



Ritaglio stampa
Testata: Rivista del Vetro
Pagina: 31-33
Diffusione: 3.800
Data: Marzo 2021



Quattro chiacchiere con Edy Fontana, Factory Glass Manager di Epta che ci racconta origini, percorso e partnership vincenti di un grande Gruppo industriale, oltre alle ultime tendenze nel mondo della Grande Distribuzione

a cura di Simona Piccolo

Le origini del Gruppo Epta risalgono al 2003, come evoluzione di un progetto iniziato nel 1986 con l'acquisizione di Costan di Limana e sono strettamente connesse con il genio e la capacità imprenditoriale del suo fondatore, Luigi Nocivelli. Grazie ad una strategica politica di acquisizione di marchi italiani ed esteri, leader nei rispettivi segmenti di mercato, Epta allarga i suoi confini diventando una realtà internazionale specializzata nella refrigerazione commerciale. Dal 2011 il testimone è passato alla seconda generazione, nelle mani di Marco Nocivelli, che continua a guidare Epta seguendo l'esempio e gli insegnamenti del fondatore. Ad oggi il Gruppo, grazie all'esperienza e alla sinergia dei suoi marchi Costan, Bonnet Nèvé, Eurocryor, Misa, Iarp e Kysor Warren e alla gestione diretta dell'intera catena del valore, propone un'ampia gamma di sistemi e tecnologie per la refrigerazione commerciale nei settori Retail, Horeca e Food&Beverage.

Evoluzione dell'azienda

Epta, con headquarter a Milano, vanta una solida posizione competitiva nelle diverse aree di business ed è ben bilanciata geograficamente. Una presenza globale assicurata dai sei marchi e da presidi tecnico-commerciali diretti e indiretti in oltre 40 Paesi, un organico di quasi 6.000 dipendenti e 11 unità produttive site a Limana, Solesino, Casale Monferrato e Pomezia in Italia, Hendaye in Francia, Bradford nel Regno Unito, Columbus negli USA, Rosario in Argentina, Corlu in Turchia, Qingdao in Cina e Cha-Am in Thailandia, per una superficie coperta totale di oltre 330.000 m² ed una capacità produttiva annua di 230.000 unità.

Mercato, suo sviluppo e tendenze future

Oggi più che mai nel mondo Retail è in atto un'evoluzione/ rivoluzione dettata da una clientela più esigente, nuovi trend

di consumo e stringenti regolamentazioni internazionali, in continuo aggiornamento. Le insegne della Grande Distribuzione si stanno riposizionando e al cuore della loro strategia vi sono: omnicanalità, innovazione tecnologica, declinata anche in sistemi sempre più sostenibili e format più piccoli, che puntano però ad una migliore valorizzazione della customer experience in termini di coinvolgimento, personalizzazione, servizi aggiuntivi, sempre con un occhio di riguardo all'efficientamento energetico. In uno scenario, dunque, che muta a ritmi sempre più incalzanti il Gruppo Epta, forte di un approccio integrato, affianca gli operatori della Grande Distribuzione e dei settori HoReCa e Food&Beverage nel confrontarsi con i cambiamenti in atto. Un supporto che si declina concretamente nell'offerta di un servizio completo e integrato, volto ad affiancare i clienti durante ogni fase del loro progetto di #storevolution per punti di vendita più attrattivi, efficienti e sostenibili. Una necessità, quest'ultima, sempre più sentita dal mercato, tanto da portare negli ultimi anni ad un forte incremento nella richiesta di soluzioni tecnologicamente avanzate e dotate di coperture e porte vetrate in un'ottica di efficientamento e risparmio energetico. È per questo che Epta ha creato un reparto vetreria che copre un'area di 4.800 m² presso lo stabilimento di Limana, per la produzione in house delle coperture vetrate dei banchi.

