

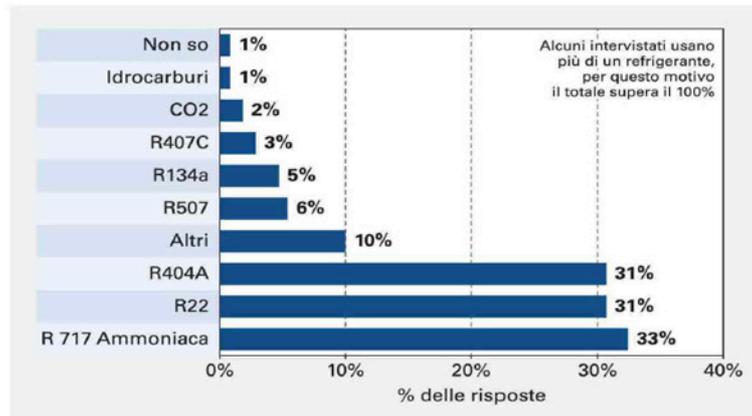
di Sergio Ferraris



Non solo tecnica

Comportamenti e aspettative degli attori che operano lungo la catena del freddo sono stati studiati dal progetto Frisbee

Il progetto Frisbee non si occupa solo di tecnologie legate al mondo del freddo, come abbiamo visto nel numero scorso, ma all'interno delle proprie attività di ricerca ha attivato una serie di ricerche volte a conoscere le dinamiche d'utilizzo e dei comportamenti relativi ai soggetti più diversi lungo la catena del freddo. Una di queste è stata l'analisi e la raccolta di informazioni circa quelle che sono le esigenze delle imprese attive nella produzione alimentare e che utilizzano il freddo nei loro processi. Si tratta di un'attività che si è svolta con un sondaggio web, una



zerosottozero
• 66 •
settembre 2013

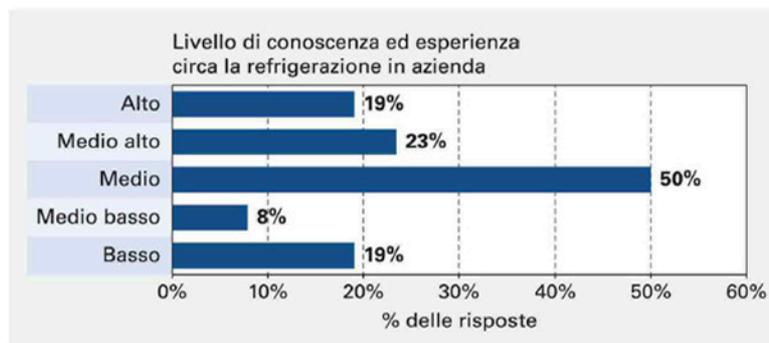
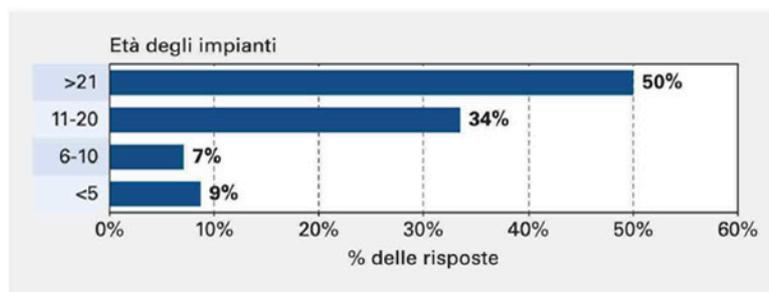
Ritaglio stampa
Testata: Zerosottozero
Pagina: 66-71
Diffusione: 3.872
Data: Settembre 2013

