



D.A.ITALIA 88 LUGLIO/AGOSTO 2014

FABBRICANTI

## EPTA E IARP IL PROFILO INTERNAZIONALE DI UN'ECCELLENZA ITALIANA



IL MERCATO  
DEL VENDING  
FABBRICANTI

IARP, AZIENDA CHE OPERA DA OLTRE 30 ANNI NEL SETTORE DELLA APPARECCHIATURE FRIGORIFERE COMMERCIALI, DAL 2013 È ENTRATA A FAR PARTE DEL GRUPPO EPTA, REALTÀ CONSOLIDATA A LIVELLO INTERNAZIONALE, PORTANDO CON SÉ LE SUE COMPETENZE SPECIFICHE E UN'ESPERIENZA PLURIENNALE. QUESTA UNIONE STRATEGICA, FONDATA SU VALORI CONDIVISI, HA CONSENTITO AD ENTRAMBE LE AZIENDE DI OTTENERE IMPORTANTI SINERGIE IN TERMINI DI DIVERSIFICAZIONE DEL BUSINESS E DI COMPLETAMENTO DELLA FILIERA, ASSICURANDO AL SETTORE DEL VENDING UN NUOVO GRANDE PROTAGONISTA.

EPTA, GRUPPO MULTINAZIONALE SPECIALIZZATO NELLA REFRIGERAZIONE COMMERCIALE PER LA DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, PRODUCE E COMMER-

CIALIZZA SISTEMI COMPLETI, SU SCALA MONDIALE, GRAZIE AI SUOI BRAND **COSTAN**, **BONNET NÉVÉ**, **GEORGE BARKER**, **EUROCRYOR**, **MISA** E **IARP**. IL GRUPPO SI È SVILUPPATO, NEGLI ANNI, ATTRAVERSO LA PROGRESSIVA UNIONE DI AZIENDE STORICHE, DI CUI HA RACCOLTO E VALORIZZATO IL KNOW HOW E LE CAPACITÀ PRODUTTIVE, PER PORSI SUL MERCATO COME UNICO PARTNER AFFIDABILE E GLOBALE, IN GRADO DI RISPONDERE ALLE ESIGENZE PIÙ SPECIFICHE DEGLI OPERATORI DEL SETTORE.

PER APPROFONDIRE LA CONOSCENZA DELLE CARATTERISTICHE DELLA RECENTE UNIONE TRA LE DUE SOCIETÀ, ABBIAMO INTERVISTATO **MASSIMO BRAVO** E **GUIDO COCORDA**, RISPETTIVAMENTE VENDING SALES MANAGER E KEY ACCOUNT & SALES MANAGER DI IARP.



D.A.ITALIA 88 LUGLIO/AGOSTO 2014



INTERVISTA CON **MASSIMO BRAVO** E **GUIDO COCORDA**

**Epta** ha annunciato lo scorso anno l'unione con **Iarp**, un marchio storico del vending: quali sono le ragioni che hanno dato origine a questa operazione? L'unione tra **Epta** e **Iarp**, voluta da entrambe le famiglie, Nocivelli e Triglio, risulta strategica in quanto le due realtà

vantano una produzione di soluzioni complementari. Infatti, **Epta** realizza sistemi completi e specifici per la GDO, ovvero banchi di medie e grandi dimensioni, celle frigorifere e centrali, mentre **Iarp** produce banchi a gruppo incorporato (plug-in), per aziende multinazionali che operano nel settore del Food&Beverage, come Unilever, Nestlé e Red Bull. **Iarp** copre pertanto un segmento che **Epta** toccava



soltanto marginalmente, consentendo al Gruppo di entrare nel mondo Horeca dall'ingresso principale. Viceversa, l'azienda di Casale Monferrato, fino ad ora poco conosciuta dalla Grande Distribuzione, può accedere al segmento Retail, arredando, con stile, gli spazi promozionali dei supermercati, come ad esempio i fronte cassa.

