



EPTA: IL REGNO DEL FREDDO



Eccellenze italiane nel mondo

Epta è un gruppo multinazionale specializzato nella produzione e vendita di sistemi per la refrigerazione commerciale e offre una grande varietà di soluzioni per la conservazione e l'esposizione di prodotti freschi e surgelati. Il gruppo vanta una posizione competitiva mondiale forte e bilanciata sia geograficamente che nelle diverse aree di business, grazie ai suoi marchi Costan, Bonnet Névé, George Barker, Eurocryor, Misa e Iarp. Con headquarter a Milano, Epta opera con un organico di 4.000 dipendenti, una capacità produttiva annua di 100mila unità ed un fatturato di circa 650 milioni di euro. Una realtà dall'identità italiana, dotata di strategici presidi commerciali in 35 Paesi e 11 unità produttive di cui: 4 in Italia (a Limana, Solesino, Casale Monferrato e Pomezia), 3 in Francia e 1 nel Regno Unito, in Argentina, in Turchia, in Cina e in Thailandia. Una capacità competitiva che abbraccia tutto il mercato del Freddo e guarda con interesse ai Paesi Emergenti, in cui Epta è già ben radicata. Abbiamo incontrato il Dott. Luca Ballerio, Direttore Sistemi Informativi, per conoscere più da vicino questa "eccellenza italiana nel mondo".



Made in Italy:	SUCCESS STORIES: EPTA GROUP
©	REDAZIONE ITALIA DA GUSTARE



Intervista a cura di Alessandro Trani

Dott. Ballerio, come nasce questa bella storia italiana?

È la storia di un successo partito dall'Italia nel 1986 con il marchio Costan e sviluppato grazie ad una politica di espansione basata sull'acquisizione di importanti brand esteri e sui continui investimenti in ricerca e sviluppo, puntando su soluzioni innovative e sempre più efficienti, per accelerare la crescita nei mercati emergenti e consolidare il business in quelli maturi. Negli ultimi anni, Epta ha infatti rafforzato la propria presenza in Sud America, oltre che in Medio Oriente, Arabia Saudita, Europa Sud Orientale e Asia Occidentale. Infine, il Gruppo si è esteso ulteriormente negli ultimi due anni grazie all'unione, nel 2013 con l'italiana Iarp e, nel luglio scorso, con l'inglese Cold Service Group Limited.

Quali sono i prodotti di punta dell'Azienda?

Core business del Gruppo è la produzione e commercializzazione di sistemi completi per la refrigerazione commerciale, realizzati grazie all'integrazione di specifiche linee di prodotto proposte dai nostri brand. Dai banchi tradizionali a temperatura positiva e negativa, ai banchi a gruppo incorporato, dalle celle frigorifere alle centrali di media e grande potenza. Due nuove soluzioni, presentate ad Euroshop 2014, sono "GranVista", eccellenza della tecnologia REV UP (un banco frigorifero verticale inedito, completamente reingegnerizzato, efficiente e multisensoriale) e il primo *temporary shop* refrigerato (uno spazio espositivo mobile e completo di banchi frigoriferi, nato dalla collaborazione tra l'Innovation Center di Epta e il Politecnico di Milano).

Qual è il segreto del successo del Gruppo Epta, soprattutto in tempi non facili per le nostre multinazionali?

La nostra "formula" per il successo è racchiusa in: innovazione, sostenibilità, e soluzioni tailor-made. In primo luogo, l'innovazione tecnologica è una caratteristica peculiare dei prodotti del Gruppo Epta e garanzia di importanti traguardi raggiunti nella salvaguardia delle risorse energetiche e nella riduzione dell'impatto ambientale. Inoltre, Epta eccelle anche nella personalizzazione dell'offerta, coniugando merchandising e sistemi per la refrigerazione di nuova generazione. Le competenze specialistiche di ogni brand consentono di proporre sistemi ideali per ogni ambito applicativo, dai Discount, agli Ipermercati, ai negozi di prossimità fino al settore Horeca.