I consumatori sono consapevoli dell'importanza di una corretta conservazione degli alimenti

conversazione con gli utenti finali e una raccolta delle informazioni che hanno una certa rilevanza per gli utenti finali. Attraverso questi tre strumenti si è visto che le imprese sono preoccupate per quanto riguarda i costi dei dispositivi, eventuali rimborsi e l'accesso alle informazioni che possano metterle in condizione di scegliere al meglio l'impianto più adatto alle proprie esigenze. Oltre a ciò si è rilevato che l'utenza finale spesso possiede sistemi di refrigerazione datati e che non sono dotati d'apparecchiature di monitoraggio che consentano l'ottimizzazione delle prestazioni. Sono parecchie anche le preoccupazioni per quanto riguarda l'eliminazione dei gas Hfc, l'introduzione dei nuovi refrigeranti sostitutivi e non sono pochi coloro i quali esprimono dubbi circa l'aggiornamento degli impianti di refrigerazione e l'acquisto di nuovi sistemi. Per quanto riguarda conoscenza ed esperienza, per esempio, ben il 27 per cento degli utenti pensa di ricevere scarse comunicazioni circa la refrigerazione, mentre un 50 per cento ritiene di possedere un livello medio di informazione. Al contrario il 56 per cento del campione è parecchio interessato circa le questioni trattate nell'inchiesta. Molto interessante anche la percentuale circa l'utilizzo dei gas refrigeranti. Il 33 per cento utilizza l'R717, mentre l'R22, che è in via di bando definitivo compreso il riciclato entro il 2015, è utilizzato ancora dal 31 per cento degli intervistati. L'R404A è utilizzato dal 31 per cento, l'R507 dal 6 per cento, l'R134A dal 5 per cento l'R407C dal 3 per cento l'Anidride carbonica dal 2 per cento e gli idrocarburi dal 1 per cento. Il totale è maggiore del 100 per cento in quanto erano possibili risposte multiple, poiché i singoli



Il frigorifero domestico è spesso un elettrodomestico "dimenticato"



zerosottozero
• 67 •
settembre 2013

Ritaglio stampa
Testata: Zerosottozero
Pagina: 66-71
Diffusione: 3.872
Data: Settembre 2013

L'INNOVAZIONE COME DRIVER ■ di Sergio Ferraris

Innovazione come driver di sviluppo: questa la strategia che guida Epta, Gruppo internazionale fra i leader nel settore della refrigerazione commerciale. Con 4.000 dipendenti e un fatturato di 650 milioni di euro, grazie al recente ingresso di Iarp, ha consolidato la sua presenza sul mercato, ampliando la sua offerta e la sua capacità competitiva globale, con 12 stabilimenti produttivi situati tra Europa, America Latina e Asia. Abbiamo chiesto a Maurizio Orlandi, manager dell'Innovation Center di Epta, di spiegare quali siano i capisaldi della società in termini di Research & Development:

Quali sono gli aspetti che ritenete più rilevanti nell'ambito della Ricerca e Sviluppo?

La Ricerca e Sviluppo in Epta è condotta da un Team di ingegneri e ricercatori, costituito da più di 100 persone ed una delle nostre priorità, a fronte della proposta della Commissione Europea di ridurre ulteriormente le emissioni di gas fluorurati rispetto alla regolamentazione vigente, è senz'altro lo studio di sistemi capaci di coniugare massime prestazioni e minimo impatto ambientale. Riteniamo, infatti, che in un settore come il nostro, un approccio responsabile e finalizzato alla diminuzione delle emissioni di anidride carbonica, sia indispensabile. Altra grande sfida è costituita dalla chiusura dei banchi: un tema particolarmente caldo, soprattutto a seguito delle recenti direttive europee in materia di efficienza energetica, in applicazione del protocollo di Kyoto, come ad esempio la 2012/27 (Direttiva Efficienza Energetica). In questo secondo caso, due

sono le soluzioni proposte da Epta: dalle operazioni di retrofit, ai nuovi banchi altamente performanti e dotati di coperture dal design minimal, per un'eccellente visibilità di esposizione.

Parlando di chiusura dei banchi e di efficienza energetica, quali soluzioni propone Epta?

