


















DOSSIER DE PRENSA 2020**EPTA@EUROSHOP****Índice**

	Discover a new system to enjoy your store	Pág. 02
	Six brands to accelerate your business	Pág. 05
	Your #storevolution. The Epta System	Pág. 07
	Las novedades de Epta	
	Área 1: The Urban Spirit	Pág. 08
	Área 2: DeliRevolution	Pág. 12
	Área 3: Transparent versatility	Pág. 15
	Área 4: Simply Ingenious	Pág. 17
	Área 5: HD District	Pág. 20
	Área 6: Perfect Lineup	Pág. 25
	Área 7: Dedicated to your excellence	Pág. 28
	Área 8: Circular Bar&Grocerant	Pág. 31
	Área 9: Food&Beverage Space	Pág. 37
	Área 10: Omnichannel Universe	Pág. 40
	Epta Innovillage	Pág. 42
	EptaService	Pág. 44
	La sociedad en síntesis	Pág. 47

En Düsseldorf, a 16 de febrero de 2020


Para más información

Lbdi Communication

Federica Cosmo: fcosmo@lbdi.it

Ginevra Fossati: gfossati@lbdi.it

Tel. +39 02/43910069

 **EPTA @EUROSHOP 2020: DISCOVER A NEW SYSTEM TO ENJOY YOUR STORE**

Con Epta, el futuro está aquí y ahora

Se está cumpliendo una **evolución/revolución** en el mundo del comercio minorista, dictada por una clientela más exigente, nuevas tendencias de consumo y normas internacionales estrictas, que se actualizan constantemente. En un escenario que está cambiando a un ritmo cada vez más vertiginoso, **Epta**, *Grupo multinacional especializado en la refrigeración comercial*, respaldada por su enfoque integrado, trabaja junto con los operadores de la **Gran Distribución y de los sectores Ho.Re.Ca y Food&Beverage, para hacer frente a los cambios que se están verificando**. Una metamorfosis que se articula en ámbito estético, tecnológico y normativo, donde un **mobiliario elegante de alto rendimiento y un servicio de primera clase** contribuyen a que los puntos de venta sean cada vez más **atractivos, eficientes y sostenibles**.

Una competencia valiosa

Gracias a la experiencia y la sinergia de sus marcas **Costan, Bonnet Névé, Eurocryor, Misa, Iarp y Kysor Warren** y a la gestión directa de toda la cadena de valor, el Grupo ofrece una amplia gama de sistemas y tecnologías para la refrigeración comercial. Una oferta que cuenta con **muebles remotos de temperatura positiva y negativa, mostradores de grupo incorporado, cámaras de refrigeración, así como centrales de pequeña, mediana y gran potencia**. Además, gracias al aporte de un **equipo de profesionales cualificados**, está en condiciones de colaborar con el Cliente en cada fase del proyecto: desde la **concepción de espacios evocadores** y realizaciones «llave en mano», con el personal de **EptaConcept**, hasta la personalización de los sistemas de refrigeración gracias al **System Engineering**, pasando por

la **asistencia y el asesoramiento posventa**, garantizados por **EptaService**.

Un progreso sostenido por las inversiones

Epta, con su cuartel general de Milán, presume de una posición competitiva en las distintas áreas de negocio, bien equilibrada desde el punto de vista geográfico. Su estrategia se traduce en una **expansión internacional** continua puesta en práctica apostando por la diversificación. De hecho, el plan de desarrollo del Grupo contempla un crecimiento tanto en las líneas internas como en las externas. Son tres los pilares fundamentales: **la adquisición de empresas complementarias a la actividad principal del Grupo, la penetración en nuevos países y la consolidación de las colaboraciones existentes**. Una presencia mundial garantizada por las **seis marcas** y por los emplazamientos técnico-comerciales directos e indirectos en más de **40 países**, una plantilla de casi **6.000** empleados y **11 unidades de producción** situadas en Limana, Solesino, Casale Monferrato y Pomezia (Italia), Hendaya (Francia), Bradford (Reino Unido), Columbus (Estados Unidos), Rosario (Argentina), Corlu (Turquía), Quingdao (China) y Cha-Am (Tailandia), con una **superficie cubierta total de más de 330.000 m²** y una capacidad de producción anual de **230.000** unidades. El Grupo Epta demuestra también su fuerza a través de las inversiones constantes en **tecnología e innovación**, por un total de **108 millones de euros** en los últimos tres años. Una visión que conjuga una vocación por la investigación y desarrollo de productos avanzados y eficientes con la innovación de servicio, sistema y proceso.

Y un gobierno corporativo virtuoso

Adoptar un enfoque responsable para crear valor: la expansión de Epta no puede prescindir de la atención por las personas, las comunidades en las que opera y el medio ambiente, como prueba de su voluntad de ser un grupo internacional que también valora la dimensión local. Un enfoque que surge de manera natural y ha evolucionado a lo largo de los años

hasta convertirse en un hilo conductor que se refleja en todos los ámbitos de la vida corporativa, y que hoy en día incluye también una evaluación de las inversiones según los más recientes criterios en materia de Medio ambiente, Social y Gobierno corporativo (por sus siglas en inglés ESC - *Environmental, Social, Governance*). Con el fin de supervisar los progresos realizados y disponer de un punto de referencia para confrontarse con otras realidades, desde 2012 el Grupo ha presentado un Informe de Responsabilidad Social Corporativa, que en sus últimas versiones se ha enriquecido con una encuesta dirigida a los empleados, clientes y proveedores, que aumenta su precisión de los resultados y le permite responder eficazmente a las demandas de todas las partes interesadas.

Un documento que atestigua la solidez del Grupo desde el punto de vista de su atención al impacto medioambiental y social: la **creación de valor compartido** es, de hecho, para Epta un **compromiso diario** a lo largo de **toda la cadena de suministro**, con el ambicioso objetivo de promover cada vez más la afirmación de una **economía circular**.

Para garantizar la máxima transparencia y objetividad, el Informe ha sido validado por el Instituto **TÜV Austria Cert GmbH** según los estándares de **Gri Core Option** y, en línea con las pautas fijadas en la edición anterior, se han estudiado los indicadores clave de rendimiento (**KPI**) considerados más importantes por los grupos de interés externos e internos. Además, como empresa familiar no cotizada, Epta ha anunciado su decisión voluntaria de adherir al **código de autorregulación** definido por la **Universidad Bocconi y AIDAF** (Asociación Italiana de Empresas Familiares), con el fin de garantizar la **mejor gobernanza**.

SIX BRANDS TO ACCELERATE YOUR BUSINESS

Las marcas con las que Epta trabaja son líderes en sus respectivos segmentos de mercado o en los tipos de productos específicos. El intercambio constante de **competencias** y **conocimientos tecnológicos, específicos de cada marca**, es el factor determinante que ha llevado a la multinacional a concebir nuevas soluciones de refrigeración integradas entre ellas y a diversificar sus servicios. Una oferta muy amplia y personalizada, que satisface eficazmente las necesidades de todo tipo de punto de venta, en el mundo entero.



Costan representa el núcleo originario de **Epta**. Fundada en 1946 en Turín como un taller artesanal para la fabricación de neveras y muebles refrigerados, fue adquirida en 1986. La marca, que siempre ha sido sinónimo de **calidad, servicio excelente** y **productos tecnológicamente avanzados** y **fiables**, se comercializa a través de una red de filiales en Italia y de oficinas comerciales y distribuidores en el extranjero.



Bonnet Névé nace de la fusión de dos prestigiosas marcas francesas: **Bonnet Réfrigération** –fundada al igual que Bonnet en 1830– y **Satam Névé**, ambas adquiridas en 1988. A lo largo de los años, esta marca ha obtenido importantes reconocimientos del mercado por sus soluciones, que destacan por su diseño innovador y funcional, atento a los principios de ergonomía y ahorro de energía.



Eurocryor, Puro Stile Italiano, fue fundada en 1991 en Solesino, provincia de Padua, y se distingue en el mercado como una **marca premium** especializada en la producción y comercialización de **soluciones a medida**, con un elevado **contenido de servicio**, para amueblar y personalizar las **tiendas de prestigio**. Euroshop será la ocasión para presentar la **nueva imagen** de Eurocryor, cuyos pilares radican en el desarrollo de soluciones dedicadas a **realzar la singularidad de las tiendas** y **exaltar la especificidad de cada tipo de alimento expuesto**, en la

personalización inigualable de las vitrinas con una **visión global, desde el diseño hasta los servicios de posventa.**



Misa, Maestría en cámaras frigoríficas, fundada en 1969, **es una marca especializada en la producción de cámaras frigoríficas de uso comercial e industrial.** Fue adquirida por **Epta** en 2011, lo que permitió al Grupo ampliar su oferta y crear nuevas oportunidades también en el **sector Ho.Re.Ca.**



Creada en 1983, **Iarp** es una marca famosa por sus **equipos de grupo incorporado/plug-in** con una acentuada especialización en soluciones dedicadas a la puesta en valor de **helados y bebidas.** Iarp se incorporó al Grupo en marzo de 2013 y, gracias a su espíritu internacional y know-how técnico, garantiza importantes sinergias en términos de diversificación de negocios y desarrollo de soluciones *plug-in* de refrigerante natural. Una característica inconfundible de Iarp es su capacidad de realizar soluciones *plug-in* específicas, incluso de uso exclusivo, para las empresas del sector **Food&Beverage.**



Activa desde hace más de 135 años, la **marca Kysor Warren se ha consolidado como el tercer mayor fabricante estadounidense de vitrinas refrigeradas y sistemas de refrigeración comercial y se unió al Grupo Epta en abril de 2019.** Sus puntos fuerte son el diseño, la fabricación y la venta de **vitrinas y sistemas eficientes y tecnológicamente avanzados** para supermercados, tiendas de conveniencia y otros sectores del comercio minorista y de los servicios de alimentación. La adquisición de la marca y de los activos de la sociedad Kysor Warren ha determinado la creación de **Kysor Warren Epta US Corp que opera con una plantilla de más de 500 empleados en los Estados Unidos y en México.**

 **YOUR #STOREVOLUTION. THE EPTA SYSTEM****The Epta System, una combinación ganadora**

Atractivo, flexible, tecnológico y sostenible: The Epta System es la respuesta para experimentar los puntos de venta en su versión más avanzada. Es la combinación ganadora de **productos, servicios, tecnologías, ideas y personas** la que transforma las tiendas en una **auténtica meta** para los consumidores. El objetivo de Epta es respaldar a los minoristas para guiarlos en su **#storevolution (evolución/revolución)** con **presentaciones estéticamente atractivas**, realizadas con mobiliario refrigerado que transmiten **dinamismo y vitalidad** a cada layout, garantizando al mismo tiempo el **mejor rendimiento** y una **huella de carbono reducida** en línea con las normas más estrictas del sector.

