


















DOSSIER DE PRESSE 2020

EPTA@EUROSHOP

Sommaire

	Découvrez un nouveau système pour profiter de votre magasin	Page 02
	Six marques pour accélérer votre business	Page 05
	Votre #storevolution. Le Système Epta	Page 07
	Les nouveautés d'Epta	
	Area 1, The Urban Spirit	Page 08
	Area 2, DeliRevolution	Page 12
	Area 3: Transparent versatility	Page 15
	Area 4: Simply Ingenious	Page 17
	Area 5: HD District	Page 20
	Area 6: Perfect Lineup	Page 25
	Area 7: Dedicated to your excellence	Page 28
	Area 8: Circular Bar&Grocerant	Page 31
	Area 9: Food&Beverage Space	Page 38
	Area 10: Omnichannel Universe	Page 41
	Epta Innovillage	Page 43
	EptaService	Page 46
	La société en bref	Page 49

Düsseldorf, 16 février 2020

Pour plus d'informations

Lbdi Communication

Federica Cosmo: fcosmo@lbdi.it

Ginevra Fossati: gfossati@lbdi.it

Tel.: +39 02/43910069

 **EPTA @EUROSHOP 2020 : DÉCOUVREZ UN NOUVEAU SYSTÈME POUR PROFITER DE VOTRE MAGASIN**

Avec Epta, le futur c'est maintenant

Une **évolution-révolution** est en marche dans l'univers du commerce, dictée par une clientèle plus exigeante, de nouvelles tendances de consommation et des réglementations internationales strictes, constamment réactualisées. Dans un scénario qui évolue à un rythme pressant, **Epta - groupe international spécialisé dans la réfrigération commerciale** - fort de son approche intégrée, accompagne les opérateurs de la **Grande Distribution et des secteurs du CHR et du Food & Beverage dans les changements** en cours. Une métamorphose qui se décline dans le domaine esthétique, technologique et réglementaire ; les **aménagements y sont élégants, très performants et avec un service de première classe** rendant les points de vente de plus en plus **attrayants, efficaces et durables**.

Une expertise de valeur

Grâce à son expérience, à la synergie de ses marques **Costan, Bonnet Névé, Eurocryor, Misa, Iarp et Kysor Warren** et à la gestion directe de toute la chaîne de valeur, le Groupe propose une large gamme de systèmes et de technologies pour la réfrigération commerciale. Une offre qui comprend des **meubles raccordés à distance à température positive et négative, des meubles à groupe intégré, des chambres froides et des centrales de petite, moyenne et grande puissance**. En outre, **une équipe de professionnels qualifiés** accompagne les clients dans toutes les phases du projet : de la **conception d'espaces suggestifs** et d'aménagements clé en main avec la team **EptaConcept**, à la personnalisation des systèmes de réfrigération grâce au **System Engineering**, en passant par **l'assistance et le conseil après-vente**, garantis par **EptaService**.

Un progrès supporté par des investissements

Basé à Milan, le Groupe **Epta** bénéficie d'une position concurrentielle dans ses différents domaines d'activité, ainsi que d'une bonne répartition géographique. Sa stratégie se traduit en une **expansion internationale** continue, en s'appuyant sur la diversification. Le programme de développement du Groupe prévoit en effet une croissance dimensionnelle tant pour les lignes internes qu'externes. Les axes porteurs sont au nombre de trois : **acquisition d'entreprises complémentaires au cœur de métier du Groupe, entrée dans de nouveaux pays et renforcement des partenariats existants**. Une présence globale assurée par ses **six marques** et par des services techniques et commerciaux directs et indirects dans plus de **40 pays** ; un effectif de près de **6000** collaborateurs et **11 unités de production** sises à Limana, Solesino, Casale Monferrato et Pomezia en Italie, Hendaye en France, Bradford au Royaume-Uni, Columbus aux USA, Rosario en Argentine, Corlu en Turquie, Qingdao en Chine et Cha-Am en Thaïlande, sur une **surface totale couverte de plus de 300 000 m²** et avec une capacité de production annuelle de **230 000** unités. La force du Groupe Epta est portée par ses investissements constants en **technologie et innovation**, pour un total de **108 millions d'euros** au cours de ces trois dernières années. Une vision qui allie la vocation pour la recherche et développement de produits de pointe et performants et l'innovation de service / système et processus.

Et une gestion vertueuse

Adopter une approche responsable pour créer de la valeur : la croissance d'Epta est indissociable de notre attention à l'humain, aux communautés dans lesquelles il opère et à l'environnement, témoignage de notre volonté d'être un groupe international qui valorise la dimension locale. Une orientation née tout naturellement et qui a évolué au cours des années en devenant le *fil rouge* de tous les domaines de la vie de

l'entreprise et qui, aujourd'hui, prévoit une évaluation des investissements selon les plus récents critères ESG (*Environmental, Social, Governance*). Pour suivre les progrès accomplis et avoir un point de comparaison avec les autres entreprises, depuis 2012 le Groupe produit un Rapport sur la responsabilité sociale de l'entreprise qui, dans ses dernières versions, a été enrichi d'une enquête auprès des collaborateurs, des clients et des fournisseurs, qui rend ce rapport encore plus précis et nous permet de répondre efficacement aux demandes de toutes les parties prenantes.

Un document qui atteste la solidité du Groupe du point de vue de son attention à l'impact environnemental et social. En effet, la **création de valeur partagée** est pour Epta un **engagement quotidien** qui se décline **le long de toute la filière**, dans l'objectif ambitieux de promouvoir encore davantage l'affirmation d'une **économie circulaire**.

Pour garantir la plus haute transparence et l'objectivité, ce rapport a été certifié par l'Institut **TÜV Austria Cert GmbH** selon les normes **GRI Core Option**. De plus, conformément au parcours entrepris lors de l'édition précédente, les **indicateurs clés de performance (ICP)** estimés les plus importants par des parties prenantes externes et internes ont été évalués. En outre, en qualité d'entreprise familiale non cotée, Epta annonce son choix volontaire d'adhérer au **code d'autorégulation** défini par l'**Université Bocconi** et par l'**AIDAF** (Association Italienne des Entreprises familiales) afin d'assurer la **meilleure gestion**.

SIX MARQUES POUR ACCÉLÉRER VOTRE BUSINESS

Les marques d'Epta sont leaders dans leurs segments de marché respectifs ou dans leurs typologies de produits spécifiques. Le partage constant des **compétences** et du **savoir-faire technologique particulier à chaque marque** est le facteur crucial qui a permis à la multinationale de concevoir de nouvelles solutions réfrigérées, intégrées entre elles, mais aussi de diversifier ses services. Une offre très large et personnalisée, qui satisfait efficacement les besoins de chaque typologie de point de vente dans le monde entier.

COSTAN 

Costan représente le noyau originel d'**Epta**. Fondée en 1946 à Turin comme atelier artisanal pour la production de glacières et d'armoires réfrigérées, la marque a été reprise en 1986. Depuis toujours synonyme de **qualité, service excellent** et **produits fiables et technologiquement pointus**, elle est commercialisée en Italie par un réseau de filiales et à l'étranger par des bureaux commerciaux et des distributeurs.

