



**WILLIAM PAGANI,**  
Group Marketing Director  
di Epta

## Epta: Click&Collect

Nel corso dei primi mesi dell'anno le abitudini di acquisto sono profondamente cambiate e si è assistito ad un'evoluzione nella sociologia dei consumi con l'esplosione del canale eCommerce e del Click&Collect

William Pagani, Group Marketing Director di Epta – gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale – dichiara: «Epta ha saputo affiancare gli Operatori della Grande Distribuzione nel cambiamento promuovendo alternative per agevolare i consumatori nel fare la spesa. Un impegno che si declina in innovazioni che contribuiscono a differenziare le possibilità di effettuare gli acquisti, come i nostri armadietti refrigerati #EPTABricks per il ritiro della spesa online, accessibile h 24». E continua «Servizi innovativi, comodità e sicurezza: l'esperienza dei primi mesi di quest'anno si rivelerà cruciale per ripensare ai format con un approccio nuovo. I trend che stanno emergendo saranno una guida per orientare il mondo Retail dell'immediato futuro» e conclude: «In Francia, ad esempio, dove gli #EPTABricks sono già molto diffusi e adottati da diverse tra le principali Insegne, quali Leclerc, Intermarché, Casino, Carrefour e

SuperU, i risultati sono evidenti e hanno registrato fino ad un +300% degli ordini, rispetto al 2019: un chiaro segnale della centralità che nei prossimi anni sarà rivestita, in tutte le catene, dall'omnicanalità». La soluzione Epta per il Click&Collect sono dunque gli #EPTABricks, armadietti refrigerati creati dal Gruppo in collaborazione con il suo Polo di Innovazione Digitale. Consentono ai Clienti di ritirare, dove e quando vogliono, anche al di fuori degli orari di apertura dei negozi, i prodotti food e non food ordinati sul sito dell'Insegna. Progettati per assicurare la più alta flessibilità, 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 dei freschi e surgelati. Inoltre, da oggi sono ancora più compatti, grazie all'integrazione dello schermo di comunicazione (Master) all'interno delle colonne degli armadietti.

Quello che può sembrare un "semplice" canale alternativo di vendita è in realtà un modello di business che ha evidenziato le sue potenzialità proprio in epoca di pandemia, per la sua flessibilità, gestibilità operativa e per il valore aggiunto erogato al cliente anche sul fronte della fidelizzazione: non solo la quota qualità del prodotto o convenienza, ma anche l'accessibilità sta diventando variabile discriminante della scelta. Quante volte è circolata la battuta "c'è troppa coda, vado da un'altra parte!" in questo periodo?

Il locker rende disponibile qui e subito una merce ordinata a suo tempo e con la semplicità di un allungamento di percorso dall'ufficio a casa che includa un transito dal punto vendita si evitano non solo le code all'ingresso o alle casse, ma anche i

**"La progettazione di uno spazio dedicato a questo servizio è sempre più curata in maniera 'partecipata', perché le insegne GDO che hanno scelto di affrontare questo percorso lo fanno in maniera sempre più consapevole e sempre più organizzata"**

tempi di attesa di una consegna a casa che obbliga ad essere presenti in un dato momento a una data ora.

Un vero e proprio nuovo modello di business, che vede però impegnati i produttori non solo e tanto in qualità di fornitori, ma

come veri e propri consulenti organizzativi, nel determinare le dimensioni dei moduli da installare, la loro quantità, la loro collocazione come già detto, la loro prassi di gestione ordinaria e di manutenzione ai fini del rispetto dei canoni di servizio dell'alimentare in particolare, vista la severa legislazione del Codex Alimentarius e dell'HACCP e gli standard di qualità sempre più rigorosi a cui si devono impegnare le insegne per tutelare quella fedeltà al marchio che è il capitale più prezioso nella Grande Distribuzione.

### NON È UNA VETRINA E NON È UN VANO DI STOCCAGGIO

Questo nuovo strumento ha anche una sua manutenzione e una sua caratterizzazione specifica, che deriva dalla tipologia di uti-

lizzo (è uno strumento che raggiunge la sua efficienza quando il tasso di rotazione della merce al suo interno è il più alto possibile), ma questo richiede una sua solidità e una sua organizzazione precisa: non è una vetrina e non è un vano di stoccaggio di merce a lunga scadenza, ma ha una necessità di mantenimento della temperatura prevista forse ancora più rigorosa di quanto non sia quella ottenibile nel banco o nell'armadio frigorifero, per l'assenza di inerzie termiche d'insieme della merce collocata.