La distribución apuesta también por la máxima **eficiencia de proceso y la continuidad de servicio**: por eso Epta ofrece una amplia variedad de servicios de asistencia y consultoría posventa y programas de telemonitorización destinados a aumentar el valor del negocio de los Clientes: la supervisión de los parámetros a distancia, la garantía de diagnósticos predictivos y la intervención inmediata es, de hecho, sinónimo de fiabilidad y consumos mínimos.

Por último, el cambio de paradigma también se refleja en las **nuevas tecnologías** que contribuyen a reducir las emisiones mediante la **refrigeración natural**.

El **stand en Euroshop** representa un lugar de experimentación para los visitantes, donde, en cada área, es posible sumergirse en una atmósfera única, con una exposición de **soluciones y servicios** que componen The Epta System y que **anticipan las tendencias del futuro**.

Área 1: The Urban Spirit



La fisonomía y la geografía de la Distribución Organizada están influenciadas por la forma en que los consumidores viven los espacios de la ciudad. Los **cambios radicales** de los hábitos de compra y las pautas de consumo, consecuencia directa del **ritmo de vida cada vez más dinámico** en los centros urbanos, están impulsando de hecho la transformación en curso. Las **tiendas de proximidad** de dimensiones compactas, en virtud de su capacidad de **evolucionar** y renovar su función de protección social, representan el formato que crece más rápidamente. La **hiperlocalización**, los **horarios** de atención **flexibles**, la posibilidad de hacer una **compra rápida y sofisticada**, y al mismo tiempo disfrutar de un almuerzo o una cena **en el interior de la tienda**: esta dimensión de humanización contribuye a una mayor fidelización de los Clientes y a la afirmación de una clave de interpretación inédita de la proximidad. Los grandes urbes (megaciudades) deben ser sostenibles, por lo que hay que elegir refrigerantes naturales.

Un nuevo estilo llega a la ciudad

SlimFit Costan & Kysor Warren y **MultiCity Bonnet Névé**, productos estrella en la exposición de las marcas Epta en **Euroshop**, nacen de la combinación entre un análisis de los formatos y el estudio de la evolución de las dinámicas entre el consumidor y las enseñanzas. **Una colección completa de vitrinas self-contained** que conjuga el diseño de los mostradores remotos con la alta capacidad y la solidez de las soluciones de grupo incorporado, para amueblar con distinción toda la

zona de libre servicio de **pequeñas superficies comerciales, minimercados y tiendas de conveniencia.**

Una solución para cada necesidad

SlimFit/MultiCity se distinguen por una **amplitud de gama** que permite una mayor personalización, a favor de una perfecta **canalización** de los mostradores, **alineados y combinados** para satisfacer todas las necesidades del Cliente. Caracterizados por un *look&feel* coordinado también en la estética y los acabados, SlimFit/MultiCity promueven la sostenibilidad gracias a la iluminación de **LED** y al funcionamiento con **refrigerante natural** propano **R290**. Los protagonistas de esta área son:

- ✓ los verticales para productos frescos **Tango Narrow** y **MultiFresh Modular**;
- ✓ los verticales para productos congelados **Valzer Next** y **MultiFreeze Plus**;
- ✓ los semiverticales para productos frescos **Mambo Next** y **MultiFresco Plus**;
- ✓ los semiverticales para productos congelados **Twist Next** y **MultiFrozen Plus**;
- ✓ las versiones especiales para crear islas temáticas dedicadas a las referencias de productos frescos biológicos: **Tango Bio/MultiFresh Bio** y congelados **Valzer Bio/MultiFreeze Bio**;
- ✓ los verticales **Ballet/MultiWine** para una exposición de vinos perfecta;
- ✓ los verticales compactos **Funky Next/MultiTiny Plus** integrables con los expositores de productos envasados.

Flexibilidad, modularidad y aumento de la capacidad

Estos son los puntos fuertes de los verticales positivos y negativos de **SlimFit & MultiCity**, diseñados para dar al área de alimentos de las

tiendas pequeñas y medianas un atractivo **exclusivo, elegante y moderno** que atrae y acompaña al consumidor para **redescubrir el valor de la experiencia** dentro de los espacios comerciales. Tango Narrow y MultiFresh Modular para los frescos y New Valzer y New MultiFreeze para los congelados, se distinguen por sus transparencias realizadas a través de puertas acristaladas de altura completa y laterales panorámicos. Modelos con mayor capacidad, para un volumen interior de **+25%** en Tango Narrow y MultiFresh Modular, una profundidad de **850 mm** en comparación con los **720 mm** de los modelos anteriores y características técnicas que los hacen más compactos, con menor espacio ocupado en el suelo. Además, para ampliar el surtido de la gama, pueden estar equipados con un **sistema de condensación por agua o aire**.

Los semiverticales que rediseñan la disposición del área de productos frescos y congelados

Mambo Next/MultiFresco Plus y Twist Next/MultiFrozen Plus son la máxima expresión del objetivo de Epta de rediseñar el área de productos frescos y congelados de las superficies comerciales pequeñas y medianas, a través de un *merchandising* estudiado específicamente para valorar las referencias de productos. Estos **semiverticales** ofrecen un **sinfín de configuraciones en línea o en isla** para presentaciones cada vez más atractivas.

En nombre de la naturaleza

Con el fin de responder a las necesidades de una clientela atenta e informada, los córneres dedicados a los **productos biológicos y naturales** son cada vez más frecuentes dentro de las **tiendas de proximidad**. Euroshop 2020 será la ocasión de lanzar una versión renovada de **Tango Bio/MultiFresh Bio y Valzer Bio/MultiFreeze Bio**. Estos modelos se distinguen por los perfiles de las puertas y los interiores de color negro y los acabados exteriores símil madera que garantizan una perfecta integración con el concepto de las zonas dedicadas a la alimentación biológica.

Córner bodega de vinos, no solo elegancia

Reproducir la atmósfera de una bodega de vinos en el interior de una tienda pequeña o mediana: los mostradores verticales, **Ballet** Costan y Kysor Warren y **Multiwine Plus** Bonnet Névé, garantizan la **mejor visibilidad de las etiquetas de las botellas**, conservadas a temperaturas ideales y colocadas en **estantes inclinados**. Las puertas completamente acristaladas y los acabados exteriores e interiores de acero inoxidable, combinados con topes de producto de madera, contribuyen a atribuir un **aspecto refinado al área de vinos**. Por último, para mayor seguridad, los mostradores están equipados con un sistema de cierre con **cerradura** en la parte inferior del mueble.

Mejorar la venta cruzada en los pasillos de productos envasados

Costan y Bonnet Névé revolucionan las estrategias de **venta cruzada** con **Funky Next/MultiTiny Plus**, los nuevos **verticales compactos** de la familia SlimFit/MultiCity diseñados para integrarse con los expositores de productos envasados. Caracterizados por una **doble puerta y una profundidad de sólo 500 mm**, **Funky Next/MultiTiny Plus** son ideales para desarrollar las ventas de productos frescos complementarios como las bebidas, pero también en las zonas dedicadas a los alimentos para mascotas donde cada vez más a menudo se integran productos refrigerados.

Área 2: DeliRevolution



El área dedicada a los productos frescos y muy frescos es una de las más atractivas de los puntos de venta. En el diseño de estos sectores es fundamental estudiar la percepción del espacio y los elementos que

incentivan la interacción con los consumidores. Las líneas **OutFit** y **Mozaïk** de Costan y Bonnet Névé, gracias a sus características, que se manifiestan en diferentes formas de exposición, colores y decoraciones, son capaces de plasmar el carácter de cada **supermercado, para que sea único y distinguible.**

**Una línea única,
posibilidades infinitas**

OutFit y **Mozaïk** son la expresión de una narración en la que cada detalle contribuye a capturar la atención del público y a exaltar los productos. Las **grandes familias de productos para las zonas de frescos y muy frescos** están compuestas por mobiliario horizontal y semivertical, de autoservicio, venta asistida y mostradores traseros que dan lugar a un ritmo visual que permite al usuario sumergirse en un contexto siempre nuevo.

