



Freddo, la rivincita del green

I BIG DEL SETTORE DEGLI ARREDI REFRIGERATI INVESTONO SULLE TECNOLOGIE A BASSO IMPATTO E CHE GARANTISCONO UN RISPARMIO ENERGETICO. SENZA TRASCURARE DESIGN E SHOPPING EXPERIENCE

Viaggia a varie velocità il settore delle attrezzature per il freddo. Nel Vecchio Continente dove vale 2,3 miliardi di euro, ci sono Paesi che consolidano, ovvero continuano a investire nella ristrutturazione dei propri store per ottimizzare i consumi energetici (Regno Unito, Francia, Germania e Paesi scandinavi); poi l'area dell'est, inclusa la Russia, che cresce a doppia cifra ogni anno; infine i Pigs (Portogallo, Italia, Grecia e Spagna) che invece arrancano, penalizzati dal difficile accesso al credito, dove anche i giganti della gdo cercano soluzioni a risparmio energetico, per minimizzare gli investimenti dei propri total cost of ownership, calcolati su periodi di dieci anni.

Situazione altrettanto variegata nel resto del mondo. In Asia e nelle Isole del Pacifico, il mercato vanta un peso rilevante, con una quota di circa 3,4 miliardi di euro, ed è in crescita esponenziale, con nuove aperture commerciali che raddoppiano ogni anno, mentre in America Latina, dopo gli ultimi anni di grande sviluppo, al momento si assiste a una fase di rallentamento, ma comunque di crescita importante.

“Gli scenari più interessanti si hanno in tutto il Medio Oriente – sottolinea **William Pagani, international sales director di Epta** – in cui si registra un certo fermento di investimenti nella grande distribuzione alimentare, in linea con quanto avviene negli altri settori commerciali”. Come vanno, invece, le cose lungo lo Stivale? Il segmento del freddo appare polverizzato, costituito da una pluralità di attori, che lo rende unico rispetto al resto d'Europa, e da una forza lavoro di circa 10mila addetti. Sono presenti clienti in sofferenza per l'infelice situazione economica nazionale, ma anche alcuni player che, però, hanno fiducia nella crescita interna e continuano a investire. “C'è ottimismo nei confronti del canale discount – osserva Pagani – che vive un buon periodo, come confermano i piani di investimento particolarmente interessanti. Analogamente, arrivano segnali positivi dai giganti distributivi come Carrefour, Auchan, Esselunga e così via, che hanno voglia di cambiamento e di fare innovazione, a iniziare dagli ipermercati che stanno iniziando a perdere impersonalità per avvicinarsi maggiormente ai clienti”.



Per fare qualche esempio, i sushi corner ideati dai gruppi francesi, ovvero gli shop all'interno delle grandi superfici dove si prepara e si vende il sushi, rispecchiano una tendenza attuale, ma che avrà grande potenziale nell'immediato futuro.

Epta, infatti, sta investendo sia in corner gastronomici super accessoriati, venduti come pacchetto chiavi in mano, in grado di esaltare le specialità e i piatti tipici dell'Italia, dell'Europa e dell'Asia, sia in veri e propri store in store.

L'innovazione in scena a Euroshop

Un quadro completo dei trend nel mercato degli arredi refrigerati e delle moderne tendenze del settore arriva da Euroshop, fiera internazionale specializzata nei beni d'investimento del commercio, la cui edizione del 2014 si è appena conclusa. Proprio durante questa recente kermesse, Epta ha presentato il **primo shop in shop refrigerato**, uno spazio espositivo mobile e completo di banchi frigorifero, nato dalla collaborazione tra l'Innovation center dell'azienda e il Politecnico di Milano.

Proposto in fiera nella declinazione 'eco food store' si prefigge di valorizzare la vendita diretta:

30mq

**AREA DEL PRIMO SHOP
IN SHOP REFRIGERATO
PROGETTATO DA EPTA**

Si tratta di uno spazio mobile e completo di banchi frigorifero, nato dalla collaborazione tra l'Innovation center dell'azienda e il Politecnico di Milano

dal produttore al consumatore oltre i confini del concetto di supermarket, ricreando le sensazioni olfattive e tattili dell'ambiente naturale. Sviluppato su un'area di circa 30 mq, intorno a un elemento centrale in legno a forma di albero, tutti i materiali impiegati per rivestire gli elementi dedicati alla degustazione e allo show cooking sono naturali o riciclati.

Lo shop in shop **Epta** è una location scenografica, modulare e completamente personalizzabile, ideale per organizzare vendite occasionali legate ai territori o a specifiche ricorrenze. Mentre, per migliorare la shopping experience dei consumatori l'azienda ha potenziato con nuovi prodotti la propria gamma di mobili refrigerati.

Tra questi spicca **GranVista**, un banco verticale total glass, ingegnerizzato nell'estetica, nell'illuminazione e nei materiali, con porte a tutt'altezza e senza tetto, per una completa visibilità dei prodotti esposti.

Il gigante del freddo, durante l'ultimo appuntamento di Euroshop, ha inoltre presentato in fiera delle novità, che coniugano abbattimento dei costi e design dalle forme rivoluzionarie. Fa parte della categoria il sistema **Dynamic System**,

una tecnologia per la conservazione della carne, che permette alla merce di restare all'interno del banco per cinque giorni, senza doverla spostare nelle celle frigo durante la notte. Infatti, il sistema ingegneristico mantiene inalterate le caratteristiche organolettiche ed estetiche del prodotto, garantendo un calo di peso medio di solo lo 0,12% rispetto agli altri mobili tradizionali per la carne (che si attestano su un 3%), per un risparmio annuale superiore ai 18mila euro.

Altra soluzione esposta in fiera è l'**EptaBlue Waterloop**, un sistema che collegato a ogni banco lo trasforma da unità remota in banco plug-in, grazie alla connessione plug&play a un circuito chiuso ad acqua.

Fra i vantaggi figurano la riduzione dei consumi energetici fino al 20%, il potenziamento dell'efficienza di refrigerazione del punto vendita fino al +24% e l'abbattimento della carica di gas refrigeranti del 75 per cento. La tecnologia Waterloop, inoltre, può essere facilmente connessa al sistema di climatizzazione dello store grazie all'integrazione dell'anello ad acqua che permette di recuperare il calore emesso dai banchi, e sfruttarlo nel sistema di riscaldamento.



Granvista, il banco verticale total glass presentato da **Epta** a Euroshop

Ritaglio stampa
Testata: Food
Pagina: 154-155
Diffusione: 45.000
Data: Maggio 2014