

punto vendita



## Il primo temporary del freddo

Shop in Shop è un progetto sviluppato da **Epta** e POLI.design per offrire nuove possibilità di vendita al settore dei freschi con un approccio innovativo e modulare

Protagonista della Milano Design Week 2014, al centro dell'evento 'Il design e la progettazione dei nuovi spazi dell'HoReCa', Shop-in-Shop è stato sviluppato, per Expo 2015, dall'Innovation Center di **Epta**, con la collaborazione di POLI.design – Consorzio del Politecnico di Milano. Primo temporary shop refrigerato è una location innovativa e scenografica, ideale per organizzare show cooking, vendite occasionali legate ai territori o per specifiche ricorrenze. All'origine vi è un'approfondita analisi del settore, condotta da un team di designer ed architetti italiani e stranieri, partecipanti al contest del corso 'HoReCa Design', da cui è emersa la necessità di far incontrare due mondi: il settore



A46

Ritaglio stampa  
Testata: Allestire  
Diffusione: 8.000  
Pagina: 46-49  
Data: Maggio 2014





della refrigerazione, caratterizzato in passato da una staticità dovuta alla scarsa mobilità degli arredi e il nuovo modello del pop-up Retail.

Fra tradizione e modernità, il progetto ha portato alla creazione di uno spazio espositivo mobile, completo di banchi frigoriferi, che si sviluppa attorno ad un elemento centrale in legno e cartone, a forma di albero. Il team coinvolto ha reinterpretato le modalità di utilizzo dei banchi, creando un'area di vendita costituita da plug-in, elementi refrigeranti più flessibili e plug&play rispetto agli arredi tradizionali. A questi sono stati associati specifici elementi strutturali, come ad esempio un desk per la degustazione, uno spazio demo e un pavimento flottante, concepiti per accompagnare il consumatore all'intero della nuova filosofia di 'nomadismo' del freddo.

In linea con i valori dell'Esposizione Universale, Shop-in-Shop rispetta l'ambiente: tutti gli elementi dedicati alla degustazione dello store sono, infatti, rivestiti con materiali riciclati o completamente naturali. Infine, è modulare, personalizzabile al 100%,



per trasformarsi facilmente in un eco food store che valorizza al massimo la vendita 'dal produttore al consumatore', superando i confini del concetto di supermarket. 'Nutrire il Pianeta. Energia per la vita': alimentazione, sostenibilità, ricerca e sviluppo, sono questi i focus del nuovo formato itinerante, esemplare connubio tra tecnologia e design, che sposa a pieno la missione di Expo 2015.

**Abbiamo chiesto all'ingegner Giorgio De Ponti, dell'Innovation Center di Epta e docente al Politecnico di Milano, di illustrarci meglio la filosofia del progetto e le caratteristiche essenziali.**

**Allestire – Come nasce Shop In Shop?**

**De Ponti –** Il progetto nasce da una approfondita analisi del settore finalizzata a comprendere non solo le caratteristiche strutturali del mercato ma anche le sue criticità. Ne è emerso un dato significativo: la necessità di mobilità. Il settore, infatti, richiede

Ritaglio stampa  
Testata: Allestire  
Diffusione: 8.000  
Pagina: 46-49  
Data: Maggio 2014



**punto vendita**



un format che non sia solo bello e funzionale, ma soprattutto flessibile e mobile, adatto dunque sia per eventi itineranti sia per un utilizzo stabile. Per questo la collaborazione tra l'Innovation Center di **Epta** ed il POLI.Design si è focalizzata principalmente su questo aspetto e il risultato è stato presentato in occasione della manifestazione Euroshop e durante il Fuori Salone di Milano.



