


















CARTELLA STAMPA 2020**EPTA@EUROSHOP****Indice**

	Discover a new system to enjoy your store	Pag 02
	Six brands to accelerate your business	Pag 05
	Your #storevolution. The Epta System	Pag 07
	Le novità di Epta	
	Area 1, The Urban Spirit	Pag 08
	Area 2, DeliRevolution	Pag 12
	Area 3: Transparent versatility	Pag 15
	Area 4: Simply Ingenious	Pag 17
	Area 5: HD District	Pag 20
	Area 6: Perfect Lineup	Pag 25
	Area 7: Dedicated to your excellence	Pag 28
	Area 8: Circular Bar&Grocerant	Pag 31
	Area 9: Food&Beverage Space	Pag 37
	Area 10: Omnichannel Universe	Pag 40
	Epta Innovillage	Pag 42
	EptaService	Pag 45
	La società in sintesi	Pag 48

Düsseldorf, 16 Febbraio 2020

Per ulteriori informazioni

Lbdi Communication

Federica Cosmo: fcosmo@lbdi.it

Ginevra Fossati: gfossati@lbdi.it

Tel.: +39 02/43910069

 **EPTA @EUROSHOP 2020: DISCOVER A NEW SYSTEM TO ENJOY YOUR STORE**

Con Epta il futuro è oggi

E' in atto un'**evoluzione/rivoluzione** nel mondo Retail, dettata da una clientela più esigente, nuovi trend di consumo e stringenti regolamentazioni internazionali, in continuo aggiornamento. In uno scenario che muta a ritmi sempre più incalzanti, **Epta**, *gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale*, forte di un approccio integrato affianca gli Operatori della **Grande Distribuzione e dei settori Ho.Re.Ca e Food & Beverage, nel confrontarsi con i cambiamenti in atto**. Una metamorfosi che si declina in ambito estetico, tecnologico e normativo, ove **arredi eleganti dalle elevate prestazioni ed un servizio di prima classe** contribuiscono a rendere i punti vendita sempre più **attraattivi, efficienti e sostenibili**.

Un'expertise di valore

Il Gruppo, infatti, grazie all'esperienza e alla sinergia dei suoi marchi **Costan, Bonnet Névé, Eurocryor, Misa, Iarp e Kysor Warren** e alla gestione diretta dell'intera catena del valore propone un'ampia gamma di sistemi e tecnologie per la refrigerazione commerciale. Un'offerta che annovera **banchi remoti a temperatura positiva e negativa, banchi a gruppo incorporato, celle frigorifere, fino alle centrali di piccola, media e grande potenza**. Inoltre, grazie al contributo di **un team di professionisti qualificati** è in grado di affiancare il Cliente in ogni fase del progetto: dall'**ideazione di spazi suggestivi** e allestimenti *turn-key*, con lo staff **EptaConcept**, alla personalizzazione dei sistemi di refrigerazione grazie al **System Engineering**, fino all'**assistenza e consulenza after-sales**, garantita da **EptaService**.

Un progresso sostenuto da investimenti

Epta, con *headquarters* a Milano, vanta una posizione competitiva nelle diverse aree di business e ben bilanciata geograficamente. La sua strategia si traduce in una continua **espansione internazionale** attuata puntando sulla diversificazione. Il Piano di sviluppo del Gruppo prevede, infatti, una crescita dimensionale sia per linee interne che esterne. Tre gli assi portanti: **acquisizione di aziende complementari al core business del Gruppo, ingresso in nuovi Paesi e consolidamento delle partnership in essere**. Una presenza globale assicurata dai **sei marchi** e da presidi tecnico-commerciali diretti e indiretti in oltre **40 Paesi**, un organico di quasi **6.000** dipendenti e **11 unità produttive** site a Limana, Solesino, Casale Monferrato e Pomezia in Italia, Hendaye in Francia, Bradford nel Regno Unito, Columbus negli USA, Rosario in Argentina, Corlu in Turchia, Qingdao in Cina e Cha-Am in Thailandia, per una **superficie coperta totale di oltre 330.000 m²** ed una capacità produttiva annua di **230.000** unità. La forza del Gruppo Epta è testimoniata altresì dai costanti investimenti in **tecnologia e innovazione**, per un totale di **108 milioni di euro** negli ultimi tre anni. Una vision che coniuga una vocazione per la ricerca e sviluppo di prodotti avanzati ed efficienti con l'innovazione di servizio / sistema e processo.

Ed una Governance virtuosa

Adottare un approccio responsabile per creare valore: la crescita di Epta è imprescindibile dall'attenzione per le persone, le comunità in cui opera e l'ambiente, a testimonianza della volontà di essere un gruppo internazionale che valorizza la dimensione locale. Un orientamento nato in maniera naturale, che è evoluto nel corso degli anni divenendo un fil rouge che si riflette in ogni ambito della vita aziendale e che oggi prevede anche una valutazione degli investimenti secondo i più recenti criteri ESG (Environmental, Social, Governance). Per monitorare i progressi compiuti ed avere un benchmark di confronto con altre realtà, dal 2012 il Gruppo

presenta un Corporate Social Responsibility Report, che nelle sue ultime versioni è stato arricchito da una survey rivolta a dipendenti, Clienti e Fornitori per rendere la CSR sempre più accurata e rispondere efficacemente alle richieste di tutti gli stakeholder.

Un documento che attesta la solidità del Gruppo dal punto di vista della sua attenzione all’impatto ambientale e sociale: la **creazione di valore condiviso** è infatti per Epta un **impegno quotidiano** che si declina lungo **tutta la filiera**, con l’ambizioso obiettivo di promuovere sempre di più l’affermazione di un’**economia circolare**.

A garanzia della massima trasparenza e obiettività, il Report è stato validato dall’Istituto **TÜV Austria Cert GmbH** secondo gli standard **GRI Core Option** e, in linea con il percorso intrapreso nell’edizione precedente, sono stati indagati i **KPI** ritenuti più importanti da stakeholder esterni ed interni. Inoltre, in qualità di azienda familiare non quotata, Epta ha annunciato la sua scelta volontaria di aderire al **codice di autoregolamentazione** definito dall’**Università Bocconi e AIDAF** (Associazione Italiana delle Aziende Familiari), al fine di assicurare la **migliore governance**.

SIX BRANDS TO ACCELERATE YOUR BUSINESS

I marchi con cui Epta opera sono leader nei rispettivi segmenti di mercato o in specifiche tipologie di prodotto. La costante condivisione delle **competenze** e del **know-how tecnologico, specifico di ogni marchio**, è il fattore cruciale che ha condotto la multinazionale all'ideazione di nuove soluzioni refrigerate, integrate tra loro e alla diversificazione dei servizi. Un'offerta molto ampia e personalizzata, che soddisfa efficacemente le necessità di ogni tipologia di punto vendita, in tutto il mondo.



Costan rappresenta il nucleo originario di **Epta**. Fondato nel 1946 a Torino come laboratorio artigianale per la produzione di ghiacciaie e armadi frigoriferi, viene acquisito nel 1986. Il marchio, da sempre sinonimo di **qualità, servizio eccellente e prodotti tecnologicamente avanzati e affidabili**, è commercializzato da una rete costituita da filiali in Italia e da sedi commerciali e distributori all'estero.



Bonnet Névé nasce dalla fusione di due prestigiosi marchi francesi: **Bonnet Réfrigération** - fondata come Bonnet nel 1830 - e **Satam Névé**, acquisiti nel 1988. Nel corso degli anni questo marchio ha conseguito importanti riconoscimenti dal mercato per le sue soluzioni, che si distinguono per design innovativo e funzionale, attento ai principi dell'ergonomia e risparmio energetico.



Eurocryor, Puro Stile Italiano, è stato fondato nel 1991 a Solesino, in provincia di Padova e si contraddistingue, sul mercato, in qualità di **marchio premium** specializzato nella produzione e commercializzazione di **soluzioni su misura**, con un alto **contenuto di servizio**, per arredare e personalizzare **punti vendita di prestigio**. Euroshop sarà l'occasione per presentare la **nuova immagine** di Eurocryor, i cui pilastri risiedono nello sviluppo di soluzioni dedicate a **valorizzare l'unicità dei negozi** ed **esaltare la specificità di ciascuna tipologia di cibo esposta**, nella

personalizzazione senza eguali delle vetrine con una **visione a 360°**, dal **progetto all'after-sales**.



Misa, *Mastery in cold-rooms*, fondato nel 1969, è un **marchio specializzato nella produzione di celle frigorifere commerciali ed industriali**. E' stato acquisito da **Epta** nel 2011, permettendo così al gruppo di ampliare la propria offerta e di creare nuove opportunità anche **nel settore Ho.Re.Ca.**



Costituito nel 1983, **Iarp** è un marchio rinomato per i suoi **banchi a gruppo incorporato/plug-in** con una spiccata specializzazione per soluzioni dedicate alla valorizzazione di **gelati e bevande**. Iarp è entrato a far parte del Gruppo a Marzo 2013 e grazie alla sua internazionalità e know-how tecnico, garantisce importanti sinergie in termini di diversificazione del business e nello sviluppo di soluzioni plug-in a refrigerante naturale. Caratteristica distintiva di Iarp, è la sua capacità di realizzare soluzioni plug-in ad hoc, anche in esclusiva, per aziende del **Food&Beverage**.



