

Settembre 2007

ZeroSottoZero, Ambiente come vantaggio competitivo

Gruppi Refrigeratori Prefabbricati Ambiente come vantaggio competitivo

Epta è un gruppo multinazionale leader nella fornitura di attrezzature e servizi di elevata qualità per la refrigerazione alimentare e l'esposizione dei prodotti nei punti vendita. Il gruppo Epta si è formato per progressiva acquisizione e fusione di aziende storiche del settore che hanno accompagnato



Intervista a Paolo Monticelli, Marketing Director Epta Group

lo sviluppo della distribuzione europea fin dalla sua nascita

Come valuta l'andamento del mercato per la prima parte del 2007?

Il settore della refrigerazione commerciale è legato all'andamento della distribuzione organizzata: i segnali di una diffusa ripresa economica, seppur ancora lieve, si ripercuotono positivamente anche su Epta. Il mercato europeo è più saturo e

quindi stagnante mentre segnali interessanti giungono dai paesi emergenti tra cui Asia e Sud America. Epta comunque segna trend positivi superiori all'andamento del mercato grazie a soluzioni che generano un vantaggio diretto anche per i nostri clienti: risparmio energetico, ergonomia e design per i clienti dei punti vendita, soluzioni eco-friendly, servizi e soluzioni su misura.

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

Il mercato europeo è ormai maturo e i fattori critici di successo sono essenzialmente tre: un'offerta di prodotti e servizi ampia e flessibile, lo sviluppo di relazioni commerciali ottimali e la capacità di cogliere le nuove esigenze dei consumatori, prima fra tutte il rispetto per l'ambiente. Entro fine anno e nel medio periodo Epta vuole mantenere il presidio strategico e commerciale del mercato europeo e intervenire con efficacia sui mercati emergenti; realtà queste che offrono grandi potenzialità economiche e che ancora non necessitano di una forte differenziazione di prodotto. Quindi, sintetizzando, possiamo dire che il mercato europeo è stabile mentre in questo momento in Asia - a partire da Cina, India e Medio Oriente - e Sud America c'è un particolare dinamismo.

L'ambiente è per voi un fattore importante e un punto di forza in termini di competitività?

L'attuale scenario culturale e di settore sia italiano che internazionale, richiede una maggiore attenzione verso l'ambiente. La limitatezza delle risorse e i cambiamenti climatici condizionano oggi la progettazione degli impianti frigoriferi che devono essere eco-friendly. Le industrie della refrigerazione sono chiamate ad adeguare la propria gamma di prodotti ad un'offerta qualitativamente più completa e rispettosa delle nuove istanze ecologiche. Con i suoi prodotti, Epta è già leader di mercato da qualche anno dimostrando di saper cogliere e trarre vantaggio da questo nuovo drive del mercato. I nostri banchi frigoriferi soddisfano la continua richiesta di soluzioni non solo efficienti, ma in grado di garantire il contenimento dei consumi. Per le soluzioni più innovative Epta guarda quindi con grande ottimismo al mercato europeo - a partire dai paesi del Nord - oggi più sensibile verso tematiche ambientali.

In termini di espansione della vostra presenza sui mercati, quali sono i vostri progetti?

Sul piano industriale, Epta è operativa con cinque siti produttivi in Europa e Sud America. Nel 2007 Epta ha dato un'ulteriore spinta al programma di espansione nei mercati emergenti grazie all'insediamento nello stabilimento di Qingdao, Cina, il quale è oggi la nostra base d'appoggio in un'area geografica che sta segnando tassi di sviluppo molto significativi. Per rispondere alla domanda di mercato occorre essere vicini perché tempi e costi di spedizione intercontinentali impediscono il corretto presidio locale. Per conquistare un mercato occorre esserci e Epta guarda con attenzione al Sud America, alla Cina, al Medio-Oriente e all'India.