**Allestire – Quali sono le caratteristiche principali?**

**De Ponti** – Il punto focale era la definizione di una soluzione modulare, flessibile e riutilizzabile. Per questo abbiamo lavorato su due fronti: da un lato abbiamo impiegato i banchi frigo **Costan**, adattandoli a questa nuova funzionalità, attraverso una serie di elementi che li rendessero autosufficienti e facilmente componibili. Abbiamo, infatti, dotato il sistema di ruote bloccabili per facilitarne il trasporto e abbiamo studiato materiali che fossero facilmente personalizzabili e customizzabili. Dall'altro, la ricerca ha riguardato non solo i moduli refrigerati ma anche tutti gli elementi complementari e decorativi. Abbiamo individuato, quindi, gli elementi adatti a svolgere diverse funzioni o semplici da integrare per rendere l'installazione adatta per qualsiasi esigenza (da uno show cooking a banchi degustazioni), lavorando poi sui materiali e le finiture (dal pavimento flottante per ospitare tutta la parte di impiantistica, agli elementi decorativi come gli alberi in legno e cartone alveolare). Inoltre, abbiamo scelto di offrire la possibilità di personalizzare il modulo in piena libertà, sia con l'inserimento di materiali di finitura, che con scritte e loghi per valorizzare il brand. Il tutto nel pieno





#### **Allestire – Sviluppi futuri?**

**De Ponti** – *Stiamo attualmente pensando a diverse implementazioni, che vanno dall'alimentazione dei banchi con refrigeranti naturali alla totale autosufficienza energetica grazie a moduli fotovoltaici da installare per utilizzi all'esterno. Chiaramente il nostro lavoro futuro si indirizza soprattutto sull'evoluzione tecnica e tecnologica del prodotto: ulteriori sviluppi potranno arrivare direttamente dai nostri clienti, che utilizzando il modulo potranno sperimentare e dunque suggerire migliorie e modifiche, ma soprattutto potranno sperimentare l'estrema modularità per creare progetti originali e nuove tipologie di applicazione.*

rispetto delle normative vigenti dal punto di vista energetico ed il minimo impatto ambientale: i materiali per le finiture sono infatti naturali o riciclati/riciclabili.

#### **Allestire – Il Target?**

**De Ponti** – *Shop in Shop nasce per offrire al settore del fresco un nuovo concetto di esposizione e di relazione con il cliente. Abbiamo inizialmente studiato questo concept per un utilizzo principalmente nel segmento GDO, ma sviluppando il progetto abbiamo visto come la flessibilità marcata offra una versatilità di applicazioni estremamente ampia. Pensiamo ad esempio ai produttori di alimenti freschi, che operano una distribuzione a chilometro zero o al mondo dell'Ho.Re.Ca: in occasione della Milano Design Week il modulo è stato installato all'interno dell'Una Hotel in Cairolì ed è stato realmente utilizzato per servire le colazioni per due settimane. Shop-in-Shop può soddisfare un range veramente diversificato di esigenze, risolvendo di fatto uno dei problemi concettuali del settore, quello della redditività degli spazi di vendita, ribaltandone di fatto l'approccio: ora è il cibo che va dal cliente e non il contrario.*

#### **Epta. Advanced solutions for your store.**

**EPTA** – Gruppo leader europeo e partner globale nel settore della refrigerazione commerciale per la distribuzione organizzata con i suoi marchi **Costan** (1946), **Bonnet Névé** (1930), George Barker (1928), Eurocryor (1991), Misa (1969) e Iarp (1983) - è specializzato nella produzione e commercializzazione di banchi frigoriferi tradizionali, verticali e semi-verticali positivi, verticali e orizzontali negativi, banchi a gruppo incorporato (Plug-in), centrali di media e grande potenza e celle frigorifere. Con sede a Milano, opera con 4.000 dipendenti, con una capillare presenza commerciale in tutto il mondo e vanta nel 2012 un fatturato di 650 Milioni di Euro. Nel 2014 ha presentato, ad Euroshop, il nuovo concept, 'Eptology, The **Epta** Way Up', che sintetizza la sua vocazione aziendale, volta a promuovere una crescita ed uno sviluppo sostenibile, basato su quattro principali Evidences: Experience, Efficiency, Excellence ed Evolution. Una strategia riconfermata anche da 'Power Up Your Store', leitmotiv con cui **Epta** sottolinea la centralità del cliente e la capacità di soddisfarne le esigenze, potenziando al massimo la crescita degli store.