**Bajo el signo de la
creatividad**

Sinónimo de **infinitas formas, módulos y personalizaciones**, las líneas adquieren una carga evocadora al enfatizar el surtido y la calidad de las referencias de productos en cada tipo de punto de venta, **desde los hipermercados hasta las tiendas de proximidad.** La **Finishing Collection**, ahora disponible para todos los nuevos modelos, otorga a OutFit y Mozaïk un carácter único: una rica variedad de acabados que abarcan materiales como la madera y la piedra hasta serigrafías e impresiones personalizadas.

La exclusividad en amplia escala

Personalización y extrema flexibilidad, para una solución capaz de poner a disposición la exclusividad **en amplia escala**: este es el principio inspirador del diseño de las líneas **OutFit** y **Mozaïk**, perfectamente plasmado en **Velvet** y **Shape**, que ofrecen innumerables alternativas para dar un toque de refinamiento a los espacios: **tres estéticas**, Design, Style y Studio, **módulos múltiples**, desde la versión semivertical hasta la torre, *tavola calda* o versión para congelados, **numerosas profundidades, longitudes y alturas**, así como **acabados** ilimitados, gracias a la **colección de acabados**. También son dignas de mención las variantes para las **vitriñas**, sin montantes, con vidrios curvos, rectos, abatibles, o convertible para pasar el Velvet y el Shape de servicio asistido a autoservicio.

Una gama completa

Una avance en **Euroshop**:

- **Batik** Costan y **Kaleido** Bonnet Névé, los nuevos semiverticales (propuestos en varias alturas y profundidades)
- **Silk C** Costan y **Dualio E** Bonnet Névé, expositores horizontales en versión remota (horizontal y semivertical) e integrada (horizontal)
- El mostrador trasero **Boutique** Costan y **Profile** Bonnet Névé, con su diseño esencial y de líneas rectas de base cerrada para el almacenamiento de productos refrigerados o a temperatura ambiente. Boutique y Profile se transforman **de mostrador trasero a mostrador autónomo**, ideales por ejemplo, para organizar degustaciones de alimentos en tiendas tradicionales o dentro de grandes áreas de venta y promover momentos de interacción con los consumidores. Por último, otra ventaja de estos modelos es la posibilidad de introducir **puertas acristaladas** para la sección superior a fin de mejorar la eficiencia energética.

Layout innovadores

El mobiliario **OutFit** y **Mozaïk** se caracteriza por un juego de contrastes entre volúmenes, transparencias y colores. Presumen también de una amplia **versatilidad**: es posible crear diferentes configuraciones, de isla

o pared, incluso ensamblando los distintos modelos de la línea. Las soluciones también destacan por su **robustez**, una **relación expositora superior** y una estética que respeta los principios del diseño funcional. Síntesis de un perfecto equilibrio entre los elementos de la propia estructura, los mostradores de las líneas **OutFit** y **Mozaik** son garantía de una ergonomía eficiente, gracias a una superficie de exposición, de altura y profundidad correctamente dimensionada, que mejora la interacción con el consumidor, facilitando al mismo tiempo el trabajo del operador. El espacio puede organizarse en diferentes formatos, gracias a las innumerables combinaciones de modelos. **OutFit** y **Mozaik** permiten crear recorridos orientados a ofrecer a los consumidores la máxima libertad de movimiento, prolongando el tiempo de permanencia en la tienda, en favor de un aumento de las compras no planificadas. Una disposición atractiva, que provoca un impacto positivo en la imagen de las marcas y de la enseñanza pro de la fidelización de los Clientes.

Área 3: Transparent versatility



El **punto de venta** es el lugar donde se definen y toman forma las **preferencias** del consumidor, especialmente cuando se consideran las decisiones relacionadas con las compras promocionales y por impulso. **Costan** y **Bonnet**

Névé han diseñado la nueva gama **Stage** y **Latitude** para responder a la necesidad de las enseñas de poner en valor los productos, de los más rentables a las promociones, con líneas **paspartú** que constituyen un eficaz polo de atracción para los usuarios.

Una fuerza de atracción superior

Es importante satisfacer las necesidades **funcionales** y **hedonistas** de los Clientes que motivan las compras por impulso en presencia de condiciones de venta particulares. Se observa, de hecho, una relación comprobada entre el entorno agradable, el estado de ánimo, la compra impulsiva y el nivel de gasto. El *merchandising* visual asume un papel activo: con **Stage/Latitude**, familia de *plug-in* de diseño minimalista, la **visibilidad completa de los productos** está garantizada gracias a las amplias superficies acristaladas y a la reducción de las dimensiones de las partes técnicas compactas alojadas en la base.

El retrato de la frescura

Funcionales y resistentes estas líneas **versátiles** se manifiestan en varios módulos, ideales para acomodar una amplia gama de **categorías de productos**. Stage/Latitude, disponibles en versión de servicio asistido, autoservicio, doble reposición, semivertical, *tavola calda* y en la configuración especial *Closed*, permite renovar la disposición de **todos**

los formatos de venta, en las áreas de entrada, en la parte anterior de las cajas, las islas comerciales promocionales y los espacios de alimentación que sirven comidas listas para consumir. Espacios de gran atracción que se amueblan con la máxima coherencia para crear nuevas disposiciones en las tiendas y remarcar la **calidad y el frescor** de embutidos, quesos, carnes, pescado, propuestas gastronómicas *gourmet* o especialidades de la cocina regional o internacional.

La esencialidad como marca de estilo

Vitrinas simples y elegantes que desaparecen de la vista, para que los productos sean fácilmente reconocibles: los paneles laterales transparentes están equipados con **Epta Adamant**, una solución específicamente diseñada para garantizar una perfecta transparencia a lo largo del tiempo, así como una mayor **resistencia a los arañazos** y seguridad alimentaria, gracias a sus propiedades hidrófugas. Mínimo impacto para un máximo rendimiento en la **conservación** de los alimentos y en la **accesibilidad**, en favor de una **higiene** máxima.

Área 4: Simply Ingenious



Las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero aumentarán en los próximos años, y esto depende principalmente de

que los países en desarrollo tendrán acceso a la cadena del frío para el transporte y el almacenamiento de productos alimentarios y a sistemas de aire acondicionado para defenderse de un clima cada vez más caluroso. Estudios recientes revelan que en los próximos 30 años se **instalarán 19 unidades de calefacción, ventilación y aire acondicionado (HVAC&R) por segundo** para satisfacer las demandas del mercado mundial. (Fuente: Toby Peters, Profesor de Economía del Frío, Universidad de Birmingham). Por lo tanto, optar por la **refrigeración natural** será una decisión imprescindible para contribuir a la reducción de la huella de carbono. **Europa** está allanando el camino para las tecnologías que pueden **combatir los cambios climáticos**, con el objetivo de liderar la **transición hacia una economía climáticamente neutra** para 2050, como contemplado en el reciente Acuerdo para una Europa Verde. Para apoyar a la distribución, el **System Engineering Epta** ha estudiado las soluciones de instalación ideales para **cada proyecto**: tecnologías futuristas, para orientar el sector hacia alternativas verdes.

Una auténtica visión ecológica

La **revolución sostenible** de Epta implica la introducción en el mercado de innovaciones **simples e ingeniosas que utilizan refrigerantes naturales**. El Grupo promueve **la adopción de refrigerantes naturales para superficies de cualquier amplitud**, que van desde soluciones *plug-in*, integrales, condensadas por aire, de

reposición por agua y con CO₂ para cubrir **tiendas de cualquier tamaño de la manera más eficiente e inmejorable, en cualquier condición climática.**

Euroshop será la ocasión para presentar la evolución del **sistema patentado de eficiencia transcritical completa FTE**, diseñado para cualquier área de temperatura pero necesario cuando las temperaturas son **superiores a 37 ° C** para obtener la máxima eficiencia, y el nuevo **subenfriador de eficiencia extrema de temperatura ETE**, capaz de garantizar capacidad de refrigeración del **100%**, recomendada para climas de 30 ° C a 40 ° C y **necesaria para obtener la máxima eficiencia con temperaturas superiores a 40 ° C.**

El Life-C4R de Epta, en el ámbito del prestigioso LIFE Programme

El FTE 2.0 es el corazón del proyecto **Life-C4R - Carbon 4 Retail Refrigeration**, incluido en el área Mitigation del **Programa LIFE de la Unión Europea y cofinanciado por la UE** (nº LIFE17 CCM/IT/000120). El Plan se creó para concienciar a la comunidad científica, a los proveedores de componentes y a todos los actores del mundo de la venta al por menor sobre el uso de soluciones cada vez más eficientes y demostrar cómo es posible **sustituir completamente** los refrigerantes HCFC y HFC con CO₂ transcritical, de forma **sencilla, eficiente y fiable, en cualquier parte del mundo. La comunicación y el intercambio con las partes interesadas son uno de los pilares de Life-C4R** y, por este motivo, Epta ha organizado en su stand un **área de conferencias dedicada al proyecto**. Un lugar de **encuentro e información**, concebido para proporcionar **actualizaciones** sobre los primeros objetivos importantes alcanzados por las plantas piloto ya en funcionamiento.

