











DOSSIER DE PRESSE 2017

GROUPE EPTA

#EPTAEXPERIENCE IS THE WAY... TO EUROSHOP!

Sommaire

	Epta, une expérience à vivre	Page 2
	7 marques, une expérience centenaire	Page 4
	#EptaExperience is the way...for a new shopping feeling!	Page 6
	Epta, la qualité certifiée	Page 9
	Les nouveautés de l'Euroshop	
	Section 1 Experience Epta Dynamic Motion – Partenariat avec Lactalis	Page 11
	Section 2 Experience The Turn key Click & Collect	Page 14
	Section 3 Experience CO ₂ unique skills	Page 17
	Section 4 Experience The Food Super Preservation	Page 21
	Section 5 Experience Restaur-Action Zone – en partenariat avec Electrolux Professional-	Page 23
	Section 6 Experience Cool Emotions	Page 25
	Section 7 Experience Innovative Thinking	Page 27
	Section 8 Experience The Family Revolution	Page 30
	Section 9 Experience a Great Expertise At Your Service	Page 34
	Section 10 Experience Pure Design – Partenariat avec Schweitzer	Page 37
	Section 11 Experience No Limits Concept	Page 39
	L'entreprise en bref	Page 43

Düsseldorf, 5 Marzo 2017

Pour plus d'informations :

Lbdi Communication

Federica Cosmo: fcosmo@lbdi.it

Ginevra Fossati: gfossati@lbdi.it

Tel.: +39 02/43910069

Fax: +39 02/33007120

 **EPTA, UNE EXPÉRIENCE À VIVRE**

« La sensation esthétique peut devenir une science et l'originalité être cultivée comme une discipline. »
Fernando Pessoa

**Epta renforce
l'expérience
shopping**

Le succès d'un point de vente dépend aussi de la souvenir de l'expérience de l'individu, dans un monde trop souvent concentré sur le produit. Dans ce sens Epta, *groupe multinational spécialisé dans la réfrigération commerciale*, redéfinit ses stratégies d'exposition par de nouvelles sémantiques qui tendent à rendre *l'expérience de shopping* une immersion dans un environnement d'ambiance et de design. Ainsi, le savoir-faire acquis au fil du temps par ses marques **Costan, Bonnet Névé, George Barker, Eurocryor, Misa, Iarp et Knudsen Køling** et l'union entre les différentes excellences industrielles du groupe converge vers un objectif commun : le développement de nouveaux systèmes fiables et technologiquement de pointe. En effet, la connaissance globale du secteur et la gestion directe de chaque phase garantissent la plus haute qualité de l'offre et permettent à Epta de proposer au marché des solutions alliant qualité, durabilité, innovation, polyvalence et esthétiques de grand impact visuel, qui confèrent dynamisme et vitalité au layout de chaque magasin.

**Epta, un
partenaire à
haute valeur
ajoutée**

Epta collabore depuis toujours avec les protagonistes des secteurs de la **Grande Distribution, de l'Ho.re.ca et du Food & Beverage** pour offrir un nouveau visage aux espaces food. Reconnu au niveau mondial en tant que partenaire à valeur ajoutée, le groupe est en mesure de gérer aussi bien la conception de systèmes intégrés et d'équipements clés en main que le service après-vente. La combinaison entre la complémentarité parfaite de ses marques et un haut niveau de personnalisation, permet à Epta d'offrir une large gamme de solutions réfrigérées. **Des meubles traditionnels à température positive et**

négative, en passant par les meubles à groupe logé (plug-in), aux chambres froides et aux centrales de moyenne et grande puissance, ses concepts raffinés incarnent un imaginaire de style, qualité, élégance et goût, qui participe à accroître le lien layout-produits-consommations, en guidant les consommateurs dans une **nouvelle dimension de shopping, unique et interactive,** capable de les impliquer, les émouvoir et les divertir.

La force évidente des chiffres

L'organisation se base sur un modèle entrepreneurial qui intègre dans son ADN une forte vocation à l'internationalisation. Avec un siège à Milan, **4000 salariés, 7 marques, 200 000 unités produites/an,** un chiffre d'affaires de **plus de 800 millions d'euros en 2016, dont 85% pour l'export,** le Groupe Epta est une entreprise en croissance continue qui a pour objectif d'atteindre **un chiffre d'affaires de 1 milliard d'euros** d'ici 2020, grâce à ses investissements constants et à ses rachats de marques étrangères leaders dans leurs pays respectifs.

Le contrôle stratégique de la chaîne de valeur

Le groupe possède le plein contrôle de la chaîne de valeur. Il conserve une gestion directe de tous les segments clés grâce à une **présence globale** assurée par des unités commerciales stratégiques dans **35 Pays et à 11 unités de production** situées à Limana, Solesino, Casale Monferrato et Pomezia en Italie, Hendaye en France, Bradford au Royaume-Uni, Køge au Danemark, Rosario en Argentine, Çorlu en Turquie, Qingdao en Chine et Cha-Am en Thaïlande, pour une **surface totale couverte de plus de 300 000 m².**

7 MARQUES, UNE EXPÉRIENCE CENTENAIRE

Les piliers d'Epta

Les marques avec lesquelles Epta opère en vertu de leur savoir-faire et de leur excellence positionnent le groupe parmi les principaux acteurs du secteur au niveau mondial. Sa politique d'expansion repose en effet sur **l'acquisition stratégique de marques italiennes et étrangères**, leaders dans leurs segments de marché respectifs. Le partage constant des **compétences** et du **savoir-faire technologique spécifique à chaque marque** est le facteur crucial qui a permis à la multinationale non seulement de concevoir de nouvelles solutions réfrigérées, intégrées entre elles, mais aussi de diversifier ses services. Une offre très vaste et personnalisée, qui satisfait efficacement les besoins de chaque typologie de points de vente : des petits magasins aux *cash & carry* et aux hypermarchés, dans n'importe quelle partie du monde.



Costan représente le noyau originel d'**Epta**. Fondée en 1946 comme atelier artisanal pour la production de glacières et d'armoires frigorifiques, la firme a été reprise en 1986. Depuis toujours synonyme de **qualité supérieure**, de **service excellent** et de **produits fiables à la pointe de la technologie**, elle est commercialisée en Italie par un réseau de filiales et à l'étranger par des bureaux commerciaux et des distributeurs.



Bonnet Névé naît de la fusion de deux marques prestigieuses : **Bonnet Réfrigération** – fondée comme Bonnet en 1830 – et **Satam Névé**. Reprise en 1988, au fil des ans la marque a été plusieurs fois récompensée par le marché pour ses solutions révolutionnaires, qui se distinguent par un design innovant, l'étude du merchandising et une économie d'énergie maximale.



La firme **George Barker** a été fondée à Bradford (Angleterre) en 1928. Son activité principale réside dans la conception et la production de **meubles réfrigérés sur mesure**. Elle rejoint **Epta** en 1999, en apportant un savoir-faire de haut niveau et d'importance cruciale pour la conception

de solutions hautement flexibles et technologiquement de pointe, spécifiques pour le marché britannique.



Eurocryor, la marque née en 1991 à Solesino dans la région de Padoue, se distingue sur le marché pour la production et la commercialisation de **meubles réfrigérés traditionnels haut de gamme**, parfaits pour customiser des **points de vente de prestige**.



Misa, firme fondée en 1969, est spécialisée dans la fabrication de **chambres froides commerciales et industrielles**. Son siège est à Pomezia, dans la région de Rome. La marque, reprise par **Epta** en 2011, a permis au groupe d'accroître son offre et de créer des opportunités et des synergies nouvelles **dans le secteur de l'Ho.Re.Ca**.



Fondée en 1983, **Iarp** est une marque reconnue pour ses **meubles à groupe logé (plug-in)** dont le siège est situé à Casale Monferrato, au Piémont. Iarp a rejoint le Groupe en mars 2013. Son savoir-faire technique garantit des synergies importantes pour diversifier le business et compléter la filière. La caractéristique distinctive d'Iarp réside dans sa capacité de réaliser des plug-in *ad hoc*, même en exclusivité pour le Food&Beverage. La marque se prévaut d'une longue tradition dans le développement de solutions pour l'exposition et la vente des glaces.



Spécialisée dans la conception, l'installation et la maintenance de systèmes clés en main à **CO₂** pour la réfrigération, la marque fait partie du Groupe Epta depuis **2015**. **Knudsen Køling**, dont le siège est situé dans la ville de Køge, près de **Copenhague**, collabore avec les détaillants et les entreprises danoises les plus dynamiques du secteur de la réfrigération, en offrant depuis 1961 des meubles alimentés à distance, des meubles à groupe logé et des solutions clés en main, avec le support qualifié d'un réseau de vente bien articulé et de nombreux services après-vente.



#EPTAEXPERIENCE IS THE WAY... FOR A NEW SHOPPING FEELING!