È un tema che ha visto impegnate le aziende produttrici in un lavoro di qualificazione specialistica delle reti assistenza, che hanno dovuto comprendere le logiche di un prodotto fuori dagli standard tradizionali, ma le stanno recependo in maniera

Ritaglio stampa  
Testata: Zerosottozero  
Pagina: 76-78  
Diffusione: 4.000  
Data: Settembre 2020

Gli #EPTABricks possono essere collocati ovunque e risultano particolarmente adatti all'interno dei quartieri residenziali, lungo il percorso casa-lavoro, all'interno o in prossimità delle grandi Aziende, vicino a punti vendita o alle stazioni di servizio. Permettono così di sfruttare al massimo aree strategiche dove si muove una nuova tipologia di consumatori esigenti e alla ricerca di una soluzione di spesa veloce durante i brevi tragitti giornalieri.

Sistema che combina praticità e sostenibilità, gli #EPTABricks, 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. Contribuiscono altresì a semplificare le vendite, grazie alla facilità nel gestire gli ordini online tramite un sistema che si connette alla piattaforma e-commerce dell'Insegna.

Affidabilità ed efficienza sono oggi più importanti che mai. Con l'obiettivo di supportare i Retailer, Epta offre, per i parchi #EPTABricks così come per tutti i suoi impianti e soluzioni refrigerate, programmi EptaService di assistenza after-sales e di telemonitoring. Servizi all'avanguardia volti a garantire continuità di esercizio monitoraggio costante di tutti i parametri ed interventi tempestivi 24/7 in caso di necessità, operando sempre in condizioni di massima sicurezza.



positiva anche vista la potenzialità espansiva che questi strumenti stanno avendo in settori che ampliano gli orizzonti del locker oltre la distribuzione alimentare da supermercato.

Se la questione GDO ci porta infatti dentro un ambito organizzativo di dimensioni piuttosto consistenti e facilmente codificabili, l'applicabilità della distribuzione attraverso il locker di tutto quello che è ristorazione è un orizzonte ancora non delineato, ma che crea apparentemente una varietà di situazioni davvero importante e densa di conseguenze sia in termini di volumi commerciali sia sul fronte dell'articolazione dell'offerta. Partiamo da una considerazione: la conservazione a basse temperature del pasto preparato e il suo rinvenimento a forno sono prassi consolidate in una ristora-

zione che è sempre più differita e sempre meno tabuizzata nella prassi ormai diffusa di scindere il momento della preparazione e quello del consumo. Questo porta a metodi come la cucina sottovuoto, il pasto refrigerato o surgelato che si connotano come altrettante opportunità di preparazione idonee ad una consegna effettuata attraverso il locker a temperatura refrigerata o surgelata. E se questa constatazione delinea una coerenza fra il prodotto e il modello distributivo, la grande e ancora inesplorata prateria è quella delle formule di distribuzione e dei target raggiungibili.

#### AMPIE RICADUTE E OPPORTUNITÀ

I target in questo caso sono decisamente ampi: andiamo dalla possibilità di ridurre l'assembramento

in ambito di ristorazione collettiva dotando uffici e aziende di locker con un potenziale di differenziazione del servizio e di contenimento dello spreco derivante dalla programmazione dei quantitativi in ragione delle preferenze espresse, fino a soluzioni salva coda per entità più piccole e non dotate della potenza organizzativa che ha ridato vita ai drive-in (vedi McDonald's nei tempi della Fase 2 post lockdown).

Ma non solo: il pasto differito gestito attraverso locker è un'opportunità per ampliare i confini della ristorazione commerciale, rendendola disponibile su una base oraria più ampia a un pubblico che la vuole gustare a casa propria senza incorrere nel problema della telefonata alla ricerca di un posto e della risposta "Ci spiace, ma tutti i

tavoli sono prenotati!", rischio frequente in un momento in cui il social distancing diminuisce il numero di coperti ammissibili in sala.

Si tratta di soluzioni di emergenza innescate dalla pandemia? A nostro avviso no, anzi: il locker configura un vero e proprio modo diverso di consumare che apre se vogliamo realmente all'utilizzo sempre più allargato del freddo come servizio fondamentale e portante di un nuovo stile di vita, in cui la ristorazione evoluta si serve dello strumento per trovare un nuovo equilibrio fra qualità del prodotto, valore aggiunto del servizio e prezzo. Questo comporta un'acquisizione di consapevolezza da parte dell'utente cioè del ristorante, così come è in corso in modalità sempre più incisive e rigorose nella GDO, ma richiede

