frigorifero, sono state testate ad una temperatura ambiente di 25 °C, con un'umidità del 60%, nel laboratorio olandese indipendente TNO, accreditato come tester ufficiale **Eurovent**.

Technology

Una **tecnologia inedita** che mantiene temperature corrette di conservazione dei cibi, facendo evaporare il gas refrigerante a **0 °C**. Un risultato fino ad oggi considerato irraggiungibile, in quanto le tradizionali soluzioni, presenti sul mercato, hanno un punto di evaporazione normalmente compreso tra i - 7° e i - 10°.

Il **risparmio energetico** deriva da una **produzione costante del freddo** nelle 24 ore, garantendo una perfetta conservazione della merce esposta, **senza** necessità di **cicli di sbrinamento**.

Ecology

Un **importante traguardo**, che permetterà una **riduzione** dei consumi energetici del **20%**, rispetto alle soluzioni tradizionali per la refrigerazione commerciale e diminuirà significativamente **le emissioni CO₂**, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi di ecosostenibilità dei Clienti.

Passion

La nostra Azienda crede fermamente nella ricerca di soluzioni volte a **salvaguardare l'ambiente** e le risorse energetiche, per cui investe più di 8 milioni di Euro all'anno. **Zero°/Extrem** rappresenta, quindi, il nostro contributo allo sviluppo di **un'economia sostenibile**.

▶ RETAIL E INNOVAZIONE: NUOVI DETTAGLI PROGETTUALI PER I BANCHI VERTICALI POSITIVI

- In un'ottica di **miglioramento continuo**, Epta presenta **innovativi dettagli progettuali**, che **arricchiscono l'offerta** dei mobili verticali a temperatura positiva, coniugando **un'ottimale esposizione** dei prodotti con la **massima efficienza energetica** ed il **minimo impatto ambientale**.

Quality

Ideali per l'esposizione di **prodotti freschi**, i nuovi modelli **riducono** sensibilmente la dispersione del **freddo in corsia**, migliorando la **conservazione** della merce ed il **comfort** delle persone all'interno del punto vendita. Inoltre, le prestazioni dei nuovi banchi sono state testate in **conformità** alla normativa **UNI EN ISO 23953-2**.

Technology

L'**aeraulica** è stata ulteriormente **ottimizzata** per adattare le prestazioni delle soluzioni alle condizioni ambientali di esercizio. Questo studio ha permesso di ottenere soluzioni più affidabili e che richiedono una minore manutenzione. Ad esempio, i banchi sono dotati di ventilatori ed **evaporatori** ad alta efficienza di serie.

Ecology

Rispetto ad un mobile aperto con tende notte, le porte con **singolo vetro** assicurano un **risparmio energetico del 25%**, mentre la versione in **vetrocamera**, con doppio vetro, supera il **50%**.

Passion

Le innovazioni, introdotte da **Epta**, contribuiranno a rendere **l'ambiente più gradevole** ed incrementare il **tempo di permanenza** dei consumatori nel punto vendita, migliorando di conseguenza le performance dei *Retailer*.

Nuovo design e un'organizzazione più razionale dei prodotti esposti: i **ripianti modulari**, con divisori, permettono di separare le diverse categorie dei prodotti e di accrescerne l'ampiezza e la profondità di gamma. Gli scaffali **trasparenti** ed i **profili ridotti**, inoltre, conferiscono una maggiore **leggerezza**, in termini **estetici**, al banco ed enfatizzano **l'esposizione** complessiva degli articoli. Infine, le porte sono dotate di **maniglie ergonomiche**, facilmente identificabili dall'utente, che consentono una **comoda apertura** ed un facile accesso alla merce esposta.

► “SOLO” IL BANCO A MARCHIO GEORGE BARKER

- **Plug-in**, sviluppato per **conservare** insalate preconfezionate, frutta, carne e latticini, è disponibile nella versione **Standard** o **Bellavista**, quest'ultima dotata di copertura e profili eleganti.

Quality

Studiato per soddisfare le più moderne esigenze espositive del mercato, **Solo** è stato progettato in piena **conformità** alla norma **UNI EN 23593**, per garantire una **temperatura costante dei prodotti** in qualsiasi condizione e secondo i più elevati standard di **sicurezza**. Il funzionamento, nel tempo, di questi nuovi banchi è garantito dal servizio di **assistenza post-vendita** di **Epta**. Dal **design minimalista ed elegante**, può essere installato in modalità **stand-alone o multiplex**, ed è caratterizzato da ripiani sottili, da 25mm, per assicurare la massima visibilità della merce.