La révolution numérique : un nouveau défi pour la vente au détail

La **révolution numérique** actuelle influence profondément tous les secteurs économiques en entraînant des retombées importantes également pour les entreprises de la **Grande Distribution** de l'Ho.re.ca et du Food&Beverage. En effet, pour continuer à grandir et demeurer compétitifs, les magasins doivent élaborer de nouveaux modèles de business et d'approche des **consommateurs**, aujourd'hui de plus en plus **hyperconnectés et à la recherche d'expériences d'achat interactives et multisensorielles**.

De Point de Vente à Point d'Expérience : l'ordinaire devient extraordinaire

Un scénario inédit et avec de grandes opportunités pour le Groupe Epta, qui à l'occasion de l'Euroshop présente sa nouvelle stratégie exprimée par la devise : « **#EptaExperience is the way** ». Un concept qui interprète fidèlement la mission de l'entreprise et sa volonté de participer au succès de ses clients – **Proud to contribute to the success of our customer's sales outlet. Simple, safe and appealing purchases** - en transformant les lieux de vente de **Point de Vente** à **Point d'Expérience**.

Une expérience au cube

Une expérience qui se décline sur trois niveaux : **Notre Expérience**, **Votre Expérience** et **Leur Expérience**, pour créer une dialectique continue entre la fonction informative et suggestive de l'environnement qui se fonde de manière synergique sur la communication du produit et la valeur de l'identité de l'enseigne.

Notre Expérience...

Avant-garde technologique, professionnalisme et fiabilité : l'*expérience* du Groupe Epta repose sur l'innovation grâce à ses investissements constants en **R&D**. Dans le détail, au cours de ces 5 dernières années le groupe a investi environ **50 millions d'euros** pour la conception de solutions de pointe. Une force industrielle au service de l'innovation, qui permet d'offrir aux opérateurs du secteur de la vente au détail, de

l'Ho.Re.Ca. et du Food&Beverage des solutions complètes et industrialisées pour satisfaire leurs exigences, dans le monde entier.

**...une histoire
d'entreprise riche
de récompenses**

Depuis toujours, la qualité et l'excellence sont un *must* pour Epta, à la hauteur de son engagement en faveur d'un progrès social responsable : des valeurs concrètes qui ont permis au Groupe d'être récompensé par des prix importants. En 2016, Le Groupe Epta a reçu le **Prix IxI de Confindustria**, décerné pour avoir investi avec succès dans la recherche et l'innovation et en 2015 il a remporté la **VIe édition du Prix Di Padre in Figlio – il gusto di fare Impresa** – qui a primé **Marco Nocivelli, Administrateur délégué du Groupe Epta** dans la catégorie Internationalisation, en tant qu'entrepreneur qui a su gagner le défi du passage de génération, en valorisant le travail de son père, Luigi Nocivelli. En 2015, Epta a aussi obtenu le **Certificat Elite**, rejoignant ainsi la Community Elite, un réseau de petites et moyennes entreprises européennes, créé par la Bourse italienne en collaboration avec l'Academy London Stock Exchange et avec de prestigieuses institutions et organisations nationales.

**... et de marques
de longue tradition
plusieurs fois
récompensées.**

Les solutions des marques d'Epta, qui jouissent d'une tradition centenaire, ont été les lauréates de nombreux prix européens parmi lesquels, en Allemagne : le **German Design Award** 2016, pour l'envergure révolutionnaire de la RevUP Family Costan et Bonnet Névé, une gamme qui associe un design surprenant et des performances énergétiques maximales et l'**ECOCARE** 2014 - prix institué pour récompenser les meilleurs projets à faible impact environnemental - décerné à l'usine de Limana. En France, le groupe Epta a été le lauréat des trois dernières éditions du **Janus de l'Industrie décerné par l'Institut Français du Design**, pour la correspondance parfaite des systèmes de ses marques avec les paramètres des célèbres « 5 E » : économie, ergonomie, esthétique, éthique et émotion, ainsi que celui de l'**Éco-conception** 2015 pour les performances d'excellence du SkyView de Bonnet Névé. En Grande-Bretagne, le Groupe a été récompensé aux **RAC Cooling Awards**, la manifestation prestigieuse de référence du

secteur de la réfrigération et de la climatisation, dans différentes catégories en 2006, 2007, 2009, 2014 et 2016, et en Italie, Costan a reçu le **Prix Bonnes Pratiques pour les Énergies renouvelables et la mobilité durable (Pemio Buone Pratiche per le Energie Rinnovabili e la mobilità sostenibile)** 2016 décerné par Legambiente pour la promotion des technologies vertes.

Votre expérience... Epta, interprète fiable des projets des magasins

Depuis toujours aux côtés de ses clients, Epta se positionne sur le marché comme un partenaire fiable pour les magasins qui souhaitent avoir **un seul interlocuteur lors de la réalisation de projets complets et clés en main**, à l'échelle mondiale. Dans le détail, notre groupe est en mesure de les assister depuis l'étude du layout du point de vente à la personnalisation des systèmes, grâce au professionnalisme de l'équipe **Epta Concept**, et jusqu'au service exclusif d'assistance et de conseil après-vente, assuré par l'**Epta Service**.

Leur expérience... de nouvelles sémantiques exaltent la composante ludique et

Le point de vente assume une nouvelle centralité stratégique en devenant un espace **relationnel et de découverte** pour les consommateurs, dans lequel vivre des **moments inoubliables et gratifiants**, même du point de vue esthétique. Dans ce sens, les solutions de la marque Epta participent à l'implication du consommateur dans un parcours séduisant composé de *settings* visuels et perceptifs.

Des icônes analogiques, dans un environnement numérique

Le métissage entre le monde analogique et le monde-numérique a aussi donné naissance à la conception et au lancement, en ligne avec le nouveau concept, de l'**APPLI #EptaExperience** qui intègre ces deux réalités, développées en collaboration avec BT, l'un des service provider les plus importants au monde. Présentée en avant-première à l'occasion de l'Euroshop, l'application fera fonction de guide numérique pour accompagner les visiteurs, durant les cinq jours, dans un **parcours immersif et interactif** à la découverte de nouveautés et de contenus inédits, avec des approfondissements et des moments de divertissement pour connaître à fond l'unique #EptaExperience.



EPTA, QUALITÉ CERTIFIÉE

CSR, un parcours à l'enseigne de la qualité et de la durabilité

Croissance responsable, attention aux ressources humaines et participation aux initiatives visant à promouvoir les principes éthiques : tels sont les thèmes affrontés par le quatrième Corporate Social Responsibility Report d'Epta. Les résultats du Bilan sont validés par l'Institut **TÜV Austria Cert GmbH** qui a certifié le CSR du Groupe comme étant en ligne avec l'option **Core G4** du standard international GRI (Global Reporting Initiatives).

Le « cœur vert » d'Epta

L'expression concrète de l'approche durable d'Epta réside dans son engagement à développer des **solutions de plus en plus vertes** : des meubles alimentés à distance et à groupe logé à réfrigérant naturel, en passant par les centrales et les systèmes à CO₂, intégrables dans le système HVAC des magasins, garantissent la réduction maximale des émissions et la sauvegarde des ressources. Un autre motif de fierté du Groupe est représenté par ses sites de production dans lesquels investit fortement en automatisation des installations pour accroître la productivité et réduire la consommation de ressources naturelles. Plus spécifiquement, la culture de la responsabilité sociale est un facteur très important pour l'entreprise, qui s'inscrit dans une approche d'amélioration continue de la **synergie entre durabilité et choix stratégiques**. Un parcours entrepris il y a cinq ans, qui a permis au groupe de compter parmi ses gammes de produits plus de 50% de solutions à haute efficacité, mais aussi de réduire de 12% la consommation d'énergie de ses usines au cours des quatre dernières années.

La formation à la base du succès d'Epta

Epta croit fermement à la formation continue : outre **Epta CO₂ Training Centre**, ouvert aux collaborateurs internes et externes et visant à favoriser l'adoption du CO₂, l'entreprise a créé en 2016 l'**EPTAcademy**. Dans le détail, il s'agit d'un projet à moyen-long terme développé en collaboration avec **SDA Bocconi** et qui prévoit des cours visant à

renforcer les capacités de leadership des managers des équipes d'Epta, pour répondre aux défis d'un marché en évolution continue. Plus spécifiquement, le Leadership Program et le Talent Development se proposent comme une opportunité de renforcement de l'esprit de groupe et de partage d'une expérience précieuse acquise au sein d'une institution académique prestigieuse et célèbre au niveau mondial.

MUST SEE

SECTION 1: EXPERIENCE EPTA DYNAMIC MOTION, LE PARTENARIAT AVEC LACTALIS

" Chaque fromage attire son client, prend une certaine forme plaisante, a une certaine consistance plus ou moins typée, plus ou moins fondante, plus ou moins douce et complaisante."

Italo Calvino

Un projet aux possibilités infinies

En réponse à la tendance qui voit progresser la **catégorie des produits frais LS**, à Euroshop 2017 Epta présente un projet en collaboration avec **Lactalis et co-designed par ONE BUY ONE**. Dans le détail, il s'agit d'une **solution de merchandising visuel** ; elle introduit une vraie innovation dans ce marché, tout en étant le **point de départ** d'un relooking complet de la famille des verticaux LS à portes.