Ritaglio stampa
 Testata: 24orenw.it
 Data: 12 Dicembre 2014

I Sistemi informativi sono centralizzati?

Sì. A partire dal 2000, a seguito delle acquisizioni di realtà diverse tra loro, si è resa necessaria l'unificazione dei sistemi e la centralizzazione delle funzioni aziendali. Il driver fondamentale è stato la ricerca di una soluzione in linea con l'obiettivo del Gruppo, che era quello di razionalizzare e creare un modello ben strutturato ma semplice e lineare, facilmente replicabile ed espandibile. Cercando soluzioni tecnologiche consolidate, abbiamo identificato e acquisito il sistema ERP che meglio rispondesse alle nostre esigenze, che ha semplificato di molto i processi e il mondo applicativo.

Quanto è importante per la vostra realtà la continuità del servizio?

È di vitale importanza. Poiché i nostri prodotti devono dare un servizio continuativo abbiamo dovuto fronteggiare un problema di continuità di servizio nel territorio europeo ma anche *world-wide*. Continuità per noi significa dare 24 ore di servizio effettivo in ogni nostra sede, che si trovi a Roma, in Cina, in Argentina o in altra parte del mondo. Quindi ci siamo dovuti dotare di adeguate tecnologie e procedure automatizzate, affrontando problematiche che impattavano le logiche di back-up/restore, di lancio delle classiche applicazioni batch sui sistemi... non ultimo il tema del Disaster Recovery... Nel 2005 siamo passati dai vecchi sistemi Digital ai sistemi IBM: attraverso un percorso di affinamento progressivo nel 2011 abbiamo completato l'allestimento del sito di DR, con capacità di calcolo ridotta rispetto a quella della sede centrale, ma capace di erogare tutti i servizi vitali.

Con quali partner avete affrontato il DR, e dove si trova il sito?

La sede iniziale è stata Limana, con logica di aggiornamento asincrono (ogni 24h). Oggi la logica asincrona non è più in linea con le esigenze del monitoraggio dei punti vendita, le interazioni con gli spedizionieri e il controllo di certi processi industriali in tempo reale. Abbiamo iniziato, con il nostro partner tecnologico IAN, una revisione massiccia della logica del DR mettendo in discussione per prima la location di DR, soprattutto per un discorso di costi (di trasmissione dati e spostamento del personale). Abbiamo quindi optato per il sito di Casale Monferrato (Iarp) che, per caratteristiche e posizione geografica, consente più veloci tempi di ripristino del servizio. IAN, 'system integrator' e nostro partner tecnologico strategico, ci affianca da diversi anni, conosce bene la nostra realtà ed è molto efficiente nel proporci risposte adeguate ad ogni nostra esigenza. È la politica che seguiamo anche con altri partner.

L'argomento della refrigerazione è strettamente legato alle tematiche di Expo 2015, soprattutto in termini di Cultura dell'Alimentazione. Expo 2015 rappresenta per voi una opportunità interessante?

Certo, Epta infatti partecipa all'interno di ANIMA al Progetto di Confindustria nel Padiglione Italia. Expo2015 è un'importante occasione per presentare i nostri nuovi progetti e soluzioni, che si allineano perfettamente con il tema "Feed the planet. Energy for life", fil rouge dell'Esposizione Universale. I nostri obiettivi principali sono, infatti, la garanzia dei più elevati standard di conservazione degli alimenti, il continuo miglioramento dell'efficienza energetica, assicurando nel contempo una shopping experience più piacevole per il consumatore e proficua per il retailer. Un primo esempio è lo "Shop in Shop", a cui ho già brevemente accennato prima, lanciato in occasione della Milano Design Week 2014. È il primo "temporary store del freddo", realizzato in collaborazione con il Politecnico di Milano, ideale per organizzare show cooking, vendite occasionali legate ai territori o per specifiche ricorrenze all'interno di centri, ristoranti, nelle piazze, ovunque si voglia.