

04.2008

Zerosottozero · Mensile

## Mercato caldo per il freddo

Segnali positivi con un sostanziale consolidamento delle posizioni e ottimismo per il futuro. Questi i due denominatori del mercato del freddo circa il trimestre compreso tra la fine del 2007, l'inizio del 2008 e le aspettative per quello successivo



Il core-business di Epta è la refrigerazione commerciale. Il gruppo è così composto: Costan (Italia), Intercold (Austria), Bonnet Névé (Francia), Epta Argentina (Argentina), Epta Deutschland (Germania), George Barker (UK), Epta Qingdao (Cina). I marchi commerciali sono quattro: Costan, Bonnet Névé, BKT e George Barker



Daniele Marongiu  
Global Director for  
commercial operations  
of Epta

**Come valuta l'andamento del mercato per questo inizio di 2008?**

La crescita di Epta continua. L'attenzione verso i mercati emergenti e il presidio di quelli storici, come

l'Europa, si sta rivelando una scelta strategica assolutamente azzeccata.

**Quali sono le vostre previsioni per il resto dell'anno?**

Epta conferma le previsioni di budget che mostrano un

consolidamento della crescita dell'ultimo triennio.

**Qual è la strategia su cui puntate?**

Il 2008 vede un sostanziale rinnovamento della gamma prodotto, per circa il 60% che accentuerà le già note caratteristiche differenzianti di rigoroso risparmio energetico nell'assoluto rispetto delle performance dichiarate e certificate; di massima capacità espositiva dei prodotti e di rispetto dell'ambiente. Continua inoltre il processo di avvicinamento ai mercati emergenti, con l'apertura delle nuove unità produttive in Turchia e Colombia, oltre che di numerosi uffici commerciali.

**Come impostate il rapporto con la clientela?**

Il nostro rapporto con la clientela è caratterizzato da una forte collaborazione che porta allo sviluppo comune di soluzioni, per soddisfare appieno le esigenze della distribuzione organizzata. Ciò genera continuità nella relazione.