Le fromage comme élément de sociabilité



Le **fromage**, symbole mondial de la culture culinaire française, est une référence clé dans l'univers de la Distribution. En France par exemple, le rayon fromage représente **6% du volume d'affaires** du secteur alimentaire. En outre ils suivent une tendance à la hausse depuis 15 ans. Les facteurs de développement du secteur sont principalement le fait des **nouveaux modes de consommation « sociaux »** : le fromage évolue en s'intégrant dans de nombreux moments du quotidien comme l'apéritif ou le fromage en cuisine.

Lactalis et Epta, un partenariat d'excellence

Ce sont justement **les choix pluriels du fromage** qui ont inspiré **Lactalis** et **Epta** pour concevoir une **solution de visual merchandising** inédite qui fait de la flexibilité d'exposition son élément distinctif. Le **savoir-faire** du premier groupe mondial du secteur des produits laitiers s'est allié avec l'**expertise centenaire** d'Epta pour donner naissance à l'**Allée des Fromages**.

La qualité du produit mise en avant grâce à une présentation impeccable

« *On ne présente pas un camembert de la même façon qu'un sachet de fromages râpés* » : une provocation qui résume la philosophie à la base d'un **concept révolutionnaire** conçu pour transformer les meubles verticaux à portes libre-service en une **opportunité de développement de la catégorie**. En proposant une exposition plus rationnelle et lisible, ils participent à transformer l'acte d'achat dans un **moment agréable**, tout en renforçant les achats d'impulsion. Dans ce sens, Lactalis et Epta ont réalisé un agencement des meubles réfrigérés qui **rompt avec la tradition et le développement linéaire habituel**, en jouant avec des **modules de profondeurs différentes et des « pauses visuelles »**, qui dynamisent le rayon et donnent un vrai mouvement au linéaire.

L'univers du fromage... se partage en quatre

La clé de lecture de l'Allée des Fromages est donc la mise en valeur de l'univers du fromage, organisée en **quatre pôles**: **Fromages à déguster**, pour les fins de repas, **Plaisir & Bien-être**, pour les personnes attentives à leur ligne, **Pratique et Gourmand**, pour les sandwiches et les apéritifs et **Fromages en cuisine** pour la préparation de recettes salées et sucrées. Les pôles sont signalés par des couleurs et des matières différentes ; ces éléments participent à une identification plus intuitive, mais aussi à stimuler la curiosité du consommateur et à renforcer l'ambiance « boutique ».

A chaque fromage sa présentation

Dans l'Allée des Fromages, chaque type de fromage **devient un produit unique**. Les références sont divisées par familles et disposées dans des aménagements adaptés. Les **camemberts**, par exemple, sont exposés verticalement sur la tranche. Ils sont positionnés sur un **système « pusher »** exclusif qui clarifie les facings, simplifie à la fois la préhension des consommateurs, mais aussi le chargement par le personnel. Les **fromages de chèvre**, tout comme les **mozzarellas**, sont disposés sur des **étagères**

gravitationnelles. Pour les mozzarellas, ces aménagements sont dotés de plateaux de récupération d'eau provenant des sachets. Enfin, pour les **fromages râpés**, un **kit avec des séparateurs** a été étudié pour permettre une présentation qualitative et une meilleure gestion des espaces.

Une communication surprenante pour un effet "Wow !" assuré

L'interaction avec le consommateur est notre credo : l'Allée des Fromages a été développée pour intensifier l'expérience shopping et le dialogue avec le shopper. **L'effet "Wow !"**, c'est aussi un **écran interactif** intégré dans la joue du meuble tête de gondole. Conçu par le **Pôle Innovation numérique d'Epta**, il permet de diffuser du contenu publicitaire, des bons de réduction électroniques téléchargeables, des quizz, etc... Enfin, tout comme les stars, les fromages aussi ont leur **Walk of Fame**. En effet, les noms des différents pôles sont projetés sur le sol du magasin, en correspondance de leur emplacement. Et pour finir, l'Allée des Fromages est équipée de supports latéraux créés par les décalages de profondeur ; ils se transforment en surfaces d'expression pour animer, avec des visuels, l'univers fromager.

SECTION 2 : EXPERIENCE CLICK & COLLECT

CLE EN MAIN

« La découverte consiste à voir ce que tout le monde a vu et à imaginer ce à quoi personne n'a jamais pensé » Albert von Szent-Gyorgy

Innovation totale

Ce chapitre est consacré à **#EPTAbricks** et aux **vending machine (distributeurs automatiques)** de la collection **Iarp City Collection**, pour satisfaire les besoins des consommateurs qui recherchent des expériences d'achat innovantes et pratiques. Les professionnels de la distribution des produits alimentaires investissent aujourd'hui **dans l'innovation** pour gagner des parts de marché, **aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du magasin traditionnel**. Leur objectif est d'offrir au client potentiel une valeur ajoutée en termes de services visant à favoriser **le côté pratique de l'achat** en ligne ou la vente 24h/24, grâce aux distributeurs automatiques.

#EPTAbricks, vos courses où vous voulez, quand vous voulez



Ils sont interactifs, ils permettent de se procurer des aliments frais et surgelés au moment et dans le lieu choisi par le consommateur ; ils réduisent ainsi l'empreinte carbone en éliminant l'étape de la livraison à domicile : nous parlons d'**#EPTAbricks**... Plus précisément des consignes réfrigérées créées par **Epta** en coordination avec son **Pôle d'Innovation Numérique**, pour être installées dans divers lieux comme par exemple les gares ou les entreprises, afin de permettre aux consommateurs de **retirer les produits achetés** en ligne sur les sites internet des chaînes de la Grande Distribution. Plusieurs options sont disponibles : **#EPTAdryBricks** pour les **produits secs**, **#EPTAfreshBricks** et **#EPTAfrozenBricks** pour les produits frais et surgelés . Une solution révolutionnaire qui a déjà obtenu deux récompenses en France grâce

à sa simplicité d'emploi et son respect de l'environnement garanti par l'utilisation de réfrigérants naturels. Le prestigieux **Janus de l'Industrie** a été décerné à **#EPTAbricks** fin 2016 en raison de sa simplicité d'utilisation et de son évolutivité dans les lieux où il est installé – mais aussi pour leur design. **#EPTAbricks** a également obtenu en 2016 le **LSA du Category Management**, dans la catégorie **Démarche Cross-Canal** ; en effet le système dépasse la simple distinction entre magasin physique et magasin virtuel, pour se positionner comme une alternative intelligente au Drive.

Mot d'ordre : technologie

#EptaBricks se présente comme un service complet, incluant le **suivi à distance** des consignes et **l'interface** avec les API des plateformes d'e-commerce des chaînes de la Grande Distribution. Enfin, **#EPTAbricks** offre les meilleures garanties en termes **d'accessibilité** et de **sécurité** et est conforme-à la réglementation vis-à-vis des personnes à mobilité réduite (**PMR**) et au plan de prévention et de lutte contre le terrorisme **VIGIPIRATE**. Un système idéal en somme pour les distributeurs qui intègrent la dimension « omni-canal » pour développer leur activité.

La distribution automatique : un secteur en pleine expansion

Grâce à l'essor du digital, la distribution automatique explore aujourd'hui de services au consommateur ; ainsi un simple outil de distribution se transforme en véritable **touch point** avec une offre personnalisée qui tient compte des nouvelles tendances de consommation. Un **canal** complémentaire par rapport au canal traditionnel qui propose un assortiment de plus en plus large; le tout en renforçant la relation entre les différentes marques mais aussi entre la marque et le public, avec des ventes en augmentation constante. Dans ce sens **IARP**, à l'occasion d'**Euroshop 2017**, présente au marché international sa gamme de distributeurs automatiques **Iarp City Collection** : un design conçu pour attirer les consommateurs et valoriser les produits.

**Iarp City
Collection :
expériences
d'achat citadines**

Dédiée aux bâtonnets et cornets **glacés, aux snacks et aux boissons, la collection Iarp City Collection** est le fruit de la stratégie **Plug-in power** qui résume les points forts de la marque IARP: fiabilité extrême, excellence absolue et grande capacité d'innovation. Les nouveaux distributeurs automatiques créent la surprise en raison de leur design *citadin* et accrocheur : **Milan et New York** se distinguent avec des vues de ces métropoles sur la joue avec une **personnalisation graphique**, grâce à la nouvelle technologie d'impression numérique sur tôle.

Une gamme **user friendly** pour sa facilité d'utilisation qui joue un rôle fondamental dans l'incitation à l'achat d'impulsion. Cette gamme a été spécialement étudiée pour améliorer l'interaction avec le consommateur dans toutes les phases d'achat : du choix du produit jusqu'à son retrait. L'éclairage LED et la nouvelle porte *full glass* sans cadre valorisent les articles présentés, les boutons lumineux et l'écran tactile contribuent à améliorer l'expérience client et à faire grimper les ventes. Enfin, **Milan et New York** assurent une **fiabilité extrême** et un **fonctionnement optimal** n'importe où, avec une maintenance réduite.