 **Bonnet Névé**

Bonnet Névé naît de la fusion de deux marques françaises prestigieuses : **Bonnet Réfrigération** – fondée en tant que Bonnet en 1830 - et **Satam Névé**, reprises en 1988. Une marque récompensée, maintes fois, au fil des années, par le marché pour ses solutions de design innovant et fonctionnel, attentif aux principes de l'ergonomie et de l'économie d'énergie.

eurocryor

Eurocryor, Pur Style Italien, a été fondée en 1991 à Solesino, dans la région de Padoue. Sur le marché, elle se distingue comme **marque premium** spécialisée dans la production et la commercialisation de **solutions sur mesure**, avec un vrai **contenu de service**, pour aménager et personnaliser des **points de vente de prestige**. Euroshop sera l'occasion de présenter la **nouvelle image** d'Eurocryor, dont les piliers sont le développement de solutions **valorisant la personnalité des magasins** et **exaltant la spécificité de chaque produit exposé**. Ce sera une

opportunité de démontrer la **personnalisation** inégalée des vitrines avec une **vision à 360°, du projet à l'après-vente.**



Créée en 1969, **Misa**, *Mastery in cold-rooms*, est une **marque spécialisée dans la fabrication de chambres froides commerciales et industrielles.** Reprise par **Epta** en 2011, elle a permis au groupe d'accroître son offre et de créer de nouvelles opportunités **dans le secteur du CHR.**



Fondée en 1983, **Iarp** est une marque reconnue pour ses **meubles à groupe logé (plug-in)** avec une spécialisation forte pour les solutions dédiées à la mise en valeur des **glaces et des boissons.** Iarp a rejoint le Groupe en mars 2013 et grâce à son internationalité et à son savoir-faire technique, elle garantit des synergies importantes en termes de diversification du business et de développement de solutions à groupe logé à réfrigérant naturel. La caractéristique distinctive d'Iarp tient dans sa capacité à réaliser des solutions à groupe logé *ad hoc*, même en exclusivité, pour les entreprises du **Food&Beverage.**



Active depuis plus de 135 ans, la marque **Kysor Warren**, qui **s'est consolidée comme troisième fabricant américain de vitrines réfrigérées et d'installations destinées à la réfrigération commerciale, est entrée dans le Groupe Epta en avril 2019.** Son point fort est la conception, la fabrication et la vente de **vitrines et de systèmes performants et à la pointe de la technologie,** destinés aux supermarchés, aux magasins de proximité et autres secteurs du commerce *Retail* et *foodservice*. L'acquisition de la marque et des actifs de la société Kysor Warren a donné lieu à la création de **Kysor Warren Epta US Corp, qui opère avec une équipe de plus de 500 collaborateurs aux États-Unis et au Mexique.**

VOTRE #STOREVOLUTION. LE SYSTÈME EPTA

Le Système Epta, une combinaison gagnante

Séduisant, flexible, technologique et durable : pour vivre les points de vente dans leur version plus évoluée, la réponse est **The Epta System**. Cette combinaison gagnante de **produits, services, technologies, idées et personnes** transforme les magasins en **une véritable destination** pour les clients. L'objectif d'Epta est d'accompagner les distributeurs dans leur **#storevolution (évolution/révolution)** avec des **aménagements esthétiquement attrayants**. Aménagements réalisés avec des meubles réfrigérés qui confèrent **dynamisme et vitalité** à chaque configuration, tout en garantissant les **meilleures performances** et une **empreinte carbone réduite**, conforme aux réglementations les plus strictes du secteur.

Les distributeurs veulent une **efficacité de processus maximale et une continuité de service**, c'est pourquoi Epta offre des services à 360° d'assistance et de conseil après-vente et des programmes de télésurveillance permettant d'accroître la valeur commerciale des clients : télésurveiller les paramètres, assurer un diagnostic prédictif et des interventions rapides est en effet synonyme de fiabilité et de consommations minimales.

Enfin, le changement de paradigme se décline aussi en **nouvelles technologies**, qui participent à la réduction des émissions grâce à la **réfrigération naturelle**.

Le **stand à Euroshop** représente un lieu d'expérimentation pour les visiteurs qui, dans chaque zone, pourront s'immerger dans une ambiance unique, avec une exposition des **solutions et des services** qui constituent The Epta System et **anticipent les tendances du futur**.

Area 1: The Urban Spirit



Le visage et la géographie de la Grande Distribution sont influencés par la manière dont les clients vivent les espaces urbains. La **modification radicale** des habitudes d'achat et des modèles de consommation, conséquence directe **des rythmes de plus en plus dynamiques** de la vie dans les centres urbains, guident en effet la transformation en cours. Grâce à leur capacité d'**évoluer** et de renouveler leur fonction de lien social, les **commerces de proximité**, aux dimensions compactes, sont parmi les formats en croissance les plus rapides. **Hyper-emplacements, horaires** d'ouverture **flexibles**, possibilité de réaliser des **courses rapides et recherchées**, mais aussi de déjeuner ou de dîner **in-store** : cette dimension de coexistence permet une plus grande fidélisation de la clientèle et l'affirmation d'une interprétation inédite de la proximité. Les immenses centres urbains (megacity) doivent être éco-durables, et donc faire le choix des réfrigérants naturels.

Un nouveau style fait son entrée en ville

C'est de l'alliance d'une analyse des formats et de l'étude de l'évolution des dynamiques entre le client et les enseignes que sont nés **SlimFit de Costan & de Kysor Warren et MultiCity de Bonnet Névé**, les stars des marques Epta exposées à **Euroshop**. **Une collection complète de vitrines self-contained** qui combine le design des meubles alimentés à distance avec la capacité et la compacité des solutions à groupe intégré, pour aménager avec classe la totalité des rayons libre-service des **petites surfaces, supérettes et commerces de proximité**.

Une solution pour toutes les exigences

- ✓ **SlimFit/MultiCity** se distinguent par une **profondeur de gamme** qui permet de multiples personnalisations, à la faveur d'un **raccordement** parfait des meubles, **alignés et mixés** entre eux pour satisfaire toutes les exigences. Caractérisés par un *look&feel* coordonné, dans leurs esthétiques et leurs finitions, SlimFit/MultiCity favorisent la durabilité grâce à un éclairage **LED** et à un fonctionnement au **réfrigérant naturel**, le propane **R290**. Les protagonistes de ce rayon sont :
- ✓ les meubles verticaux pour produits frais **Tango Narrow et MultiFresh Modular ;**
- ✓ les meubles verticaux pour surgelés **Valzer Next et MultiFreeze Plus ;**
- ✓ les meubles semi-verticaux pour produits frais **Mambo Next et MultiFresco Plus ;**
- ✓ les meubles semi-verticaux pour surgelés **Twist Next et MultiFrozen Plus ;**
- ✓ les versions spéciales pour créer des corners à thème dédiés aux références de produits frais bio : **Tango Bio/MultiFresh Bio** et surgelés **Valzer Bio/MultiFreeze Bio ;**
- ✓ les meubles verticaux **Ballet/MultiWine** pour une exposition parfaite des vins.
- ✓ les meubles verticaux compacts **Funky Next/MultiTiny Plus** intégrables avec les présentoirs des produits secs.

Flexibilité, modularité et une capacité accrue

Tels sont les points forts des meubles verticaux à température positive et négative **SlimFit & MultiCity**, conçus pour conférer au rayon *food* des petites et moyennes surfaces un charme **exclusif, élégant et moderne**, qui attire et accompagne le client à la **redécouverte d'expériences** à l'intérieur des magasins. Tango Narrow et MultiFresh Modular pour les produits frais, New Valzer et New MultiFreeze pour les surgelés, se distinguent par leurs transparences, proposées par les

portes vitrées toute hauteur et leurs joues panoramiques. Des modèles à la capacité de stockage accrue : **+25%** de volume interne pour Tango Narrow et MultiFresh Modular, une profondeur de **850 mm** contre **720mm** avec les modèles précédents et des atouts techniques qui les rendent plus compacts, avec un encombrement au sol moindre. En outre, pour une meilleure profondeur de gamme, ils peuvent être équipés d'un **système de condensation à eau ou à air**.

Les meubles semi-verticaux qui redessinent la configuration des rayons frais & surgelés

Mambo Next/MultiFresco Plus et Twist Next/MultiFrozen Plus sont l'expression de la volonté d'Epta de redessiner les rayons frais et surgelés des petites et moyennes surfaces par le biais d'un merchandising étudié pour mettre en valeur les références. Ces meubles **semi-verticaux** offrent des **configurations infinies, linéaires ou en îlot**, pour des présentations encore plus séduisantes.