El poder de la invisibilidad

En la versión 2.0 la FTE Full Transcritical Efficiency asegura una **menor ocupación del suelo y una reducción de los tiempos de instalación y puesta en marcha**, eliminando también la necesidad de espacio adicional en la sala de máquinas para alojar el receptor de

líquidos. **ECO2SMALL+** es la central presentada en Euroshop de **CO₂ transcritical de media y baja potencia con FTE 2.0 a bordo**, preinstalada y probada previamente. Diseñada para su instalación en **interiores o exteriores**, en tiendas pequeñas y medianas, destaca por su solidez y **accesibilidad** a todos los componentes desde un solo lado, de modo que puede ser utilizada incluso en las salas de máquinas más angostas y facilitar un mantenimiento más rápido. Existen varias opciones adicionales, como las funciones de autodiagnóstico, la posibilidad de informar rápidamente a los técnicos de refrigeración sobre el componente que necesita asistencia, la detección de la disminución del nivel óptimo de refrigerante y la interfaz a través de la aplicación.

También a temperaturas extremas, superiores a los 40 °C

La ETE Externe Temperature Efficiency es una nueva tecnología Epta que también se puede combinar con la FTE y garantiza el funcionamiento del sistema **CO₂ transcritical** en **cualquier latitud**, incluso en sistemas no booster y en aplicaciones de **refrigeración industrial**. La tecnología funciona **sin el aporte de refrigerantes sintéticos**, inflamables o el uso de agua: de hecho, el sistema utiliza el mismo CO₂ del sistema transcritical como fluido de trabajo. El «secreto» del ETE reside en la **reducción de las temperaturas del refrigerante** antes de su distribución en los puntos de uso finales. El gas que sale del intercambiador de aire, a un valor cercano a la temperatura ambiente, se **enfria posteriormente**. El sistema permite la desaparición **casi total del «flash-gas»** (refrigerante a recomprimir), que determina un importante **ahorro de energía** y garantiza la fiabilidad del **correcto funcionamiento** del sistema, incluso por encima de los 40 °C. Otro punto fuerte de ETE es la elección de **componentes estándar**, fáciles de **adquirir en comercio y conocidos** por los operadores, para **facilitar la instalación** y permitir también una mayor eficiencia durante las fases de **puesta en marcha y mantenimiento**.

Área 5: HD District



Las **tiendas discount** han sabido aceptar y ganar el desafío planteado por los consumidores, convirtiéndose en un formato cada vez **menos «hard»**, asumiendo una **nueva identidad** de la enseña, que no llega a compromisos con los principios fundamentales. La conveniencia, la calidad, la sencillez y la innovación son los pilares en los que se

basa el fuerte vínculo entre este tipo de tienda y sus Clientes. En la exposición y conservación de los productos frescos y congelados, se destacan **tres** macrocategorías: la **verticalización** de las estructuras de exposición, el aumento considerable del **número de referencias** y las inversiones **en tecnologías**, destinadas a promover el **ahorro de energía**.

**Una nueva fórmula,
todavía más exitosa**

El elemento central de esta evolución permanece entre bastidores: se trata de la **tecnología del frío**, cada vez más orientada a soluciones eficientes, para una reducción significativa de los consumos. Los distribuidores del discount, de hecho, se concentran en el coste total de propiedad (por sus siglas en inglés TCO -*Total Cost of Ownership*) y en las cuestiones ambientales, ya que la refrigeración es un rubro de gastos que alrededor del **50% de los costos anuales**. La mayoría de las soluciones propuestas e instaladas por las marcas **Epta**, tanto en las renovaciones como en las nuevas instalaciones, incluyen estudios de flujos de aire innovadores para soluciones abiertas con el fin de mantener el frío dentro del mostrador, o cierran con **puertas transparentes** y utilizan **refrigerante natural**, como el CO₂ o el R290.

El surtido se hace protagonista

La introducción de estructuras de exposición refrigeradas verticales es cada vez más frecuente y por esta razón **Epta** presenta en Euroshop **GranVista Integral Waterloop Costan** y **SkyView Integral Waterloop Bonnet Névé** para alimentos frescos y **GranBering Integral Waterloop Costan** y **SkyLight Integral Waterloop Bonnet Névé** para alimentos congelados. Se trata de una evolución de las familias **GranFit** y **SkyEffect**, desarrollada para combinar el diseño, la capacidad y las prestaciones técnicas de las dos gamas estrella de las marcas, con la flexibilidad y el poco espacio ocupado por los mostradores de grupo incorporado. Una óptima gestión del espacio, que permite potenciar **nuevas categorías**, como productos muy frescos, productos DOP, DOC, IGP, las grandes marcas, etc., mejorando la **visibilidad de los artículos** y la **capacidad de reposición**, para conseguir un índice de rotación superior. GranVista Integral Waterloop Costan/SkyView Integral Waterloop Bonnet Névé son muebles únicos caracterizados por el sistema **waterloop**, premontado en el mueble, que los transforma en mostradores equipados con unidad **self-contained**, ideales para **pequeñas superficies** sin sala de máquinas. El máximo respeto por el medio ambiente también está garantizado por el uso del refrigerante natural propano **R290** y la fácil integración de las soluciones con los **sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado**, para recuperar el calor reutilizado por la calefacción del punto de venta.

Había una vez... el discount

El ambiente de las tiendas Discount se está acercando al **paradigma del supermercado**. Por esta razón, durante la fase de renovación, los arcones tradicionales se integran a menudo con **superestructuras verticales** como el mostrador **negativo Sound Top Costan** y **Bonnet Névé**, un superventas para el mundo del *Discount* que no deja de renovarse, gracias a la **estética** innovadora, un **área total display superior** y **compresores y ventiladores más eficientes**, para una

reducción garantizada del consumo. Epta, con el objetivo de dar valor a la cualidad versátil y complementaria de sus soluciones, en ocasión de Euroshop presenta la novedosa combinación entre **Sound Top** y los arcones **Melody Costan** y **Glide Bonnet Névé**, específicamente diseñados para el mercado asiático. Se trata de soluciones con tapas acristaladas panorámicas provistas de sistema de cierre suave. La apertura vertical facilita el acceso a los productos y la fase de reposición de los operadores.

Robustez y máxima personalización

En los nuevos formatos, con superficies más grandes que en pasado, cabe destacar la creación de islas de productos dedicados a lo muy fresco, como la carne, a través de mostradores estudiados específicamente. Para responder a esta necesidad, Epta propone **Samba Costan** y **Drift Bonnet Névé**, los **semiverticales cerrados**, con puertas correderas o batientes, que mejoran la percepción de orden, limpieza y calidad de las categorías expuestas. **Robustos** y eficientes, Samba Costan / Drift Bonnet Névé también están disponibles en versión **Open**, como *plug-in* con refrigerante propano **R290** o mostradores remotos de **CO₂** y que pueden personalizarse con algunos accesorios especiales como el «**Bio**», con acabados similares a la madera y soportes dedicados a la exposición de fruta, verdura y flores.

El regreso de un «gran clásico» con un nuevo Look&feel

Simplicidad y esencialidad: para las áreas de productos lácteos, fiambres y quesos, donde generalmente se prefieren las estructuras de paredes abiertas, **Costan** y **Bonnet Névé** presentan un avance de la nueva versión de **Rhino & Valea** y de **Lion Eco**. Estos mostradores de **diseño esencial**, diseñados específicamente para las tiendas de descuento, están disponibles con un estante adicional, para la presentación de un mayor número de **referencias**. Entre los principales puntos fuertes destacan la **mejora del rendimiento** con consumos reducidos, gracias a los **innovadores sistemas de gestión de los**

flujos de aire creados por los estudios de Dinámica de Fluidos Computacional, (por sus siglas en inglés CFD - Computational Fluid Dynamics) **realizados por el Epta Innovation Center.**

Las cámaras debutan en las tiendas de descuento

La inclusión de un mayor número de artículos es posible gracias a la introducción de **cámaras refrigeradas**, que han transformado progresivamente el enfoque «justo a tiempo» de las tiendas de descuento y su **logística**. Epta apoya a los gestores de las tiendas de descuento en la implementación de la cadena del frío con soluciones que, por **dimensiones y características**, satisfacen las necesidades de cada enseña. Las cámaras presentadas en Euroshop son sinónimo de **máxima flexibilidad**: las tecnologías exclusivas, como **Fast Fit** y **Fastener** permiten una perfecta alineación y rápido montaje de los paneles disponibles en comercio. La consigna es también la Seguridad Alimentaria, gracias al sistema antibacteriano de iones de plata **Epta Food Defence**, aplicado directamente a la chapa. Una innovación estudiada para mejorar la seguridad alimentaria de los productos y a prevenir, combatir y eliminar numerosas especies de bacterias, para una protección total y permanente a lo largo de la vida útil de la cámara. La tecnología **DOW Pascal™ Pro** contribuye a hacer que las cámaras Misa sean únicas, reduce la densidad media del panel a **1,5 m³ por pared**, para un valor de **conductividad térmica λ 0,0205 W/mK**, uno de los más bajos del mercado.

Una gestión impecable de los espacios

Dos modelos expuestos en Euroshop: **KLC** para los productos frescos y **KLA** usado como enfriador de botellas. El **KLC, modular** y adaptable en **todas las configuraciones**, se presenta en una versión sin suelo, **reforzada** para resistir el paso de los carritos para la descarga de palets con **paneles de 80 mm**, dos alturas e iluminación de **LED con detección de presencia** y **unidad drop-in con R290**. La **minicámara** Misa **KLA** con **monobloque R290** es una solución

multifuncional, ideal para **conservar y presentar** las referencias, gracias a la posibilidad de elegir **puertas acristaladas** con estantes inclinados para la **venta de libre servicio** en las gasolineras. Fácil de instalar y diseñada para un **uso intensivo**, cuenta con componentes **robustos** y una **versatilidad** superior, para sus **arcones extraíbles**, **puertas semi-empotradas** y también ofrece nuevas **personalizaciones magnéticas** en los paneles internos o externos de las puertas.

