

Pagani (Epta): con ioni d'argento addio batteri nella refrigerazione

di Lucia Bisogni - 26 luglio 2016



La lotta allo spreco alimentare passa anche attraverso una perfetta conservazione ed esposizione degli alimenti. Epta, leader mondiale nella conservazione degli alimenti, in collaborazione con il gruppo Abate e con Banco Alimentare ha avviato un programma di lotta al *food waste*. BiMag ha chiesto a **William Pagani**, *group marketing director* di Epta, in che modo il gruppo riesca a combattere lo spreco alimentare.

Dottor Pagani, ci spiega brevemente quali sono l'identità e la *mission* di Epta?



William Pagani group
marketing director di Epta

«Epta è un gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, che si posiziona come unico partner in grado di produrre e commercializzare sistemi completi per il settore del freddo, grazie all'integrazione di specifiche linee di prodotto proposte dai suoi 7 marchi: Costan, Bonnet Névé, George Barker, Eurocryor, Misa, Iarp e Knudsen Kølring. Un'offerta ampia e diversificata, ideale per i *retailer* che desiderano affidarsi ad unico interlocutore per la realizzazione di strutturati progetti *turn-keys* su scala mondiale, che coniugano sistemi all'avanguardia con un servizio di consulenza di prima classe, strategie e programmi di assistenza a 360°».

Nel dettaglio questo cosa significa?

«In dettaglio, combinando l'*expertise* e le competenze uniche di ciascun *brand* con una sistematica attività di ricerca e sviluppo, Epta è in grado di anticipare i più innovativi *trend* globali, per aiutare i propri clienti a raggiungere *performance* d'eccellenza in ambito retail, Ho.Re.Ca e *food & beverage*. Una strategia che conferma la *mission*: *Proud to contribute to the success of our customer's sales outlet. Simple, safe and appealing purchases* con cui Epta sottolinea la **centralità del cliente** e la capacità di soddisfarne le esigenze, potenziando al massimo la crescita degli *store*».

Avete sede in Italia, ma siete presenti in tutto il mondo, la vostra è una storia di made in Italy?

«Certo, il nostro *headquarters* è infatti a Milano e il fattore distintivo del Gruppo è la sua capillare presenza in tutto il mondo, assicurata grazie a strategici presidi commerciali in più di 35 Paesi e 11 unità produttive di cui 4 in Italia e più specificatamente a Limana (BL), Solesino (PD), Casale Monferrato (AL) e Pomezia (RM) e 7 all'estero, a Hendaye in Francia, Bradford nel Regno Unito, Køge in Danimarca, Rosario in Argentina, Corlù in Turchia, Qingdao in Cina e Cha-Am in Thailandia. Il tutto per una **capacità produttiva che si attesta oggi sulle 200.000 unità annue** e un fatturato che ha raggiunto nel 2015 i 767 milioni di euro».



Il gruppo Epta ha 11 unità produttive, di cui 4 in Italia

Una storia di successo, quindi.

«Certo. Un successo, partito dall'Italia con il marchio **Costan** e sviluppato grazie a una politica di espansione che si basa sull'acquisizione di importanti *brand* italiani ed esteri, *leader* nei rispettivi segmenti di mercato, e su costanti investimenti nei nostri centri R&D dislocati in Italia e Francia. Un totale di 50 milioni di euro negli ultimi cinque anni, utilizzati per la progettazione di soluzioni innovative e sostenibili».

La grande distribuzione organizzata è strettamente legata alla lotta allo spreco alimentare. Come contribuite a ridurlo? Ci fa qualche esempio?