Attivo da oltre 135 anni, il marchio **Kysor Warren** si è **consolidato come terzo produttore statunitense di vetrine refrigerate e impianti per la refrigerazione commerciale ed è entrato a far parte del Gruppo Epta ad aprile 2019**. Il suo punto di forza è la progettazione, produzione e vendita di **vetrine e sistemi efficienti e tecnologicamente avanzati** per supermercati, convenience store ed altri comparti del settore Retail e *foodservice*. L'acquisizione del marchio e degli asset della società Kysor Warren ha portato alla nascita di **Kysor Warren Epta US Corp che opera con un team di oltre 500 dipendenti negli Stati Uniti e in Messico**.

 **YOUR #STOREVOLUTION. THE EPTA SYSTEM****The Epta System, una
combinazione vincente**

Accattivante, flessibile, tecnologico e sostenibile: per vivere i punti vendita nella loro versione più evoluta la risposta è **The Epta System**. Si tratta della combinazione vincente tra **prodotti, servizi, tecnologie, idee e persone** che trasformano gli Store in **un'autentica destinazione** per i consumatori. L'obiettivo di Epta è supportare i Retailer per accompagnarli nella loro **#storevolution (evolution/revolution)** con **allestimenti esteticamente attraenti**, realizzati con arredi refrigerati che donano **dinamismo e vitalità** ad ogni layout, garantendo al contempo le **migliori performance** ed una **ridotta carbon footprint** in linea con le regolamentazioni più stringenti del settore.

I Retailer puntano inoltre sulla massima **efficienza di processo e continuità di esercizio**: per questo Epta offre servizi a 360° di assistenza e consulenza after-sales e programmi di telemonitoring volti ad incrementare il business value dei Clienti: monitorare da remoto i parametri, assicurare una diagnostica predittiva ed interventi tempestivi è infatti sinonimo di affidabilità e consumi minimi.

Infine, il cambio di paradigma si declina anche in **nuove tecnologie** che contribuiscono all'abbattimento delle emissioni mediante una **refrigerazione naturale**.

Lo **stand a Euroshop** rappresenta un luogo di sperimentazione per i visitatori, dove, in ciascun'area, è possibile immergersi in un'atmosfera unica, con un'esposizione delle **soluzioni e servizi** che costituiscono The Epta System e che **anticipano i trend del futuro**.

Area 1: The Urban Spirit



La fisionomia e geografia della Distribuzione Organizzata è influenzata dal modo in cui i consumatori vivono gli spazi cittadini. I **radicali cambiamenti** delle abitudini di acquisto e dei modelli di consumo, conseguenza diretta

dei ritmi sempre più dinamici della vita nei centri urbani, stanno infatti guidando la trasformazione in atto. I **proximity store** dalle dimensioni compatte, in virtù della capacità di **evolvere** e rinnovare la propria funzione di presidio sociale, sono tra i format in più rapida crescita. **Iperlocalizzazione, orari di apertura flessibili**, possibilità di realizzare una **spesa veloce e ricercata**, gustando anche il pranzo o la cena **in-store**: questa dimensione di contaminazione concorre ad una superiore fidelizzazione della clientela e all'affermazione di un'inedita interpretazione della prossimità. Centri urbani giganteschi (megacity) devono esser esostenibili, quindi scelta refrigeranti naturali.

Un nuovo stile fa il suo ingresso in città

Dal connubio tra un'analisi dei format e lo studio dell'evoluzione delle dinamiche tra consumatore e Insegne hanno origine **SlimFit Costan & Kysor Warren e MultiCity Bonnet Névé**, punte di diamante in esposizione a **Euroshop** dei marchi Epta. **Una collezione completa di vetrine self-contained** che coniuga il design dei banchi remoti con l'ottimizzata capienza e la compattezza delle soluzioni a gruppo incorporato, per arredare con classe l'intera area a libero servizio di **piccole superfici, minimarket e convenience store**.

Una soluzione per

Ogni esigenza

SlimFit/MultiCity si distinguono per una **profondità di gamma** che permette ulteriori personalizzazioni, a favore di una perfetta **canalizzazione** dei banchi, **allineati e mixati** tra loro per soddisfare ogni esigenza. Connotati da un *look&feel* coordinato anche nelle estetiche e nelle finiture, SlimFit/MultiCity promuovono la sostenibilità grazie all'illuminazione a **LED** e al funzionamento a **refrigerante naturale** con propano **R290**. Protagonisti in questa area:

- ✓ i verticali per prodotti freschi **Tango Narrow e MultiFresh Modular**;
- ✓ i verticali per surgelati **Valzer Next e MultiFreeze Plus**;
- ✓ i semiverticali per prodotti freschi **Mambo Next e MultiFresco Plus**;
- ✓ i semiverticali per surgelati **Twist Next e MultiFrozen Plus**;
- ✓ le versioni speciali per creare corner tematici dedicati alle referenze fresche bio: **Tango Bio/MultiFresh Bio** e surgelate **Valzer Bio/MultiFreeze Bio**
- ✓ i verticali **Ballet/MultiWine** per una perfetta esposizione dei vini
- ✓ i verticali compatti **Funky Next/MultiTiny Plus** integrabili con gli espositori dei secchi.

Flessibilità, modularità ed una capienza potenziata

Questi i punti di forza dei verticali positivi e negativi di **SlimFit & MultiCity**, concepiti per conferire all'area food di piccoli e medi punti vendita un'allure **esclusiva, elegante e moderna**, che attrae ed accompagna il consumatore alla **riscoperta del valore dell'esperienza** all'interno degli store. Tango Narrow e MultiFresh Modular per freschi e New Valzer e New MultiFreeze per surgelati, si distinguono per le loro trasparenze realizzate mediante porte vetrate a tutta altezza e spalle panoramiche. Modelli dalla capacità di carico potenziata, per un **+25%** di volume interno in Tango Narrow e MultiFresh Modular, una profondità di **850 mm** rispetto ai **720mm** dei

modelli precedenti e accorgimenti tecnici che li rendono più compatti, con un minimo ingombro al suolo. Inoltre, per una maggiore profondità di gamma, possono essere dotati di un **sistema di condensazione ad acqua o ad aria**.

I semiverticali che ridisegnano il layout dell'area freschi & surgelati

Mambo Next/MultiFresco Plus e Twist Next/MultiFrozen Plus sono la massima espressione della volontà di Epta di ridisegnare l'area freschi e surgelati nelle piccole e medie superfici attraverso un merchandising studiato ad hoc per valorizzare le referenze. Questi **semiverticali** offrono **infinite configurazioni in linea o ad isola**, per presentazioni sempre più accattivanti.

Nel nome della natura

Con l'obiettivo di intercettare le esigenze di una clientela attenta ed informata, i corner dedicati ai **prodotti biologici e naturali** sono sempre più frequenti all'interno dei **proximity store**. Euroshop 2020 sarà l'occasione per proporre una rinnovata versione degli allestimenti **Tango Bio/MultiFresh Bio e Valzer Bio/MultiFreeze Bio**. Questi modelli si distinguono per profili porte e interni di colorazione nera e finiture esterne effetto legno che ne garantiscono una perfetta integrazione con il *concept* delle aree dedicate all'*organic food*.

Corner enoteca, non solo eleganza

Ricare l'atmosfera di un'enoteca all'interno di uno store di piccole-medie dimensioni: i banchi verticali, **Ballet Costan e Kysor Warren e Multiwine Plus Bonnet Névé**, garantiscono la **migliore visibilità delle etichette**, conservate a temperature ideali e posizionate su **mensole inclinate**. Contribuiscono a conferire un **gusto elegante all'area vini** le porte a tutto vetro e le finiture esterne ed interne in acciaio inox, coniugate a fermaprodotto in legno. Infine, per una maggiore sicurezza, i banchi sono provvisti di un sistema di chiusura con **serratura** nella parte bassa del mobile.

Potenziare il cross-selling nelle corsie del secco

Costan e Bonnet Névé rivoluzionano le strategie di **cross-selling** grazie a **Funky Next/MultiTiny Plus**, i nuovi **verticali compatti** parte della famiglia SlimFit/MultiCity studiati per integrarsi con gli espositori dei secchi. Caratterizzati da una **doppia porta ed una profondità di soli 500mm**, **Funky Next/MultiTiny Plus** sono ideali per sviluppare le vendite di prodotti freschi complementari come bevande ma anche in aree dedicate al PET Food dove vengono sempre più integrate anche referenze fresche.

Area 2: DeliRevolution



L'area **freschi e freschissimi** è una delle aree di maggiore attrattività dei punti vendita. Nel progettare questi ambienti è fondamentale studiare la percezione dello spazio e gli elementi in grado di favorire l'interazione con i

consumatori. Le linee **OutFit e Mozaïk** di Costan e Bonnet Névé grazie alle loro caratteristiche, che si declinano in modalità espositive, cromie e decorazioni differenti, sono in grado di plasmare il carattere ogni supermercato, affinché sia **unico e distinguibile**.

Un'unica linea, infinite possibilità

OutFit e Mozaïk sono espressione di una narrazione dove ogni dettaglio concorre ad attrarre l'attenzione del pubblico e a esaltare le referenze. Le **ampie famiglie di prodotti per le aree freschi e freschissimi** sono composte da arredi orizzontali e semiverticali, self-service e serve-over e retrobanchi che danno origine ad un ritmo visivo che permette all'utente di calarsi in un contesto sempre nuovo.