**New York : la
technologie au
service de la
fiabilité**

New York est le dernier modèle de la maison IARP dédié aux bâtonnets et cornets glacés et son point fort est la **fiabilité**. Il conjugue en effet l'utilisation des technologies de réfrigération les plus avancées avec une unité de commande pour chaque rayon, de façon à avoir un meilleur contrôle de la température et à garantir la parfaite conservation de ces produits extrêmement délicats. De plus, pour vérifier les stocks, **New York** dispose d'un logiciel spécial intégré pour la gestion des approvisionnements à distance et en temps réel.




SECTION 3 : EXPERIENCE CO₂ UNIQUE SKILLS

« Cherche les aptitudes qui te rendent unique, ajoute de la passion et tu trouveras une solution à tous tes problèmes » Peter Voogd

Kigali, un amendement historique

En octobre dernier, presque **200 pays ont approuvé à Kigali** l'amendement au protocole de Montréal visant à protéger la couche d'ozone afin de maintenir l'augmentation de la température globale « bien en dessous » des deux degrés centigrades. Un accord selon lequel les pays développés vont initier la phase de réduction des gaz HFC d'ici **2019**. Viendront ensuite les pays en voie de développement auxquels il a été demandé de geler le niveau de consommation à partir de **2024**, avec l'objectif d'utiliser au maximum 15-20 % des parts définies pour chaque pays, d'ici la fin de l'année 2040.

La réponse d'Epta pour une réfrigération naturelle

En pratique, les accords de Kigali ont pour but d'encourager l'adoption de réfrigérants utilisant moins de gaz à effet de serre ; à cela, Epta répond par une « **solution radicale** » qui se transforme en véritable référence pour les distributeurs souhaitant **rendre écologiques leurs points de vente**. À cet effet, Epta offre une **gamme complète de systèmes au CO₂**, efficaces et extrêmement



flexibles, conçus pour dépasser les **limites** traditionnelles de la **technologie transcritique** ; de plus, ils sont personnalisables et adaptés **à toutes conditions climatiques et à tous les formats de vente** : de l'hypermarché à la petite épicerie.

FTE : Full
Transcritical
Efficiency

Simple, Global, Industrialisé et Fiable : telles sont les caractéristiques du système **FTE au CO₂ transcritique (brevet déposé en Italie et en Australie)**. Présenté en avant-première à

Euroshop, il conjugue simplicité et performances et garantit une économie d'énergie de 10 % (par rapport à un système au CO₂ traditionnel) et des coûts d'installation et de maintenance inférieurs jusqu'à 20 %. Il s'agit d'un système transcritique FTE (Full Transcritical Efficiency) qui fonctionne sur le principe des évaporateurs noyés. Ceci garantit une forte réduction de la différence entre la température d'évaporation et celle de l'air à l'intérieur du meuble (la température d'évaporation étant plus haute), afin de diminuer la consommation d'énergie.

Le premier atout du système est lié à sa caractéristique FTE (Full Transcritical Efficiency) qui n'augmente pas la complexité d'une **centrale au CO₂ transcritique traditionnel**, car il suffit d'ajouter un réservoir de liquide avec gestion des niveaux. C'est le cœur de l'innovation ! Une solution **révolutionnaire** car elle a été testée en usine puis déployée à **grande échelle** : elle garantit en effet une fiabilité extrême de même qu'une maintenance aisée et une efficacité à toute épreuve pour les distributeurs du **monde entier**, grâce à ses performances optimales quelles que soient les conditions climatiques. Le système réduit la température de refoulement des compresseurs tout en préservant la qualité de l'huile, un élément crucial pour un fonctionnement correct et continu dans le temps, tout en augmentant la durée de vie des composants. C'est pour cette raison que le nouveau système FTE a reçu une mention spéciale de la part de Bitzer –fabricant mondial de compresseurs – lequel a récompensé le nouveau système pour ses excellentes performances et pour la protection vis-à-vis de ses composants.

L'endorsement de BITZER

C'est pour cette raison que le nouveau FTE a reçu un **endorsement spécial de la part de BITZER**, le célèbre producteur de compresseurs à niveau mondial qui récompense le nouveau système pour ses excellentes performances et la sauvegarde vis-à-vis des composants. Le certificat délivré indique : « Nous certifions qu'Epta a développé un système à CO₂ innovant et efficace qui utilise les

compresseurs fiables **BITZER** et garantit la continuité de la chaîne du froid dans n'importe quelle condition climatique. En vertu de l'utilisation de compresseurs semi-hermétiques à piston de sa ligne ECOLINE, BITZER reconnaît le nouveau système FTE comme étant une avancée significative dans l'adoption des réfrigérants naturels pour la réfrigération commerciale, afin d'assurer une haute efficacité énergétique même dans les régions climatiques chaudes. »

EptaBlue CO₂
Idéale pour les
petites et les
grandes surfaces

Un **solution 100 % naturelle**, conçue par Epta pour répondre aux besoins des **grands et des petits formats de vente** en matière de consommation d'énergie, de complexité d'installation des équipements de réfrigération, tout en garantissant un retour sur investissement plus élevé. Avec **EptaBlue CO₂** les gammes MT et BT ainsi que les chambres froides sont fournies **avec l'unité de réfrigération montée. EptaBlue CO₂** est équipé, en outre, de compresseurs à vitesse variable BLDC, qui permettent d'adapter la puissance frigorifique à la charge du meuble et aux conditions externes : heure d'affluence dans le magasin, alternance jour/nuit et saisons, au profit d'un grand respect de l'environnement. De plus, **EptaBlue CO₂** transforme chaque meuble d'unité à distance en unité connectée, en exploitant une boucle d'eau ; cette boucle d'eau est refroidie grâce à l'unité **de refroidissement** positionnée sur le toit du magasin ou directement reliée à la pompe à chaleur pour la récupération totale de la chaleur réutilisée pour chauffer le point de vente. Enfin **EptaBlue CO₂** possède un autre point fort : ce sont ses circuits fermés, hermétiquement scellés, pour une limitation des fuites et une maîtrise des coûts de recharge de réfrigérant. Un avantage technologique qui permet au magasin de faire des économies en supprimant les contrôles annuels de la F-Gas Regulation, pour vérifier la présence d'éventuelles fuites.

Aerofoils : valoriser les économies d'énergie

Le système innovant **EptaBlue au CO₂** présenté à Euroshop est connecté au modèle Rhino et Valea signés Costan et Bonnet Névé : adapté pour le segment du Hard Discount.

Cette solution présente une nouvelle aérodynamique **Aerofoils** créés par **Williams Advanced Engineering**, une partie de l'équipe de Formule 1 Britannique, conçus pour améliorer l'aéraulique des meubles réfrigérés à simple rideau d'air ; ceci garantit une réduction de 30% de la consommation énergétique.

Epta Eco₂Small Compact,

Eco₂SmallCompact, la centrale au meilleur rapport efficience/encombrement. Extrêmement flexible, elle peut être installée à l'intérieur ou à l'extérieur de petits magasins manquant de place pour avoir un local technique. Enfin, **Eco₂SmallCompact** est le résultat d'une **étude ergonomique** approfondie : accessibilité totale de chaque côté, afin de faciliter les opérations de maintenance.

 **SECTION 4 : SUPER FOOD PRESERVATION**

« La recherche la plus noble est la recherche de l'excellence » Lyndon Baines Johnson

Une conservation parfaite pour des aliments frais, sains et sûrs

Le mode de vie moderne est caractérisé par des **rythmes frénétiques** qui ont entraîné des **changements** dans les habitudes de consommation et, par conséquent, dans les modes de **préparation et de conservation des aliments**.

Aussi, pour contribuer à garantir la **sécurité** et l'hygiène totale de la chaîne alimentaire, l'industrie alimentaire a adopté une approche rigoureuse qui trouve son application dans l'évolution des **technologies, de la production au stockage en passant par l'exposition dans les magasins**.

Pour préserver la qualité des produits il faut garantir leur **bonne température** et le respect des **règles d'hygiène** : les **équipements réfrigérés de pointe** deviennent un outil indispensable pour les professionnels afin de **gagner la confiance** d'un consommateur attentif et informé, en quête d'aliments frais, sains et sûrs.

Misa, synonyme de sécurité alimentaire

Misa, spécialisée dans la fabrication de chambres froides commerciales et industrielles pour le secteur Ho.Re.Ca. et pour le commerce de détail, est la marque du groupe Epta qui traduit le mieux cette exigence. Les principes indissociables de la marque sont **qualité et technologie**, dans le sens de la technologie au service de l'excellence et de l'hygiène alimentaire ; des priorités que l'on retrouve dans son engagement à préserver la valeur des aliments, confirmé par la certification **HACCP based Food Safety Programme**. C'est une démarche pour laquelle Misa s'est soumise volontairement à un processus de vérification et de contrôle, en devenant ainsi la **première marque** du secteur à obtenir cette certification.