Au nom de la nature

Pour capter les exigences d'une clientèle attentive et informée, les corners dédiés aux **produits bio et naturels** sont de plus en plus fréquents dans les **commerces de proximité**. Euroshop 2020 sera l'occasion de proposer une version renouvelée des aménagements **Tango Bio/MultiFresh Bio et Valzer Bio/MultiFreeze Bio**. Des modèles qui se distinguent par la couleur noire des encadrements des portes et des intérieurs et par des finitions externes effet bois qui garantissent une intégration parfaite avec le concept des rayons dédiés à l'alimentation bio.

Corner œnothèque, non seulement l'élégance

Recréer l'ambiance d'une œnothèque dans une petite ou moyenne surface : les meubles verticaux, **Ballet Costan** et **Kysor Warren et Multiwine Plus Bonnet Névé**, garantissent la **meilleure visibilité des étiquettes**, conservées à la température idéale et disposées sur des **étagères inclinées**. Les portes « plein verre » et les finitions externes et internes en inox poli miroir, mais aussi les séparateurs en bois,

offrent une **touche d'élégance au rayon vins**. Enfin, pour une meilleure sécurité, les meubles sont équipés d'un système de fermeture à **serrure** dans la partie basse du meuble.

Renforcer le cross-selling dans les allées des produits secs

Costan et Bonnet Névé révolutionnent les stratégies de **cross-selling** grâce à **Funky Next/MultiTiny Plus**, les nouveaux **meubles verticaux compacts** de la famille SlimFit/MultiCity étudiés pour s'intégrer avec les étagères sèches pour produits à température ambiante. Caractérisés par une **double porte et une profondeur de seulement 500mm**, **Funky Next/MultiTiny Plus** sont parfaits pour développer les ventes de produits frais complémentaires comme les boissons, mais aussi pour les rayons dédiés aux aliments pour animaux, qui intègrent de plus en plus également des produits frais.

Area 2: DeliRevolution



Le rayon des produits frais traditionnels est le rayon phare du point de vente. Dans la conception de ces environnements, il est essentiel d'étudier la perception de l'espace et des éléments en mesure de

favoriser l'interaction avec les clients. Grâce à leurs caractéristiques, qui se déclinent en modes d'exposition, couleurs et décorations différentes, les lignes **OutFit et Mozaïk** de Costan et de Bonnet Névé sont en mesure de façonner le caractère de chaque **supermarché pour qu'il soit unique et reconnaissable.**

Une ligne unique, des possibilités infinies

OutFit et Mozaïk sont l'expression d'un récit où chaque détail participe à attirer l'attention du public et à mettre en valeur les références. Les **grandes familles de produits pour les rayons frais traditionnels** se composent de meubles horizontaux, semi-verticaux, self-service, serve-over et meubles arrière. Ils créent un rythme visuel qui permet au client de s'immerger dans un contexte toujours renouvelé.

Sous le signe de la créativité

Synonyme de **formes infinies, de modules et de personnalisations**, les lignes jouent un rôle évocateur dans la mise en valeur de l'assortiment et la qualité des références dans toutes les typologies de points de vente, **des hypermarchés, aux commerces de proximité.** Ce qui rend uniques OutFit et Mozaïk, c'est la **Finishing Collection**, maintenant disponible pour tous les nouveaux modèles : une riche palette de finitions allant des versions texturées comme le bois et la pierre, jusqu'aux sérigraphies et aux impressions personnalisées.

L'exclusivité sur grande échelle

Personnalisation et **flexibilité extrême**, pour une solution rendant l'exclusivité disponible **à large échelle** : tel est le principe inspirateur dans la conception des lignes **OutFit et Mozaïk**. Un principe parfaitement représenté par **Velvet et Shape**, qui offrent d'innombrables alternatives pour conférer une touche raffinée aux espaces : **trois esthétiques**, Design, Style et Studio, **de multiples modules**, allant de la version semi-verticale aux versions Prisme, table chaude ou surgelées, **de nombreuses profondeurs, longueurs et hauteurs**, mais aussi un nombre illimité de **finitions**, grâce à la **Finishing Collection**. Remarquons aussi les variantes pour les **vitrages** : sans montants, avec vitres bombées, droites, abattantes, à ouverture droite ou adaptées pour convertir Velvet et Shape de traditionnel à libre-service.

Une gamme complète

En avant-première à **Euroshop** :

- **Batik** de Costan et **Kaleido** de Bonnet Névé, les nouveaux modèles semi-verticaux (proposés dans une variété de hauteurs et de profondeurs),
- **Silk C** de Costan et **Dualio E** de Bonnet Névé, bac à plat déclinés en version à distance (horizontale et semi-verticale) et en version intégrée (horizontale)
- Le meuble arrière **Boutique** de Costan et **Profile** de Bonnet Névé, au design essentiel et droit avec réserve réfrigérée ou sèche pour stocker des produits réfrigérés ou à température ambiante. Boutique et Profile se transforment **de meubles arrière en meubles autonomes**, parfaits, par exemple, pour organiser des *food tasting* dans les magasins traditionnels ou dans les grandes surfaces de vente et promouvoir des moments d'interaction avec les clients. Enfin, un autre avantage de ces modèles réside dans la possibilité d'offrir une solution avec **portes vitrées** dans la section supérieure, afin d'améliorer leur efficacité énergétique.

Configurations innovantes

Les aménagements d'**OutFit et Mozaïk** se caractérisent par un jeu de contrastes entre volumes, transparences et couleurs, tout en présentant une grande **polyvalence** : ils permettent en effet de réaliser différentes configurations - en îlot ou murales - par simple juxtaposition des différents modèles de la ligne. Les solutions se distinguent aussi par leur **compacité**, par un **ratio d'exposition supérieur** et par une esthétique au design fonctionnel. Synthèse d'un équilibre parfait entre les éléments de la structure, les meubles des lignes **OutFit et Mozaïk** sont la garantie d'une ergonomie attentive, grâce à un plateau d'exposition d'une hauteur et d'une profondeur correctement dimensionnées, pour améliorer l'interaction avec le client, tout en facilitant le travail de l'utilisateur. L'espace peut être organisé en différents formats, grâce aux innombrables combinaisons des modèles. **OutFit et Mozaïk** permettent ainsi de créer des parcours orientés vers une liberté de mouvement maximale des clients, en allongeant leur temps de permanence dans le point de vente et en favorisant une augmentation des achats, même ceux qui ne sont pas sur la liste. Une configuration attrayante, qui se reflète positivement sur l'image des marques et de l'enseigne et favorise la fidélisation des clients.

Area 3: Transparent versatility



Le **point de vente** est le lieu dans lequel les **préférences** du client prennent forme et se définissent, surtout si l'on considère les choix relatifs aux achats promotionnels et achats d'impulsion. **Costan** et **Bonnet Névé** ont conçu la

nouvelle gamme **Stage et Latitude** pour répondre à la nécessité des enseignes de valoriser les produits, à haute rentabilité ou promotionnels, avec des lignes **passé-partout** qui se présentent comme un pôle d'attraction efficace pour les clients.

Une force d'attraction supérieure

Il est important de satisfaire les besoins **fonctionnels** et **hédonistes** des consommateurs, qui incitent à l'achat d'impulsion en présence de conditions de vente particulières. On remarque en effet une relation entre le charme de l'environnement, l'état d'âme, l'achat d'impulsion et le niveau de dépense. Le merchandising visuel joue un rôle actif : avec **Stage/Latitude** - des familles de meubles à groupe logé au design minimaliste - la **visibilité à 360° des références** est assurée grâce à leurs grandes surfaces vitrées et à la diminution de l'encombrement des parties techniques compactes, logées dans la base.