Sotto il segno della creatività

Sinonimo di **infinite forme, moduli e personalizzazioni**, le linee assumono una carica evocativa nell'enfatizzare l'assortimento e la qualità delle referenze in ogni tipologia di punto vendita, **dagli ipermercati, ai proximity**. Ciò che rende uniche OutFit e Mozaïk è la **Finishing Collection** ora disponibile per tutti i nuovi modelli: una ricca *palette* di finiture che spaziano da quelle materiche come il legno e la pietra, fino alle serigrafie e alle stampe personalizzate.

L'esclusività su larga scala

Personalizzazione ed estrema flessibilità, per una soluzione in grado di rendere disponibile l'esclusività **su larga scala**: è questo il principio ispiratore nella progettazione delle linee **OutFit e Mozaïk**, perfettamente incarnato in **Velvet e Shape**, che offrono innumerevoli alternative per dare un tocco raffinato agli spazi: **tre estetiche**, Design, Style e Studio, **molteplici moduli**, dalla versione semiverticale alla versione torre, tavola calda o frozen, **numerose profondità, lunghezze e altezze** e **finiture** senza limiti, grazie alla **Finishing Collection**. Degne di nota anche le varianti per le **vetrate**, senza montanti, con vetri curvi, dritti, ribaltabili, con apertura a libro o adatti per convertire Velvet e Shape da serve-over a self-service.

Una gamma completa

In anteprima a **Euroshop**:

- **Batik** Costan e **Kaleido** Bonnet Névé, i nuovi semiverticali (proposti in una varietà di altezze e profondità)
- **Silk C** Costan e **Dualio E** Bonnet Névé, espositori orizzontali declinati in versione remota (orizzontale e semiverticale) e integrata (orizzontale)
- Il retrobanco **Boutique** Costan e **Profile** Bonnet Névé, dal design essenziale e squadrato a base chiusa per lo stoccaggio dei prodotti refrigerati o a temperatura ambiente. Boutique e Profile si trasformano **da retrobanco a banco stand-alone**, ideali ad esempio per organizzare *food tasting* nei negozi tradizionali o all'interno delle grandi superfici di vendita e promuovere momenti di interazione con i Consumatori. Infine, ulteriore plus di questi modelli è la possibilità di introdurre **porte vetrate** per la sezione superiore al fine di migliorarne l'efficienza energetica.

Layout innovativi

Gli arredi di **OutFit e Mozaïk** si connotano per un gioco di contrasti tra volumi, trasparenze e colori. Vantano inoltre un'elevata **versatilità**: è infatti possibile realizzare diverse configurazioni, a isola o a parete, affiancando persino tra loro i vari modelli della linea. Le soluzioni si distinguono anche per la loro **compattezza**, una **ratio espositiva**

superiore ed un'estetica che rispetta i principi del design funzionale. Sintesi di un perfetto equilibrio tra gli elementi della struttura, i banchi delle linee **OutFit e Mozaik** sono garanzia di un'attenta ergonomia, grazie ad un piano espositivo dall'altezza e profondità correttamente dimensionate, che migliora l'interazione con il consumatore, agevolando, al contempo, il lavoro dell'Operatore. Lo spazio può essere organizzato in diversi format, in virtù delle innumerevoli combinazioni dei modelli. **OutFit e Mozaik** consentono così di creare percorsi volti alla massima libertà di movimento dei consumatori, allungandone il tempo di permanenza nel punto vendita, a favore di un incremento degli acquisti, anche quelli non pianificati. Un layout attrattivo, che si riflette positivamente sull'immagine dei brand e dell'Insegna, a favore della fidelizzazione dei Clienti.



Area 3: Transparent versatility



Il **punto vendita** è il luogo dove prendono forma e si definiscono le **preferenze** del consumatore, soprattutto se si considerano le scelte relative agli acquisti promozionali e di impulso. **Costan** e **Bonnet Névé** hanno ideato la nuova

gamma **Stage e Latitude** per rispondere alla necessità delle Insegne di valorizzare i prodotti, da quelli a più alta redditività alle promozioni, con linee **passé-partout** che si configurano come un efficace polo di attrazione per gli utenti.

Una forza attrattiva superiore

E' importante soddisfare i bisogni **funzionali** ed **edonistici** dei clienti, che motivano gli acquisti di impulso in presenza di particolari condizioni di vendita. Si rileva, infatti, una relazione tra gradevolezza dell'ambiente, stato d'animo, *impulse buying* e livello di spesa. Il visual merchandising acquisisce un ruolo attivo: con **Stage/Latitude**, famiglie di plug-in dal design minimal, la **visibilità a 360° delle referenze** è assicurata grazie alle ampie superfici vetrate e alla riduzione dell'ingombro delle compatte parti tecniche, alloggiato nella base.

Il ritratto della freschezza

Funzionali e robuste queste linee **versatili** si declinano in numerosi moduli, ideali per ospitare un'ampia gamma di **categorie merceologiche**. Stage/Latitude, disponibili in versione *serve-over*, *self-service*, a doppio carico, semiverticale, tavola calda e nella speciale configurazione Closed, permettono di rinnovare il layout di **tutti i format di vendita**, nelle aree di ingresso, avanscassa, corner promozionali e gli spazi grocerant. Spazi a forte attrazione che vengono

arredati con massima coerenza per creare nuove disposizioni in-store e sottolineare la **qualità e la freschezza** di salumi, formaggi, carni, pesce, le proposte gourmet della gastronomia o le specialità delle cucine regionali o internazionali.

L'essenzialità come stile

Vetrine semplici ed eleganti che scompaiono alla vista, per rendere i prodotti facilmente riconoscibili: i fianchi trasparenti sono dotati di **Epta Adamant**, soluzione progettata appositamente per assicurare una perfetta trasparenza nel tempo oltre ad una più elevata **resistenza ai graffi** e *food safety*, grazie alle sue proprietà idrorepellenti. Minimo impatto per massime prestazioni, sia in termini di **conservazione** degli alimenti che di **accessibilità**, a favore della migliore **igiene**.

Area 4: Simply Ingenious



Le emissioni globali di gas serra a livello mondiale sono destinate a crescere nei prossimi anni: soprattutto a causa dei Paesi in via di

sviluppo, che avranno accesso alla catena del freddo per il trasporto e la conservazione dei prodotti alimentari e a sistemi di condizionamento per difendersi in un mondo che si riscalda. Recenti studi rivelano che per rispondere alle richieste del mercato globale saranno **installate 19 unità HVAC&R al secondo** nei prossimi 30 anni. (Fonte: Toby Peters, Professor in Cold Economy, University of Birmingham). Scegliere una **refrigerazione naturale** sarà dunque sempre più un must per contribuire ad abbattere la *carbon footprint*. **L'Europa** sta aprendo la strada a tecnologie in grado di **combattere i cambiamenti climatici**, con l'obiettivo di guidare la **transizione verso un'economia climaticamente neutra** entro il 2050, come previsto dal recente European Green Deal. Per supportare i Retailer, il **System Engineering Epta** ha studiato soluzioni di impianto ideali per **ciascun progetto**: tecnologie che guardano al domani, per orientare il settore verso alternative green.

Un'autentica green vision

La **rivoluzione sostenibile** di Epta prevede l'introduzione sul mercato di innovazioni **semplici ed ingegnose a refrigerante naturale**. Il Gruppo promuove **l'adozione di refrigeranti naturali per tutte le superficie**, spaziando da soluzioni plugin, integral, air cooled, water cooler e co2 per coprire **nel modo più efficiente ed ottimale qualsiasi dimensione di store in qualsiasi condizione climatica**.

Euroshop sarà l'occasione per presentare **l'evoluzione del sistema brevettato FTE Full Transcritical Efficiency**, consigliato a qualsiasi temperatura ma **necessario per ottenere la massima efficienza quando si superano i 37° C**, e l'inedito **subcooler ETE Externe Temperature Efficiency**, in grado di assicurare il **100% della capacità frigorifera**, consigliato nei climi che vanno dai 30°C ai 40°C e **garanzia di massimo risparmio oltre i 40°C**, anche in abbinamento a FTE.

Il Life-C4R di Epta, all'interno del prestigioso LIFE Programme

L'**FTE 2.0** è al cuore del progetto **Life-C4R – Carbon 4 Retail Refrigeration**, inserito all'interno dell'area Mitigation del **LIFE Programme dell'Unione Europea e co-finanziato dall'UE** (n° LIFE17 CCM/IT/000120). Il Piano nasce per sensibilizzare la comunità scientifica, i fornitori di componentistica e tutti gli attori del mondo Retail all'utilizzo di soluzioni sempre più efficienti e dimostrare come sia possibile **sostituire completamente** i refrigeranti HCFC e HFC con CO₂ transcritical, in maniera **semplice, efficiente ed affidabile, ovunque nel mondo. La comunicazione e la condivisione con gli stakeholders sono uno dei pilastri del Life-C4R** e, per questo, presso il suo stand, Epta ha previsto una **un'area conferenze dedicata al progetto**. Un luogo di **incontro ed informazione**, concepito per rendere noti gli **aggiornamenti** sui primi ed importanti traguardi raggiunti dagli impianti pilota già attivi.