«Il *food waste* rappresenta un problema sempre più pressante per l'Europa, con importanti ricadute negative a livello economico, ambientale e sociale. La proposta di legge anti-spreco, approvata il 17 marzo dalla camera e ora al vaglio del Senato, pone l'Italia tra le nazioni all'avanguardia in Europa nella gestione delle eccedenze alimentari. Eredità diretta di **Expo Milano 2015**, la norma incoraggia il recupero dei prodotti invenduti nei supermercati a favore della solidarietà sociale, ne semplifica le procedure per la cessione gratuita e prevede incentivi per le catene di distribuzione "virtuose". Le donazioni sono consentite anche oltre la data di scadenza, purché siano rispettate idonee condizioni di conservazione e i requisiti di igiene e salubrità alimentare».

Il contributo di Epta è un questo senso, quindi

«Sì, certo. Epta contribuisce con le sue soluzioni all'avanguardia, quali banchi refrigerati a temperatura positiva e negativa e celle di stoccaggio di ultima generazione ad assicurare un'eccellente food safety degli articoli, oltre che una presentazione impeccabile».

Ci può fare un esempio?



In collaborazione con il gruppo Abate e Banco Alimentare Epta contribuisce alla lotta allo spreco alimentare

«In tal senso, abbiamo recentemente lanciato **Epta food defence**, un innovativo sistema antibatterico per celle refrigerate con ioni d'argento, disponibile per tutte le soluzioni del brand Misa. In dettaglio, **Epta food defence** è studiato per migliorare la sicurezza alimentare dei prodotti all'interno delle celle ed è in grado di prevenire, combattere ed eliminare numerose specie di batteri, inclusi i più conosciuti e pericolosi, per una protezione totale, 24 ore su 24, 7 giorni su 7 e permanente per tutta la vita utile della cella. Un ulteriore esempio dell'impegno di Epta nel combattere il *food waste* è la

collaborazione con il **Gruppo Roberto Abate**, associato a **Selex**, che dal 2015 combatte lo spreco alimentare donando tutte le eccedenze ai bisognosi grazie ad un accordo con **Banco Alimentare**. Nel 2016 Roberto Abate ha incrementato il numero di supermercati coinvolti, includendo anche il nuovo superstore **Famila** di Siracusa, realizzato insieme a **Costan**. Un punto vendita dove efficienza e solidarietà si incontrano grazie alla scelta di banchi refrigerati all'avanguardia, che migliorano la *shelf life* delle referenze, mantenendo inalterate le proprietà nutritive e le qualità organolettiche dei cibi».

Expo vi ha visti presenti insieme a vostri grandi clienti. Qual è l'eredità più interessante per il vostro gruppo e per il mondo del food in generale?

«Dall'area del latte di **Granarolo** alla mostra **FabFood** nel Padiglione Italia, al **Food for the Future** all'interno del padiglione Thaiandese, passando per il punto vendita **NaturaSi** all'interno del Parco della Biodiversità, le soluzioni Epta presenti ad **Expo** sono testimonianza della sensibilità del Gruppo nell'accogliere le sfide poste dall'Esposizione Universale, racchiuse nel claim: *Nutrire il Pianeta, energia per la vita*. Siamo molto orgogliosi di aver partecipato a questo importante appuntamento mondiale, che è stato l'occasione per noi, come per tutto il mondo del food, per riflettere a fondo sull'esigenza di offrire un cibo sano, sicuro e sufficiente a tutti i popoli».

Qual è il concept della vostra strategia?

«*The Epta way up: preserving #FoodValue* è il *fil rouge* alla base della nostra strategia e di tutte le nostre collaborazioni per Expo: attraverso soluzioni tecnologicamente avanzate, ci impegniamo, infatti, ad assicurare la perfetta conservazione ed esposizione degli alimenti, preservandone la qualità, nel pieno rispetto delle risorse del territorio. Grazie a **Expo** ad alla sensibilità che la manifestazione ha risvegliato nei consumatori e *retailer*, la refrigerazione assume ruolo sempre più centrale. In tal senso Epta coglie questa nuova opportunità e si posiziona come partner ideale per sviluppare progetti e soluzioni concrete volti a promuovere il valore etico del cibo».