Epta propone, ad esempio, con il suo marchio Costan, Gazelle con porte a doppio vetro. Si tratta di un mobile verticale a temperatura positiva che presenta il più basso coefficiente di trasmittanza termica (UG), pari a 1,1 W/m².K, ovvero il migliore isolamento termico del settore, a vantaggio di un'eccellente conservazione dei prodotti e di una notevole riduzione dei consumi, di oltre il 50%, rispetto ad un banco aperto con tenda notte. Questo importante risultato è stato certificato in classe A da Eurovent, programma di certificazione volontario europeo, costituito dalle principali industrie del settore della refrigerazione e climatizzazione, che garantisce le prestazioni e la genuinità delle dichiarazioni dei costruttori. Infine, Gazelle, è stato studiato anche nell'ottica di garantire un'ottima visibilità della merce: l'illuminazione, ora più omogenea, è prevista sia sui montanti delle porte, che su ripiani e sulla cornice del mobile, mentre l'eliminazione della condensa ed il design più snello del mobile, migliorano l'esposizione complessiva del prodotto. Chiudere i banchi è, inoltre, possibile anche attraverso operazioni di retrofit, che consentono l'installazione di porte e coperture vetrate su mobili preesistenti, a garanzia di un risparmio d'energia fino al 50%.

Quali sono le reazioni del mercato di fronte alla necessità di chiudere i banchi e qual'è la vostra posizione in merito?

La risposta dei Retailer varia a seconda dei Paesi, ma la chiusura dei banchi sta riscontrando, in generale, un vasto consenso. Ciò accade soprattutto in nazioni, come la Francia o la Germania, dove il Governo ha siglato un accordo con gli Operatori del settore, stanziando incentivi economici atti a favorire sia operazioni di retrofit, sia l'introduzione di nuove soluzioni più efficienti, anche prima del fine vita. In Italia la situazione è altrettanto positiva: l'attenzione al risparmio, unitamente allo sviluppo di sistemi innovativi, più performanti e dall'estetica migliorata, stanno incontrando il favore della Grande Distribuzione Organizzata. Inoltre, possiamo affermare che, nei Paesi in cui la maggior parte dei Retailer si sono orientati verso la chiusura dei banchi, anche i consumatori si sono favorevolmente allineati a questa scelta. Lo dimostra l'indagine condotta in Francia su un campione rappresentativo di consumatori, ai quali è stato chiesto di valutare i cambiamenti all'interno dello store, a seguito della chiusura dei mobili dell'intero parco installato. Le risposte hanno ulteriormente avvalorato le precedenti considerazioni: i clienti si sono dichiarati soddisfatti dell'ambiente in cui si trovavano, ora più confortevole, per il minor freddo disperso in corsia, e hanno maggiormente apprezzato la disposizione dei prodotti all'interno dei banchi, più ordinati e visibili. Inoltre, quasi la totalità degli intervistati ha rimarcato, come primo punto fra i



Maurizio Orlandi, manager dell'Innovation Center di Epta
(COURTESY EPTA)

vantaggi legati alla chiusura dei banchi, il risparmio d'energia e fra i primi quattro, un aumento della fiducia riposta nel negozio. Questo si lega anche al fatto che la chiusura viene considerata come un indicatore rilevante di una migliore conservazione e salubrità dei prodotti, elementi, da sempre, di primaria importanza per tutti i brand del Gruppo.

Osservando l'evoluzione dei vostri prodotti negli ultimi anni si direbbe che il design abbia acquistato sempre maggiore importanza. Si tratta, per voi, di una leva di mercato importante? E se sì, in quale misura?

Sicuramente estetica e design rivestono un peso sempre più rilevante e costituiscono delle leve strategiche di business nel processo d'innovazione che coinvolge, non solo le nuove soluzioni, ma anche il restyling dei precedenti modelli. L'evoluzione dei nostri prodotti, dal punto di vista puramente estetico, è finalizzata al raggiungimento di due obiettivi principali: massima visibilità ed eccellente esposizione della merce. Ne conseguono uno stile minimal ed un design moderno, declinati in modalità diverse a seconda delle caratteristiche di prodotto e del brand. Ne è un esempio Sound Crystal,

Ritaglio stampa
 Testata: Zerosottozero
 Pagina: 66-71
 Diffusione: 3.872
 Data: Settembre 2013

banco a gruppo incorporato di **Costan**, che è stato rinnovato nell'ottica di unire, al meglio, tecnica ed estetica. Fra le novità vi è, infatti, l'installazione di ampie coperture vetrate, completamente trasparenti e dal profilo più snello. In aggiunta, le sedi di scorrimento dei vetri sono state allargate per migliorare la scorrevolezza delle porte ed agevolare il consumatore nella ricerca della confezione desiderata.