Il potere dell'invisibilità

Nella versione 2.0 l'**FTE Full Transcritical Efficiency** garantisce un **minor ingombro e la riduzione dei tempi di installazione e avviamento**, eliminando inoltre la necessità di spazio aggiuntivo nella sala macchine per l'alloggiamento del ricevitore di liquido. **ECO2SMALL+** è la centrale presentata a Euroshop a **CO₂ transcritical di media e bassa potenza con FTE 2.0 a bordo**, pre-installato e pre-testato. Progettata per installazioni **indoor o outdoor** in store di piccole e medie dimensioni, si distingue per la sua compattezza e **l'accessibilità** a tutti i componenti

da un solo lato, così da consentirne l'utilizzo anche nelle sale macchine più anguste e permettere una più rapida manutenzione. Diverse le opzioni aggiuntive disponibili, quali le funzioni di autodiagnostica, la possibilità di segnalare puntualmente ai tecnici frigoristi il componente che necessita assistenza, la rilevazione della riduzione del livello ottimale di refrigerante e l'interfaccia tramite App.

Anche a temperature estreme, oltre i 40° C

ETE Externe Temperature Efficiency è una nuova tecnologia Epta che può essere combinata anche a FTE e garantisce il funzionamento dell'impianto a **CO₂ transcritico** ad **ogni latitudine**, anche su impianti non booster, e in applicazioni di **refrigerazione industriale**. La tecnologia lavora **senza il supporto di refrigeranti sintetici**, infiammabili o l'impiego di acqua: il sistema utilizza infatti come fluido di lavoro la stessa CO₂ dell'impianto transcritico. Il "segreto" dell'ETE si racchiude nella **riduzione delle temperature del refrigerante** prima della sua distribuzione alle utenze finali. Il gas, in uscita dallo scambiatore ad aria, ad un valore vicino alla temperatura ambiente, viene **ulteriormente raffreddato**. Il sistema permette la **quasi totale scomparsa di "flash-gas"** (refrigerante da ricomprimere), per un significativo **risparmio energetico** e garanzia dell'affidabilità del **corretto funzionamento** dell'impianto, anche oltre i 40°C. Ulteriore punto di forza di ETE è la scelta di **componenti standard**, facilmente **reperibili e conosciuti** degli operatori, per assicurare non solo una **facile installazione**, ma anche una maggiore efficienza nelle fasi di **avviamento e manutenzione**.


Area 5: HD District


I **Discount Retailer** hanno saputo accogliere e vincere la sfida posta dai consumatori, convertendosi in *format* sempre **meno "hard"** per una **nuova identità** d'Insegna, che non scende a compromessi con i principi fondanti. Convenienza, qualità, semplicità ed innovazione sono i pilastri alla base del forte legame tra questa tipologia di punti

vendita e i loro Clienti. Nell'esposizione e conservazione di freschi e surgelati si evidenziano trasformazioni in **tre** macrocategorie: la **verticalizzazione** delle strutture espositive, il notevole incremento del **numero di referenze** e gli investimenti in **tecnologie**, volte a promuovere il **risparmio energetico**.

**Una nuova formula,
ancora più vincente**

L'elemento al cuore di questa evoluzione resta dietro le quinte: si tratta della **tecnologia del freddo**, che si orienta sempre più spesso verso soluzioni efficienti, per una significativa riduzione dei consumi. I Discounter sono infatti attenti al *total cost of ownership* (TCO) e anche alla tematica ambientale, in quanto la refrigerazione è una voce che pesa per circa il **50% dei costi annui**. La maggior parte delle soluzioni proposte e installate dai marchi **Epta** nei *restyling* o nelle nuove realizzazioni prevedono innovativi studi di aeraulica per le soluzioni aperte in modo da mantenere il freddo all'interno del banco, oppure sono chiuse con **porte trasparenti** e utilizzano **refrigerante naturale**, come CO₂ o R290.

**L'assortimento diventa
protagonista**

L'introduzione di strutture espositive refrigerate verticali è sempre più frequente e per questo **Epta** presenta ad Euroshop **GranVista Integral**

Waterloop Costan e SkyView Integral Waterloop Bonnet Névé per i freschi e **GranBering Integral Waterloop Costan e SkyLight Integral Waterloop Bonnet Névé** per surgelati. Si tratta di un'evoluzione delle famiglie **GranFit e SkyEffect**, studiata per coniugare design, capienza e prestazioni tecniche delle due gamme di punta dei marchi con la flessibilità e l'ingombro ridotto dei banchi a gruppo incorporato. Una gestione ottimale dello spazio, che rende possibile valorizzare **nuove categorie**, come i freschissimi, prodotti DOP, DOC, IGP, le grandi marche ecc, potenziando la **visibilità degli articoli** e la **capacità di carico**, per un superiore indice di rotazione. GranVista Integral Waterloop Costan/SkyView Integral Waterloop Bonnet Névé sono resi unici dal sistema **waterloop**, preassemblato nel mobile, che li trasforma in banchi dotati di unità **self-contained** e dunque ideali per le **piccole superfici** prive di sala macchine. Il massimo rispetto dell'ambiente è inoltre garantito dall'utilizzo del refrigerante naturale propano **R290** e dalla facilità di integrazione delle soluzioni con gli **impianti HVAC**, per il recupero del calore, riutilizzato per il riscaldamento del punto vendita.

C'era una volta.... l'hard discount

L'ambiente dei Discount si sta avvicinando al **paradigma del supermercato**. Per questo motivo, in fase di *restyling*, le vasche tradizionali vengono spesso integrate con **sovrastutture verticali** come il banco **negativo Sound Top Costan e Bonnet Névé**, un best seller per il mondo Discount che non smette di rinnovarsi, grazie a una nuova **estetica**, una **Total Display Area superiore** e **compressori e ventilatori più efficienti**, per una riduzione dei consumi garantita. Epta, al fine di valorizzare la versatilità e la complementarietà delle sue soluzioni, in occasione di Euroshop presenta l'inedito connubio tra **Sound Top** e le vasche **Melody Costan e Glide Bonnet Névé**, specificatamente ideate per il **mercato asiatico**. Si tratta soluzioni con coperture vetrate panoramiche dotate di sistema *soft closing*. L'apertura in senso verticale facilita l'accesso ai prodotti e la fase di carico degli operatori.

Robustezza e massima personalizzazione

Nei nuovi format, dalle metrature superiori rispetto al passato, è degna di nota la creazione di isole dedicate ai freschissimi come la carne, mediante banchi sviluppati ad hoc. Per rispondere a questa necessità, Epta propone **Samba Costan e Drift Bonnet Névé** i **semiverticali chiusi**, con porte scorrevoli o a battente, che migliorano la percezione di ordine, pulizia e qualità delle categorie in esposizione. **Robusti** ed efficienti, Samba Costan / Drift Bonnet Névé sono disponibili anche in versione **Open**, come plug-in con refrigerante propano **R290** o banchi remoti a **CO₂** e personalizzabili con alcuni allestimenti speciali come quello "**Bio**" dalle finiture tipo legno con supporti dedicati all'esposizione di frutta&verdura e fiori.

Il ritorno di un "grande classico", con un nuovo Look&feel

Semplicità ed essenzialità: per le aree dei latticini, salumi e formaggi, dove vengono generalmente preferite strutture a parete aperte, **Costan e Bonnet Névé** presentano in anteprima le nuove versioni di **Rhino & Valea** e di **Lion Eco**. Questi banchi dal **design essenziale**, progettati specificatamente per i **Discount**, sono disponibili con un ripiano aggiuntivo, per la presentazione di un numero superiore di **referenze**. Tra i principali punti di forza si distinguono le **performance migliorate** con consumi ridotti, grazie a **innovativi sistemi di gestione dei flussi d'aria nati da studi CFD (Computational Fluid Dynamics)** a cura dell'**Innovation Center Epta**.

Le celle debuttano nei Discount

L'inserimento di un numero superiore di referenze è reso possibile dall'introduzione di **celle refrigerate**, che hanno progressivamente trasformato l'approccio *just in time* dei Discount e la loro **logistica**. Epta affianca i Discounter nell'implementazione della catena del freddo con soluzioni che, per **dimensioni e caratteristiche**, rispondono alle esigenze delle singole Insegne. Le celle in presentazione a Euroshop

sono sinonimo di **massima flessibilità**: tecnologie esclusive, come **Fast-Fit e Fastener**, permettono un perfetto allineamento e un veloce assemblaggio dei pannelli commerciali. Parola d'ordine è anche *Food Safety* grazie al sistema antibatterico agli ioni d'argento **Epta Food Defence**, applicato direttamente sulla lamiera. Un'innovazione, quest'ultima, studiata per migliorare la sicurezza alimentare dei prodotti e prevenire, combattere ed eliminare numerose specie di batteri, per una protezione totale e permanente per tutta la vita utile della cella. Concorre a rendere uniche le celle Misa la tecnologia **DOW Pascal™ Pro**, che riduce la densità media del pannello a **1,5 m³ per parete**, per un valore di **conducibilità termica λ 0,0205 W/mK**, tra i più bassi sul mercato.

Una gestione impeccabile degli spazi

Due i modelli in mostra a Euroshop: **KLC** per i freschi e **KLA** usata come bottle cooler. **KLC, modulare** e adattabile in **ogni configurazione** è esposta in versione senza pavimento, **rinforzata** per resistere al passaggio dei carrelli per lo scarico dei pallet con **pannelli da 80 mm**, due altezze e illuminazione a **LED con rilevamento di presenza e unità drop-in a R290**. La **minicella Misa KLA con monoblocco R290** è una soluzione **muti-funzionale**, ideale per **preservare e presentare** le referenze, grazie alla possibilità di scegliere porte **vetrate** con ripiani inclinati per la **vendita a libero servizio** nelle petrol station. Semplice da installare e studiata per un **uso intensivo**, vanta componenti **robusti** ed una **versatilità** superiore, per le sue **vasche estraibili**, gli **sportelli semi incassati** e offre anche nuove **personalizzazioni magnetiche** sui pannelli interni o esterni delle porte.

