

UOMINI E STRATEGIE

Sorta nel 2003 riunendo sette aziende protagoniste nei propri mercati, Epta è leader europeo (con una quota del 25% nel core business, banchi frigoriferi) nella refrigerazione commerciale e nella fornitura di scaffalature per il trade moderno. Un fatturato 2005 di circa 400 milioni di euro, una capacità produttiva annua di 100.000 unità, 2.500 dipendenti e una presenza commerciale in tutto il mondo: queste cifre aiutano a comprendere le dimensioni del gruppo. Epta è attiva in Italia con Costan Refrigerazione, marchio che ha fatto la storia e guidato lo sviluppo del comparto nel nostro Paese. Paolo Monticelli, marketing director di Epta, ci aiuta ad analizzare la strategia e gli obiettivi del Gruppo.

D. Quali sono i tratti caratterizzanti del gruppo Epta?

R. Epta è nata con l'obiettivo di primeggiare nei mercati in cui opera: non a caso, è il frutto di un complesso e importante processo di integrazione e consolidamento di aziende di successo nei loro Paesi. L'Europa, dove sviluppa l'80% del proprio giro d'affari, si conferma l'area più importante per il Gruppo, che vanta tuttavia una forte presenza anche in Argentina e un crescente interesse per i mercati asiatici, tanto da aver aperto nel 2005 uno stabilimento in Cina. Ciò che più caratterizza Epta credo sia proprio la sua presenza nei diversi mercati per seguire da vicino, al meglio, i clienti locali. Questo significa poter offrire un servizio personalizzato, efficiente, veloce, flessibile, anche grazie a una ramificata struttura produttiva, che assicura una forte capacità di risposta in termini quantitativi e qualitativi.

EPTA

Le più moderne, efficienti, e versatili soluzioni per la refrigerazione e il retail equipment

Paolo Monticelli è marketing director di Epta, dov'è approdato dopo una lunga esperienza nel marketing dei beni di largo consumo e industriali. Il Gruppo integra sette realtà di successo nei rispettivi mercati: Costan Refrigerazione (Italia), Intercold (Austria), Bonnet Névé (Francia), Costan Market (Argentina), BKT (Germania), Alser Innovation (Francia) e George Barker (Uk).



Epta è un gruppo di aziende leader nato con l'obiettivo di primeggiare nei mercati in cui opera.

Il Gruppo offre soluzioni personalizzate e un servizio efficiente, veloce, flessibile, anche grazie a una ramificata struttura produttiva.

Consolidarsi in Europa e crescere in Cina e Paesi orientali, Est Europa, Sud America è l'obiettivo di Epta.

D. Dove sono dislocati gli impianti produttivi?

R. Le unità produttive di Epta sono situate prevalentemente in Europa occidentale, un mercato che vale oltre 2,5 miliardi di euro, ma con presidi strategici e commerciali in 35 mercati. Lungi dal voler "delocalizzare" la produzione, quindi, il nostro obiettivo è produrre in più siti per fornire un prodotto/servizio sempre più tagliato su misura delle esigenze locali.

D. Come si configura oggi la presenza di Epta in Italia?

R. Il nostro Paese, dove Epta ha il suo quartier generale, è ovviamente molto importante. Basti pensare che lo stabilimento Costan di Limana (Bl), con i suoi 60.000 mq e 800 dipendenti, è la principale unità produttiva del Gruppo. L'azienda presidia

capillarmente il territorio nazionale attraverso una rete di filiali commerciali. Ma non va dimenticato che l'Italia è anche sede dei principali centri di ricerca e sviluppo, a Limana e Milano: un'area fondamentale per un gruppo che fa dell'innovazione tecnologica un suo grande punto di forza. Epta investe ingenti risorse anche nelle aree del risparmio energetico e dell'attenzione all'ambiente. Per esempio, la tecnologia CO₂ transcritica, introdotta nel 2000 e adottata in una ventina di installazioni, è per noi una punta di eccellenza tecnologica e commerciale.

D. Con quale strategia Epta approccia i mercati che presidia?

R. Occorre fare una precisa distinzione tra mercati europei e resto del mondo. In

Europa il mercato è maturo, l'offerta è superiore alla domanda, si diradano le nuove aperture, mentre aumenta la richiesta di "refitting". In questo scenario, dobbiamo essere in grado di offrire ai clienti soluzioni personalizzate, che si distinguono per qualità, performance elevate e velocità di realizzazione e installazione, meglio se a punto di vendita aperto. Il principio è che il cliente non deve preoccuparsi di nulla e continuare a svolgere la propria attività. Pensiamo noi a tutto. In questo senso, ci aiuta l'altra nostra specializzazione nella fornitura di attrezzature per il pdv. Il che ci consente di fornire soluzioni veramente a 360 gradi, "chiavi in mano".

D. E nei mercati in via di sviluppo?

R. Poniamo molta attenzione a queste realtà, caratterizzate da un forte sviluppo di nuove aperture, una minore necessità di differenziazione e una maggior richiesta di prodotti "basici", magari con minor funzioni e prestazioni meno elevate. Soluzioni che non sarebbero adatte al più evoluto mercato europeo.

D. Quali sono gli obiettivi a breve-medio termine?

R. Si possono sintetizzare nel consolidamento della nostra presenza in Europa e nello sviluppo in tutte le aree fortemente potenziali: Asia in primo luogo, accanto a Est Europa e Sud America.



Epta spa
Via Mecenate, 86
20138 Milano
Tel. 02.55403211
Fax 02.55401023
www.epta-group.com