Un « bouclier » contre les bactéries

De plus, tous les produits Misa bénéficient du **système antibactérien** aux ions d'argent **Epta Food Defence**. Une technologie étudiée pour améliorer la **sécurité alimentaire** des produits à l'intérieur des

chambres froides. **Epta Food Defence** prévient, combat et élimine de nombreuses espèces de bactéries, dont les plus connues et les plus dangereuses ; ceci, grâce aux ions d'argent qui empêchent la prolifération des bactéries et assure, en même temps, une action antimicrobienne.

Plus en détail, les produits antibactériens sont appliqués directement sur la tôle de la chambre froide, pour une **protection totale**, 24 heures sur



24, 7 jours sur 7 et durant toute sa durée de vie. Par ailleurs, le film protecteur est adapté au contact avec des substances alimentaires conformément au Décret Ministériel du 21 mars 1973 et ses mises à jour ultérieures ainsi qu'aux directives Européennes 78/142/CEE, 80/766/CEE, 82/711/CEE, 85/572/CEE, 90/128/CEE, 92/39/CEE.

KK203,
savoir-faire
« nordique »

Cette gamme bénéficie également de la toute nouvelle cuve à température négative **KK203** de **Knudsen Køling** : un mariage d'excellence et de design avant-gardiste, pour une protection extrême des surgelés mais aussi pour une meilleure visibilité afin d'optimiser la rotation des produits.

Les points forts qui font de **KK203** un produit unique en son genre sont au nombre de trois : **esthétique, facilité d'accès et solidité**. Caractérisé par une géométrie exclusive spécialement étudiée pour les marchés nordiques, l'ensemble se distingue par de grandes surfaces vitrées qui contribuent à accentuer la mise en valeur des produits. Chaque détail a été soigneusement étudié du point de vue de l'ergonomie ; ainsi, **grâce à ses portes coulissantes en verre sur trois niveaux et son ouverture à 100 %**, **KK203** aide à la fois le consommateur à retirer ses produits et les utilisateurs à charger la marchandise. Enfin, **KK203** est équipé d'un pare-chocs et de cornières extrêmement résistants, conçus pour répondre aux besoins spécifiques des pays d'Europe du Nord.

 **SECTION 5 : EXPERIENCE RESTAUR-ACTION ZONE**
EN PARTENARIAT AVEC ELECTROLUX PROFESSIONAL

« Le secret du succès est de faire les choses communes de façon insolite » John D. Rockefeller

Food For now : la nouvelle frontière du froid



La rencontre du froid et de la restauration professionnelle donne naissance au « *Food for now* » ; d'origine anglo-saxonne, ce concept définit les produits prêts à être consommés. À la base de l'inspiration Epta - qui a travaillé en partenariat avec Electrolux Professional - on ne trouve pas une simple mode mais une véritable philosophie. La Groupe renouvelle le *Shop in Shop*, en proposant un espace exclusif de restauration installé à l'intérieur de méga-hubs tels que les aéroports, les gares ou les centres commerciaux.

Restaur-Action : quand on veut que ce soit prêt et frais

Dans ce domaine on assiste à une véritable progression de la tendance de la consommation hors-foyer. Le consommateur circule dans les rayons libre-service de la Distribution, une habitude qui transforme peu à peu les points de vente en potentiels lieux de rencontre et de restauration. Frais, naturels, bons et sains, les plats prêts à consommer destinés à ce type de consommateur associent la qualité de la Distribution avec les exigences de **variété, d'innovation et de respect de l'environnement** recherchées par le public ciblé.

Deux secteurs au goût unique

L'espace présenté à Euroshop se caractérise par un design intégrant deux modules à l'intérieur d'une structure refermable, dont l'un est consacré à la formule « à emporter » et l'autre à la consommation sur place. En guise d'exemple de **restaurant-épicerie**, ce nouveau concept offre la possibilité d'être ouvert ou fermé grâce à un simple dispositif dans la partie restaurant. En pratique, pendant la journée sur le stand Epta, l'espace accueillera les « happy few » invités à

goûter les plats préparés au cours du « show cooking » réalisé par les *Chefs de l'Electrolux Chef Academy*.

Un menu sain qui élimine le gaspillage

Les chefs de cette démonstration culinaire prépareront des recettes originales, saines et savoureuses pour réaliser un menu à base d'un ingrédient unique : la carotte ; le tout en accord avec la philosophie **zéro gaspillage** portée par Epta et Electrolux Professional. Une initiative vertueuse visant à sensibiliser le public à une thématique actuelle qui se manifeste dans la célébration d'une cuisine sans déchets c'est aussi l'initiative d'un engagement des deux entreprises quant à l'importance d'une bonne réfrigération et d'une bonne cuisson ainsi que des ressources indispensables à la sauvegarde du patrimoine agroalimentaire et à la réduction du gaspillage. Pour relever le goût des nombreuses préparations, nous avons choisi **un conditionnement d'avant-garde qui conserve la fraîcheur des aliments** : grâce à notre partenariat avec la société SIRAP, l'un des premiers fabricants européens d'emballages pour produits frais. Tous les repas offerts à l'intérieur de la zone concernée seront servis dans des récipients Pet de la nouvelle gamme Safe-T-Fresh ®, qui utilise le système Tamper Evident afin de garantir à la fois une présentation spectaculaire et une sécurité alimentaire maximale.

Joy 30 et Glee deux notes recherchées pour une harmonie hors pair

Epta a équipé son *Shop in Shop* de deux nouveaux **Plug-In** signés IARP : le semi-vertical **Joy 30** et le vertical **Glee, avec la version spéciale Winery**. Avec leur profil carré, ils partagent le même design moderne en harmonie avec l'architecture de l'espace. Enfin, un détail intéressant : les clayettes fil inclinables du vertical **Glee Winery**, spécialement conçues pour garantir une conservation parfaite du vin tout en donnant un maximum de visibilité aux précieux labels.

MUST SEE!



SECTION 6 : EXPERIENCE COOL EMOTIONS

« Le point de départ est la tension vers la beauté, vers l'art, de façon que la surprise, la stupeur, l'inattendu soient aussi une partie de l'œuvre. » O. Niemeyer

Epta Concept, pour un projet clé en main



Inspiration de l'équipe **Epta Concept**, l'espace Experience Cool Emotions est une déclinaison concrète du design dans son sens le plus large. C'est un processus orienté vers la recherche d'une archéologie

spatiale donner naissance à des projets élégants, d'avant-garde, et de grande sensibilité. **Epta Concept, c'est** une équipe exclusive multidisciplinaire dédiée à la création d'espaces attrayants **à l'impact scénographique, qui transforment un point de vente banal en un « espace théâtralisé » ayant pour interprète le consommateur.** Les retail designers d'Epta Concept réinventent les solutions réfrigérées et les réintègrent dans l'ambiance de l'espace marchand. Ils savent travailler, concevoir et proposer les arrières stands, les modules de travail, les modules eaux ou découpe.

Visibilité à 360°, en 20 m² seulement

Une possibilité de choix maximale et une facilité d'utilisation exceptionnelle pour le consommateur : dans un espace de **20 m²** seulement, l'Ice Cream Corner présente une perspective à 360° sur une gamme de parfums différents offrant une expérience unique. Un projet audacieux, caractérisé par un décor essentiel qui rappelle l'esthétique du stand. Dans sa réalisation, l'équipe Epta Concept a mis en évidence un style inimitable des meubles à groupe logé Iarp. Un espace au centre de la scène invite le visiteur à se laisser séduire par le charme irrésistible des nouvelles solutions Iarp pour la présentation des glaces: **Delight** pour les glaces non preballées, **Pocket et Smart**, des modules compacts positionnés au-dessus des comptoirs, créés pour encourager les « achats d'impulsion », et **Glee**, le meuble vertical à vraie transparence pour les glaces préemballées.

Plug-in power, l'essence de Iarp

Les modèles sont le fruit du **Plug-in Power**, la formule secrète de Iarp pour impliquer les clients potentiels et les orienter vers les produits exposés en renforçant l'image et la rentabilité des opérateurs Food & Beverage et Ho.Re.Ca. Par leur **design moderne et élégant**, les meubles à groupe logé Iarp sont en mesure de satisfaire tous les besoins d'adaptabilité et de flexibilité d'exposition. En outre, ils se distinguent par leur **durabilité** maximale, grâce au choix de **réfrigérants naturels** et à l'introduction d'éléments techniques qui en améliorent l'efficacité énergétique. Enfin, ce sont les détails qui font la différence : dans les solutions Iarp, la **personnalisation** se décline jusqu'à l'impression numérique novatrice sur tôle.

Pocket Case & Smart: le design lisse

Les 94cm de hauteur de **Smart** et les **67cm** de **Pocket Case** ont une réelle force expressive. Aux dimensions réduites, les deux meubles à groupe logé affichent des lignes étonnantes et une grande porte vitrée, qui attire l'attention du consommateur sur les produits exposés. En outre, la possibilité de présenter des **cornets de glace**, comme alternative aux batonnets de **glaces classiques industriels**, **augmente** la flexibilité du modèle Pocket Case et rend chaque achat un moment de plaisir exclusif.

