

Epta lancia Eptology

Epta, gruppo attivo nel settore della refrigerazione commerciale per la distribuzione organizzata - con i suoi marchi **Costan**, **Bonnet Névé**, BKT, George Barker ed Eurocryor – ha presenziato a EuroShop, la Fiera Mondiale del Retail, che si è svolta a Düsseldorf dal 26 febbraio al 2 marzo. Questa manifestazione rappresenta un punto di svolta strategico per il



Il sito di Epta

Gruppo, dove ha esposto il portfolio completo dei prodotti e servizi offerti. Un investimento che conferma la volontà di Epta di essere punto di riferimento per soluzioni innovative ed eccellenti, per la Grande Distribuzione Organizzata. A Euroshop è stata presentata la nuova Eptology, una concezione che esprime la modalità con cui Epta e tutte le persone del Gruppo vivono, in concreto, la loro vocazione. Quality, Technology, Ecology e Passion: questi i valori cruciali del nuovo posizionamento e i fattori critici di successo, che guideranno l'Azienda nel futuro. Parole semplici, ma espressione di un profondo rigore basato sulla protezione dell'ambiente, sulla responsabilità

e l'etica del lavoro, sull'innovazione e l'efficienza, sulla valorizzazione delle risorse umane e dei propri Partner. Marco Masini, Direttore Marketing di Epta, ha dichiarato che "la nostra presenza ad EuroShop è stato un momento fondamentale per confermare, ancora una volta, l'impegno di Epta nel guardare alla sostenibilità, creando soluzioni sofisticate e personalizzate, volte al risparmio energetico ed alla tutela delle risorse ambientali".

Ritaglio stampa
Testata: ZEROSOTTOZERO
Pagina: 5
Diffusione: 3872
Data: Marzo 2011