

20 Gennaio 2009
DISTRIBUZIONE MODERNA · Website

SPECIALE ATTREZZATURE PV

Punti vendita di design ed ecosostenibili

Freddo per tutte le esigenze



Grazie alla communication bar il nuovo banco frigo Lion di Epta diventa un efficace mezzo di comunicazione.

► Nell'ambito della refrigerazione commerciale si assiste all'**avanzata di nuovi competitor** ma le aziende che operano sul nostro territorio, grazie alla capacità di rispondere alle aspettative della gdo e di innovarsi, continuano a mantenere la leadership di mercato. I processi e le politiche aziendali si trovano così da qualche anno a dover far fronte soprattutto ai player dell'Europa dell'est - in grado di trasportare agevolmente in Italia le attrezzature di refrigerazione per la gdo -, che se da un lato non garantiscono delle performance particolarmente elevate, dall'altro rispondono alle richieste di costi ridotti da parte dei buyer.

Ma quali sono i driver che guidano le aziende del comparto? Al primo posto collochiamo l'interesse a realizzare attrezzature a **elevato risparmio energetico** e a ridotto impatto ambientale, "grazie all'utilizzo - afferma **Luca Lastella, marketing director di Epta** - di gas refrigeranti naturali, come ad esempio l'anidride carbonica, che garantisce un'efficacia maggiore rispetto ai gas utilizzati comunemente".

Inoltre, di fronte a un consumatore che ha sempre meno tempo da dedicare alla spesa, lo **studio del layout espositivo dei prodotti** costituisce un'importante leva di marketing per i retailer, che mostrano un elevato interesse a collocare nei punti vendita banchi refrigeranti "che dal punto di vista estetico e del merchandising - continua Lastella - sono in grado di dare un'elevata visibilità al prodotto, attraverso, ad esempio, l'illuminazione e le ampie bocche di carico del banco". Da queste considerazioni in casa Epta - che in Italia opera principalmente con il marchio Costan - sono nati recentemente Vivaldi e Rossini.

► In linea con la strategia dell'azienda - *the value of energy* - i due banchi sono stati concepiti per assicurare un risparmio complessivo dei consumi energetici del 20% circa. Il posizionamento dei sottili montanti sulla parte anteriore del mobile, l'ampia apertura della vetrata, la banchina di servizio ergonomica e la riduzione dello spazio al suolo - a parità di piano espositivo - con una linea di carico di riguardo sono alcune delle caratteristiche delle due novità di Epta. Per la gdo l'azienda ha anche lanciato recentemente Lion, il banco che diventa un mezzo di comunicazione grazie alla communication bar che permette di personalizzare e incentivare la visibilità dei prodotti e delle promozioni. Da segnalare anche gli scaffali che possono essere illuminati da lampade nascoste all'interno del ripiano e studiate appositamente per enfatizzare la merce esposta.

Sta per lanciare dei banchi frigo - innovativi sia dal punto di vista estetico che funzionale - anche Arneg, l'azienda padovana capogruppo di una multinazionale con 17 unità produttive, che individua in Belgrado e Panama i due fiori all'occhiello. Il primo è caratterizzato da praticità d'impiego e un design retrò ed essenziale. La sovrastruttura a vetri dritti permette un'ottimale presentazione dei prodotti. Panama, il mobile verticale più stretto attualmente sul mercato, può essere facilmente inserito in aree di vendita dove l'ottimizzazione dell'ingombro al suolo diventa il fattore principale.

Per l'innovazione futura delle attrezzature che produce, Arneg terrà in considerazione anche un'importante tendenza che si sta registrando nell'ambito della gdo, ossia "**il ritorno ai punti vendita - commenta Masiero - di piccole e medie dimensioni, a discapito dei supermercati, a causa di motivi noti a tutti: problematiche ambientali e crisi economica**".