Glee & Delight, le couple parfait !

La vitrine **Delight** pour ceux qui apprécient les glaces artisanales et **Glee**, la vitrine verticale pour les glaces emballées, représentent la solution idéale pour assurer une cohérence d'exposition maximale dans la boutique d'un glacier. Disponibles dans les versions **Lite et Prime**, elles ont été étudiées pour s'intégrer parfaitement et assurer un look&feel uniforme grâce à leur design moderne aux lignes droites et à l'éclairage à LED. **Delight** c'est l'alliance, de l'esthétique et de la **fiabilité** maximale. La technologie exclusive plug-in garantit, en effet, une **efficacité opérationnelle** dans tout environnement en réduisant à zéro les interventions d'entretien pendant 1 an. Enfin, **Delight** se distingue par sa gamme d'**accessoires**, avec entre autres : un espace pour les réserves qui peut abriter jusqu'à 12 bacs à glace, un distributeur de cornets, et des roulettes qui facilitent le déplacement du meuble.

SECTION 7 : EXPERIENCE INNOVATIVE THINKING

« La meilleure façon de prédire l'avenir est de l'inventer » Alan Kay

Le coeur de l'innovation

La partie **Innovative Thinking** présente les diverses **solutions Groupe Logé** nées de l'initiative de **l'Equipe R&D d'Epta** : explorer l'innovation sous toutes ses facettes. Une idée qui a permis de créer de multiples solutions étonnantes qui s'adaptent aux besoins des différents magasins, en assurant une optimisation de la gestion de l'espace et des produits frais et surgelés.

Les éléments distinctifs de la gamme

Présentation parfaite des produits et visibilité maximale : la combinaison entre les portes entièrement vitrées et l'éclairage LED exclusif Epta *Advance Lighting* transforme les **Plug-In** en un ensemble discret qui valorise les produits frais et les surgelés. De plus, toutes nos solutions utilisent un gaz réfrigérant 100 % naturel comme le propane R290 et sont conçues pour respecter au maximum l'environnement.

Sound Top Energy une rupture au rayon des surgelés



Sound Top Energy, la nouveauté des marques Costan et Bonnet Névé se distingue par son dessin exclusif : une configuration unique dans le domaine du **Groupe Logé**, conçue pour garantir efficacité et encombrement au sol réduit.

Cette vitrine a été spécialement étudiée pour être intégrée avec des étagères dédiées aux produits secs ou avec des modules horizontaux à température négative, afin de favoriser la **vente croisée** de produits complémentaires entre eux.

Un système ingénieux qui marque **une rupture** dans la présentation des surgelés : la position verticale de la vitrine améliore la **visibilité de la marchandise** positionnée à la hauteur des yeux du consommateur et **facilite l'accès** au public.

Enfin, un détail important : la possibilité de convertir le modèle d'une température négative à une température positive, pour une exposition uniforme et cohérente des surgelés, des viandes et autres références fraîches emballées.

Des performances énergétiques exceptionnelles

Sound Top Energy présente l'avantage d'offrir une économie d'énergie de niveau maximum, grâce à son **système thermodynamique et à ses compresseurs à vitesse variable**. Enfin, dernier atout de ce produit : **des ventilateurs à haute efficacité énergétique** qui réduisent la consommation d'énergie jusqu'à **-10 %¹**, et donnent de la stabilité à la température produits, améliorant ainsi leur durée de conservation.

Une « nouveauté très fraîche » pour les petites surfaces

La proximité, un format en plein essor. Pour répondre aux besoins des distributeurs en termes de fidélisation d'un **nouveau type de client « urbain »**, l'équipe R&D d'Epta a développé une famille complète de modèles groupe logé verticaux, positifs et négatifs : **Tango Next & Valzer Next de Costan et Multifresh Plus & Multifreeze Plus de Bonnet Névé**. Un mariage de style unique, sans compromis et des performances techniques de pointe... ce mobilier compact conjugue **esthétique de vitrine à distance avec flexibilité d'un plug-in ; c'est plus de rationalité** pour l'espace car plus de volume utile : + 8 %.

Enfin, le dernier plus de la gamme : le **Family Feeling**, qui trouve son application dans les portes entièrement vitrées, dans les poignées. Des détails techniques et esthétiques qui permettent de juxtaposer les meubles dans deux versions pour donner homogénéité et élégance à l'ensemble; tout ceci dans le but final de stimuler **l'achat d'impulsion** de produits de grignotage et de produits haut-de-gamme, deux catégories très prisées par les épiceries et les supérettes.

¹ Par rapport au modèle Sound Top Energy précédent

**Bienvenue dans
l'espace de
« l'interactive
shopping »**

Valzer Next et Multifreeze Plus sont également disponibles en version **Smart Screen** exclusive, pour une expérience d'achat vraiment unique qui surprendra le consommateur par son- interactivité. Ce modèle est doté d'un **écran transparent full HD** intégré à la porte vitrée et d'un système audio qui s'activent avec des capteurs de proximité pour communiquer **des campagnes** et **des contenus promotionnels** séduisants sans renoncer pour autant à la visibilité des produits exposés. **Valzer Next/Multifreeze Plus Smart Screen** peuvent être renforcés avec l'**Appli Mobile** exclusive créée en collaboration avec BT, une application qui vise à maximiser le Customer Digital Engagement et l'affichage dynamique. Il s'agit d'une plateforme multicanal pouvant être personnalisée et intégrée dans l'appli de l'enseigne. Le système interagit avec le meuble grâce à des capteurs spéciaux placés sur la partie frontale pour proposer au consommateur des réductions et des offres spéciales, sélectionnées selon ses préférences habituelles.

MUST SEE!



SECTION 8 : EXPERIENCE THE FAMILY REVOLUTION

« La beauté est une forme de génie parce qu'elle ne demande pas d'explications » Oscar Wilde

L'importance de l'environnement dans l'expérience

Dans le processus d'évolution du secteur *Retail*, **l'ensemble des stimulations environnementales** joue un rôle décisif. Celles-ci impactent la sphère émotionnelle des visiteurs et influencent leur comportement d'achat en termes de temps passé à l'intérieur du magasin et de dépenses. A cet égard, des études de secteur démontrent combien l'atmosphère constitue un élément majeur dans le choix du magasin, plus que l'offre produits. Dans ce sens, les solutions du Groupe jouent un vrai rôle dans le visual merchandising, dont le but est d'améliorer l'esthétique des magasins par la décoration, les matières, les couleurs et, surtout, des modes d'expositions innovantes. Elles visent à mettre en valeur l'image du magasin pour plus de fidélité des consommateurs.

Bonnet Névé et Costan : une famille de design first in class



La plus belle expression de cette philosophie c'est le **Family Revolution Costan et Bonnet Névé** : une **gamme complète** conçue pour agencer les zones

fraîches et surgelés avec **une seule famille de produits** et faire ressortir la diversité des références. Ceci, grâce à une **conception coordonnée** du choix des coloris, des éclairages et des matières innovantes, qui contribuent à améliorer le *shopping experience*.

Family feeling : une belle cohérence d'exposition

Avec le **Family Revolution Costan et Bonnet Névé**, **le feeling** est assuré : les vitrines de la gamme s'intègrent parfaitement en donnant une grande cohérence d'exposition à la zone alimentaire. Les vedettes de la nouvelle ligne sont les positifs verticaux **GranVista**

Next/SkyView Plus, les semi-verticaux **Aeria Next/Aeria Plus** – disponibles également dans la version **Open** – et les négatifs verticaux **GranBering/Skylight** et semi-verticaux **GranSesia/SkyShine**.

**Un cœur froid,
mais une âme
adaptable**

Un impact esthétique distinctif et homogène pour une vraie **adaptabilité**. Grâce au **parfait alignement** des éléments, il est possible de créer d'innombrables compositions et de réaliser des allées contemporaines. Des meubles verticaux sont ainsi placés en face de semi-verticaux, et en prolongement des meubles fermés alignés sur les éléments ouverts contenant les produits frais et surgelés avec une **présentation exclusive et révolutionnaire** de toutes les références.

**GranVista
Next/SkyView
Plus : une
légèreté
presque**

Des meubles invisibles pour une super visibilité: les solutions réfrigérées **GranVista Next de Costan** et **SkyView Plus de Bonnet Névé** se distinguent par leurs lignes pures et mettent en valeur les références en donnant, au consommateur, l'impression de se trouver face à un « mur de produits » à portée du regard et d'un seul geste. C'est ainsi que la transparence devient, d'un simple détail fonctionnel, un élément de valorisation attirant l'attention sur le contenu. Le vitrage toute hauteur, les joues panoramiques et les portes sans cadre ainsi qu'un revêtement antireflet spécifique assurent une **visibilité incomparable de 95%**. La valorisation des produits passe, aussi, à travers un éclairage d'excellence : les meubles sont équipés d'**Epta High Flux**, un système LED innovant, développé en exclusive en partenariat avec **Philips®**, pour une distribution uniforme de la lumière sur les produits ; l'attention des consommateurs est focalisée sur l'exposition produits la marchandise. L'élément distinctif ultime de ces vitrines est leur faible consommation d'énergie. En effet, grâce au système breveté **Epta Dual Airflow**, le GranVista Next/SkyView Plus est le premier meuble frigorifique à distance certifié de **classe A +** par le programme **Eurovent-Certita Certification**.