Soluzioni esigenza per ogni

In esposizione anche le unità di condensazione ad aria **DropIn Air-cooled** ed i **monoblocchi Freeblock Misa** progettati per medie e basse temperature, performanti e sostenibili, grazie all'utilizzo del **refrigerante R290**, per rispondere alle esigenze di un mercato sempre

più eco-friendly. I Drop-In si distinguono per la semplicità di assemblaggio e l'estrema compattezza, garantita dall'alloggiamento dell'unità sul soffitto della cella. I Freeblock prevedono, invece, l'installazione dell'evaporatore nella parte interna del pannello e del condensatore, compressore e delle parti elettriche all'esterno, per una maggiore capacità di carico. Inoltre, il compressore dei Drop-In e dei Freeblock è ermeticamente sigillato, pre-caricato e testato in fabbrica, pronto per un utilizzo immediato.

Area 6: Perfect Lineup



Al cuore dell'interazione tra punto vendita e utente non vi è più il prodotto, ma **l'esperienza che il Cliente può concedersi all'interno dello store**. Diventa dunque cruciale per i Retailer progettare la *shopping experience*, definendo nuovi linguaggi di comunicazione ed estetiche: fattori differenzianti per trasformare i punti vendita in una vera **destinazione** per i consumatori.

Strutturare l'identità di ogni reparto

La definizione del **layout** è fondamentale: la scelta delle **attrezzature**, dei colori e delle finiture gioca un ruolo **cruciale** sul comportamento degli utenti all'interno di supermercati ed ipermercati, in termini di permanenza e di valore dello scontrino medio. Per rendere freschi e surgelati a libero servizio vero e proprio punto focale degli store, Epta arricchisce **GranFit Costan** e **SkyEffect Bonnet Névé con esclusive soluzioni ed** un'estetica rinnovata grazie alle nuove finiture della **Finishing Collection**.

Design e coerenza visiva

GranFit Costan e SkyEffect Bonnet Névé sono gamme complete di mobili refrigerati, che permettono di **arredare l'intera area freschi, freschissimi e surgelati** con un'unica famiglia di prodotti dall'identità coordinata. GranFit Costan e SkyEffect Bonnet Névé si declinano in:

- ✓ verticali positivi **GranVista Next / SkyView Plus**, disponibili anche in versione **Integral Closed**

- ✓ verticali negativi **GranBering / SkyLight**, disponibili anche in versione **Integral Closed**
- ✓ semiverticali chiusi per surgelati **GranSesia / SkyShine**
- ✓ semiverticali per freschi aperti **GranSibari / SkyLook** e chiusi **GranValdaj / SkySpace**, disponibili anche in versione **Integral open**.

L'integrazione e l'allineamento perfetto tra i diversi modelli e la possibilità di combinarli per realizzare infinite composizioni è garanzia di un'assoluta coerenza espositiva. GranFit Costan e SkyEffect Bonnet Névé, presentate ad Euroshop con una veste unica che si declina nelle finiture della **Finishing Collection**, si connotano per ripiani in vetro con illuminazione integrata e per i pannelli sulla parte alta e bassa degli arredi caratterizzati da superfici materiche dall'effetto decorativo, per un elevato impatto scenografico che li rende coordinabili anche con la gamma serve over Ourfit Costan e Mosaik Bonnet Névé.

I "fuoriclasse" della versatilità

Spiccano inoltre i **nuovi semiverticali aperti GranSibari / SkyLook** con ripiani a cascata e **chiusi GranValdaj / SkySpace**. Banchi che si distinguono per un **merchandising** senza eguali e per il loro **design lineare, moderno ed essenziale**, coniugato a **innovazioni tecniche**. Soluzioni che rendono possibile inserire fino a 6 ripiani, per un rapporto tra ingombro al suolo e Total Display Area ottimizzato rispetto ai modelli tradizionali ed una **visibilità dei prodotti superiore**. La **versatilità** è uno dei principali ingredienti di questi banchi. E' infatti possibile scegliere tra **4 differenti lunghezze, 3 profondità e 3 altezze** (1300mm - 1500mm - 1700mm) per GranSibari / SkyLook e **tre tipologie di porte** per GranValdaj / SkySpace: dritte, inclinate scorrevoli o a battente.

Primizie come "appena colte"

In presentazione anche la speciale versione **Season** di **GranVista Next Costan e SkyView Plus Bonnet Névé**. Si tratta di un **allestimento scenografico**, ideato per garantire una **presentazione** d'effetto di **frutta e verdura**. GranVista Season e SkyView Season sono proposti nella versione Value per posizionare le primizie in cassette e Advance per disporle su ripiani a forma di mezzaluna. Inoltre, i banchi possono essere dotati di **nebulizzatori**, che prolungano la **shelf-life** dei prodotti e li rendono ancora più *appealing* agli occhi dei consumatori, per una percezione come se fossero "**appena colti**".

Un'unica vasa, per surgelati o freschi

Nell'area vengono presentate anche le vasche **Tortuga e Cosmos Eco, Dual & Reverse** a marchio Costan e Bonnet Névé rinnovate nel **merchandising**, con un volume interno maggiorato, superfici trasparenti e coperture scorrevoli progettate per facilitare il consumatore nel prelevare i prodotti e gli addetti nelle attività di carico. **Tortuga e Cosmos Eco, Dual & Reverse** si distinguono per la possibilità di convertire il banco da temperatura negativa a temperatura positiva per configurazioni flessibili, a seconda delle esigenze stagionali o delle promozioni del punto vendita.


Area 7: Dedicated to your excellence


Mettere al centro la **personalità, l'unicità di ogni store e la specificità del suo assortimento**: questo è ciò che significa per **Eurocryor "personalizzazione"**. Un posizionamento competitivo, rinnovato nei valori e nelle proposte, **che include oggi anche un servizio d'eccezione**.

Un'evoluzione che testimonia la volontà del marchio di essere il **partner ideale** per i **Cienti**, accompagnandoli, con la definizione di soluzioni studiate ad hoc, nel percorso di **rinnovamento** dei negozi, quale leva per continuare ad essere **punto di riferimento** per i consumatori.

**Eurocryor è
Puro Stile Italiano**

La *brand identity* è racchiusa nel claim "**Puro Stile Italiano**", con cui Eurocryor afferma la costante ricerca dell'eccellenza, declinata nell'**eleganza del design**, così come **nell'innovazione tecnologica**. Espressione del **talento creativo del Made in Italy**, conosciuto ed apprezzato in tutto il mondo, Eurocryor coniuga estetica e tecnica, **reinterpretando le tradizioni** per offrire soluzioni studiate ad hoc e valorizzare **ciascuna categoria merceologica dei freschi**, in qualsiasi **contesto espositivo**.

Dedicated to your store

Ogni punto vendita ha le proprie **peculiarità**. Eurocryor affianca i **negozi specializzati** nel plasmare un'**identità visiva** per gli store, proponendo **nuove modalità di presentazione** attraverso **soluzioni di qualità e customizzate** in ogni dettaglio, dalle forme alle dimensioni, dai materiali alle finiture. Punto di forza del marchio è infatti la capacità di progettare arredi in grado di valorizzare l'offerta ed evocare, al contempo, le valenze immateriali e simboliche che rendono distintiva l'Insegna.

Dedicated to your fresh food

Con Eurocryor, la perfetta esposizione sposa la migliore **conservazione**. Grazie ad investimenti in **ricerca ed innovazione**, il marchio offre tecnologie di conservazione specifiche per ogni **tipologia di referenze**, come carne, frutta e verdura, salumi e formaggi, prodotti dolciari e pane, nel nome della **freschezza** e della **preservazione** delle loro caratteristiche organolettiche.

Dedicated to support you

La personalizzazione abbraccia anche **l'assistenza**, "studiata su misura" per ogni necessità. I Clienti Eurocryor possono contare su un **Team di specialisti** al loro servizio, in grado di affiancarli **in ogni fase**, dalla progettazione fino al post vendita.

Il benessere dell'operatore al primo posto

La personalizzazione delle vetrine Eurocryor non riguarda soltanto aspetti estetici o espositivi, ma abbraccia anche **la tutela dell'operatività degli addetti dietro al banco**. Eurocryor ha studiato infatti una vetrina progettata per garantire agli operatori la possibilità di lavorare adottando **una postura corretta**, rispondendo così alle più recenti e severe **normative francesi in materia di ergonomia, emesse dal Cramif (Caisse Régionale d'Assurance Maladie d'Ile-de-France) e dall'Assurance Maladie, tra le più stringenti sul mercato**. La versione in presentazione ad Euroshop, in particolare, è dedicata alla perfetta visibilità e conservazione di formaggi e latticini ma può essere adattata ad altri cibi specifici. La soluzione **Fromagerie** si compone di un modulo serve-over dedicato alle grandi forme di formaggio da taglio e una Torre per la presentazione di preparazioni con formaggi freschi, valorizzate come gioielli, grazie ad un gioco di luci e trasparenze. Infine, **l'inedito "Sistema adattivo"** fornisce un continuo adattamento dell'evaporatore alle condizioni esterne del banco per mantenerne la temperatura e l'umidità stabili.