Le portrait de la fraîcheur

Fonctionnelles et robustes, ces lignes **polyvalentes** se déclinent dans de nombreux modules, adaptés pour accueillir une vaste gamme de **catégories commerciales**. Stage/Latitude, disponibles dans les versions *traditionnel*, *libre-service*, à double chargement, semi-verticale, table chaude et dans leur configuration spéciale à couvercle, permettent de renouveler la configuration de **tous les formats de vente**, dans les

zones d'entrée, l'avant-caisse, les corners promotionnels et les espaces *grocerant*. Des espaces fortement attractifs, décorés avec la plus grande cohérence pour créer de nouvelles dispositions dans le magasin et souligner la **qualité et la fraîcheur** des charcuteries, fromages, viandes, poissons, propositions gourmandes de la gastronomie ou spécialités des cuisines régionales ou internationales.

L'essentialité comme style

Des vitrines simples et élégantes qui disparaissent de la vue, pour rendre les produits facilement reconnaissables : les joues transparentes sont dotées d'**Epta Adamant**, une solution expressément conçue pour assurer une transparence parfaite et durable, une **résistance aux rayures**, une sécurité alimentaire, grâce à ses propriétés hydrofuges. Impact minimum et performances maximums, tant en termes de **conservation** des denrées que d'**accessibilité**, en faveur d'une meilleure **hygiène**.

Area 4: Simply Ingenious



Les émissions globales de gaz à effet de serre au niveau mondial sont destinées à augmenter au cours des années à venir, notamment à

cause des pays en voie de développement, qui auront accès à la chaîne du froid pour le transport et la conservation des produits alimentaires et aux systèmes de climatisation pour se défendre contre le réchauffement climatique. De récentes études révèlent que pour répondre aux demandes du marché global **19 unités CVC&R par seconde** seront installées au cours des 30 prochaines années. (Source : Toby Peters, Professor in Cold Economy, University of Birmingham). Choisir une **réfrigération naturelle** sera donc de plus en plus un *must* pour participer à réduire l'empreinte carbone. **L'Europe** ouvre la voie à des technologies en mesure de **combattre les changements climatiques**, pour guider la **transition vers une économie climatiquement neutre** d'ici 2050, ainsi que le prévoit le récent European Green Deal. Pour accompagner les détaillants, le **System Engineering Epta** a étudié des solutions d'installations idéales pour **chaque projet** : des technologies d'avenir, pour orienter le secteur vers des alternatives *green*.

Une vision green authentique

La **révolution durable** d'Epta prévoit d'introduire sur le marché des innovations à **réfrigérant naturel simples et ingénieuses**. Le Groupe encourage **l'adoption de réfrigérants naturels pour toutes les surfaces de vente**, allant de solutions à groupe logé, intégrées à air et à eau, et CO2 pour couvrir **de la manière la plus efficace et**

optimale toutes tailles de magasin dans toutes conditions climatiques.

Euroshop sera l'occasion de présenter **l'évolution du système breveté FTE Full Transcritical Efficiency**, étudié pour les régions avec des températures **supérieures à 37°C**, et le système inédit **subcooler ETE Externe Temperature Efficiency**, assurant **100% de la capacité frigorifique**, recommandé pour les climats entre 30 °C et 40 °C, et indispensable pour une efficacité maximum au-dessus de 40°C.

Le Life-C4R d'Epta à l'intérieur du prestigieux Programme LIFE

Le FTE 2.0 est au cœur du projet **Life-C4R – Carbon 4 Retail Refrigeration**, faisant partie de l'espace Mitigation du **Programme Life de l'Union Européenne et cofinancé par l'UE** (n° LIFE17 CCM/IT/000120). Ce programme a été créé pour sensibiliser la communauté scientifique, les fournisseurs de composants et les acteurs du monde de la distribution à l'utilisation de solutions de plus en plus efficaces. Le programme va démontrer qu'il est possible de **remplacer complètement les** réfrigérants HCFC et HFC par du CO₂ transcritique, de manière **simple, performante et fiable, partout dans le monde. La communication et le partage avec les parties prenantes sont deux piliers du Life-C4R**, c'est pourquoi, sur son stand, Epta a prévu un **espace-conférence dédié à ce projet**. Un lieu de **rencontre et d'information**, conçu pour illustrer les **misés à jour** sur les premiers objectifs importants atteints par les installations pilotes déjà en activité.

Le pouvoir de l'invisibilité

Dans la version 2.0 le FTE Full Transcritical Efficiency garantit un **plus faible encombrement et la réduction des temps d'installation et de mise en route**, en éliminant aussi la nécessité d'un espace supplémentaire dans la salle des machines pour l'installation de la bouteille de liquide. **ECO2SMALL+** est la centrale à **CO₂ transcritique de moyenne et basse puissance avec du FTE 2.0 à bord**, préinstallé et prétesté, présentée à Euroshop. Conçue pour des

installations **indoor ou outdoor** dans des magasins de petite et moyenne surface, elle se distingue par sa compacité et **l'accessibilité** à tous les composants d'un seul côté, afin de pouvoir être utilisée dans les salles des machines les plus étroites et permettre un entretien plus rapide. Plusieurs options supplémentaires sont disponibles, comme les fonctions d'autodiagnostic, la possibilité de signaler ponctuellement aux frigoristes les composants qui nécessitent une assistance, la détection de la réduction du niveau optimal de réfrigérant et l'interface via l'application.

Même à des températures extrêmes de plus de 40°C

ETE Externe Temperature Efficiency est une nouvelle technologie Epta, qui peut aussi être combinée au FTE et qui garantit le fonctionnement du système à **CO₂ transcritique** à **toutes les latitudes**, même sur des systèmes non booster et dans des applications de **réfrigération industrielle**. La technologie fonctionne **sans le support de réfrigérants synthétiques**, inflammables ou l'emploi d'eau : en effet, le système utilise comme fluide de fonctionnement le CO₂ du système transcritique. Le « secret » de l'ETE réside dans la **réduction de la température du réfrigérant** avant que celui-ci ne soit distribué aux appareils terminaux. Le gaz sort de l'échangeur d'air à une valeur proche de la température ambiante et est **ultérieurement refroidi**. Le système permet **l'élimination quasi totale du « flash-gas »** (réfrigérant à recompresser), avec une **économie d'énergie** importante et la garantie de la **fiabilité d'un bon fonctionnement** du système, même à plus de 40°C. Un autre point fort de l'ETE réside dans le choix de **composants standard**, facilement **disponibles et connus** des opérateurs, pour assurer non seulement une **installation aisée**, mais aussi une meilleure efficacité durant les phases de **mise en route et d'entretien**.


Area 5: HD District


Les **enseignes de Discount** ont su relever et gagner le défi posé par les consommateurs, en se convertissant dans des *formats* de **moins en moins « hard »**, pour offrir une **nouvelle identité** d'enseigne qui ne transige pas avec ses principes fondateurs. Avantage, qualité, simplicité et innovation sont les

pilliers sur lesquels repose le lien profond entre cette typologie de points de vente et leurs clients. Dans l'exposition et la conservation des produits frais et surgelés on remarque des transformations dans **trois** macro-catégories : la **verticalisation** des structures d'exposition, l'augmentation considérable du **nombre de références** et les investissements en **technologies**, visant à promouvoir une **économie d'énergie**.

**Une nouvelle formule,
encore plus gagnante**

L'élément au cœur de cette évolution reste dans les coulisses : il s'agit de la **technologie du froid**, qui s'oriente de plus en plus vers des solutions efficaces, pour une diminution significative des consommations. Les *Discounters* sont en effet attentifs au Coût Total d'Acquisition (*Total cost of ownership - TCO*), ainsi qu'aux thèmes environnementaux, car la réfrigération est un poste qui constitue environ **50% des frais annuels**. La plupart des solutions proposées et installées par les marques **Epta** dans les *restylings* ou les nouvelles réalisations prévoient des études innovantes d'aérodynamique pour les solutions ouvertes, ou fermées avec des **portes totalement transparentes** et utilisant un **réfrigérant naturel**, comme le CO₂ ou le R290.