Soluciones para cada necesidad

También se exponen las unidades de condensación por aire **DropIn Air-cooled** y los **monobloques Freeblock Misa** diseñados para temperaturas medias y bajas, de buen rendimiento y sostenibles, gracias al uso del **refrigerante R290**, para satisfacer las necesidades de un mercado cada vez más respetuoso con el medio ambiente. Los Drop-In destacan por la sencillez de su montaje y su diseño sumamente compacto, garantizada por el alojamiento de la unidad en el techo de la cámara. Los Freeblock, por otra parte, requieren la instalación del evaporador en el interior del panel y del condensador, el compresor y las partes eléctricas en el exterior, para una mayor capacidad de carga. Además, el compresor de los Drop-In y de los Freeblock está sellado herméticamente, precargado y probado en fábrica, listo para su uso inmediato.

 **Área 6: Perfect Lineup**



El producto ya no se encuentra al centro de la interacción entre el punto de venta y el usuario, sino que la atención se focaliza en **la experiencia que el Cliente experimenta dentro de la tienda**. Por lo tanto, es primordial para la distribución

trazar la experiencia de compra, definiendo nuevos lenguajes de comunicación y estéticos: factores diferenciadores para transformar las tiendas en un **destino** real para los consumidores.

Estructurar la identidad de cada sector

La definición del **layout** es fundamental: la elección de los **equipos**, colores y acabados desempeña un papel **fundamental** en el comportamiento de los usuarios dentro de los supermercados e hipermercados, en términos de permanencia y valor medio del gasto. Para que los alimentos frescos y congelados de libre servicio se conviertan en el auténtico centro de atención de las tiendas, Epta enriquece **GranFit Costan** y **SkyEffect Bonnet Névé con soluciones exclusivas** y una estética renovada gracias a los nuevos acabados de la **Finishing Collection**.

Diseño y coherencia visual

GranFit Costan y SkyEffect Bonnet Névé son gamas completas de muebles refrigerados que permiten **amueblar toda la zona dedicada a los frescos, muy frescos y congelados** con una única familia de productos y con una identidad coordinada. GranFit Costan y SkyEffect Bonnet Névé se articulan de la siguiente manera:

- ✓ verticales positivos **GranVista Next / SkyView Plus**, disponibles también en versión **Integral Closed**
- ✓ verticales negativos **GranBering / SkyLight**, disponibles también en versión **Integral Closed**
- ✓ semiverticales cerrados para congelados **GranSesia / SkyShine**
- ✓ semiverticales para frescos abiertos **GranSibari / SkyLook** y cerrados **GranValdaj / SkySpace**, disponibles también en versión **Integral open**.

La integración y la perfecta alineación entre los diferentes modelos y la posibilidad de combinarlos para crear infinitas composiciones es garantía de absoluta coherencia expositora. GranFit Costan y SkyEffect Bonnet Névé, presentados en Euroshop con un aspecto único que se revela en los acabados de la **Finishing Collection**, se caracterizan por estanterías de vidrio con iluminación integrada y por paneles en la parte superior e inferior del mobiliario, identificados por superficies con materiales de efecto decorativo, para un alto impacto escenográfico que favorece la coordinación con la gama de muebles para servicio asistido Outfit Costa y Mozaïk Bonnet Névé.

Los «cracks» de la versatilidad

Resaltan también los **nuevos semiverticales abiertos GranSibari / SkyLook** con estantes en cascada y **cerrados GranValdaj / SkySpace**. Mostradores que sobresalen para un **merchandising** inigualable y por su **diseño lineal, moderno y esencial**, combinado con **innovaciones técnicas**. Soluciones que permiten insertar hasta 6 estantes, para una relación optimizada entre el espacio ocupado en el piso y el área total de exhibición, en comparación con los modelos tradicionales, y una **visibilidad superior de los productos**. La **versatilidad** es uno de los principales ingredientes de estos mostradores. De hecho, es posible elegir entre **4 longitudes diferentes, 3 profundidades y 3 alturas** (1300 mm, 1500 mm y 1700 mm) para el GranSibari / SkyLook y **tres tipos de puertas** para el GranValdaj / SkySpace: rectas, inclinadas correderas o batientes.

Primicias como «recién recogidas»

También se presenta la versión especial **Season** de **GranVista Next Costan** y **SkyView Plus Bonnet Névé**. Se trata de un **proyecto** escenográfico, ideado para asegurar una **presentación** de efecto para **la fruta y la verdura**. GranVista Season y SkyView Season se proponen en la versión Value para colocar las primicias en cajas y Advance para disponerlas sobre la estantería en forma de media luna. Además, los mostradores pueden estar equipados con **nebulizadores**, que prolongan la **vida útil** de los productos y los hacen aún más atractivos para los consumidores, transmitiendo una percepción de productos «**recién recogidos**».

Un arcón único, para congelados y frescos

En la zona se presentan también las islas **Tortuga** y **Cosmos Eco, Dual & Reverse** de la marca Costan y Bonnet Névé renovadas en su **merchandising**, con un mayor volumen interno, superficies transparentes y tapas deslizantes diseñadas para facilitar la recogida de los productos por parte del consumidor y la reposición de la mercancía por parte de los operadores. **Tortuga y Cosmos Eco, Dual & Reverse** se distinguen por la posibilidad de convertir el mostrador de temperatura negativa a positiva para configuraciones flexibles, dependiendo de las necesidades de la temporada o de las promociones de la tienda.

Área 7: Dedicated to your excellence



Focalizarse en la **personalidad, la singularidad de cada tienda** y la **especificidad de su surtido**: este es el significado de «**personalización**» para **Eurocryor**. Un posicionamiento competitivo, de valores y propuestas renovadas, **que hoy también incluye un servicio de excepción**.

Una evolución que demuestra la voluntad de la marca de ser el **socio ideal** de los **Cientes**, acompañándolos, tras la definición de soluciones puntuales, en el camino de **renovación** de las tiendas, como palanca para seguir siendo un **punto de referencia** para los consumidores.

**Eurocryor es
Puro Estilo Italiano**

La identidad de la marca se engloba en el eslogan «**Puro Stile Italiano**», con el que Eurocryor afirma la búsqueda constante de la distinción, manifestada en la **elegancia del diseño**, así como en la **innovación tecnológica**. Expresión del **talento creativo del Made in Italy**, reconocido y apreciado en todo el mundo, Eurocryor conjuga la estética y la técnica, **reinterpretando las tradiciones** para ofrecer soluciones concretas y poner en valor **cada categoría de productos frescos**, en cualquier **contexto de exposición**.

Dedicado a tu tienda

Cada tienda tiene sus propias **peculiaridades**. Eurocryor colabora con las **tiendas especializadas** en la formación de una **identidad visual** para los puntos de venta, proponiendo **nuevas formas de presentación** a través de **soluciones de calidad y personalizadas** en cada detalle, de las formas a los tamaños, de los materiales a los acabados. El punto fuerte de la marca es, de hecho, la capacidad de diseñar muebles capaces de realzar la oferta y evocar, al mismo tiempo,

los valores inmateriales y simbólicos que contribuyen a la distinción de la enseña.

Dedicado a los alimentos frescos

Con Eurocryor, la exposición perfecta se armoniza con la mejor **conservación**. Gracias a las inversiones en **investigación e innovación**, la marca ofrece tecnologías de conservación específicas para **cada tipo de referencia**, como carne, fruta y verdura, embutidos y quesos, productos de repostería y panificación, en nombre de la **frescura** y la **conservación** de sus características organolépticas.

Dedicado a ayudarte

La personalización también abarca la **asistencia**, «estudiada a medida» de cada necesidad. Los clientes de Eurocryor pueden contar con un **equipo de especialistas** a su servicio, capaces de respaldar su acción **en cada fase**, desde el diseño hasta las operaciones de posventa.

El bienestar del operador en primer lugar

La personalización de las vitrinas de Eurocryor no sólo se refiere a aspectos estéticos o de exposición, sino que también incorpora la **protección de los empleados detrás del mostrador**. De hecho, Eurocryor ha estudiado una vitrina destinada a garantizar a los operadores la posibilidad de trabajar en una **postura correcta**, cumpliendo así con la **normativa francesa más reciente y estricta en materia de ergonomía, emitida por el Cramif (Caisse Régionale d'Assurance Maladie d'Ile-de-France) y Assurance Maladie, entre las más estrictas del mercado**. La versión presentada en Euroshop, en particular, está dedicada a la perfecta visibilidad y conservación de quesos y productos lácteos, pero puede adaptarse a otros alimentos específicos. La solución **Fromagerie** está compuesta por un módulo de servicio asistido dedicado a las grandes formas de queso para cortar y una torre para la presentación de preparaciones con quesos frescos, realizados como joyas, gracias a un juego de luces y transparencias. Por último, el **nuevo «Sistema adaptativo»** proporciona una adaptación

continua del evaporador a las condiciones externas del banco para mantener estables la temperatura y la humedad.