Dedicata agli urban foodies

Isola dedicata al **food to go**, **Lunch Corner** è progettata per rispondere alle nuove abitudini di consumo cittadine e alla necessità dei Clienti di comporre un pranzo o una cena completa, combinando numerose referenze. Una soluzione dal design creativo che si configura come self-service salad bar su due lati, caratterizzato da una totale trasparenza ed eleganza. E' composto da vasche in acciaio inox di diverse dimensioni adatte all'esposizione di verdure pronte ed altri alimenti complementari, tipici del Self-Service Take-away, come mozzarelline, crostini, uova sode. Completa la soluzione un **modulo Tavola Calda** semiverticale integrato per piatti caldi pronti come pizza, sandwich e torte.

Area 8: Circular Bar & Grocerant



Cibo e conoscenza per una sostenibilità "circular": **Epta**, con l'**Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo** (www.unisg.it), il team specializzato EptaConcept e la collaborazione con

numerose **aziende virtuose** illustra come realizzare un bar o il servizio di ristorazione **Grocerant** in un punto vendita (**Grocery + Restaurant**), adottando soluzioni che minimizzino l'impatto ambientale e che siano portatrici di innovazione sociale. La sfida vinta è stata di raccogliere e far dialogare fra loro alcune soluzioni capaci di rispettare i principi della **Circular Economy for Food**. Questa teoria si basa principalmente sui concetti di tutela del capitale naturale e culturale legato al cibo e di coevoluzione di più attori parte dello stesso sistema. Il riuso, una maggiore efficienza e durata dei prodotti, un utilizzo di nuove tecnologie e materiali derivanti da by products, l'abbattimento dei consumi e lo sfruttamento delle risorse sono alcuni dei principi da seguire nello sviluppo circolare.

Il Bar & Grocerant incontra la Circular Economy

Il Bar&Grocerant diventa circular in qualità di **"luogo del cibo antropologico"** destinato a **sensibilizzare i fruitori** nel condividere conoscenze e far crescere la responsabilità sociale, la cultura dello *zero waste*, della circolarità e promuovere altresì le aziende che si rendono portatrici di un cambiamento di paradigma economico-sociale. La linea guida è stata progettare l'allestimento, le attrezzature ed i componenti per la fruizione del cibo secondo logiche di **EcoDesign e Circular**

Economy for Food. Ad esempio, le attrezzature in esposizione sono a ridotto consumo energetico, disassemblabili, costituite da materiali durevoli, monomaterici, riciclati o completamente riciclabili, derivanti dalla valorizzazione di uno scarto presente nella filiera alimentare delle materie prime o del packaging. Tutti questi elementi fanno da cornice ad un'**offerta gastronomica**, sviluppata anch'essa in **chiave circolare** ovvero privilegiando chi tutela la biodiversità e la cultura ad essa connessa, chi ragiona in chiave rigenerativa e preserva la qualità dei suoli ed il benessere animale, chi minimizza gli sprechi lungo la filiera. Gli stakeholder e gli ospiti della fiera sono invitati a **toccare con mano** i risultati delle partnership tra Epta, l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e le numerose altre realtà che partecipano, mediante i **supporti comunicativi presenti all'interno dell'area**, per approfondire in **dettaglio le innovazioni proposte** e gli studi alla base di ogni progetto.

Cura sartoriale per ogni dettaglio

Il corner si configura come espressione dell'anima eclettica di **EptaConcept**, il **servizio** del Gruppo Epta specializzato nel plasmare **spazi commerciali, corner, kiosk originali e su misura**, all'insegna di un'esperienza esclusiva per i consumatori. Con passione e creatività il suo team di esperti lavora in **stretta collaborazione** con i Retailer, gli attori del mondo Ho.re.ca e Food&Beverage per trasformare ogni richiesta in una realizzazione unica. L'equipe è in grado di offrire **progetti chiavi in mano**, occupandosi di ogni aspetto, dall'analisi delle esigenze, alla scelta degli arredi, installazione e assistenza post vendita

Le soluzioni Epta dedicate al Servizio Bar/Ho.re.ca includono i nuovi **concept Axis & Nuj**, plug-in **componibili** a marchio Iarp che permettono di conservare i prodotti in moduli disponibili a **temperatura positiva, negativa, ambiente o caldi (+30°C/+90°C)** e realizzare così **infinite geometrie** per l'esposizione delle referenze self-service mediante configurazioni rispettivamente a **torre** o sul **bancone**.

Si aggiungono il verticale dedicato alla conservazione ed esposizione di vino e birra **Rugiada Wine&Beer**, il verticale positivo **Sun42** per bibite e il piccolo **Counter Glass** da posizionare direttamente sul bancone per l'acquisto d'impulso tutti a marchio **Iarp**.

Dedicati alla funzione Grocerant, invece, incontriamo **Ouverture Hot Costan e Bonnet Névé**, plug in verticali per la conservazione di gastronomia e piatti caldi pre-confezionati e **Rossini Paella Costan e Maxima Modular Paella Bonnet Névé**, serve-over con allestimento specifico per cucinare e servire una delle più famose specialità della cucina spagnola.

Libertà di scelta

Ridurre l'impatto ambientale delle attività lungo l'intera catena del valore è una priorità per il Gruppo Epta. La maggior parte dei materiali utilizzati nella produzione dei banchi dei suoi marchi sono **riciclabili**: su 100 kg di rifiuti prodotti, 93 vengono recuperati. Inoltre, Epta ha rinnovato da tempo le gamme dei suoi prodotti, oggi tutte disponibili a **refrigerante naturale e con illuminazione a LED per un ridotto consumo energetico**. Questi principi comuni caratterizzano anche le soluzioni per bar e Grocerant in esposizione in quest'area ma essere circular vuol dire riuscire a spingersi oltre e due soluzioni in particolare rappresentano la volontà di riuscire a essere ancora più sostenibili e "circular": **VIC AT GREEN EMOTIONS e LondonMeal**.

Naturale, sostenibile, riciclato

Vic 220 AT GREEN EMOTIONS è la perfetta espressione della volontà di Epta di promuovere il passaggio da un'**economia lineare** (take, make, waste) ad una **circolare** (make, use, recycle), rigenerativa e in dialogo con la natura. Questa compatta vasca per gelati è realizzata per il **100% in plastica riciclata**, senza l'aggiunta di ulteriori additivi e con finiture naturali. Vanta, inoltre, un risparmio energetico superiore, grazie all'uso di **nuovi compressori e componenti**. La sostenibilità incontra l'estetica con Vic 220 AT GREEN EMOTIONS: i pannelli in **metallo**,

completamente personalizzabili, sono disponibili **con effetto legno3D Touch** e sono fino al **20% in materiale riciclato**.

**Your Meal, your
Choice to reduce
food waste**

Riflettori puntati anche su **London Meal8**, l'esclusiva vending machine della Iarp City Collection realizzata in collaborazione con **Sirap** – *uno dei più qualificati produttori di contenitori per alimenti freschi in Europa* – e dedicata **all'esposizione e vendita di monoporzioni** all'interno dei packaging **Meal8® di Sirap**, *realizzato in materiale riciclato e riciclabile, studiato per ridurre lo spreco alimentare*. Il distributore è ideato per adattarsi a diversi contesti, dai centri commerciali, alle strutture pubbliche agli ospedali e altri spazi comuni e permette di proporre un **menù personalizzato, sano e bilanciato** dal punto di vista nutrizionale, completato da una **bevanda**, condimenti e posate, mixando gli ingredienti dei moduli componibili **Meal8® di Sirap**. London Meal8 è una soluzione ingegnosa per contribuire alla diffusione di **un'alimentazione consapevole** e attenta alla riduzione **dello spreco alimentare**: la suddivisione in confezioni differenti permette infatti di ottimizzare le scadenze a seconda della tipologia di cibo, sfruttando sempre il 100% della vita utile di ogni prodotto.

Grocerant Partners

Oltre alle soluzioni Epta sono presenti arredi, attrezzature e componenti di numerosi partner che collaborano per un fine comune: **dimostrare che è possibile realizzare uno spazio destinato al bar e/o alla ristorazione in chiave circolare**. Di seguito un elenco delle Aziende ospitate e dei loro prodotti, scelti come esempi di best practice in ottica circular economy for Food:

KEO Project: società di progettazione piemontese, che si distingue per eco-soluzioni che applicano principi di sostenibilità ambientale ed economica. Sono presenti nello stand le *Sedie del Torchio* arredi quali

tavoli, sedie e poltrone ricavati dalle barrique per l'invecchiamento del vino non più utilizzabili.

Wega: è uno storico produttore di macchine del caffè, impegnato nella creazione di prodotti a basso impatto ambientale con particolare attenzione all'energy saving. Utilizza le migliori tecnologie presenti sul mercato per ridurre i consumi e agevolare il lavoro del barista.

BWT Italia: Leader in Europa nei sistemi di trattamento dell'acqua, è attiva nella ricerca di tecnologie innovative, ecologiche e sostenibili per rendere migliore la qualità dell'acqua e salvaguardare al contempo le risorse. È presente presso lo stand di Epta con AQA drink 30, un erogatore che affina e migliora l'acqua di rete, fornendola refrigerata e gassata, utile a ridurre il consumo di plastica negli ambienti lavorativi.

Novamont: azienda leader internazionale nel settore delle bioplastiche. Promuove un modello di bioeconomia basato sull'uso efficiente delle risorse rinnovabili e sulla rigenerazione territoriale. Dalla ricerca Novamont nasce MATER-BI, la famiglia di bioplastiche biodegradabile e compostabile di origine vegetale concepita per trovare soluzioni a specifici problemi ambientali. Novamont partecipa al Circular Grocerant con posate, bicchieri e pellicole in MATER-BI, bioplastica biodegradabile e compostabile.