Technology

Nato per rispondere alle più rigorose specifiche, in termini di **conservazione** dei prodotti, **Solo** è una soluzione **silenziosa** ed affidabile, che nel lungo periodo, richiede una **manutenzione** molto **limitata**. Altamente tecnologico, **Solo** è dotato di un compressore **Energy Saving**, studiato per variare le proprie prestazioni in funzione della richiesta dell'impianto.

Passion

Solo, sviluppato per assicurare la **massima igiene**, è anche facile da pulire per gli addetti del Punto Vendita.

► **CONSUMATORI: COMFORT E INTERAZIONE CON IL PRODOTTO**

**NUOVA COPERTURA DEI BANCHI ORIZZONTALI PER SURGELATI
TORTUGA2/COSMOS 4ECO**

- Una nuova soluzione **ergonomica** per vasche surgelati, nata per promuovere il **risparmio energetico** e favorire il **comfort** degli operatori professionali, addetti alla gestione dei prodotti e dei consumatori.

Quality	A garanzia di un'elevata qualità , le prestazioni dei banchi, con le nuove coperture scorrevoli, sono state testate in conformità alla normativa UNI EN ISO 23953-2 .
Technology	Il nuovo sistema di chiusura è stato progettato per incrementare l'area di apertura di accesso al banco dal 66% al 100% e facilitare l'interazione con i prodotti. In moduli da 1250mm sono costituiti da vetri senza profili e da binari di scorrimento con telai sottilissimi.
Ecology	Epta ha monitorato, per un anno, le prestazioni di Tortuga2 a marchio Costan/ Cosmos 4ECO a marchio Bonnet Névé con le nuove coperture, rilevando una riduzione dei consumi energetici del 46% .
Passion	Obiettivo principale dei ricercatori, è stato la verifica delle potenzialità e dell'utilità dell'analisi ergonomica : ovvero lo studio dei bisogni, dei ruoli e delle diverse modalità di interazione degli addetti e dei consumatori con i banchi, al fine di agevolarli nelle operazioni ripetitive di carico e di accesso ai prodotti.

▶ CONTINUITA' DI ESERCIZIO: L'AFFIDABILITA' E LA COMPETENZA DEL SERVICE

- Il comparto frigo della **GDO** necessita di un'efficienza costante. A tal proposito, **Epta** offre una gamma completa di soluzioni anche nell'ambito del **Service** e del **Customer care**, garantendo **competenza** ed elevata qualità, per quanto riguarda l'assistenza sia di pre che di post-vendita.

Quality

Epta, mediante il servizio di **controllo remoto** delle installazioni, è in grado di effettuare una **diagnostica tempestiva** del problema, configurare nuovi parametri di funzionamento, effettuare analisi sulle performance dei sistemi e dei consumi energetici. Il servizio **Telesorveglianza** sviluppato in diversi Paesi, tra cui **Germania** e **Italia**, è attivo **24 su 24, 365 giorni all'anno**. E' inoltre disponibile un servizio di pulizia dei banchi, da quella semplice fino alla loro completa igienizzazione.

Technology

Epta si propone come "**main contractor**", sia in qualità di fornitore di singole unità, sia supportando il Cliente nella **progettazione completa** del layout del sistema di refrigerazione, privilegiando l'installazione di soluzioni basate su refrigeranti naturali e a **basso impatto ambientale**.

Ecology

Epta, offre **interventi di retrofit** sui banchi, al fine di garantire l'allineamento **rispetto** ai nuovi quadri normativi e migliorare, in termini di efficienza, le prestazioni di esercizio del parco installato. A tal proposito, interviene per sostituire o aggiungere porte o coperture ai mobili verticali e orizzontali, installare nuovi ventilatori performanti per favorire il risparmio energetico e migliorare il sistema di illuminazione mediante l'utilizzo di **LED**.

Infine, **Epta** per supportare i *Retailer* nell'adempimento del regolamento **CE 2037/2000**, progetta nuovi impianti o converte gli esistenti, mediante la sostituzione del gas R22 con i gas della serie R422D, senza modificarne la struttura. Questo servizio, è un'importante opportunità per la salvaguardia dell'ambiente, in quanto contribuirà notevolmente alla riduzione delle emissioni di gas nocivi.