GranVista et SkyView Open complètent la gamme des verticaux positifs. Ce modèle, c'est à la fois les avantages de la consommation d'énergie de la version Closed et une hauteur de chargement supérieure permettant d'installer jusqu'à 8 étagères.

**Aeria Next/
Aeria Plus &
Aeria Open: la
dimension
élégante du
shopping**

Les semi-verticaux positifs Family Revolution sont conçus pour intégrer harmonieusement tout contexte d'exposition et pour créer des vitrines promotionnelles au look élégant, renforçant l'image de l'enseigne et son lien avec le client. Une note d'architecture contemporaine dans les magasins, qui se décline dans le soin du détail du meuble **Aeria Open** et dans la fonctionnalité maximale des portes entièrement vitrées des modèles **Aeria Next** Costan et **Aeria Plus** Bonnet Névé. Ceux-ci sont caractérisés par des vitrages coulissants suspendus pour faciliter l'ouverture ainsi que les opérations de nettoyage.

**GranBering/
SkyLight : plus
d'espace pour
les produits et
moins de
consommation**

Visibilité au top et économie d'énergie maximale pour les meubles **GranBering** de Costan et **SkyLight** de Bonnet Névé. Par rapport aux modèles précédents, la solution à température négative affiche une **surface de vente augmentée de +8%** et un **volume intérieur de +14%**. Cela représente un grand avantage pour les distributeurs qui peuvent ainsi augmenter le nombre de références exposées et les opportunités de vente. En outre, pour satisfaire les besoins des petits formats de vente, est proposé le meuble **Compact** de 755mm seulement, la version étroite du modèle standard **Narrow** de 905mm. Enfin, Costan et Bonnet Névé ont perfectionné l'efficacité des meubles frigorifiques en concevant des portes plus performantes en termes d'**isolation thermique (+10%)** pour obtenir une consommation d'énergie nettement inférieure.

**GranSesia/SkyShine :
le meuble qui vise
haut**

Une nouveauté absolue, qui **brise les codes** par rapport à l'aménagement traditionnel de la zone des surgelés et qui a été développée pour donner de l'importance à une catégorie de produits en

progression. Ultramoderne, fonctionnel et aux lignes marquées, le meuble frigorifique semi-vertical **GranSesia de Costan et SkyShine de Bonnet Névé** se distingue par son design compact permettant d'utiliser, de la meilleure façon, tout l'espace disponible. En effet, c'est l'alliance de la capacité d'exposition maximale à l'encombrement minimal au sol. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : le système garantit une **capacité de chargement double** par rapport à une solution en ilot de taille semblable. En outre, la possibilité de choisir entre la version **Narrow** (905mm de profondeur) et la version **Compact** (755mm de profondeur), selon la surface du magasin, assure une super disponibilité de produits et d'assortiment. Enfin, le modèle **GranSesia/SkyShine** présente une **ergonomie** exceptionnelle : hauteur 1500mm seulement, il garantit, aux consommateurs, une facilité maximale d'accès aux produits et simplifie le travail du personnel durant le chargement.

SECTION 9 : UNE GRANDE EXPERTISE À VOTRE SERVICE

« Nous pouvons enseigner ce que nous avons appris avec l'expérience, mais nous ne pouvons pas enseigner l'expertise » Sasha Azevedo

Le Total Solution d'Epta



Pour être compétitifs sur le marché, les *Retailers* misent aujourd'hui sur l'efficacité maximale de process et la continuité de gestion. Par

conséquent, pouvoir compter sur une assistance technique de premier ordre, représente un élément de différenciation important. En ce sens, Epta offre, depuis toujours, une **solution totale** qui allie des systèmes complets ayant des performances fonctionnelles et énergétiques élevées, à une **large gamme de services après-vente**. Epta Service possède les meilleures équipes d'assistance : des techniciens experts qui collaborent avec les enseignes en offrant un service de consultation qualifiée, des solutions de Retrofit et des programmes de télésurveillance pour augmenter le *business value* des Clients. En outre, à l'occasion d'Euroshop, Epta Service présentera en avant-première la nouvelle plateforme d'e-commerce pour les pièces détachées. Un mix gagnant, grâce auquel il est en mesure de satisfaire tous les besoins en assurant des économies de coûts de gestion ainsi que le respect de l'environnement.

Epta Service Telemonitoring : pour être près, même de loin

Flexible et personnalisable, ce service exclusif de télésurveillance permet, à Epta Service, de se connecter aux points de vente par un accès à distance, d'analyser les paramètres des meubles frigorifiques, de gérer les alertes et d'élaborer des rapports sur mesure pour chaque Client. Actif **24h/24 et 7j/7**, le système **Epta Service Telemonitoring** assure un diagnostic prévisionnel et des interventions opportunes pour le réglage des paramètres de l'installation, afin de garantir l'efficacité maximale d'énergie et d'exploitation.

Un service de valeur, à portée de clic

La **nouvelle plateforme e-commerce** permet, aux clients, de simplifier les processus d'achat et d'**acheter les pièces détachées en ligne**. Pratique et intuitive, elle a été conçue pour que les utilisateurs puissent vérifier, en temps réel et par une recherche simplifiée et rapide, la disponibilité des composants et les délais de livraison. Ceux-ci étant garantis dans les **48h** grâce au nouveau magasin centralisé.

Le Service Clients que vous avez toujours souhaité

Epta Service dispose d'un **Service Clients (Customer Service)** qui offre, grâce à une équipe de professionnels, un service à grande valeur ajoutée. Epta Service peut en effet satisfaire toute nécessité: de l'établissement de devis au conseil technique, de la planification des interventions de maintenance préventive, de réparation et de retrofit, à la création de programmes d'entretien personnalisés.

Retrofit pour vivre avec son temps

Epta Service effectue des **interventions de retrofit** sur les meubles pour rendre les installations de réfrigération conformes aux nouvelles réglementations **F-Gas** et améliorer, en même temps, les performances d'exploitation du parc installé. Ceci, afin d'obtenir une **économie d'énergie** importante. En ce sens, il peut intervenir pour : remplacer les gaz réfrigérants chimiques par d'autres gaz ayant un potentiel de réchauffement global (PRG) plus bas, ajouter des portes, ou des couvercles pour les bacs, ainsi que pour introduire de nouveaux ventilateurs plus performants et des systèmes d'éclairage à LED.

Une Equipe qualifiée, qui assure une intervention rapide grâce aussi à la nouvelle application

Un **service de réparation, rapide, efficace et capillaire**, garanti tous les jours par le professionnalisme et la compétence des équipes d'Epta Service. Ces dernières suivent périodiquement des sessions de remise à niveau technique concernant les innovations les plus récentes et opèrent conformément à la certification **QSE** (Qualité-Sécurité-Environnement). Les équipes sont en mesure d'évaluer avec précision le rendement effectif de chaque système, de détecter la cause d'éventuelles pannes et de proposer la meilleure option d'intervention à l'aide d'instruments numériques de dernière génération, comme l'**Epta Customer Service**

App, un système qui aide les équipes pour la manutention programmée comme pour l'assistance.

MyEptaService

Enfin, pour offrir un service vraiment complet, Epta est en train d'implémenter **l'aire dédiée du portail Epta Service**, déjà en cours de test dans différents pays. Cet espace permet aux Clients d'accéder à des informations et à des données toujours mises à jour, pour **un contrôle et une gestion constante des points de vente à distance**. Plusieurs fonctionnalités y sont prévues : de la vérification des valeurs d'efficacité du système de réfrigération, à l'élaboration de rapports et d'analyses personnalisées incluant des comparaisons entre les meubles d'un, ou de plusieurs points de vente. En dernier, Epta Service peut gérer les alertes et la surveillance de différentes zones du magasin et des équipements y relatifs, comme l'éclairage, ou le système HVAC.

**SECTION 10 : EXPERIENCE PURE DESIGN,
EN PARTENARIAT AVEC SCHWEITZER**

« La qualité d'un projet dépend du degré de changement culturel qu'il va provoquer » Enzo Mari

**Epta libère la
créativité des
designers**

Interpréter l'espace de vente, l'agrandir et le rendre vivant et étonnant... tel est l'objectif principal des designers. Pour cela, ils vont explorer de nouveaux langages expressifs, jouer avec les formes dans le but de valoriser le *Retailtainment* qui voit dans la théâtralisation de l'offre son élément fondateur. Ainsi, l'un des premiers challenges pour un **groupe industriel** consiste à créer des systèmes capables de conjuguer excellence technologique avec originalité des formes et d'en faire une source d'inspiration pour les concepteurs afin que ces derniers façonnent l'espace pour le rendre exceptionnel et esthétique.