Lucart: gruppo industriale italiano di respiro internazionale tra i principali produttori a livello europeo di prodotti ad uso igienico sanitario in carta tissue e airlaid e di carte monolucide sottili per imballaggi flessibili, ha inserito all'interno del corner tovaglioli in Fiberpack®. Virtuoso e pluripremiato, Fiberpack® è il materiale che si ottiene dal recupero delle fibre di cellulosa presenti nei cartoni per bevande tipo Tetra Pak®. Lucart recupera il 100% dei cartoni per bevande composti dal 74% di fibre di cellulosa non sbiancata, dal 22% di polietilene e dal 4% di alluminio.

Lavazza: Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Fra i principali torrefattori mondiali, Lavazza è leader in Italia nel mercato Retail ed è presente in oltre 140 Paesi nel Mondo, con un fatturato di 1,87 miliardi di euro nel 2018. All'interno delle aree bar dello stand Epta è possibile assaporare il suo caffè iTIERRA!, Brasile, miscela premium ottenuta dall'incontro delle migliori Arabiche brasiliane con il washed Conillon, pregiata robusta lavata. Un espresso amabile dalla personalità intensa che contiene caffè di Lambari, Minas Gerais, dove Lavazza sostiene le comunità di piccoli produttori aiutandoli ad adottare le tecniche agricole per migliorare la qualità del caffè, facilitare l'accesso al mercato e far fronte al cambiamento climatico.

Area 9: Food&Beverage Space



Nel settore **Food&Bev** la marca si configura come **leva competitiva** fondamentale: un insieme di **valori e ideali** in cui il Cliente si immedesima. E' infatti una **componente intangibile ed affettiva** che ricopre funzioni di

identificazione, orientamento e garanzia e che trova nel **punto vendita un luogo fisico di rappresentazione**. Gli esercizi commerciali sono quindi chiamati a divenire **portatori della comunicazione della marca** mediante la creazione di un universo di simboli e significati che si sviluppano intorno al prodotto.

Personalizzazione & immagine di marca

Gli stimoli sensoriali, frutto di un attento **studio dell'allestimento e dell'esposizione delle referenze**, giocano un ruolo cruciale nell'assicurare che il Cliente si senta **parte del mondo rappresentato** dal brand. **Epta** è da sempre impegnata, con **Iarp**, nel progettare **arredi refrigerati** caratterizzati dal più alto grado di **personalizzazione**, per una perfetta coerenza con il **messaggio trasmesso dalla marca**, con ciò che la contraddistingue e l'avvicina al target di riferimento, contribuendo così anche al **rafforzamento del brand value**.

Iarp Cool Emotions, "Emozioni in vetrina"

Esempio concreto della **forza innovativa** del brand è la **Iarp Cool Emotions**, un'ampia gamma in continua evoluzione, in grado di rispondere ad ogni esigenza espositiva, dai **bar, alle gelaterie fino alla ristorazione**. Famiglia completa di plug-in dallo stile *urban chic* e dal *look&feel* omogeneo, la Iarp Cool Emotions, è resa unica dalle **luci LED**

sui **profili esterni** dei banchi, che attirano lo sguardo dei consumatori, massimizzando l'acquisto d'impulso. Tocco d'artista della linea è la **stampa digitale** direttamente su lamiera che garantisce un'estrema customizzazione delle vetrine, per un design originale e ad effetto, in ogni contesto. Si tratta di una tecnologia che permette di rispondere con semplicità e velocità a tutte le necessità e rende ogni arredo unico, potenziando, al contempo, la **brand awareness** dei player del mercato **Food&Bev** e degli operatori del settore **Ho.Re.Ca.** Connubio tra **estetica, flessibilità e prestazioni tecniche**, questi plug-in si distinguono, inoltre, per la loro **affidabilità e sostenibilità**, grazie alla scelta di **gas naturali** (R290 e R600a) e di uno specifico sistema di refrigerazione che assicura un'elevata operatività, **riducendo gli interventi di manutenzione.**

Creatività applicata alla tecnologia

L'ampia gamma si declina nello **scooping Delight** per gli amanti del gelato sfuso, i **semiverticali aperti Joy** per le bibite; i **verticali Glee con porte**, disponibili sia a temperatura positiva per le bevande, gli snack, i piatti *ready-to-eat* o le insalate che a temperatura negativa, per i gelati confezionati o surgelati, oggi disponibili anche nelle versioni compatte **Glee Mid e X-slim**; **Excite**, counter compatto per i gelati posizionabile sopra al bancone e **Super Excite** ideale per il retro banco. Infine, la gamma per il mercato asiatico si arricchisce dell'espositore orizzontale per gelati **Passion**, studiato per poter essere abbinato al top a doppia temperatura **Amaze** per un banco combinato, in grado di potenziare ulteriormente la ratio espositiva nei convenience store e nelle petrol station.

Resta connesso!

Per seguire la tendenza che vede la nascita di plug-in sempre più intelligenti e connessi viene presentato anche il nuovo **pacchetto IoT**, per un monitoraggio del banco da remoto. Queste funzionalità, applicabili a tutti gli altri modelli della Iarp Cool Emotions e disponibile anche in una soluzione retrofit, permettono di **analizzare i parametri**

dei plug-in, per raccogliere informazioni in merito alla **temperatura**, **geolocalizzare** l'arredo e gestire gli **allarmi**. Il pacchetto IoT fornisce inoltre reportistiche *tailor-made* e consente di ottenere un preciso feedback sulle **performance di vendita**, sulle **abitudini e preferenze** dei consumatori, favorendo così il miglioramento continuo e la capacità dell'esercente di rispondere ai desideri dei propri Clienti.

We are on air

Protagonista ad Euroshop anche il **semiverticale aperto Joy 30 Smart Screen** dotato, nella parte frontale alta, di uno schermo **LCD di 14.9'** per la proiezione di **contenuti commerciali** e **campagne** con audio e video fino a 1080p. Un plug-in altamente **interattivo** che si fa interprete delle potenzialità espressive della gamma ed in grado di **coinvolgere attivamente i Clienti**, stimolando *l'impulse buying*.

Area 10: Omnichannel Universe



Segnale forte dell'evoluzione delle abitudini di consumo, **l'e-commerce** è in espansione **in tutto il mondo**. I dati Eurostat pubblicati nel gennaio 2020 indicano che più di **7 utenti su 10** hanno realizzato almeno un acquisto online

nei 12 mesi precedenti alla ricerca, con una crescita del **78%** di consumatori tra i 16 e 24 anni e del **76%** tra i 25 e i 54 anni. Investire nell'**omnicanalità** è ormai un must: drive, click&collect, home delivery, virtual store... si configurano come validi strumenti per i Retailer per offrire la massima libertà e comodità di acquisto ai Clienti.

L'incontro tra il freddo e il click&collect

Epta, per supportare i **Retailer** nel confronto con gli operatori specializzati nella vendita online, propone gli **#EPTABricks**, pratici armadietti refrigerati che consentono ai consumatori di ritirare, dove e quando vogliono, anche al di fuori degli orari di apertura dei negozi, i prodotti food e non food ordinati online sul sito web dell'Insegna. Progettati per assicurare la più alta flessibilità ai consumatori, sono disponibili sia in versione **Indoor** che **Outdoor** e si compongono di moduli a temperatura controllata: gli #EPTADryBricks sono destinati ai **secchi**, gli #EPTAfreshBricks e #EPTAfrozenBricks garantiscono la conservazione degli articoli **freschi e surgelati**. Inoltre, da oggi sono ancora più **compatti**, grazie **all'integrazione dello schermo di comunicazione (Master)** all'interno delle colonne degli armadietti. Gli #EPTABricks possono essere collocati ovunque e risultano

particolarmente adatti per **punti di interesse** quali il **percorso casa-lavoro**, all'interno o in prossimità delle **grandi Aziende**, vicino a **centri commerciali** o alle **stazioni di servizio**.

Una soluzione win-win per i Retailer e l'ambiente

Sono numerosi i fattori che spingono sempre più spesso i Retailer ad investire in questa formula mista di acquisto online e ritiro da parte del Cliente in città. In primo luogo, permette loro di conquistare **quote di mercato**, in risposta alla crescita degli operatori e-commerce, offrendo un sistema che combina **praticità e sostenibilità**. Gli #EPTABricks, infatti, eliminando la consegna a domicilio, assicurano una **gestione efficiente dell'ultimo miglio** ed una riduzione della *carbon footprint*, anche in virtù dell'utilizzo del refrigerante **propano R290**. Permettono, inoltre, di sfruttare al massimo il **centro cittadino**, ed intercettare il flusso di quest'area strategica dove si muove una nuova tipologia di consumatori esigenti e alla ricerca di una **soluzione di spesa veloce** durante i brevi tragitti giornalieri. Contribuiscono ad incrementare le vendite, grazie alla **semplicità** nell'effettuare gli **ordini online** tramite un sistema che si connette alla piattaforma e-commerce dell'Insegna, assicurando un'esperienza di acquisto interattiva e la disponibilità degli articoli, 24 ore su 24. Infine, il servizio di **Telemonitoraggio** h24 è sinonimo di massima continuità di esercizio, monitoraggio costante di tutti i parametri e interventi tempestivi in caso di necessità.

