

Il percorso green della tecnologia instore

La refrigerazione commerciale secondo William Pagani, International Sales & Marketing Director del gruppo Epta

di Enrico Sacchi
 twitter @EnricoSacchi3



→ Il comparto della refrigerazione commerciale negli ultimi due decenni -su sollecitazione degli organismi internazionali- ha puntato alla riduzione dei gas dannosi per l'ozono (CFC) e dei gas ad effetto serra (HFC). "Questi cambi di paradigma si sono poi riversati sulle tecnologie per produrre il freddo -ricorda William Pagani, International Sales & Marketing Director del gruppo Epta, player di riferimento a livello mondiale per la refrigerazione commerciale-. Un processo di innovazione che continua, sulla spinta della Commissione europea che ha messo a punto una tabella di marcia che prevede entro il 2050 la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra dell'80-95% rispetto ai livelli del 1990. Nuove norme che impattano sia sulla tecnologia delle centrali frigorifere che dei banchi refrigerati. Un ulteriore livello di cambiamento punta all'integrazione dei sistemi: il risparmio energetico deve coinvolgere non solo il freddo alimentare ma anche il riscaldamento e il

"Il focus sui freschi è un plus per tutto il punto di vendita"

condizionamento degli ambienti. Il tutto con un controllo in remoto per assicurare una continuità nelle prestazioni".

Come è cambiato il modo di conservare ed esporre freschi e surgelati? Uno degli aspetti più evidenti è stata la chiusura dei banchi nei supermercati, che assicura una riduzione dei consumi e un maggior comfort dei clienti, garantendo nel contempo la massima visibilità ed accessibilità delle referenze, per una shopping experience superiore. L'introduzione di specifiche soluzioni tecniche per porre il prodotto sempre in primo piano, i led solo per citarne una, ha determinato cambiamenti di design nel banco refrigerato molto im-

portanti, tutti tesi alla massima valorizzazione degli articoli in esposizione.

Quale peso ha assunto la sostenibilità per il vostro gruppo?

La nostra mission è ben riassunta dal concetto: "Proud to contribute to the success of our customer's sales outlet. Simple, safe and appealing purchases". E oggi il successo del nostro cliente non può non passare anche attraverso la sostenibilità, che è uno dei modi con cui differenziarsi dalla concorrenza. Nel 2014, Epta ha pubblicato il suo 2° report sulla CSR, un bilancio, livello C+ nell'applicazione delle linee guida del Global Reporting Initiative e certificato dall'istituto TÜV Austria Cert GmbH, che attesta i risultati raggiunti negli ultimi dodici mesi ed illustra i prossimi step da seguire. Ci poniamo obiettivi sfidanti per il futuro con lo sviluppo e l'utilizzo di tecnologie sempre più all'avanguardia per favorire la crescita dei nostri clienti, nel pieno rispetto dell'ecosostenibilità. ←