**L'assortiment devient
protagoniste**

L'introduction de structures d'exposition réfrigérées verticales est de plus en plus fréquente, c'est pourquoi **Epta** présente à Euroshop **GranVista Integral Waterloop de Costan et SkyView Integral Waterloop de Bonnet Névé** pour les produits frais et **GranBering Integral Waterloop de Costan et SkyLight Integral Waterloop de Bonnet Névé** pour les surgelés. Il s'agit d'une évolution des familles **GranFit et SkyEffect**, étudiée pour combiner le design, la capacité de stockage et les performances techniques des deux gammes de pointe des marques avec la flexibilité et l'encombrement réduit des meubles à production frigorifique intégrée. Une gestion optimale de l'espace, qui permet de mettre en valeur de **nouvelles catégories**, comme les produits AOP, AOC, IGP, les grandes marques, etc., en renforçant la **visibilité des articles** et la **capacité de stockage**, pour un indice de rotation supérieur. Les meubles GranVista Integral Waterloop de Costan/SkyView Integral Waterloop de Bonnet Névé sont uniques par le système **à boucle d'eau** préassemblé dans le meuble, qui les transforme en meubles équipés d'unités **frigorifiques intégrées** et les adapte pour les **petites surfaces** sans salle des machines. Le plus grand respect de l'environnement est garanti par l'utilisation du réfrigérant naturel propane **R290** et par la facilité d'intégration des solutions avec les **systèmes CVC**, pour la récupération de la chaleur, réutilisée pour le chauffage du point de vente.

Il était une fois le hard discount

Le milieu du Discount s'approche du **paradigme du supermarché**. C'est pourquoi, lors des *restylings*, les bacs sont souvent intégrés avec des **superstructures verticales**, comme le meuble à **température négative Sound Top de Costan et de Bonnet Névé**, un best-seller pour le monde du Discount qui ne cesse de se renouveler grâce à une nouvelle **esthétique**, un **Total Display Area supérieur** et des **compresseurs et des ventilateurs plus efficaces**, pour une réduction garantie des consommations. Afin de valoriser la polyvalence et la complémentarité de ses solutions, à l'occasion d'Euroshop, Epta présente l'alliance inédite entre **Sound Top** et les bacs **Melody de**

Robustesse et personnalisation maximales

Costan et Glide de Bonnet Névé, spécifiquement conçus pour le **marché asiatique**. Il s'agit de solutions avec des couvercles vitrés panoramiques équipés du système *soft closing*. L'ouverture verticale facilite l'accès aux produits et la phase de chargement par les utilisateurs.

Dans les nouveaux formats, aux longueurs supérieures par rapport au passé, citons la création d'îlots dédiés aux produits sensibles comme la viande, grâce à des meubles développés *ad hoc*. Pour répondre à cette nécessité, Epta propose **Samba de Costan et Drift de Bonnet Névé**, les meubles **semi-verticaux fermés**, avec portes coulissantes ou battantes, qui améliorent la perception d'organisation, de propreté et de qualité des catégories exposées. **Robustes** et performants, Samba de Costan / Drift de Bonnet Névé sont également disponibles en version **Open**, comme meubles à groupe intégré fonctionnant avec du réfrigérant propane **R290** ou meubles raccodés à distance au **CO₂** et personnalisables avec des aménagements spéciaux comme le « **Bio** » aux finitions effet bois et des supports dédiés à l'exposition de fruits, légumes et fleurs.

Le retour d'un « grand classique » avec un nouveau Look&feel

Simplicité et essentialité : pour les rayons des produits UF, charcuterie et fromages, pour lesquels on préfère généralement des structures murales ouvertes, **Costan et Bonnet Névé** présentent en avant-première les nouvelles versions de **Rhino et Valea** et de **Lion Eco**. Ces meubles au **design essentiel**, spécifiquement conçus pour les **Discounters**, sont disponibles avec une étagère supplémentaire, pour la présentation d'un plus grand nombre de **références**. Parmi leurs principaux points forts, citons des **performances améliorées** avec des consommations réduites, grâce aux **systèmes innovants de gestion des flux d'air issus d'études CFD (Computational Fluid Dynamics) effectuées par l'Innovation Center d'Epta**.

Les chambres froides font leurs débuts chez les Discounters

Le stockage d'un plus grand nombre de références est possible par la mise en place de **chambres froides**, qui ont progressivement transformé l'approche *just in time* des Discounters et de leur **logistique**. Epta accompagne les Discounters dans la mise en œuvre de la chaîne du froid avec des solutions qui, par **leur taille et leurs caractéristiques**, répondent aux exigences de chaque enseigne. Les chambres froides présentées à Euroshop sont un synonyme de **flexibilité maximale** : des technologies exclusives, comme **Fast-Fit et Fastener** permettent un alignement parfait et un assemblage rapide des panneaux commerciaux. Mais le maître-mot est aussi *Food Safety*, grâce au système antibactérien aux ions d'argent **Epta Food Defence**, directement appliqué sur la tôle. Il s'agit d'une innovation étudiée pour améliorer la sécurité alimentaire des produits et pour prévenir, combattre et éliminer de nombreuses espèces de bactéries, en vue d'une protection totale et permanente pendant toute la durée de vie de la chambre froide. En outre, les chambres froides Misa sont rendues uniques par la technologie **DOW Pascal™ Pro**, qui réduit la densité moyenne du panneau à **1,5 m³ par paroi**, pour une valeur de **conductivité thermique λ 0,0205 W/mK**, une des plus faibles du marché.

Une gestion impeccable des espaces

Deux modèles sont exposés à Euroshop : **KLC** pour les produits frais et **KLA** utilisé comme mobilier pour les boissons et le snacking. **KLC, modulaire** et adaptable à **toutes les configurations**, est exposé dans la version sans plancher – **renforcée**, pour résister au passage des **chariots** de déchargement des palettes, par des **panneaux de 80 mm** – deux hauteurs et éclairage **LED avec détection de présence** et **unité Drop-in au R290**. La **mini chambre froide Misa KLA** avec **monobloc R290** est une solution **multifonctionnelle**, idéale pour **préserver et présenter** les références, grâce à la possibilité de choisir des portes **vitrées** avec étagères gravitationnelles pour la **vente en**

libre-service dans les stations-services par exemple. Simple à installer et étudiée pour un **usage intensif**, elle présente des composants **robustes** et une meilleure **polyvalence** grâce à ses **bacs extractibles** et à ses **portes semi-encaissées**. Elle offre également des **personnalisations magnétiques** spéciales sur les panneaux internes ou externes des portes.

Des solutions pour toutes les exigences

En exposition également les unités de condensation à air **DropIn Air-cooled** et les **monoblocs Freeblock Misa**, conçus pour les moyennes et basses températures, performants et durables grâce à l'utilisation du **réfrigérant R290**, pour répondre aux exigences d'un marché de plus en plus écologique. Les Drop-In se distinguent par leur simplicité d'assemblage et leur compacité extrême, garantie par la mise en place de l'unité sur le plafond de la chambre froide. Les Freeblock prévoient l'installation de l'évaporateur dans la partie interne du panneau et du condenseur, du compresseur et des parties électriques à l'extérieur, pour une meilleure capacité de stockage. En outre, le compresseur des Drop-In et des Freeblock, qui est hermétiquement scellé, préchargé et testé d'origine, est immédiatement prêt à l'emploi.

Area 6: Perfect Lineup



Le cœur de l'interaction entre le point de vente et le client n'est plus le produit, mais **l'expérience offerte au consommateur à l'intérieur du magasin**. Il est alors crucial, pour les distributeurs, de concevoir la *shopping experience* en définissant de nouveaux langages de communication et esthétiques : facteurs de différenciation pour transformer les points de vente en une véritable **destination** pour les clients.

Structurer l'identité de chaque rayon

La définition du **layout** est essentielle : le choix des **équipements**, des couleurs et des finitions joue un rôle **crucial** sur le comportement des clients à l'intérieur des supermarchés et des hypermarchés, en termes de permanence et de valeur du ticket moyen. Pour permettre aux produits frais et surgelés en libre-service d'être le véritable focus des magasins, Epta enrichit **GranFit** de **Costan** et **SkyEffect** de **Bonnet Névé** de solutions exclusives et d'une esthétique renouvelée, grâce aux nouvelles finitions de la **Finishing Collection**.

