

Comunicato Stampa

TREND 2022: EPTA PRESENTA STRATEGIE E MODELLI PER NUOVE ESPERIENZE NEL FOOD RETAIL

*"I **comportamenti d'acquisto** guidano, da sempre, la **trasformazione dei modelli di business** nel mondo **Retail**. Se il **2020** sarà ricordato come l'anno che ha condotto le Insegne a una più **rapida evoluzione** delle loro strategie, è troppo semplicistico sintetizzare il bilancio del **2021** e le previsioni per il **2022** come transizione verso il **new normal**"* dichiara **Giorgio de Ponti di Epta** - gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale - che continua *"Il **cambiamento** profondo nella **vita** personale e lavorativa delle persone ha, infatti, drasticamente **influenzato la sociologia dei consumi**, con conseguenti impatti sulle **strategie di marketing dei brand e dei Retailer**, oltre che sull'organizzazione degli spazi cittadini."*

Approfondiamo con il **Product Strategy Manager di Epta** i principali trend in atto nella Distribuzione Organizzata.

*"**Prossimità, customer journey e sostenibilità** sono le parole chiave della nuova concezione di fare Retail, che trovano conferma nel concept "**ville du quart d'heure**". Si tratta di un modello virtuoso, a misura d'uomo e rispettoso dell'ambiente, studiato per trasformare gli spazi urbani in realtà policentriche basate su economie locali. Un luogo dove i cittadini, **sfruttando** al massimo le opportunità offerte dalla **tecnologia**, possono trovare tutto ciò di cui hanno bisogno in un perimetro percorribile a piedi in **15 minuti**. Nel mondo della **GDO** questo si concretizza, oltre che nell'**accelerazione della crescita dei negozi di vicinato** - già in atto da diversi anni - nell'**ascesa**, negli ultimi mesi, di un format inedito, il **quick commerce**."*

Quali sono le caratteristiche chiave del quick commerce, l'innovativa formula che sta rivoluzionando il settore grocery?

*"Il quick commerce nasce per soddisfare l'esigenza di **ordinare prodotti online** e di **riceverli, a domicilio**, in una manciata di minuti. Il servizio, proposto da **nuovi player**, permette, tramite apposite **APP**, di ricevere un determinato set di articoli, in modo **comodo e rapido**. In dettaglio, la consegna viene effettuata **entro 15 minuti**, suddivisi tra fase di picking (circa 3 minuti) dal magazzino urbano limitrofo e delivery (circa 12 minuti) tramite operatori muniti di bicicletta elettrica. I **magazzini di prossimità** preposti allo **stoccaggio** di prodotti anche **freschi e surgelati** sono situati in **posizioni strategiche** nelle grandi **metropoli** e riforniti dei principali beni di consumo, con un assortimento di circa **1500-2000 referenze**. Lo scopo è, infatti, rispondere con un'**offerta mirata** ai gusti e alle preferenze degli acquirenti, garantendo altresì prodotti perfettamente conservati nelle loro caratteristiche organolettiche."* e continua *"In questo scenario*

sempre più dinamico, **Epta** supporta i Retailer con soluzioni in grado di **governare la complessità del nuovo paradigma**. Le soluzioni ad hoc proposte da **Epta** per il format sono le **celle modulari Misa** e **banchi a gruppo incorporato per freschi e surgelati firmati Costan**.”

Quali sono i plus dell’offerta integrata Epta?

“I plus della nostra offerta integrata sono principalmente due: il rispetto dei **vincoli acustici e tecnico-progettuali** previsti per la creazione di questa tipologia magazzini nei centri cittadini e un **uso razionale degli spazi** di stoccaggio, requisito fondamentale del quick commerce. Le **soluzioni Epta** assicurano **bassi livelli di rumorosità** e, essendo **self-contained**, sono adatte per **locali privi di sala macchine**. È infatti fondamentale disporre di soluzioni di refrigerazione che possano migliorare **l’efficienza della logistica**. Le celle Misa sono disponibili con dimensioni minime di **40cm** e moduli successivi di 20cm, per un’**ottimizzazione degli spazi** che rende funzionale il layout. È possibile optare per **pannelli con spessore da 60, 100 e 130mm**, finiture esterne e interne in **acciaio inox** e porte a **cerniera** o **scorrevoli**. Inoltre, a garanzia della massima **food safety** le soluzioni Misa sono trattate con il sistema antibatterico a ioni d’argento **Epta Food Defence**, per una protezione a contatto, permanente per tutta la sua vita utile.” e continua “Inoltre, i banchi **verticali** a gruppo incorporato per freschi e surgelati **Costan** offrono una **visibilità potenziata** degli articoli preconfezionati grazie alle **ampie vetrate**, a favore della **massima velocità di prelievo** dei prodotti. Questa si combina con **performance energetiche ottimali, dimensioni compatte** e un’**elevata capacità di carico**, all’insegna della redditività dei Retailer. Infine, il massimo rispetto dell’ambiente è garantito dall’utilizzo del refrigerante naturale propano **R290**.”