Passion

Un'assistenza capillarmente distribuita, a livello **europeo e mondiale**, con oltre **400** centri di assistenza tra **Italia, Germania, Francia, UK e Medio Oriente**. Inoltre, una logistica efficiente garantisce la massima disponibilità dei ricambi, in fase di intervento. Il Gruppo offre **contratti personalizzati e All-Inclusive** di assistenza e manutenzione per l'intero parco installato, con tempi di risposta entro le 4 ore, dalla segnalazione del guasto.

La consolidata ed elevata professionalità del personale Tecnico consente l'installazione e la gestione di oltre **40.000 banchi all'anno**.

DOMANDE A DANIELE MARONGIU – *Global Commercial Operations Director*

Quali sono le strategie commerciali di Epta per il futuro?

“Epta, nel futuro, consoliderà la propria offerta in Europa e, contestualmente, continuerà a focalizzarsi sulla **localizzazione**, in Paesi, in forte **crescita economica**, privilegiando investimenti selettivi nei mercati emergenti. Questa strategia ci permetterà di affiancare i maggiori operatori del settore *Retail*, che già serviamo, con lo scopo di incrementare la **share of wallet** di ogni nostro Cliente e di conseguenza la nostra **quota di mercato**, migliorando complessivamente la **marginalità Cliente/prodotto**.

Inoltre, i driver per l'espansione del Gruppo consistono nella ricerca di **nuove opportunità** di business, a **livello internazionale** e nel **presidio** capillare di queste zone in via di sviluppo, in cui la sinergia tra le caratteristiche dei nostri prodotti, del mercato e dei Clienti creano maggiori possibilità. Le aree di interesse del Gruppo sono principalmente tre: il Sud Est Asiatico, il Sud America e l'Est Europa. Per quanto concerne la prima, **Epta**, con il controllo del suo Partner storico **VSD Engineering** ha acquisito un importante vantaggio geo-competitivo e giocherà un ruolo chiave, tra i Player locali, in **Singapore, Malaysia e nel Brunei**. In **Argentina e Colombia**, il Gruppo, grazie alle sue sedi di rappresentanza a Rosario e Barranquilla, registra, ogni anno, tassi di crescita del **20-25%**. Infine, è prossima l'inaugurazione di una nuova sede di **Epta** in **Ungheria**, una realtà territoriale particolarmente interessante, data la sua posizione geografica di confine, un'economia aperta agli investimenti da parte di capitali stranieri e la presenza in loco di risorse qualificate. La nostra attenzione, verso le regioni dell'Est Europeo, è motivata da **obiettivi molto ambiziosi**: puntiamo, infatti a realizzare un volume d'affari di 7 milioni di Euro, nel primo anno, di 27 milioni nel secondo anno, di 44 milioni per il terzo, fino a raggiungere i 70 milioni nel 2015.”

- **Epta si distingue per l'elevato grado di personalizzazione delle sue soluzioni. Quali sono i vantaggi per il punto vendita?**

“L'elevata competitività del settore, sta orientando i *Retailer* verso una **maggiore consapevolezza** sul **ruolo** che riveste il **punto vendita** nel determinare i comportamenti di acquisto dei consumatori e promuovere la loro **fedeltà** all'insegna”. Le nuove leve riguardano sia la struttura fisica del punto vendita, ad esempio, **l'architettura** ed il **layout** delle attrezzature che organizzano lo spazio espositivo, sia la modalità di **interazione con il prodotto**. Alla luce di queste considerazioni, continua **Daniele Marongiu**, risulta chiaro come la strategia di **Epta** di sviluppare soluzioni, da design ricercato e curato in ogni dettaglio, risponda a questa esigenza. La **personalizzazione** dello spazio espositivo, in modo **unico ed esclusivo**, deriva dalla nostra capacità di ascoltare i Clienti ed identificare la migliore soluzione per ogni *Store*. **Uno stile** che aggiunge valore ed **arreda**, con **originalità**, il punto vendita, contribuendo ad incrementare la sua **redditività**. **L'essere specialisti nell'arte della presentazione** dei prodotti, permette di **distinguerci** come partner della GDO, nello sviluppo di nuovi format, dei negozi specializzati e del segmento **Ho.re.ca** dove, più che in altri contesti, l'immagine del negozio influenza la percezione della qualità. Un canale di vendita, sempre più interessante per il Gruppo, che è già protagonista con i suoi brand gioiello: **Eurocryor** e **Misa**, grazie ai quali **Epta** promuoverà nuove sinergie e rafforzerà la sua leadership”.