Design et cohérence visuelle

GranFit de Costan et SkyEffect de Bonnet Névé sont des gammes complètes de meubles réfrigérés, permettant d'**aménager tout le rayon des produits frais, et surgelés** avec une seule famille de produits à l'identité coordonnée. GranFit de Costan et SkyEffect de Bonnet Névé se déclinent en :

- ✓ meubles verticaux à température positive **GranVista Next / SkyView Plus**, également disponible en version **Integral Closed**
- ✓ meubles verticaux à température négative **GranBering / SkyLight**, également disponible en version **Integral Closed**
- ✓ meubles semi-verticaux fermés pour surgelés **GranSesia / SkyShine**
- ✓ meubles semi-verticaux pour produits frais ouverts **GranSibari / SkyLook** et fermés **GranValdaj / SkySpace**, également disponible en version **Integral open**.

L'intégration et l'alignement parfait des différents modèles, mais aussi la possibilité de les combiner pour réaliser un nombre de compositions infini, sont la garantie d'une cohérence d'exposition absolue. GranFit de Costan et SkyEffect de Bonnet Névé sont présentés à Euroshop avec un look unique, qui se décline dans les finitions de la **Finishing Collection**. Ils se distinguent par des étagères en verre intégrant l'éclairage et des panneaux, disposés sur la partie haute et la partie basse des meubles. Ces panneaux aux surfaces texturées offrent un impact scénographique qui permet de les coordonner également avec la gamme de meubles traditionnels Outfit de Costan et Mozaïk de Bonnet Névé.

Les champions de la polyvalence

Citons aussi les **nouveaux modèles semi-verticaux ouverts GranSibari / SkyLook**, aux étagères en cascade, **et les meubles fermés GranValdaj / SkySpace**. Ils se distinguent par un **merchandising** hors pair et un **design linéaire, moderne et essentiel**, doublé d'**innovations techniques**. Des solutions qui permettent d'installer jusqu'à 6 étagères, en optimisant ainsi le ratio entre encombrement au sol et *Total Display Area* par rapport aux modèles précédents, tout en **améliorant la visibilité des produits**. La **polyvalence** est l'un des principaux ingrédients de ces meubles, attestée par la possibilité de les choisir en **4 longueurs, 3 profondeurs**

et 3 hauteurs (1300mm – 1500mm – 1700mm) pour GranSibari / SkyLook et avec **trois typologies de portes** pour GranValdaj / SkySpace : droites, inclinées coulissantes et battantes.

Des primeurs comme à peine cueillies

En exposition également la version spéciale **Season** de **GranVista Next de Costan et SkyView Plus de Bonnet Névé**. Une **installation scénographique** conçue pour garantir une **présentation des fruits et légumes** au grand effet visuel. GranVista Season et SkyView Season sont proposés en version Value, pour présenter les primeurs en cageots, et en version Advance, pour une exposition sur des étagères en forme de demi-lune. En outre, les meubles peuvent être équipés de **nébuliseurs**, afin de prolonger la **durée de vie** des produits et de les rendre encore plus attrayants aux yeux des clients, en donnant l'impression **d'une cueillette tout fraîche**.

Un bac unique pour les produits surgelés ou frais

Les bacs **Tortuga et Cosmos Eco, Dual & Reverse** de la marque Costan et Bonnet Névé sont présentés avec un **merchandising** renouvelé. Ils offrent un volume interne majoré, des surfaces transparentes et des couvercles coulissants, conçus pour faciliter l'ergonomie d'achat par les clients et les activités de chargement par les utilisateurs. **Tortuga et Cosmos Eco, Dual & Reverse** se distinguent par la possibilité de convertir le meuble de température négative à positive, en permettant des configurations flexibles, selon les exigences liées à la saison ou aux promotions du point de vente.

Area 7: Dedicated to your excellence



Se focaliser sur la **personnalité, la singularité de chaque magasin et la spécificité de son assortiment** : voilà ce que signifie « **customisation** » pour **Eurocryor**. Un positionnement compétitif renouvelé dans ses valeurs et ses propositions, **qui comprend également un service d'exception**.

Une évolution témoignant de la volonté de la marque d'être le **partenaire idéal** pour les **clients**, en les accompagnant dans leur parcours de **renouvellement** du point de vente avec des solutions spécialement étudiées, afin d'être toujours un **repère** pour eux.

Eurocryor est Pur Style Italien

L'identité de marque est inscrite dans le *claim* « **Pur Style Italien** », avec lequel Eurocryor affirme sa recherche constante de l'excellence, déclinée dans l'**élégance du design** et l'**innovation technologique**. Expression du **talent créatif du Made in Italy**, connu et apprécié dans le monde entier, Eurocryor combine esthétique et technique, en **réinterprétant les traditions** pour offrir des solutions spécialement étudiées et valoriser **chaque catégorie produits** dans tous les **contextes d'exposition**.

Dédié à votre magasin

Chaque point de vente possède des **spécificités** propres. Eurocryor aide les **magasins spécialisés** à façonner l'**identité visuelle** de leur commerce. Eurocryor sait proposer de **nouveaux modes de présentation** avec des **solutions de qualité** et **customisées** dans chaque détail, dans leurs formes, leurs dimensions, leurs matériaux et leurs finitions. Le point fort de la marque est en effet sa capacité de

concevoir des aménagements valorisant l'offre, tout en évoquant les valeurs immatérielles de l'enseigne.

Dédié à vos produits frais

Avec Eurocryor, l'exposition parfaite s'allie à la meilleure **conservation**. Grâce aux investissements en **recherche et innovation**, la marque offre des technologies de conservation spécialement conçues pour chaque **typologie de référence** - telles que viande, fruits et légumes, charcuteries, fromages, viennoiseries et pain - pour optimiser leur **fraîcheur** et **préserver** leurs caractéristiques organoleptiques.

Dédié à vous soutenir

La personnalisation comprend aussi **l'assistance**, « étudiée sur mesure » pour toute nécessité. Les clients Eurocryor peuvent compter sur une **équipe de spécialistes** à leur service, en mesure de les accompagner dans **toutes les étapes**, de la conception à l'après-vente.

Le bien-être de l'opérateur avant tout

La personnalisation des vitrines Eurocryor ne concerne pas seulement les aspects esthétiques et d'exposition, mais aussi **la protection du travail des personnes qui opèrent derrière le meuble**. En effet, Eurocryor a étudié une vitrine conçue pour garantir aux opérateurs la possibilité de travailler en maintenant **une posture correcte**, répondant ainsi aux **réglementations françaises les plus récentes et rigoureuses en matière d'ergonomie, promulguées par la Cramif (Caisse Régionale d'Assurance Maladie d'Île-de-France) et par l'Assurance Maladie, des normes parmi les plus exigeantes du marché**. La version présentée à Euroshop est particulièrement dédiée à la visibilité et à la conservation parfaite des fromages et des produits laitiers, tout en s'adaptant aussi à d'autres produits spécifiques. La solution **Fromagerie** se compose d'un module serve-over pour les grandes meules de fromage à couper et d'un meuble Torre pour présenter les préparations réalisées avec des fromages frais, mises en valeur comme des bijoux grâce à un jeu de lumières et de

transparences. Enfin, le « **système adaptatif** » **inédit** adapte en continu l'évaporateur aux conditions externes du meuble, pour que température et humidité soient toujours constantes.