Come evolve il rapporto tra canali fisici e online?

“In Italia, nel 2021, **l’incidenza dell’online grocery share** ha **raggiunto il 5%***. Seppure il tasso di penetrazione di questo format sia destinato a crescere nel futuro, la spesa presso i **negozi fisici** continuerà ad essere **centrale**. Il nostro Paese, infatti, si caratterizza per una **solida cultura enogastronomica**, che coniuga le eccellenze **tradizionali** con sapori **etnici** e ricette **salutari**. Scegliere personalmente, **in-store, ingredienti freschi di qualità** per la realizzazione dei propri piatti è un must per la maggior parte degli italiani, incluse le **nuove generazioni**. Inoltre, superate le restrizioni del 2020, riaffiora la **voglia di shopping ed esperienzialità**. In tal senso, **Epta** è al fianco dei Retailer nell’ideazione di **aree espositive su misura**. Il primo passo è **l’analisi delle esigenze**, seguito dalla creazione di aree ad hoc. Un processo completo, offerto dal marchio **EptaConcept**, che si articola dalla definizione dell’allestimento, selezione e customizzazione delle vetrine, scelta di materiali, colori e illuminazione per creare la giusta atmosfera, fino all’installazione. L’obiettivo è la **valorizzazione**

dell'esposizione di **cibi e bevande** e una maggiore **interazione** tra i consumatori, i prodotti e il personale. Per il Team EptaConcept concepire un **punto vendita** esteticamente **piacevole** significa disegnare anche il **sistema di relazioni**. La **teatralizzazione** dei corner porta infatti il Cliente ad avere una **percezione più alta della qualità del cibo**, a favore di una **superiore fidelizzazione**."

Come ulteriore spinta al cambiamento nel mondo Retail, è sentita la necessità di creare un rapporto con i consumatori basato sulla condivisione dei valori?

"Certamente, oggi i consumatori sono alla ricerca di **qualcosa di più del semplice acquisto** di un prodotto. A seguito della crisi sanitaria, sta emergendo un'**economia dell'integrità**: i Clienti prediligono quindi **Insegne e brand sostenibili**, in grado di veicolare **valori positivi** nei quali riconoscersi. Epta, in linea con il principio della **Sustainable Innovation** supporta i Retailer nel mettere in luce un **approccio virtuoso**, consapevole che il "patto con il Cliente" si basi sempre più su **fiducia e responsabilità**. Il Gruppo, ad esempio, propone **sistemi a refrigerante naturale e banchi best-in-class** nell'ambito del nuovo regolamento **Energy Labeling**. Inoltre, le nostre soluzioni di refrigerazione all'avanguardia contribuiscono altresì all'incremento della **shelf life e riduzione del food waste**. Questi fattori permettono alle Catene della GDO di entrare in maggiore sintonia con i Clienti e raggiungere un pubblico più ampio e sensibile. Abbracciare una **filosofia orientata alla sostenibilità a 360° risulta**, infatti, premiante e riveste una forte attrattiva per i Consumatori, che, con le loro scelte, si sentono **parte di un cambiamento che influenzerà positivamente il futuro**"

*Secondo lo studio di una primaria azienda di consulenza Internazionale.

Epta. Advanced solutions for your store.

EPTA – Gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, opera a livello mondiale grazie ai suoi marchi **Costan** (1946), **Bonnet Névé** (1930), **Eurocryor** (1991), **Misa** (1969), **Iarp** (1983), e **Kysor Warren** (1882). Epta si posiziona, sul mercato domestico e internazionale come partner in grado di produrre e commercializzare sistemi completi per la refrigerazione, grazie all'integrazione di specifiche linee di prodotto quali: banchi frigoriferi tradizionali, verticali e semi-verticali positivi, verticali e orizzontali negativi, banchi a gruppo incorporato (Plug-in) per il settore Retail e Food&Beverage, centrali di media e grande potenza e celle frigorifere. Con sede a Milano, opera con quasi 6.000 dipendenti, vanta diversi siti produttivi sia in Italia che all'estero, una capillare presenza tecnica e commerciale in tutto il mondo, garantita da più di 40 presidi tecnico-commerciali.

Twitter: [@Epta_Group](#)

Facebook: [Epta](#)

LinkedIn: [EPTA GROUP](#)

Youtube: [EPTAspa.](#)

Instagram: [@Epta_Group](#)

Per ulteriori informazioni:

Lbdi Communication

Federica Cosmo – email: fcosmo@lbdi.it

Ginevra Fossati - email: gfossati@lbdi.it

Mobile +39 366533316

Tel. +39 02/43910069