Mi può brevemente delineare le vostre soluzioni per il post vendita e definire il loro peso all'interno del contesto più globale della vostra strategia?
Oggi la continuità d'esercizio rappresenta un elemento di differenziazione importante ed un fattore che incide notevolmente sulla scelta del cliente. Partendo da questo incipit, è chiaro che il post vendita è un ambito in cui **Epta** investe molto. Il Gruppo, grazie ad un'assistenza capillarmente distribuita sul territorio, con oltre 400 centri in Italia, Germania, Francia, UK e Medio Oriente, offre, infatti, una gamma completa di servizi volti ad assicurare la continuità di esercizio della catena del freddo negli store. La telegestione, ad esempio, consente di gestire e monitorare i KPI (Key Performance Indicators), i consumi di energia e la percentuale di risparmio degli impianti, la cui corretta configurazione permette di economizzare fino al 20% di energia. In più, la tempestiva segnalazione dei guasti e la prevenzione immediata di eventuali anomalie assicura la massima affidabilità dei sistemi ed un'eccellente conservazione dei prodotti. Il servizio, 100% **Epta**, è formato da un team di specialisti, preparato e costantemente aggiornato sulle ultime innovazioni e consente di evadere, entro 30 secondi, l'80% delle chiamate e di garantire interventi in loco entro 4 ore.



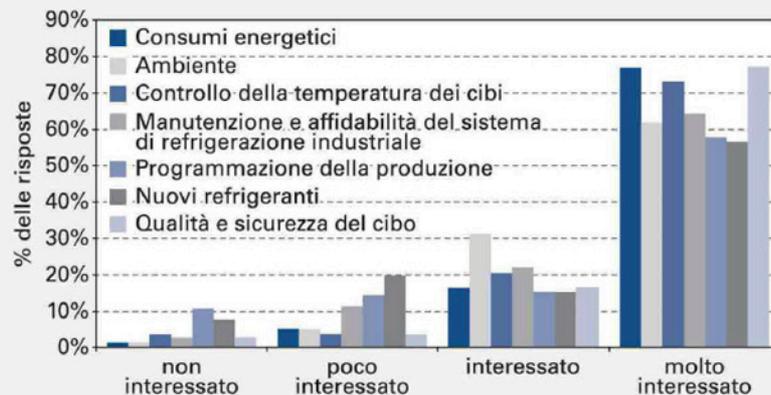
Tecnici al lavoro su un impianto di refrigerazione.

utilizzatori spesso impiegano più di un gas refrigerante. Per quanto riguarda l'età degli impianti presso gli utilizzatori finali ben il 50% sono quelli che hanno oltre i ventuno anni di vita, mentre quelli tra gli undici e i venti sono il 34 per cento. I sistemi tra i sei e dieci anni rappresentano il 7 per cento del totale e quelli giovani, sotto i cinque anni sono il 9 per cento. Nonostante questo

panorama l'interesse per le novità è elevato. Questioni come i consumi energetici, l'ambiente, il controllo della temperatura degli alimenti, i nuovi refrigeranti e la sicurezza alimentare suscitano particolare interesse per oltre il 56 per cento degli intervistati.