**Attualmente quali sono i principali numeri di Epta e di Iarp?** Il Gruppo Epta opera in tutto il mondo grazie a 12 stabilimenti (compresi i due di Iarp), dislocati in Europa, nel Sudest asiatico e in Sudamerica, per un totale di circa 4.000 dipendenti ed un fatturato di circa 650 milioni di euro. La sola Iarp, che ha la sede in Italia ma ha anche una filiale produttiva in Thailandia e una sede commerciale in Francia, conta 850 dipendenti ed un fatturato di 100 milioni di euro. Teniamo molto a sottolineare che Epta è una realtà internazionale, dall'anima italiana e siamo pertanto orgogliosi di far parte di un Gruppo che ha il suo headquarter in

Italia e che, nell'attuale congiuntura di mercato, continua a distinguersi a livello europeo e mondiale, per i suoi prodotti di elevata qualità.

**Iarp è un'azienda certificata? Qual è la politica aziendale in tema di responsabilità ambientale e sociale?** Iarp sta attualmente seguendo le direttive Epta in materia di certificazioni. In poco più di un anno abbiamo già ottenuto la ISO:14001, conseguendo un importante risultato in termini ambientali. La nostra filiale in Thailandia è stata infatti, premiata dal Governo locale, per la politica di corporate social responsibility adottata, in linea con gli standard europei, molto al di sopra rispetto a quelli autoctoni e dei Paesi in via di sviluppo. In specifico, Iarp si impegna a non sfruttare il lavoro minorile e ad offrire pari opportunità, salvaguardando le quote rosa e le categorie di soggetti maggiormente svantaggiati.

Epta, dopo il primo Corporate Social Responsibility Report pubblicato lo scorso settembre, ha recentemente concluso la redazione e la certificazione del secondo bilancio, a riconferma del proprio impegno etico volto a minimizzare l'impatto delle proprie soluzioni sull'ambiente e garantire la massima sicurezza e qualità sul posto di lavoro ai propri dipendenti.

**Cosa si intende per Eptology?** Neologismo originale, concepito nel 2011, "Eptology, The Epta Way" è un concept riconducibile in modo esclusivo e distintivo ad Epta, che sintetizza la sua vocazione aziendale: promuovere una crescita ed uno sviluppo sostenibile confermando la centralità del Cliente. Con oltre 100 anni di esperienza nel settore, il Gruppo ha accompagnato i propri clienti nel cambiamento, con soluzioni in grado di stare al passo con le nuove sfide dei mercati globali. Anche per quanto concerne le persone, Epta ha dimostrato il massimo impegno, mettendo a punto percorsi formativi ad hoc sia per i dipendenti, sia per gli operatori del settore, grazie alla piattaforma di e-learning e al suo CO2 Training Centre, in Inghilterra, con cui ha formato più di 250 professionisti.

**Con quale gamma di prodotti Iarp affronta oggi il mercato del vending?** Negli ultimi anni Iarp ha concepito una gamma di distributori automatici per il freddo, a

temperatura positiva (3-4 C°) e negativa, per prodotti surgelati (-20 C°). Laser 6, Laser 8 e Laserplus sono i cavalli di battaglia su cui l'azienda punta maggiormente e che saranno oggetto di ulteriori implementazioni, in quanto ritenuti assolutamente validi e funzionali per il vending.

**Realizzate anche la personalizzazione dei vostri prodotti?** Un altro aspetto molto importante della nostra offerta, è la personalizzazione del prodotto: realizziamo banchi ad hoc, anche in esclusiva, con design molto specifici, differenziandoci rispetto alle linee tradizionali, per incentivare l'impulse market. Gelati, bibite e surgelati, infatti, non sono beni primari e risulta necessario ottimizzarne l'esposizione per spingere il consumatore all'acquisto. Per rispondere a quest'esigenza, quest'anno abbiamo presentato a Vendingitalia la gamma di distributori a spirali con vetrina: LASER 170 (1,70m), il distributore ad otto spirali LASER 6 e LASER 8 (1,83m) e, in anteprima, Laser Plus, un distributore a vetrina per gelati. Questi ed altri banchi Iarp sono stati scelti dai nostri maggiori clienti, Unilever e Nestlé e sono stati successivamente brandizzati, permettendo loro di massimizzare la visibilità degli articoli ed incrementare le vendite.