Dedicada a los «urban foodies»

Una isla dedicada al **food to go, Lunch Corner** está diseñada para responder a los nuevos hábitos de consumo de la ciudad y a la necesidad de los Clientes de organizar un almuerzo o una cena completa, combinando numerosas referencias. Una solución con un diseño creativo que se configura como un bar de ensaladas de autoservicio, sobre dos lados, caracterizado por una total transparencia y elegancia. Está compuesto por cubetas de acero inoxidable de diferentes tamaños adecuadas para exponer verduras preparadas y otros alimentos complementarios, típicos del preparado para llevar, como tacos de jamón, verduras, picatostes o huevos cocidos. La solución se completa con un **módulo Tavola Calda** semivertical integrado para platos calientes ya preparados como pizza, sándwiches y tartas.

Área 8: Circular Bar & Grocerant



Alimentos y conocimiento para una sostenibilidad «circular»: **Epta**, con la **Universidad de Ciencias Gastronómicas de Pollenzo** (www.unisg.it), el equipo especializado de EptaConcept y en

colaboración con numerosas **empresas virtuosas**, ilustra cómo crear un bar o un servicio de catering **Grocerant (Grocery + Restaurant)** en un punto de venta, adoptando soluciones que minimicen el impacto medioambiental y aporten innovación social. El reto superado ha sido el de agrupar y hacer dialogar entre ellas algunas soluciones capaces de respetar los principios de la **Economía Circular en los Alimentos**. Esta teoría se basa principalmente en los conceptos de la protección del capital natural y cultural vinculado a los alimentos y la coevolución de varios actores que forman parte del mismo sistema. La reutilización, la mayor eficiencia y durabilidad de los productos, la aplicación de nuevas tecnologías y los materiales derivados de los productos, la reducción de los consumos y la explotación de los recursos son algunos de los principios a seguir en el desarrollo circular.

El Bar & Grocerant encuentra la economía circular

El Bar & Grocerant se convierte en circular como un «**lugar de comida antropológico**» destinado a **sensibilizar a los usuarios** sobre el intercambio de conocimientos y el aumento de la responsabilidad social, la cultura del desperdicio cero, de la circularidad y también de la promoción de empresas portadoras de un cambio de paradigma económico y social. La directriz se basa en la idea de proyectar la disposición, el equipo y los componentes para tener el placer de

consumir la comida siguiendo las lógicas del **EcoDiseño** y de **la Economía Circular en los Alimentos**. Por ejemplo, el mobiliario en exposición tiene un bajo consumo energético, es desmontable, fabricado con materiales duraderos, de un solo tipo de material, reciclado o completamente reciclable, que resultan del uso de residuos presentes en la cadena alimentaria de materias primas o envases. Todos estos elementos enmarcan **una oferta gastronómica**, desarrollada también en **clave circular**, es decir, favoreciendo a quien protege la biodiversidad y la cultura relacionada con ella, quien razona en clave de regeneración y preserva la calidad del suelo y el bienestar de los animales, reduce al mínimo los desperdicios a lo largo de la cadena de producción. Las partes interesadas y los visitantes de la feria están invitados a **tocar con mano** los resultados de las colaboraciones entre Epta, la Universidad de Ciencias Gastronómicas de Pollenzo y las muchas otras empresas que participan, utilizando las **herramientas de comunicación disponibles en el área**, para conocer más **detalladamente las innovaciones propuestas** y los estudios que subyacen en cada proyecto.

El cuidado esmerado de cada detalle

El córner es una expresión del alma ecléctica de **EptaConcept**, el **servicio** del Grupo Epta especializado en dar forma a **espacios comerciales, córneres, quioscos originales y hechos a medida**, en nombre de una experiencia exclusiva para los consumidores. Con pasión y creatividad, su equipo de expertos trabaja en **estrecha colaboración** con los minoristas, los actores del mundo Ho.Re.Ca y Food&Beverage para transformar cada idea de proyecto en una realización única. El equipo está en condiciones de ofrecer **proyectos llave en mano**, cuidando todos los aspectos, desde el análisis de las necesidades, hasta la elección del mobiliario, pasando por la instalación y la asistencia posventa.

Las soluciones Epta dedicadas al servicio Bar/Ho.Re.Ca incluyen los nuevos **conceptos Axis & Nuj, plug-in componibles** de marca Iarp que permiten almacenar los productos en módulos disponibles a **temperatura positiva, negativa, ambiente o calientes (+30 °C/+90 °C)** creando así **infinitas geometrías** para la exposición de los productos de autoservicio adoptando configuraciones de **torre o mostrador** respectivamente.

A esto se añade el mueble vertical dedicado a la conservación y exposición de vino y cerveza **Rugiada Wine&Beer**, el vertical positivo **Sun42** para bebidas y el pequeño **Counter Glass** para apoyar directamente sobre el mostrador para las compras impulsivas, todos de marca Iarp.

Dedicados a la función Grocerant, en cambio, encontramos **Ouverture Hot Costan** y **Bonnet Névé, plug-in** verticales para la conservación de la gastronomía y platos calientes previamente preparados y **Rossini Paella Costan** y **Maxima Modular Paella Bonnet Névé**, para el servicio asistido con una distribución específica para cocinar y servir una de las especialidades más famosas de la cocina española.

Libertad de elección

Una prioridad del Grupo Epta es reducir el impacto medioambiental de las actividades en toda la cadena de valor. La mayoría de los materiales utilizados en la producción de los mostradores de sus marcas son **reciclables**: se recuperan 93 kg de cada 100 kg de residuos producidos. Además, hace tiempo que Epta ha renovado las gamas de productos, que ahora están disponibles con **refrigerante natural e iluminación de LED para obtener un consumo de energía más reducido**. Estos principios comunes también caracterizan a las soluciones para bares y Grocerant que se exponen en esta área; aunque ser circular significa poder ir más allá de estas dos soluciones, en particular representan el deseo de ser aún más sostenibles y «circulares»: **VIC AT GREEN EMOTIONS** y **LondonMeal**.

**Natural, sostenible,
reciclado**

Vic 220 AT GREEN EMOTIONS es la expresión perfecta del deseo de Epta de promover la transición de una **economía lineal** (tomar, fabricar, eliminar – *Take, Make, Waste*) a una **economía circular** (fabricar, usar, reciclar – *Make, Use, Recycle*), regenerativa y dialogante con la naturaleza. Este arcón compacto para helados está realizado en **plástico 100% reciclado**, sin el añadido de ningún otro aditivo y con acabados naturales. Presume también de un ahorro energético superior, gracias al uso de **nuevos compresores y componentes**. La sostenibilidad se une a la estética con el VIC 220 AT GREEN EMOTIONS: los paneles de **metal**, totalmente personalizables, están disponibles con **efecto madera 3D Touch** fabricados con hasta un **20% de material reciclado**.

**Tu comida, tu
decisión de reducir el
desperdicio de
alimentos**

Reflectores apuntados también sobre **London Meal8**, la exclusiva máquina expendedora de la Iarp City Collection creada en colaboración con **Sirap** –*uno de los productores de envases para alimentos frescos más cualificados de Europa*– y dedicada **a la exposición y venta de porciones individuales** dentro de los envases **Meal8® de Sirap**, *fabricados con material reciclado y reciclable, diseñados para reducir el desperdicio de alimentos*. El distribuidor está diseñado para adaptarse a diferentes contextos: centros comerciales, estructuras públicas, hospitales y espacios comunes, y permite proponer un **menú personalizado, saludable** y nutricionalmente **equilibrado**, completado con una **bebida**, aderezos y cubiertos, mezclando los ingredientes de los módulos componibles **Meal8® de Sirap**. London Meal8 es una solución ingeniosa para contribuir a la difusión de **una alimentación consciente** y atenta a reducir el **desperdicio de alimentos**: de hecho, la división en diferentes envases permite optimizar las fechas de vencimiento en función del tipo de alimento, aprovechando siempre el 100% de la vida útil de cada producto.

Grocerant Partners

Además de las soluciones Epta, se presenta el mobiliario, los equipos y los componentes de numerosos socios que trabajan juntos con un propósito común: **demostrar que es posible crear un espacio para el bar y/o la restauración en clave circular**. A continuación se indica una lista de las empresas participantes y sus productos, elegidos como ejemplos de mejores prácticas en la perspectiva de una economía circular para los alimentos:

KEO Project: sociedad de diseño piemontesa, que destaca por sus soluciones ecológicas, que aplican principios de sostenibilidad medioambiental y económica. Están presentes en el stand las Sillas *del Torchio*, mobiliario como mesas, sillas y sillones fabricados con las barricas de vino en desuso ..

Wega: es un antiguo productor de cafeteras, comprometido con la creación de productos ecológicos de bajo impacto, con especial atención al ahorro de energía. Utiliza las mejores tecnologías disponibles en el mercado para reducir los consumos y facilitar el trabajo del cantinero.

BWT Italia: es líder en Europa en sistemas de tratamiento de agua. Se dedica a la búsqueda de tecnologías innovadoras, ecológicas y sostenibles para mejorar la calidad del agua y proteger los recursos. AQA drink 30, un dispensador que refina y mejora el agua de la red, haciéndola helada y chispeante está presente en el stand de Epta. La bebida AQA 30 es útil para reducir el consumo de plástico en entornos de trabajo.

Novamont: es un líder internacional en el sector de los bioplásticos. Promueve un modelo de bioeconomía basado en el uso eficiente de los recursos renovables y la regeneración territorial. De la investigación de Novamont proviene MATER-BI, la familia de bioplásticos biodegradables y compostables, desarrollada para proporcionar soluciones a problemas

ambientales específicos. Novamont participa en el Grocerant Circular con cubiertos, vasos y películas en MATER-BEI, bioplástico biodegradable y compostable.