Consumatori sotto la lente

Altra indagine interessante, realizzata sempre nell'ambito del progetto Frisbee, è quella condotta dall'istituto di studi sociologici Certop del Cnrs francese che ha



Ritaglio stampa
Testata: Zerosottozero
Pagina: 66-71
Diffusione: 3.872
Data: Settembre 2013



A sinistra. Un sistema di refrigerazione in un supermercato

analizzato sia i comportamenti, sia le preoccupazioni dei consumatori di generi alimentari circa la catena del freddo. Si tratta di un'indagine che è stata svolta in Francia, in Germania, in Spagna, in Gran Bretagna e in Romania. La ricerca si è svolta all'interno di due macroaree comportamentali. La prima è quella relativa la scelta il trasporto, la conservazione e il trattamento di tutti gli alimenti che abbiano a che fare con il freddo, siano essi freschi, freddi o surgelati, mentre la seconda ha riguardato la gestione di frigoriferi e congelatori domestici da parte dei consumatori. La ricerca ha smentito parecchi

Sotto. Gazelle 4DG Sound Crystal (COURTESY EPTA)



Ritaglio stampa
Testata: Zerosottozero
Pagina: 66-71
Diffusione: 3.872
Data: Settembre 2013

luoghi comuni sull'ultimo anello della catena del freddo, rappresentato dai consumatori, che solitamente sono rappresentati come incauti poiché non sono sottoposti ad alcun controllo. Al contrario si è visto che la gran parte dei consumatori è molto attenta agli alimenti e tiene in considerevole conto l'informazione che gli viene data dagli altri anelli della catena del freddo. All'interno del campione si trovano, ovviamente, delle grandi differenze dovute all'età, al reddito e alla composizione delle famiglie, mentre per ciò che riguarda i comportamenti diversi tra le nazioni, i ricercatori si sono soffermati sulla Romania che è diventato un poco l'indicatore dell'indagine. Questo paese, infatti, si è dovuto adeguare di recente e in tempi brevi agli standard già utilizzati da tempo in Europa. La grande attenzione al cibo dalla maggior parte dei consumatori porta a un risultato inaspettato: lo spreco di alimenti. Con ogni probabilità si tratta di un problema legato alla scarsa informazione circa l'effettiva validità e salubrità dei prodotti alimentari conservati con il freddo. Il 2 per cento dei consumatori ha buttato via di frequente cibi scaduti, conservati con la refrigerazione, percentuale che sale al 16,6 per cento tra chi ha ammesso che ciò è capitato qualche volta, mentre il 43,6 per cento afferma che gli capita raramente di sprecare cibo, mentre al 37,8 per cento non capita mai. Tra le nazioni più "sprecone" c'è la Gran Bretagna nella quale coloro che buttano

cibo spesso sono il 3,8 per cento, mentre la Germania è tra i paesi dove lo spreco sistematico è minore con un 0,7 per cento. La Francia, invece, registra la percentuale più alta tra coloro che non sprecano mai, con un 54 per cento, mentre la percentuale più bassa dei più virtuosi è appannaggio dei tedeschi, con una percentuale del 30,3 per cento. Al contrario, invece, si è rilevata una scarsa attenzione verso gli apparecchi di refrigerazione domestica. I consumatori, infatti, sono poco interessati sia agli aspetti tecnologici, sia alle tecnologie specifiche di refrigerazione utilizzate all'interno di frigoriferi e congelatori, al contrario di altri oggetti tecnologici di consumo.

L'inserimento di tematiche di questo tipo all'interno di Frisbee può rappresentare una novità per il settore delle refrigerazione, poiché molto del dibattito di questo periodo riguarda le tecnologie e le loro implicazioni sul fronte di aspetti cruciali come l'efficienza energetica. L'Europa, però, da alcuni anni, inserisce in tutti i programmi di ricerca anche la valutazione di molte implicazioni, comprese quelle sociali, ambientali ed economiche in senso ampio, anche al fine di "tarare" al meglio non solo le fasi conoscitive e d'indagine ma anche quelle relative alla disseminazione dei risultati che devono essere comunicati a una platea di cittadini europei ormai vasta e che comprende usi, costumi e tradizioni alimentari estremamente diversi. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa
Testata: Zerosottozero
Pagina: 66-71
Diffusione: 3.872
Data: Settembre 2013