**Come sono nate le partnership con marchi così universalmente noti?** Le partnership con i grandi marchi nascono, in primis, dalla nostra comprovata esperienza nello sviluppo di banchi refrigerati plug-in. Un rapporto consolidato nel tempo, che ci ha permesso di ricevere, lo scorso anno, il Partner to Win Awards, assegnato da Unilever ad alcuni fornitori per premiare l'innovazione, la sostenibilità, la propositività nel creare valore e l'eccellenza operativa. L'evento di consegna si è svolto a Singapore, dove Iarp è stata convocata con altri tredici, su un totale di 34.000 fornitori globali. Un trionfo legato alla realizzazione di nuovi banchi refrigerati per gelati, che oltre ad utilizzare gas a basso impatto ambientale, garantiscono un'efficienza energetica maggiore. Il progetto, partito nel 2008 ha consentito una riduzione dell'inquinamento ambientale equivalente a 400.000 veicoli in meno, in circolazione ed una riduzione dei costi energetici, di circa il 30%. Un traguardo



LASER PLUS

FABBRICANTI EPTA E IARP



D.A.ITALIA 88 LUGLIO/AGOSTO 2014

concreto, anche in termini di risparmio energetico, reso possibile grazie ai costanti investimenti in ricerca e sviluppo. In tal senso, siamo da tempo impegnati a ridurre l'impatto delle nostre soluzioni, attraverso lo studio di tecnologie sostenibili: ad esempio, per Unilever, abbiamo provveduto a convertire il 100% dei suoi sistemi con refrigerante naturale.

**Quanto investe la vostra azienda in R&D?** La percentuale investita dal Gruppo Epta in R&D rappresenta l'1,5% del fatturato. Per quanto riguarda Iarp, invece, possiamo parlare del 2%, vale a dire 2 milioni di euro.

**A Venditalia avete presentato le vostre ultime novità di prodotto ed anche alcune soluzioni a marchio Misa, un altro brand del gruppo. Quali sono stati i primi riscontri da parte del mercato?** In occasione della fiera, forti del nostro essere Gruppo, abbiamo voluto pre-

sentare una cella frigorifera a marchio Misa, molto utile per i gestori del vending.

Sempre più spesso si utilizzano prodotti freschi, come yogurt e latticini e la conservazione ottimale di questi prodotti era una lacuna che nel mercato non è mai stata veramente colmata. Le celle Misa possono essere un'ottima soluzione in questo senso.

Molti operatori a Venditalia hanno, infatti, apprezzato l'inserimento di questa novità e il prodotto ha riscosso grande interesse ed opinioni positive.

**Quali altre macchine presentate in fiera hanno riscosso l'attenzione degli operatori del settore?** Per quanto riguarda i distributori automatici, abbiamo presentato un prodotto molto competitivo: Laserplus, la novità che ha ottenuto maggior successo presso il nostro stand, perché competitivo sia in termini di qualità che di prestazioni. Iarp, infatti, è

molto sensibile all'aspetto ecologico e al risparmio energetico e i nostri distributori automatici vengono sempre progettati seguendo questa filosofia. A Venditalia abbiamo, inoltre, proposto Laser VIP, ancora in fase progettuale, una vetrina con elevatore interno e monitor interattivo touch screen (funzionante mediante chiave usb), ideale per la promozione di prodotti e marchi o per fornire informazioni nutrizionali sui prodotti erogati, al fine di soddisfare anche le richieste del consumatore più evoluto.

**Iarp è un'azienda associata CONFIDA. Credete nel valore dell'attività associativa?** Iarp è socio CONFIDA da quando produce distributori automatici, ovvero dal 2000. Crediamo nell'importanza dell'Associazione come spazio di confronto e di condivisione e ci prefiggiamo di diventare parte attiva per dar vita a una comunicazione efficace all'interno del settore.



LASER 6



LASER 8