Lucart: Lucart es un grupo industrial italiano de fama internacional, uno de los principales productores europeos de papel tisú y productos depositados por aire para uso higiénico sanitario y papel fino monoglaseado para envases flexibles. La compañía ha insertado servilletas en Fiberpack ® dentro del stand de Epta en Euroshop. Virtuoso y ganador de múltiples premios, Fiberpack® es el material obtenido de la recuperación de fibras de celulosa presentes en los envases de cartón tipo TetraPak para bebidas. Lucart recupera el 100% de los envases de bebidas compuestos por 74% de fibra de celulosa no blanqueada, 22% de polietileno y 4% de aluminio.

Lavazza: Lavazza, establecida en 1895 en Turín, el tostador italiano ha sido propiedad de la familia Lavazza durante cuatro generaciones. Entre los tostadores más importantes del mundo, Lavazza es líder en el mercado minorista italiano y está presente en más de 140 países en todo el mundo, con una facturación de 1.87 mil millones de euros en 2018. Dentro de las áreas de bar del stand de Epta, es posible probar su iTIERRA! Brasil, una mezcla premium de las mejores cualidades de Arábica brasileña y "Washed Conillon", un Robusta lavado fino y cuidadosamente seleccionado. Un espresso intenso con toques de chocolate que contiene café de Lambari, Minas Gerais, donde Lavazza apoya a comunidades de pequeños agricultores ayudándoles a adoptar técnicas agrícolas para mejorar la calidad del café, facilitar el acceso al mercado y combatir el cambio climático.

Área 9: Food&Beverage Space



En el sector de **Food&Bev** la marca se configura como una **palanca competitiva** fundamental: un conjunto de **valores e ideales** en los que el Cliente se identifica. Se trata, en efecto, de un **componente intangible y emocional** que

cubre las funciones de identificación, orientación y garantía y que encuentra en el **punto de venta un lugar físico de representación**. Por lo tanto, los espacios comerciales están llamados a convertirse en **portadores de la comunicación de la marca** a través de la creación de un universo de símbolos y significados que se desarrollan alrededor del producto.

Personalización e imagen de marca

Los estímulos sensoriales, resultado de un cuidadoso **estudio de la disposición y exposición de las referencias**, desempeñan un papel crucial para que el cliente se sienta **partícipe del mundo representado** por la marca. **Epta** siempre se ha comprometido, junto con **Iarp**, a diseñar **mobiliario de refrigeración** caracterizado por el más alto grado de **personalización**, para una perfecta coherencia con el **mensaje transmitido por la marca**, con lo que la distingue y la acerca al público objetivo de referencia, contribuyendo también a **reforzar el valor de la marca**.

Iarp Cool Emotions, «Emociones en vitrina»

Un ejemplo concreto de la **fuerza innovadora** de la marca es la **Iarp Cool Emotions**, una amplia gama en continua evolución, capaz de

ofrecer una respuesta a todas las necesidades de exposición en **bares, heladerías y restaurantes**. Una familia completa de *plug-in* de estilo *urban chic* y un *look&feel* homogéneo, la Iarp Cool Emotions se hace única gracias a las **luces LED** en los **perfiles externos** de los mostradores, que atraen la mirada de los consumidores, maximizando la compra por impulso. El toque de artista de la línea es la **impresión digital** directamente sobre chapa que garantiza la total personalización de las vitrinas, para un diseño original y de efecto, en cualquier contexto. Es una tecnología que permite responder con sencillez y rapidez a todas las necesidades y que hace que cada pieza de mobiliario sea única, a la vez que aumenta el **reconocimiento de la marca** de los actores del mercado de **Food&Bev** y de los operadores del sector de **Ho.Re.Ca**. Relación entre **estética, flexibilidad y prestaciones técnicas**, estos *plug-in* también destacan por su **fiabilidad y sostenibilidad**, gracias a la elección de los **gases naturales** (R290 y R600a) y a un sistema de refrigeración específico que asegura una alta operatividad, **reduciendo el mantenimiento**.

La creatividad aplicada a la tecnología

La amplia gama está disponible en el **scooping Delight** para los amantes del helado a granel, los **semiverticales abiertos Joy** para las bebidas; los **verticales Glee con puertas**, disponibles tanto a temperatura positiva para bebidas, snacks, platos preparados o ensaladas como a temperatura negativa para helados envasados o congelados, ahora también disponibles en las versiones compactas **Glee Mid** y **X-slim**; **Excite**, un mostrador compacto para helados que se puede colocar encima del mostrador y **Super Excite** ideal para la parte trasera del mostrador. Por último, la gama para el mercado asiático se enriquece con **Passion**, el expositor horizontal para congelados, diseñado para coordinar con el mejor artículo de doble temperatura **Amaze** para un mostrador combinado, capaz de mejorar aún más la relación de exposición en las tiendas de conveniencia y las gasolineras.

iQueda conectado!

Para seguir la tendencia evolutiva de los *plug-in*, cada vez más inteligentes y conectados, se presenta también el nuevo **paquete de IoT**, para la supervisión del mostrador a distancia. Estas funcionalidades, aplicables a todos los demás modelos de la Iarp Cool Emotions y disponibles también en una solución de retroadaptación, permiten **analizar los parámetros** de los *plug-in*, para recoger información sobre la **temperatura**, **geolocalizar** el mobiliario y gestionar las **alarmas**. El paquete de IoT también proporciona informes a medida y permite obtener información precisa sobre el **rendimiento de las ventas**, los **hábitos y las preferencias** de los consumidores, promoviendo así la mejora continua y la capacidad del operador para responder a los deseos de sus Clientes.

Estamos en el aire

Otro protagonista en Euroshop es también el **semivertical abierto Joy 30 Smart Screen**, completo con una pantalla **LCD de 14.9'** en la parte superior delantera, para la proyección de **contenidos comerciales** y **campañas** con audio y vídeo hasta 1080p. Un *plug-in* altamente **interactivo** que interpreta las potencialidades expresivas de la gama y capaz de **involucrar activamente a los Clientes**, estimulando las compras por impulso.

Área 10: Omnichannel Universe



Una señal evidente de la evolución de los hábitos de consumo es **el comercio electrónico** que se está expandiendo en **todo el mundo**. Los datos de Eurostat publicados en enero de 2020 indican que más de

7 de cada 10 usuarios han hecho por lo menos una compra en línea en los 12 meses anteriores a la encuesta, con un crecimiento del **78%** entre los consumidores de 16 a 24 años y del **76%** para los consumidores con edades comprendidas entre 25 y 54 años. Invertir en la **omnicanalidad** es ahora algo imprescindible: drive, click&collect, entrega a domicilio, tienda virtual... son todas herramientas válidas para que los minoristas ofrezcan la máxima libertad y comodidad de compra a los Clientes.

El encuentro entre el frío y el click&collect

Epta, para respaldar a la distribución en su pugna con los pure players en ventas online, propone los **#EPTABricks**, prácticas taquillas refrigeradas que permiten a los consumidores recoger productos de alimentación y bazarcomprados online en la página web de la enseña, donde y cuando quieran, incluso fuera de los horarios de apertura de la tienda. Diseñados para asegurar la mayor flexibilidad a los consumidores, están disponibles en versiones de **interior** y **exterior** y consisten en módulos de temperatura controlada: los **#EPTADryBricks** están destinados a los productos **secos**, los **#EPTAfreshBricks** y **#EPTAfrozenBricks** garantizan la conservación de los artículos **frescos y congelados**. Además, ahora son todavía más **compactos**, gracias a la **integración de la pantalla de comunicación (Master)** dentro de las

columnas de las taquillas refrigeradas. Los #EPTABricks pueden ser colocados en cualquier lugar y son particularmente adecuados para **puntos de interés** como el **recorrido hogar-trabajo**, dentro o cerca de **grandes empresas**, cerca de **centros comerciales** o **gasolineras**.

Una solución satisfactoria para los minoristas y el medio ambiente

Son múltiples los factores que impulsan cada vez más a menudo a los minoristas a invertir en esta fórmula mixta, donde los clientes compran online y recogen sus compras en las ciudades. En primer lugar, les permite ganar **cuotas de mercado**, en respuesta al crecimiento de los operadores de comercio electrónico, ofreciendo un sistema que combina **la practicidad y la sostenibilidad**. Los #EPTABricks, de hecho, al eliminar la entrega a domicilio, aseguran una **gestión eficiente del último kilómetro** y una reducción de la huella de carbono, también en virtud del uso del refrigerante **propano R290**. También permiten aprovechar al máximo el **centro de la ciudad**, e interceptar el flujo en esta zona estratégica en la que se mueve un nuevo tipo de consumidores exigentes que buscan una **solución de compra rápida** durante los breves desplazamientos diarios. Ayudan a aumentar las ventas, gracias a la **simplicidad** de los **pedidos** que se hacen **en línea** a través de un sistema que se conecta a la plataforma de comercio electrónico de la enseña, asegurando una experiencia de compra interactiva y la disponibilidad de los artículos, las 24 horas del día. Por último, el servicio de **telemonitorización** las 24 horas del día es sinónimo de máxima continuidad de funcionamiento, vigilancia constante de todos los parámetros e intervención oportuna en caso de necesidad.