Dédié aux gourmets urbains

Dédié aux **plats à emporter**, l'îlot **Lunch Corner** a été conçu pour répondre aux nouvelles habitudes citadines de consommation et à la nécessité des clients de composer un repas ou un dîner complet en combinant de nombreuses références. Une solution au design créatif, configurée comme un bar à salade en libre-service sur deux côtés et caractérisée par une transparence et une élégance absolues. Il se compose de cuves en acier inox de différentes dimensions, adaptées pour exposer les légumes prêts à consommer et autres aliments complémentaires typiques du *Self-Service Take-away*, comme les petites mozzarellas, les canapés ou les œufs durs. La solution est complétée par un **module Tavola Calda** semi-vertical intégré pour les plats chauds prêts à consommer tels que pizzas, sandwiches et gâteaux.

Area 8: Circular Bar & Grocerant



Aliments et science pour une durabilité « circulaire » : **Epta**, en partenariat avec l'**Université des Études de Sciences gastronomiques de Pollenzo** (www.unisg.it), avec l'équipe spécialisée EptaConcept et avec de

nombreuses **entreprises vertueuses**, illustre comment réaliser un bar ou un service de restauration **Grocerant (Grocery + Restaurant)** dans un point de vente, en adoptant des solutions qui minimisent l'impact environnemental, tout en étant porteuses d'innovation sociale. Le défi relevé a été d'unir et de faire communiquer un certain nombre de solutions capables de respecter les principes de l'**économie circulaire alimentaire**. Cette théorie repose principalement sur des concepts de protection du capital naturel et culturel lié à l'alimentation et de coévolution de plusieurs acteurs faisant partie du même système. La réutilisation, une meilleure efficacité et durée des produits, l'emploi de nouvelles technologies et de matériaux issus de sous-produits, la réduction des consommations et l'exploitation des ressources, sont quelques-uns des principes à suivre dans le développement circulaire.

Le Bar&Grocerant rencontre l'Économie circulaire

Le Bar&Grocerant devient circulaire comme de « **lieu de l'alimentation anthropologique** » destiné à **sensibiliser les personnes** au partage des connaissances et à une meilleure responsabilité sociale, tout comme la culture du zéro déchet et de la circularité, mais aussi à promouvoir les entreprises porteuses d'un changement de paradigme économique et social. La ligne directrice a été de concevoir l'aménagement, les équipements et les composants en

vue d'une utilisation alimentaire répondant à une logique d'**Éco-conception et d'Économie circulaire alimentaire**. Par exemple, les équipements exposés sont à faible consommation d'énergie, démontables, composés de matériaux durables, monomatériau, recyclés ou complètement recyclables, issus de la valorisation d'un déchet présent dans la filière alimentaire des matières premières ou du packaging. Tous ces éléments encadrent une **offre gastronomique** également développée en **clé circulaire**, c'est-à-dire en favorisant ceux qui protègent la biodiversité et la culture qui en découle, pensent en clé régénératrice, préservent la qualité des sols et le bien-être animal et minimisent les déchets le long de toute la filière. Les parties prenantes et les visiteurs de l'exposition sont invités à **toucher du doigt** le résultat du partenariat entre Epta, l'Université de Sciences Gastronomiques de Pollenzo et les nombreuses autres entreprises qui, via les **supports de communication présents dans cet espace**, participent à approfondir dans le **détail les innovations proposées** et les études à la base chaque projet.

Un soin minutieux du détail

Le corner est configuré comme l'expression de l'âme éclectique d'**EptaConcept**, le **service du Groupe Epta** spécialisé dans la mise en place d'**espaces commerciaux, corners, kiosques originaux et sur mesure**, à l'enseigne d'une expérience exclusive pour les clients. Avec passion et créativité, cette équipe d'experts travaille en **étroite collaboration** avec les détaillants et les acteurs du monde du CHR et du Food&Beverage pour transformer toute demande en une réalisation unique. L'équipe est en mesure d'offrir des **projets clé en main** et de s'occuper de tous les aspects : de l'analyse des exigences, au choix des meubles, à l'installation et à l'après-vente.

Les solutions Epta dédiées au Service Bar/CHR comprennent les nouveaux **concepts Axis & Nuj**, les meubles à groupe logé **modulables** de la marque Iarp, qui permettent de conserver les

produits dans des modules disponibles à **température positive, négative, ambiante ou chaude (+30°C/+90°C)** et de réaliser un nombre de **géométries infini** pour l'exposition des références en libre-service, avec des configurations respectivement en forme de **tour** ou sur le **comptoir**.

Citons aussi le meuble vertical dédié à la conservation et à l'exposition du vin et de la bière **Rugiada Wine&Beer**, le meuble vertical positif **Sun42** pour les boissons et le petit **Counter Glass** à positionner directement sur le comptoir pour l'achat impulsif. Tous ces meubles sont de marque **Iarp**.

Dédiés à la fonction *Grocerant*, citons **Ouverture Hot Costan et Bonnet Névé**, des meubles à groupe logé verticaux pour la conservation des produits traiteur et des plats chauds préemballés et **Rossini Paella Costan et Maxima Modular Paella Bonnet Névé**, meubles serve-over spécialement prévus pour cuisiner et servir une des spécialités les plus célèbres de la cuisine espagnole.

Liberté de choix

Pour le Groupe Epta, la priorité est de réduire l'impact environnemental des activités le long de toute la chaîne de valeur. La plupart des matériaux utilisés pour fabriquer les meubles de ses marques sont **recyclables** : sur 100 kg de déchets produits, 93 sont récupérés. En outre, Epta a renouvelé depuis longtemps ses gammes de produits qui, aujourd'hui, sont toutes disponibles avec un fonctionnement à **réfrigérant naturel et un éclairage LED pour diminuer la consommation d'énergie**. Des principes communs qui caractérisent aussi les solutions pour bars et *Grocerant* exposées sur le stand. Mais être circulaires signifie se pousser plus loin et deux solutions en particulier illustrent notre volonté d'être encore plus durables et circulaires : **VIC AT GREEN EMOTIONS et LondonMeal**.

Naturel, durable, recyclé

Vic 220 AT GREEN EMOTIONS est l'expression parfaite de la volonté d'Epta d'encourager le passage d'une **économie linéaire** (*take, make, waste*) à une économie **circulaire** (*make, use, recycle*), régénératrice et en communication avec la nature. Cette cuve compacte pour les glaces est réalisée **en matière plastique 100% recyclée**, sans ajout d'additifs et avec des finitions naturelles. Elle permet aussi une meilleure économie d'énergie, grâce à l'emploi de **nouveaux compresseurs et de nouveaux composants**. La durabilité rencontre l'esthétique avec Vic 220 AT GREEN EMOTIONS : panneaux en **métal**, complètement personnalisables, disponibles **avec effet bois 3D Touch** et réalisés jusqu'à **20% en matériau recyclé**.

Votre repas, votre choix pour réduire le gaspillage alimentaire

Pleins feux sur **London Meal8**, le distributeur automatique exclusif de l'Iarp City Collection produit en partenariat avec **Sirap** – *un des fabricants les plus qualifiés d'emballages pour les aliments frais en Europe* – et prévu pour **l'exposition et la vente de portions individuelles** en packagings **Meal8® de Sirap**, réalisés en matériau recyclé et recyclable et étudiés pour réduire le gaspillage alimentaire. C'est un distributeur conçu pour s'adapter à différents contextes : centres commerciaux, structures publiques, hôpitaux et autres espaces communs. Il permet de proposer un **menu personnalisé, sain et équilibré** du point de vue nutritionnel, complété par une **boisson**, des assaisonnements et des couverts, en mixant les ingrédients des modules composables **Meal8® de Sirap**. London Meal8 est une solution ingénieuse pour contribuer à la diffusion d'une **alimentation consciente** et attentive à **réduire le gaspillage alimentaire**. La séparation en plusieurs emballages permet en effet d'optimiser les délais de péremption selon la typologie de nourriture, toujours en exploitant à 100% la durée de vie utile de chaque produit.

