

MARK UP

Costan compie 70 anni e investe in Italia

Il marchio del Gruppo **Epta** inaugura la nuova vetreria nell'impianto di Limana a Belluno

di Massimo Gianvito

→ **Costan**, marchio del Gruppo **Epta**, specializzato nella refrigerazione commerciale, compie 70 anni di vita e festeggia questo anniversario inaugurando il reparto Vetreria dello stabilimento di Limana, in provincia di Belluno. Nel 1946 i fratelli Mario ed Alberto **Costan** della Val Comelico, costituiscono a Torino il primo laboratorio artigianale per la produzione di ghiacciaie ed armadi frigoriferi. Il successo di **Costan** deriva dall'intuizione dei fondatori, che collegano fin da subito le potenzialità offerte dalla grande distribuzione alimentare. I risultati sono positivi e lo stabilimento di Torino viene più volte ampliato. Poi è deciso il trasferimento da Torino a Limana in un'area di circa 23.000 mq. Da allora, il marchio continua a cre-

scere, diventando un vero punto di riferimento nel settore della refrigerazione commerciale. Il sito produttivo si espande e **Costan** diventa una realtà internazionale aprendo filiali in altri Paesi. Nel 1986, quarant'anni dopo la nascita, l'azienda è rilevata dalla famiglia Nocivelli che decide di continuare a investire in questo settore.

Negli ultimi 10 anni la spinta al rinnovamento è stata molto forte tanto che dal 2007 sono stati investiti circa 50 milioni di euro. **Costan** -spiega il presidente Mariaserena Nocivelli- non è un marchio fatto unicamente di investimenti, anche se questi sono molto importanti, dietro la sua crescita e la sua forza c'è anche l'impegno di tutte le persone che

La Vetreria di Limana

Investimento: 10 milioni di euro circa

Estensione reparto: 4.800 mq

Addetti: 60

Capacità produttiva: fino a 250.000 vetri monolitici e vetrocamere all'anno

Lavorazioni previste: taglio, molatura, sagomatura, serigrafia, tempra e assemblaggio della vetrocamera





Marco Nocivelli

Ceo e presidente di **Epta**

Perché la vetreria a Limana?

L'obiettivo principale è sempre la soddisfazione delle esigenze del cliente. Quando i nostri clienti hanno manifestato la necessità di ridurre i consumi energetici, noi abbiamo cominciato a pensare quale fosse la soluzione migliore e abbiamo puntato al vetro, che è anche un ritorno alla tradizione poiché in origine diversi banchi nascevano proprio con il vetro. Oggi i problemi tecnici sono stati superati dalla tecnologia e anche il consumatore è diverso rispetto al passato, è più consapevole delle necessità di rispettare l'ambiente.

Quanto conta per voi l'ambiente?

Investire in processi migliorativi permette di far progredire l'impresa ed è quello che è successo. C'è stata una ricaduta positiva sull'ambiente, perché gli investimenti sono stati indirizzati verso l'impianto di cogenerazione dello stabilimento, la centrale a biomassa, i pannelli fotovoltaici e il sistema di recupero dell'acqua piovana, che insieme rendono lo stabilimento di Limana quasi indipendente dal punto di vista energetico. Scelte che ci hanno permesso anche di vincere dei premi. E qui torniamo al discorso della vetreria: con il vetro il risparmio energetico è pari al 62% rispetto a un mobile aperto, si risparmiano cioè circa 400 euro al metro lineare all'anno. In pratica, cosa vogliamo fare? Investire per avere l'eccellenza e la sostenibilità sia dei prodotti, sia della fabbrica. Un'azienda è forte se il territorio è forte. Se le persone stanno bene, sono più portate a essere brave e far bene il proprio lavoro.

Epta in cifre

Epta è un gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale

Marchi: Costan (1946), Bonnet Névé (1930), George Barker (1928), Eurocryor (1991), Misa (1969), Iarp (1983) e Knudsen Kølring (1961)

Dipendenti: 4.000

Fatturato 2015: 767 milioni di euro

Siti produttivi: 11 stabilimenti per un totale di 300.000 mq

Presidi tecnico commerciali: 35 Paesi

Capacità produttiva: circa 200.000 unità all'anno

Prodotti: Sistemi completi per la refrigerazione quali 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.

ci lavorano, la loro passione, la loro creatività che hanno portato **Costan** a essere la realtà che è oggi. Uno dei primi mobili refrigerati realizzati da **Costan**, è esposto al Museo della Scienza e della Tecnologia di Milano. Dal quel modello sono stati fatti molti passi avanti, dal punto di vista estetico e tecnologico”.

L'investimento più recente è la creazione dell'impianto Vetreria, iniziato a fine 2014. Un piano da circa 10 milioni di euro che ha permesso al Gruppo di dotarsi delle tecnologie e delle competenze necessarie per realizzare fino a 250.000 vetri monolitici e vetrocamere/annui e di generare 60 nuovi posti di lavoro per lo più assorbiti da una precedente vetreria

attiva sullo stesso territorio di Belluno. Il reparto Vetreria si estende su una superficie di 4.800 mq che hanno contribuito ad ampliare lo stabilimento di Limana fino a 70.000 mq. All'interno di questo reparto sono effettuate le lavorazioni di taglio, molatura, sagomatura, serigrafia, tempra e assemblaggio della vetrocamera; una decisione che nasce dalla volontà di **Costan** di perseguire una strategia sempre più green, anticipando i trend del settore della refrigerazione. Si prevede, infatti, una crescente richiesta dal mercato di soluzioni dotate di porte e coperture vetrate, per rispondere alle necessità di abbattimento dei consumi energetici, nella prospettiva di una transizione degli store verso Nearly Zero Energy Buildings (nZEB), in ottemperanza alla Direttiva 2010/31/EU. “Il mercato italiano -afferma Gianpiero Caruso, direttore vendite Italia Epta- sta dando dei segnali, seppur deboli, di ripresa, soprattutto perché la leva dell'innovazione è sempre più considerata e apprezzata dai nostri clienti: loro stessi hanno capito che l'innovazione è uno strumento che consente di reagire al momento difficile. Come Gruppo ci impegnamo a produrre delle soluzioni nuove come, ad esempio, aree dedicate, isole specializzate e corner all'interno dei punti di vendita, insomma soluzioni sempre più personalizzate per consentire ai nostri clienti di differenziarsi dalla concorrenza. Differenziarsi dal punto di vista estetico, ma anche e soprattutto a livello tecnologico. In questo momento il mercato sta rispondendo positivamente anche perché le catene della distribuzione sono sempre più sensibili alla riduzione dei costi energetici che rappresentano per loro la seconda o la terza voce di spesa in base alle dimensioni del punto di vendita”. ←