Epta InnoVillage



Innovation is the Epta Way for Excellence: una auténtica vocación que orienta el modo de ser, de trabajar y producir de la empresa, persiguiendo siempre un progreso sostenible. Con el objetivo de ofrecer nuevas inspiraciones de negocio a sus Clientes, en el interior de su stand, el Grupo ha diseñado **Epta InnoVillage**, un espacio donde viven las nuevas ideas. Un recorrido para descubrir proyectos originales y creativos, desarrollados por compañías y sociedades emergentes proyectadas en el futuro, que pueden aumentar el éxito del sector, con soluciones creativas y concretas.

FRESCO FRIGO: venta automática de alimentos frescos disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, en cualquier lugar y con pagos inteligentes.

En colaboración con Epta, la empresa ha desarrollado una vitrina refrigerada que puede instalarse en el interior de múltiples contextos: oficinas, gimnasios, complejos residenciales, universidades, hoteles, para crear los puntos más avanzados para el consumo de snacks. Gracias a una aplicación puntual y a un código personal es posible ordenar, pagar y abrir el refrigerador para retirar los productos seleccionados.

FEATFOOD: comidas saludables y equilibradas, a medida para cada plan alimentario

FeatFood ofrece un menú completo de alimentos saludables, entregados listos para comer, garantizando comidas balanceadas con el aporte nutricional correcto, de acuerdo con los objetivos de cada usuario y de su perfil alimentario. FeatFood ofrece una selección de 20 platos por semana, con combinaciones de recetas estudiadas por un equipo de especialistas y bajo la guía de un nutricionista. La empresa presenta sus

menús en refrigeradores avanzados, instalados en espacios convencionales como, por ejemplo, los puntos *snack* de las tiendas, lugares de trabajo, oficinas, centros deportivos, hospitales. Además, se inauguró en Milán el primer restaurante FeatFood.

PROCUSINI: impresión tridimensional de dibujos de alimentos, para cualquier tipo de cocina comercial

La empresa presenta un sistema *plug & play* completo compuesto por una impresora 3D y una amplia gama de alimentos refinados imprimibles en distintas formas. La solución es ideal para panaderías, confiterías, catering profesional o eventos gastronómicos en los *grocerant* de las tiendas.

TRACXPOINT: compras y controles gracias a la inteligencia artificial

La empresa ha concebido y realizado un sistema de control automático basado en la inteligencia artificial. Para los clientes se traduce en el **gusto de las compras en una tienda fiable**, que responde de manera rápida y eficaz a sus necesidades. Los comerciantes minoristas pueden recoger datos de los consumidores mediante puntos clave durante la permanencia en la tienda, favoreciendo una mayor eficiencia de las cajas y reforzando la calidad de su relación con proveedores y clientes.

CULTIFUTURA: productos que cambian la forma en que las personas interactúan y entienden los alimentos, integrando una huerta vertical en la vida diaria.

El objetivo de Cultifutura es el de impactar en la cultura de cualquier lugar de trabajo y reunir a las personas apasionadas al cultivo de sus propios alimentos, contribuyendo a un mundo más sostenible.

Growblock es un sistema de agricultura urbana totalmente automatizado, gracias al cual quienes viven o trabajan en una comunidad pueden tener un espacio personal para cultivar los alimentos que prefieren. El sistema requiere una intervención mínima del usuario y

permite el cultivo de productos nutritivos y sin plaguicidas, que abarcan desde ensaladas hasta variedades raras de pimientos, tomates, flores o hierbas. A través de una plataforma social, Growblock también permite a los usuarios compartir e intercambiar sus alimentos y crear una comunidad. Es ideal para las empresas como iniciativa de sostenibilidad y construcción de comunidades, pero también puede utilizarse para abastecer a restaurantes, cafeterías o tiendas minoristas.

Growblock combina la tecnología y la eficiencia de las huertas verticales con el deseo de las personas de cultivar sus propios alimentos y formar parte de una comunidad.

Cultifutura es una empresa emergente creada por una sinergia con Epta y Corporate Hangar, un acelerador de innovación con sede en Milán.

EptaService



«*Great Expertise at your Service*» gracias a un **equipo altamente profesional**, para apoyar a los Clientes, paso a paso, durante **todo el ciclo de vida** de las

tiendas, como un único plantel: **esto es EptaService**. Se trata de una **propuesta** articulada **en múltiples servicios** para satisfacer todas las necesidades, asegurando el **mayor ahorro** en términos de costes de gestión y, al mismo tiempo, el pleno **respeto del medio ambiente**. Gracias a un **personal** que dispone de **instrumentos tecnológicos de vanguardia**, EptaService garantiza **una asistencia completa** y un **asesoramiento cualificado**, estableciendo así una relación de **confianza** a largo plazo con sus Clientes, que confían en el Grupo para el diseño, la financiación, la instalación, la gestión y el mantenimiento. En la era de la **servitization** y **digitalization**, la gama de soluciones de EptaService combina, de hecho, la readaptación y el mantenimiento con otras muchas opciones, entre las que se incluyen: la supervisión a distancia, ahora también disponible para los *plug-in*, la compra de piezas de recambio del catálogo de comercio electrónico y nuevos métodos de intervención en el lugar de trabajo a través de aplicaciones conectadas con mostradores y dispositivos de realidad aumentada.

Mucho más que un catálogo de recambios

La plataforma de comercio electrónico de Epta, disponible en dispositivos PC, iOS y Android, es ahora aún más práctica e intuitiva, permitiendo a los usuarios comprobar, en tiempo real, la disponibilidad de los componentes mediante una **búsqueda simplificada y rápida de dos formas diferentes (nombre, código y fecha de producción)** para navegar por las **tablas 3D** del modelo / **número de serie** y filtros **por categoría**) y comprar **piezas de recambio directamente en**

línea. Máxima flexibilidad también para los **plazos de entrega:** el nuevo almacén centralizado y automatizado pone a disposición **32.000 códigos,** garantizando las entregas en **24/48 horas.** Además de esto, los desarrollos más recientes de la plataforma ven la creación de un **área dedicada al Cliente** propiamente dicha, donde éste puede comprobar con un simple clic todos los servicios activos, conocer constantemente el rendimiento de sus tiendas y estar siempre actualizado sobre las últimas novedades a disposición. Ya no es sólo un catálogo de comercio electrónico, sino un entorno personalizable para cada Cliente, disponible en línea y accesible desde cualquier dispositivo para estar siempre al día.

Master the Global Life Cycle Management

El evento será una oportunidad para ilustrar las características del nuevo **Fleet Management** con el que EptaService propone una solución «todo en uno» para la **gestión de todos los aspectos de las flotas de muebles refrigerados *plug-in* por cuenta ajena,** optimizando los costes. Entre los **numerosos servicios** que se ofrecen figuran la financiación, el suministro y el almacenamiento de soluciones *plug-in*, la entrega en el punto de venta/bar, la vigilancia, el mantenimiento preventivo, la intervención in situ, la recogida al final del período de utilización y el reacondicionamiento. Por lo tanto, el Fleet Management está estudiado para seguir **todo el ciclo de vida del mostrador refrigerado, prestando especial atención al coste total de propiedad.**

Service 4.0

La monitorización continua de la eficiencia y el consumo de un sistema de CO₂ transcrito es esencial para asegurar un rendimiento y una fiabilidad constantes, desde la puesta en marcha hasta el final de la vida útil del sistema.

La inédita CO₂ Dashboard de Epta Service es capaz de supervisar en tiempo real el Coeficiente de Rendimiento (por sus siglas en inglés COP -

Coefficient of Performance) y los consumos de la instalación individual y de toda la flota gracias a avanzados algoritmos que permiten normalizar los KPI y comparar sistemas con diferentes características.

Connected Coolers

Con EptaService, las vitrinas de las marcas Epta se enriquecen con **funciones de IoT** para la monitorización remota, para permitir a los Clientes **identificar, monitorizar y gestionar sus mostradores**. La tecnología del Internet de las cosas permite **analizar en tiempo real los principales parámetros** de las vitrinas, entre ellos la temperatura y la humedad (para garantizar siempre la mejor conservación de los productos), la posición de los mostradores mediante la **geolocalización y la frecuencia de apertura de las puertas** (útil para analizar el rendimiento de las ventas). El IoT también permite gestionar las **alarmas y controlar el consumo de energía** de los mostradores *plug-in*.

Eptaservice Check App

Para simplificar las **intervenciones** en los mostradores refrigerados, **EptaService** ofrece exclusivamente a los técnicos de campo la nueva **Aplicación EptaService Check**, disponible para teléfonos móviles y tabletas. Actualmente disponible para la gama Velvet, la aplicación diseñada para funcionar en todos los mostradores de Epta equipados con una tarjeta electrónica especial, que permite conectar el mostrador a una **red wifi**. Entre las numerosas funciones, la aplicación EptaService Check permite leer y escribir la **configuración del mostrador** y de los puntos de uso conectados con total sencillez y comprobar sus parámetros en tiempo real, así como recibir, validar y gestionar las **señales de alarma** y las situaciones de error, lo que representa una herramienta de apoyo válida para los técnicos de la refrigeración.

LA SOCIEDAD EN SÍNTESIS

- ▶ **Denominación social:** Epta S.p.A.
- ▶ **Domicilio social:** Via Mecenate, 86 – 20138 Milán – Italia
- ▶ **Actividad:** Grupo europeo y socio global en el sector de la refrigeración comercial para la Distribución Organizada
- ▶ **Presidente y Administrador Delegado:** Marco Nocivelli
- ▶ **Empleados:** 6.000 aproximadamente
- ▶ **Sitio web:** www.eptarefrigeration.com