



EptaConcept, foco de atracción para nuevos clientes

La compañía considera un “éxito” su participación en Hostelco

04/05/2022



infoRETAIL.- Epta ha mostrado su satisfacción tras su primera participación en Hostelco. “Hemos ido a demostrar cómo somos capaces de ayudar a las empresas de retail en sus diseños interioristas”, declara el responsable de Marketing de Epta Iberia, Diego Ortega. La firma destaca que ha conseguido cerca de un 20% de nuevos posibles clientes durante el evento, siendo los profesionales especializados en Food & Beverage, en horeca y retail, los que más interés han mostrado en su despliegue.

La compañía especializada en refrigeración comercial para la distribución alimentaria mostró a los asistentes a su stand el EptaConcept, el servicio especializado en dar forma a espacios comerciales, córneres, quioscos originales y hechos a medida. Así, ha recreado un ejemplo de espacio take-away, diseñado específicamente para esta ocasión en el que se han integrado equipos de las marcas Iarp y Epta.

Por otro lado, los productos que más han destacado en la feria han sido el mueble semivertical, Joy 30, diseñado especialmente para adaptarse a tiendas de distinto tamaño; Funky, el nuevo plug-in compacto de la marca Costan que encaja en un lineal de seco para poder hacer venta cruzada; la nueva isla de autoservicio Cornice de Eurocryor; las vitrinas de helados Delight 7 y Glee X Slim o el Glee Glass Wine, de la marca Iarp; entre otros.

“Como experiencia piloto ha sido todo un acierto. Estamos muy satisfechos por dar a conocer tanto los equipos para la hostelería como los servicios para el diseño e integración de equipos de frío”, concluye Ortega, que asegura que se han cumplido con los objetivos fijados. Ahora, el siguiente paso, es avanzar de forma fructífera con las relaciones de los nuevos contactos alcanzados.