Epta InnoVillage



Innovation is the Epta Way for Excellence: una vera vocazione che orienta il modo di essere, di operare e di produrre dell'Azienda, sempre all'insegna di un progresso sostenibile. Con l'obiettivo di offrire nuove ispirazioni di business ai suoi Clienti, il Gruppo ha progettato, all'interno del suo stand, **Epta InnoVillage**, uno spazio dove abitano le nuove idee. Un percorso alla scoperta di progetti originali e creativi, sviluppati da companies e start-up proiettate nel futuro che possono accrescere il successo nel comparto, con soluzioni creative e concrete.

FRESCO FRIGO: vendita automatica di cibi freschi disponibile 24/7, in qualunque luogo e con pagamenti smart.

In collaborazione con Epta l'Azienda ha sviluppato una vetrina refrigerata installabile all'interno di numerosi contesti, dagli uffici, palestre, complessi residenziali, università, agli hotel, per dare vita a snack point evoluti. Grazie ad una App dedicata e ad un codice personale è possibile ordinare, pagare e sbloccare il frigo per prelevare i prodotti scelti.

FEATFOOD: pasti sani e bilanciati, su misura per ogni piano alimentare

FeatFood offre un menu completo di cibi sani, consegnati *ready-to-eat* per garantire pasti bilanciati e fornire il corretto apporto nutrizionale a seconda degli obiettivi di ogni singolo utente e del suo profilo alimentare. FeatFood permette di scegliere tra 20 piatti alla settimana, con combinazioni di ricette studiate da un team di specialisti e con la guida di un nutrizionista. L'Azienda presenta i suoi menu in frigoriferi evoluti posizionati presso spazi convenzionati, quali ad esempio gli snack

point degli store, luoghi di lavoro, uffici, centri fitness, ospedali. Inoltre, ha aperto a Milano il primo FeatFood Restaurant.

PROCUSINI: stampa food design in 3D, per qualunque tipologia di commercial kitchen

L'Azienda presenta un sistema *plug & play* completo che si compone di una stampante 3D e un ampio ventaglio di cibi raffinati stampabili in varie forme. La soluzione è ideale nei settori bakery, confectionery, catering professionale o event-gastronomy e grocerant negli store.

TRACXPOINT: spesa e checkout grazie all'Intelligenza Artificiale

L'Azienda ha progettato e realizzato un sistema di check-out automatico basato sull'Intelligenza Artificiale. Per i clienti si traduce nel **piacere dello shopping presso uno store affidabile**, che risponde in modo efficace e rapido ai loro bisogni. Ai Retailer consente la raccolta dati dei consumatori mediante key points i dati dei consumatori nel corso della store journey, favorendo una migliore efficienza delle casse e rafforzando la qualità della loro relazione con fornitori e clienti.

CULTIFUTURA: prodotti che influenzano il modo in cui le persone interagiscono con il cibo e lo comprendono, integrando un orto verticale nella vita quotidiana.

L'obiettivo di Cultifutura è avere un impatto sulla cultura di qualsiasi luogo di lavoro e unire le persone grazie alla passione per la coltivazione del proprio cibo, rendendo il mondo più sostenibile.

Growblock è un sistema di agricoltura urbano completamente automatizzato, grazie a cui coloro che abitano o lavorano in una comunità possono disporre di uno spazio personale per coltivare cibo a loro scelta. Il sistema richiede un intervento minimo da parte dell'utilizzatore e permette di far crescere prodotti nutrienti e privi di pesticidi, dalle insalate a rare varietà di peperoni, pomodori, fiori o erbe. In virtù di una piattaforma social, Growblock permette inoltre agli utenti di condividere e scambiare il proprio cibo e creare una comunità.

Growblock è ideale per le aziende come iniziativa volta alla sostenibilità e a favorire lo sviluppo di una comunità, ma può anche essere utilizzato per rifornire ristoranti, bar o punti vendita.

Growblock coniuga la tecnologia e l'efficienza degli orti verticali con il desiderio delle persone di coltivare il proprio cibo e di essere parte di una collettività.

Cultifutura è una start-up creata in sinergia con Epta e Corporate Hangar, un acceleratore di innovazione con sede a Milano.

EptaService



“Great Expertise at your Service” grazie ad un **team altamente professionale**, per supportare i Clienti, passo dopo passo, nel corso **dell’intero ciclo di vita**

degli store, come un unica squadra: **questo è EptaService**. Si tratta di una **proposta** articolata in **molteplici servizi** per soddisfare ogni esigenza, assicurando il più **alto risparmio** in termini di costi di gestione e, al contempo, il pieno **rispetto dell’ambiente**. Grazie ad uno **staff** dotato di **strumenti tecnologici all’avanguardia**, EptaService garantisce **un’assistenza completa** ed una **consulenza qualificata**, instaurando così una relazione di **fiducia** a lungo termine con i propri clienti, che si affidano al Gruppo per la progettazione, il finanziamento, l’installazione, la gestione e la manutenzione. Nell’era della **servitization e digitalization**, il ventaglio delle soluzioni EptaService affianca, infatti, retrofit e maintenance a numerose ulteriori opzioni, tra cui: monitoraggio da remoto da oggi disponibile anche per plug-in, acquisto di parti di ricambio su catalogo e-commerce e nuove modalità di intervento in- loco tramite app connesse con i banchi e dispositivi con realtà aumentata.

Molto più di un catalogo ricambi

La piattaforma e-commerce di Epta, disponibile su dispositivi PC, iOS e Android, è oggi ancora più pratica ed intuitiva, per consentire agli utenti di verificare, in tempo reale, la disponibilità dei componenti mediante una **ricerca semplificata e veloce** in **due diverse modalità (nome, codice cappello e data di produzione per navigare le tavole 3D del modello/serial number e filtri per categorie)** ed acquistare direttamente **i pezzi di ricambio on line**. Massima flessibilità, anche nei **tempi di consegna**: il nuovo magazzino centralizzato e

automatizzato mette a disposizione ben **32.000 codici**, garantendo consegne in **24/48 h**. I più recenti sviluppi della piattaforma vedono però la creazione di una vera e propria **area dedicata al cliente**, dove possa verificare in un semplice click tutti i servizi attivi, avere evidenza delle prestazioni dei propri punti vendita ed essere sempre aggiornato sulle novità disponibili. Non più quindi solo un catalogo e-commerce ma un ambiente personalizzabile per singolo cliente, disponibile online e consultabile da ogni device per rimanere sempre aggiornati.

Master the Global Life Cycle Management

La manifestazione sarà l'occasione per illustrare le caratteristiche del nuovo **Fleet Management** con cui EptaService propone una soluzione *all-in-one* per la **gestione a 360° di flotte di banchi refrigerati plug-in per conto terzi**, ottimizzandone i costi. Tra i **numerosi servizi** offerti si distinguono finanziamenti, fornitura e stoccaggio delle soluzioni plug-in, consegna presso il punto vendita/bar, monitoraggio, manutenzione preventiva, intervento in loco, ritiro alla fine del periodo di utilizzo e ricondizionamento. Il Fleet Management è dunque studiato per seguire l'intero **Life Cycle del banco frigorifero con particolare attenzione at Total Cost of Ownership**.

Service 4.0

Il monitoraggio continuo di efficienza e consumi di un sistema a CO2 transcritico è fondamentale per garantire costanza di prestazioni ed affidabilità, dal commissioning al fine vita dell'impianto.

L'inedita CO2 Dashboard di Epta Service è in grado di monitorare in tempo reale COP (Coefficient of Performance) e consumi sia a livello di singolo impianto che a livello di flotta grazie ad evoluti algoritmi che permettono la normalizzazione dei KPI ed il confronto tra impianti con caratteristiche differenti.

Connected Coolers

Con EptaService, le vetrine dei marchi Epta si arricchiscono di **funzionalità IoT** per il monitoraggio da remoto, al fine di consentire ai

Clienti di **individuare, monitorare e gestire i banchi**. La tecnologia IoT consente **un'analisi in real time dei principali parametri** delle vetrine, tra cui temperatura ed umidità (per garantire sempre la migliore conservazione dei prodotti), posizione dei banchi tramite **geolocalizzazione e frequenza di apertura porte** (utile per l'analisi delle performance di vendita). L'IoT permette, inoltre, di gestire gli **allarmi e monitorare i consumi energetici** dei banchi plug-in.

Eptaservice Check App

Per semplificare gli **interventi** sui banchi refrigerati **EptaService** offre in esclusiva ai tecnici sul campo la nuova **APP EptaService Check**, disponibile per mobile e tablet. Al momento disponibile per la gamma Velvet, l'APP è studiata per funzionare su tutti i banchi Epta dotati di una particolare scheda elettronica, che consente il collegamento del banco ad una **rete wi-fi**.

Tra le numerose funzionalità, l'APP EptaService Check consente leggere e scrivere la **configurazione del banco** e delle utenze collegate in tutta semplicità e di controllarne i parametri in tempo reale oltre che ricevere, validare e gestire i **segnali di allarme** e le situazioni di errore, rappresentando un valido strumento di supporto ai tecnici frigoristi.



LA SOCIETA' IN SINTESI

- ▶ **Denominazione sociale:** Epta S.p.A.
- ▶ **Sede:** Via Mecenate, 86 – 20138 Milano – Italy
- ▶ **Attività:** Gruppo europeo e Partner globale nel settore della refrigerazione commerciale per la Distribuzione Organizzata
- ▶ **Presidente e Amministratore Delegato:** Marco Nocivelli
- ▶ **Dipendenti:** circa 6.000
- ▶ **Web site:** www.eptarefrigeration.com