DOMANDE A MARCO MASINI –*Marketing Director Epta Group*

● **Come nasce Eptology?**

“Essere un **Gruppo leader e vivere un futuro responsabile**: una vocazione verso l'**eco-sostenibilità**, che inizia per **Epta**, con il tema “**The Value of Energy**” nel 2008 e viene successivamente approfondita dal nuovo **concept Eptology**, che ne amplia gli orizzonti. Una concezione che si declina in una cultura della qualità assoluta, nel promuovere una scienza orientata allo sviluppo di tecnologie volte all'efficienza e alla **tutela del patrimonio ambientale** ed in una dimensione esperienziale dell'eccellenza in cui la passione di collaboratori e Clienti, ogni giorno fa la differenza. Con **Eptology**, il Gruppo definisce un nuovo orientamento, che noi chiamiamo “**The Epta way**”, che ci consentirà di conciliare il progresso sociale con una maggiore competitività sul mercato.” Questo innovativo approccio è infine, in linea con le recenti evoluzioni del settore, che richiedono soluzioni personalizzate, in grado di preservare la qualità dei prodotti e valorizzare l'unicità dei punti vendita, riducendone contestualmente i consumi energetici ed i costi totali di gestione.”

“Uno dei valori più innovativi di **Eptology** – prosegue Marco Masini - è **Passion**, che viene anche intesa come capacità di **Epta** di stimolare e promuovere la creatività e la competenza professionale individuale, per perseguire una crescita che deve essere però virtuosa e che crei valore e ricchezza, anche per i nostri Clienti.”

● **Quali sono le iniziative previste a favore della tutela dell'ambiente?**

“**Epta** valuta il potenziale impatto ambientale dei suoi prodotti e processi tramite metodologie oggettive e indipendenti quali ad esempio il **Life Cycle Assessment**. Uno strumento operativo, con cui il Gruppo quantifica i carichi energetici e ambientali, durante tutto il ciclo di vita delle sue soluzioni. Una scelta che deriva dalla volontà di contribuire al **progresso sociale**, integrando istanze ecologiche nelle operazioni aziendali: dalla progettazione, alla fabbricazione, fino allo smaltimento finale. Inoltre, **Epta** ha adottato una politica di **approvvigionamento sostenibile**, conservando le risorse attraverso un uso più razionale ed una pianificazione più attenta. Collaboriamo anche con i fornitori per accertarci che essi riconoscano l'importanza di ridurre l'effetto sull'ambiente dei loro prodotti e trasporti.”

“Un ulteriore aspetto importante della **strategia ambientale aziendale** è la **gestione dei rifiuti**, che deve essere anch'essa sostenibile e come tale, **Epta** sente responsabile nel dover **riciclare i materiali**, ove possibile.

Infine, un corretto coordinamento tra i tempi di consegna e la pianificazione dei percorsi, ci permette di raggiungere il duplice obiettivo di ridurre il consumo energetico e le emissioni di scarico”.

● **Quali sono i vostri obiettivi di sviluppo a lungo termine?**

“In **Epta** abbiamo aperto un progetto di **sviluppo ideale** denominato **Future Now: Supermarket 2100**, una sorta di *Open Research Environment* per elaborare i temi delle possibili tendenze e tecnologie del futuro. Immaginare processi operativi di sviluppo, orientati al lungo periodo, aiuta a mantenere lucidità per il presente dove, già oggi e per i prossimi 3 anni, stiamo elaborando **piattaforme multigenerazionali scalabili**, ad alta integrazione. Si tratta, in sintesi, di *concept* che tengano conto della tecnologia meno ortodossa per il settore, elaborandola ed adattandola al nostro ambito, per offrire ai clienti nuove prospettive e idee sulle quali misurarsi, per un solido e sostenibile business, a tutto vantaggio di noi **eco-consumatori**.”

LA SOCIETA' IN SINTESI

- ▶ **Denominazione sociale:** Epta S.p.A.
- ▶ **Sede:** Via Mecenate, 86 – 20138 Milano – Italy
- ▶ **Attività:** Gruppo leader europeo e Partner globale nel settore della refrigerazione commerciale per la Distribuzione Organizzata
- ▶ **Capitale sociale:** 53.000.000 milioni di Euro, interamente versati
- ▶ **Amministratore Delegato:** Sergio Chiostri
- ▶ **Dipendenti:** 2500
- ▶ **Numero dei prodotti:** ~ 10.000 prodotti
- ▶ **Web site:** www.eptarefrigeration.com