**Epta et Schweitzer :
un partenariat de
valeur**

L'espace de vente devient donc un facteur de compétition qui va donner naissance à la valeur-même de la marque et définir les priorités sur lesquelles elle devra investir. Epta, en partenariat avec Schweitzer Project S.p.A.- *groupe spécialisé dans le design et la réalisation de concept store innovants* – présente à Euroshop **Pop Up Retail**, un espace éclectique et exclusif qui transforme l'affichage traditionnel en une idée nouvelle et inattendue où le meuble réfrigéré disparaît au profit d'un design à l'état pur qui va au-delà de l'imaginaire.

**Pop Up Retail, un
espace hors
conventions**



Le design sous les projecteurs : le projet met au centre de sa conception l'intégration de différentes disciplines pour donner naissance à une présentation où l'architecture rencontre le commerce. C'est la surprise pour les visiteurs des formes hors du commun et un savant mélange

de couleurs vives. Une célébration des excès qui répond à un fort besoin identitaire exprimé par les distributeurs souhaitant transformer leur point de vente en un point de référence pour les consommateurs.

Quand le visual merchandising devient un art

Créer des formats inhabituels dans le segment de la réfrigération commerciale implique de parvenir à conjuguer maîtrise esthétique et visual merchandising sans négliger les économies d'énergie. Un succès rendu possible grâce à la synergie gagnante entre Epta et Schweitzer, un partenariat qui a permis l'intégration des savoir-faire respectifs pour donner naissance à un chef-d'œuvre d'architecture réunissant esthétique, passion et dynamisme dans une dimension temporaire limitée. Un **Pop Up Retail** qui part de la géométrie, de la couleur et de l'espace pour élever l'expérience esthétique jusqu'à son extrême limite, le tout à travers un design qui se manifeste par des volumes et des matériaux choisis pour leur respect de l'environnement.


SECTION 11: EXPERIENCE NO LIMITS CONCEPT

« Le pouvoir de l'imagination nous rend infinis ». John Muir

**Expérience de shopping ?
Une question de feeling**



« Le shopping n'est plus une action limitée à l'achat de biens, elle devient une expérience unique et agréable ».

Experience no Limits Concept est l'espace du stand qui interprète le

mieux l'environnement en tant que levier actif de marketing en mesure de générer le succès des opérateurs du secteur de la GDO.

Serve-over et self-service : l'art au service du consommateur

Ce rayon, conçu pour rendre inoubliable l'expérience du visiteur, présente des solutions inédites de serve-over et de self-service signées **Costan, Bonnet Névé et Eurocryor**. Des **lignes modernes**, caractérisées par un **design innovant** et des **personnalisations sans limite**, représentent un **exemple parfait de la flexibilité** que le groupe est en mesure d'offrir à ses clients pour rendre les magasins uniques.

Le frais entre en scène avec Rossini & Maxima Evolution

Les interprètes de cet espace sont **Rossini Evolution de Costan/Maxima Evolution de Bonnet Névé**, le meuble traditionnel qui se distingue par ses innombrables **finitions et matériaux**. L'élégance devient un élément de style qui permet de créer des références symboliques fortes, en ligne avec l'identité des enseignes : des solutions plus classiques, comme le bois, jusqu'aux nouvelles textures et aux **esthétiques imprimées en 3D**, qui répliquent l'effet métal, pour des environnements « urban chic », en ligne avec les dernières tendances.

**Des émotions
différentes pour
une satisfaction
unique**

La gamme Evolution est le symbole de la poussée innovante du groupe Epta **dans la conception, au niveau industriel**, de systèmes extrêmement **polyvalents et personnalisables** qui rendent le luxe et l'exclusivité accessibles sur une large échelle. Dans ce sens, la vaste gamme d'options déjà au catalogue associe également différents modules comme le meuble Semi-vertical, Rondelle/Curve et Torre/Prisme, disponibles avec des finitions aux nuances infinies.

**Corners
thématiques : plus
de valeur aux
produits frais
gourmet et
premium**

Ces meubles, développés pour **redonner un élan à la gamme des produits frais de la ligne**, se déclinent en propositions d'exposition capables de **séduire les consommateurs** intéressés par les produits de qualité supérieure. Dans ce sens, les **corners thématiques** sont dédiés aux spécialités des **cuisines internationales** - de l'italienne à l'asiatique - ou aux **références premium**, comme le fromage ou les jus de fruits. Un exemple parfait est représenté par la solution **Mozzarella**, qui vise à devenir le centre d'attraction d'une clientèle curieuse et raffinée. Un modèle pour exposer une ample sélection d'un des ingrédients les plus célèbres au monde, **dans un espace complètement customisé**. Il permet d'exploiter les surfaces non réfrigérées comme un présentoir d'exposition pour les produits complémentaires, dans une optique de cross merchandising.

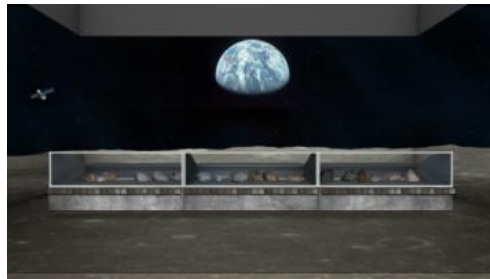
**Meuble Impact :
fonctionnalité
maximale pour les
produits frais et
très frais**

L'**Experience no Limits Concept** comprend aussi le meuble **Impact** signé Eurocryor, une solution super fonctionnelle, qui **intègre la présentation des produits frais emballés en libre-service, aux produits frais en service assisté**, dans un agencement unique. Récompensé lors de l'avant-dernière édition du prestigieux **Janus de l'Industrie**, Impact se distingue aussi par sa grande **ergonomie** : en effet, sa hauteur d'environ 1,30 m facilite le personnel dans le rechargement des produits, tout en assurant un confort d'accès au consommateur.

Des solutions spatiales singulières et des finitions inhabituelles

Le secteur Experience no Limits Concept trouve son expression dans les autres espaces interactifs thématiques : **Experience the Display Show et Experience the best Shopping Interaction**, un parcours qui guide le visiteur dans la « **voie des personnalisations** » d'Epta, où il sera séduit par des **finitions inhabituelles et des solutions d'exposition uniques** en leur genre.

Experience the Display Show



Dans la salle de la « projection mapping » le visiteur, entraîné dans une nouvelle approche narrative, se retrouvera dans un espace virtuel où différents plans perceptifs se rencontrent : les options de personnalisation de

Rossini Evolution Costan/Maxima Evolution Bonnet Névé deviennent l'emblème de la capacité du groupe de casser les schémas d'une scénographie surprenante, composée **d'écrans et de scénarios** ou d'éléments animés, en permettant aux clients de vivre un **moment immersif sans précédent**.

EptaExperience : et vous, de quel meuble êtes- vous ?

Sur le stand, un écran tactile de la salle de projection mapping permet aux visiteurs de personnaliser leur meuble : en effet, tel un mannequin dans un défilé, **Rossini Evolution Costan/Maxima Evolution Bonnet Névé**, « revêtent une robe » à chaque fois différente et cohérente avec les scénarios choisis par les visiteurs. Des plus simples aux plus bizarres, les images proposées recréent des décors réalistes des magasins et des esthétiques disponibles au catalogue, tel que le bois clair et la pierre travertin, jusqu'à façonner les points de vente dans des contextes imaginaires, de la jungle à la lune, **étonnant et attirant les visiteurs**.

Une immersion dans l'#EptaExperience

Dans la salle de la « projection mapping », où les suggestions visuelles sont infinies, les visiteurs pourront découvrir une succession d'effets sonores, de lumières et de mouvements de profondeur dans les espaces,

des contrastes forts au milieu de silences, d'espaces bleus, de couleurs et de musiques d'impact, qui **renforcent l'émotion de l'expérience et provoquent la curiosité et l'étonnement**. Le protagoniste est une petite boule de glace, cœur du groupe et symbole de son dynamisme, qui accompagnera le visiteur à la découverte des différents Point of Experience, origine de la devise « **#EptaExperience is the way !** » et du système innovant au CO₂ FTE.

Experience the best Shopping Interaction

Le protagoniste absolu de la salle des miroirs est le nouveau **Intersection**, dernier-né de chez **Eurocryor**. Une solution inédite, présentée **en avant-première à l'Euroshop 2017**, qui se distingue par **une esthétique** qui participe à améliorer la visibilité des produits frais présentés sous toutes leurs perspectives. Intersection c'est une vitrine exclusive conçue pour rapprocher le produit du consommateur et lui faire vivre une expérience d'achat qui fait de lui un protagoniste.



LA SOCIETE EN BREF

► **Raison sociale :** Epta S.p.A.

► **Siège :** Via Mecenate, 86 – 20138 Milano – Italie

► **Activités :** Groupe européen et Partenaire global dans le secteur de la réfrigération commerciale pour la Grande Distribution

► **Chiffres d'affaires :** plus de 800 millions d'euros

► **Président Directeur Général :** Marco Nocivelli

► **Employés :** 4.000

Site web: www.eptarefrigeration.com