Ritaglio stampa  
 Testata: Zerosottozero  
 Pagina: 76-78  
 Diffusione: 4.000  
 Data: Settembre 2020

uno scatto in avanti da parte di quel mondo che fino ad oggi ha gestito il banco frigo nel punto vendita e spinge a una visione dell'elemento freddo come parte sempre più integrata di situazioni diffuse nella vita quotidiana. Ci spingiamo più in là per arrivare forse a orizzonti futuribili, ma abbiamo già visto farmacie gestire in forma automatica l'impegnativa, con il farmacista che leggendo con lo scanner il codice a barre dell'impegnativa riceve da un sistema automatizzato il farmaco sul proprio banco di servizio: bene, che cosa impedisce di gestire gli orari di chiusura con sistemi di accertamento della prescrizione per via telematica e il ritiro del farmaco da un locker con accesso digitale accoppiato al codice di prenotazione?

#### NUOVE CONDIZIONI DI DISTRIBUZIONE

Sogniamo? Non ci sembra: già oggi il locker sta diventando un "servizio noleggiabile", che permette a operatori diversi di avvalersi dei punti di consegna con la massima flessibilità, un po' sul modello Amazon.

Una logistica di dettaglio si presta a creare nuove condizioni di distribuzione di merci la cui disponibilità abbiamo considerato finora legata agli orari di apertura e che invece si presta a vedere anche attività come la piccola gastronomia o il ristorante aperte "fuori orario" grazie a locali locker a disposizione di una clientela dotata di codici d'accesso ad ambienti dedicati alla conservazione.

Lo scenario che proponiamo non è forse il più realistico allo stato attuale del know how da parte dei fruitori, ma stiamo parlando di applicazioni possibili di prodotti esistenti a fronte di esigenze che – Covid-19 o non Covid-19 – permeano il merca-



to, sia quello dei consumatori innovativi e pionieri, i venticinque-trentacinquenni – sia ambiti spinti in questa direzione da ragioni di necessità e comodità insieme, come le famiglie o chi ha stili di vita o orari di lavoro

**Il mercato della refrigerazione ha una potenziale duttilità che lo spinge nella direzione di una vera e propria pervasività capillare, gestibile grazie anche alla crescita della tecnologia in direzione dell'efficienza e della sostenibilità**

che generano disagio o difficoltà ad accedere ai pur prolungati orari di apertura.

Che cosa ha fatto la pandemia in questo senso? Ha solo esplicitato o esasperato fenomeni sociali e approcci commerciali che ci portano a non voler dipendere in qualità di consumatori dal punto vendita e dai vincoli che portano anche a resistenze ad aperture 24x7 per le ragioni più varie, dal rapporto di "dipendenza" con tutto ciò che è intrattenimento commerciale alle motivazioni di operatori della distribuzione e della ristorazione che non hanno più giorni liberi o feste canoniche da passare in famiglia.

E il locker che cosa diventa? Uno strumento decisamente dotato di potenzialità risolutive, ampie nella loro panoramica e durature nella capacità sostan-

ziale di eliminare alcune tare della modernità come il limite di posti disponibili in un ristorante o la coda al supermercato, coda anche all'ingresso in periodo di Coronavirus.

Chi opera nel settore lo fa oggi con uno sguardo sereno rivolto al futuro, per una ragione anche molto concreta: la domanda di questi strumenti e di queste soluzioni è stata indirizzata dagli operatori della grande distribuzione verso i loro classici fornitori di freddo.

La motivazione è semplice: il capitale di fiducia che le grandi aziende di questo settore, fra cui molte italiane, hanno in cassaforte è la variabile di scelta determinante per affrontare un percorso innovativo con la serenità che deriva dall'affidabilità e dalla reputazione di questi grandi nomi.

Niente vieta l'ingresso di nuovi operatori sul fronte del prodotto, certo è che il basso numero di competitor che si affacciano su questo mercato dà la sensazione che la componente di servizio, sia in fase di progettazione del sistema locker da installare sia in fase di assistenza e mantenimento di efficienza ed efficacia operativa, è determinante quasi quanto se non forse più che il prodotto stesso.

#### TECNOLOGIA E FLESSIBILITÀ

In che direzione ci porta questa riflessione? Ci porta a dire che il mercato della refrigerazione ha una potenziale duttilità che lo spinge nella direzione di una vera e propria pervasività capillare, gestibile grazie anche alla crescita della tecnologia in direzione dell'efficienza e della sostenibilità, ma comporta anche una flessibilità operativa e organizzativa che è il futuro positivo, concreto e ricco di lavoro e opportunità che gli operatori della filiera hanno davanti. ■

Ritaglio stampa  
 Testata: Zerosottozero  
 Pagina: 76-78  
 Diffusione: 4.000  
 Data: Settembre 2020