Elementi che hanno contribuito alla crescita

Il piano di sviluppo dell'azienda si articola da sempre in una crescita dimensionale perseguita sia per linee interne che esterne. Avanguardia tecnologica, professionalità e affidabilità: la forza del Gruppo Epta è testimoniata, in primis, dai costanti investimenti in tecnologia e innovazione per un totale di 108 milioni di euro negli ultimi tre anni. Una vision che coniuga una vocazione per la ricerca e sviluppo di prodotti avanzati ed efficienti per ogni segmento di business con un servizio dall'elevato valore aggiunto. La sua strategia per

Ritaglio stampa
Testata: Rivista del Vetro
Pagina: 31-33
Diffusione: 3.800
Data: Marzo 2021

In vetreria EPTA



linee esterne si traduce, invece, in una continua espansione internazionale attuata puntando sulla diversificazione. Tre gli assi portanti: acquisizione di aziende complementari al core business del Gruppo, ingresso in nuovi Paesi e consolidamento delle partnership in essere. Tali accordi gli permettono altresì di crescere insieme ed essere ancora più competitivi, beneficiando delle reciproche competenze.

Cliente e fornitore: quali sono le leve per un rapporto vincente

Il servizio al cliente rappresenta un asset strategico per Epta, fondato sulla precisa volontà di agire con correttezza e trasparenza instaurando una relazione positiva, di collaborazione, di dialogo costante e di reciproca fiducia. Allo stesso modo, nelle vesti di cliente il Gruppo Epta si aspetta di ricevere dai propri fornitori le stesse attenzioni, scegliendo partner commerciali in linea con la propria filosofia. In uno scenario di mercato sempre più globale e caratterizzato da una forte concorrenza, consolidare costantemente la relazione con le aziende partner come LSEC, in chiave win-win, diviene una leva di fidelizzazione di cruciale importanza. La costruzione di tale rapporto si basa principalmente su un processo di comunicazione efficace tra le parti, finalizzato all'ascolto attivo delle necessità del Gruppo, a cui LSEC ha sempre dato risposte puntuali.

Un atteggiamento costruttivo, che pone dunque le basi per la creazione di una cornice di collaborazione più armoniosa, che si traduce nella pratica di ogni giorno in una gestione più fluida e veloce dell'intero progetto ed un allineamento costante sul risultato finale, di grande soddisfazione per ambo le parti.

Come LSEC ha contribuito alla crescita di Epta

La previsione di una crescente richiesta dal mercato di soluzioni dotate di porte e coperture vetrate per abbattere i consumi energetici, in ottemperanza alle attuali Direttive Europee, ha spinto l'azienda a perseguire già dal 2014 una strategia di internalizzazione delle fasi di lavorazione e assemblaggio del vetrocamera, anticipando i trend del settore. Grazie dunque a un importante investimento il Gruppo ha creato un proprio impianto vetreria, dotandosi delle tecnologie e delle competenze necessarie per realizzare alcune centinaia di migliaia di vetri monolitici e vetrocamera/annui. Dal punto di vista dell'affidabilità tecnologica e delle soluzioni per l'automazione intelligenti, LSEC detta i canoni in termini di qualità e tecnica, posizionandosi tra i principali player nel settore. Da oltre 50 anni, infatti, LSEC offre soluzioni nell'ambito della lavorazione e finitura del vetro piano. Un'ampia gamma che comprende sistemi di taglio e smistamento, componenti singoli e linee complete per la produzione di vetrocamera e stratificato, oltre a macchinari per la lavorazione degli angoli del vetro e impianti di tempratura. Un aspetto importante che Epta tiene a sottolineare è il prezioso contributo che l'azienda ha apportato alla crescita del suo business, non soltanto con la fornitura degli impianti ma anche attraverso la trasmissione all'interno di competenze e conoscenze tecnologiche uniche. Un partner serio, dunque, che si è anche rivelato un'importante fonte di apprendimento e con cui, fase dopo fase, il Gruppo Epta ha dato vita ad un rapporto orizzontale di scambio di know how tra tutti gli operatori coinvolti nel progetto. ■

Ritaglio stampa
Testata: Rivista del Vetro
Pagina: 31-33
Diffusione: 3.800
Data: Marzo 2021