Partenaires Grocerant

Présence aussi, outre les solutions Epta, des meubles, équipements et composants de nombreux partenaires qui collaborent dans un objectif commun : **montrer qu'il est possible de réaliser un espace destiné au bar et/ou à la restauration en clé circulaire**. Nous indiquons ci-après une liste des entreprises présentes et de leurs produits, choisies comme exemples de *best practice* dans une optique de *circular economy for Food* :

KEO Project : société de conception piémontaise, elle se distingue par ses solutions écologiques qui appliquent des principes de durabilité environnementale et économique. Les articles exposés sur le stand *Sedie del Torchio* sont des meubles tels que tables, chaises et fauteuils, obtenus de barriques de vieillissement désormais inutilisables.

Wega est un fabricant historique de machines à café, totalement engagé dans le développement de produits à faible empreinte carbone avec une faible consommation d'énergie. La solution fonctionne avec les meilleures technologies du marché disponibles pour réduire les consommations d'énergie et pour rendre le travail du barman plus facile.

BWT Italia : numéro 1 du traitement de l'eau en Europe, l'entreprise est active dans la recherche de technologies innovantes, écologiques et durables pour améliorer la qualité de l'eau, tout en sauvegardant les ressources naturelles. AQA drink 30, un distributeur qui filtre et nettoie l'eau, la rafraichit, la gazéifie sera présent sur le stand Epta. AQA drink 30 est utile pour réduire la consommation de plastique dans les environnements de travail.

Novamont : est un leader mondial des bioplastiques. L'entreprise promeut un modèle de bioéconomie basé sur l'utilisation efficiente des ressources renouvelables et la régénération territoriale. La R&D

Novamont a mis au point MATER-BI, la famille des bioplastiques biodégradables et compostables, développés pour résoudre et apporter des solutions aux problèmes environnementaux. Novamont fait partie du *Circular Grocerant* avec des couverts, des gobelets et des films étirables en MATER-BI, bioplastique biodégradable et compostable.

Novamont is an international leader in the sector of bioplastics. It promotes a model of bioeconomy based on the efficient use of renewable resources and territorial regeneration. From Novamont's research comes MATER-BI, the family of biodegradable and compostable bioplastics, developed to provide solutions to specific environmental problems.. Novamont participates in the Circular Grocerant with cutlery, glasses and films in MATER-BI, biodegradable and compostable bioplastic.

Lucart : groupe industriel italien d'envergure internationale et l'un des principaux producteurs au niveau européen de papier à usage unique, de produits *airlaid* à usage sanitaire et de papier monocouche mince pour emballage souple. L'entreprise présente des serviettes en Fiberpack ® sur le stand Epta à Euroshop. et a introduit dans le corner ses serviettes en Fiberpack®. Vertueux et plusieurs fois récompensé, Fiberpack® est le matériau obtenu à partir de la récupération des fibres de cellulose présentes dans les cartons à boisson de type Tetra Pak®. Lucart transforme 100 % des emballages cartons composés de 74% de fibre de cellulose non blanchie, 22% de polyéthylène, et 4 % d'aluminium.

Lavazza : entreprise née en 1895 à Turin, le torréfacteur italien appartient à la famille Lavazza depuis quatre générations. Dans le monde des plus grands torréfacteurs, Lavazza est le leader sur le marché du *Retail* Italien, et présent dans 140 pays à travers le monde avec un chiffre d'affaires de 1,87 milliards d'euro en 2018. Sur les espaces bar du stand Epta, vous pourrez savourer son café iTIERRA!

Brazil, un assemblage premium du très qualitatif « Arabica Brazilian » et du « Washed Conillon », un « Robusta » très fin, soigneusement sélectionné et lavé. Un espresso intense avec des notes de chocolat, provenant de Lambari, ville de l'état du Minas Gerais, dans lequel Lavazza soutient des communautés de petits agriculteurs. Lavazza aide les petites exploitations à mettre en place des techniques d'amélioration de la qualité de leur café, à faciliter leur commercialisation, et à faire face au changement climatique.

Area 9: Food&Beverage Space



La marque s'inscrit dans le secteur du **Food&Bev** comme un **levier compétitif** fondamental : un ensemble de **valeurs** et d'**idéaux** dans lesquels le client s'identifie. Il s'agit en effet d'une **composante immatérielle et**

affective avec une fonction d'identification, d'orientation et de garantie, qui trouve dans le **point de vente un lieu physique de représentation**. Les commerces sont donc appelés à être **porteurs de la communication de la marque** via la création d'un univers de symboles et de significations qui se développent autour du produit.

Personnalisation & image de marque

Les stimuli sensoriels, fruit d'une **étude précise de l'agencement et de l'exposition des références**, jouent un rôle crucial pour que le client se sente **partie du monde représenté** par la marque. Avec **Iarp, Epta** conçoit depuis toujours des **meubles réfrigérés** caractérisés par le plus haut degré de **personnalisation**, pour offrir une cohérence parfaite avec le **message transmis par la marque**, mais aussi avec ce qui la distingue et la rapproche de sa cible de référence, en participant ainsi à **renforcer la brand value**.

Iarp Cool Emotions, « Des émotions en vitrine »

Exemple concret de la **force innovante** de la marque, **Iarp Cool Emotions** est une gamme importante en évolution continue, capable de répondre à toutes les exigences d'exposition **des bars, des glaciers et**

des restaurants. Famille complète de meubles à groupe logé au style *urban chic* et au *look&feel* homogène, la Iarp Cool Emotions est rendue unique par ses **lumières LED** sur les **profils externes** des meubles, qui attirent le regard des clients et maximisent l'achat impulsif. La touche d'artiste de la ligne réside dans **l'impression numérique** directement sur la tôle, qui garantit une customisation extrême des vitrines, avec un design original et percutant, dans tous les contextes. Il s'agit d'une technologie qui permet de répondre avec simplicité et rapidité à toutes les nécessités, et qui rend unique n'importe quel aménagement, tout en renfonçant la **notoriété de marque** des acteurs du marché **Food&Bev** et des opérateurs du secteur **CHR**. Alliance entre **esthétique, flexibilité** et **performances techniques**, ces meubles à groupe logé se distinguent aussi par leur **fiabilité et leur durabilité**, grâce au choix de **gaz naturels** (R290 et R600a) et d'un système de réfrigération spécifique qui assure une haute efficacité en **réduisant les opérations d'entretien**.

Créativité appliquée à la technologie

Cette vaste gamme comprend le **scooping Delight** pour les gourmands de glaces en vrac ; les **semi-verticaux ouverts Joy** pour les boissons ; les **verticaux Glee avec portes**, aussi bien à température positive pour les boissons, les en-cas, les plats *prêt-à-consommer* ou les salades, qu'à température négative, pour les glaces emballées ou les surgelés et qui, aujourd'hui, sont aussi disponibles dans les versions compactes **Glee Mid et X-slim** ; mais aussi **Excite**, *counter* compact pour les glaces pouvant être placé sur le meuble et **Super Excite**, **idéal** comme meuble arrière. **Enfin**, la gamme pour le marché asiatique s'enrichit du présentoir horizontal pour glaces **Passion**, étudié pour être associé au haut à double ouverture **Amaze**, en réalisant ainsi un meuble combiné capable de renforcer encore plus le ratio d'exposition dans les commerces de proximité et les stations-services.

Restez connectés !

Pour suivre la tendance qui voit la création de meubles à groupe logé de plus en plus intelligents et connectés, la marque présente aussi le nouveau **package IoT**, pour le suivi des meubles alimentés à distance. Ces fonctionnalités, applicables à tous les modèles de l'Iarp Cool Emotions et également disponibles dans une solution *retrofit*, permettent d'**analyser les paramètres** des meubles à groupe logé, de collecter des informations sur la **température**, de **géolocaliser** le meuble et de gérer les **alarmes**. Le package IoT fournit aussi des rapports sur mesure et permet un feed-back précis des **performances de vente**, des **habitudes** et des **préférences** des clients, en favorisant ainsi une amélioration continue et en augmentant la capacité du commerçant de répondre aux désirs des clients.

We are on air !

Citons aussi, comme l'un des protagonistes d'Euroshop, le meuble **semi-vertical ouvert Joy 30 Smart Screen** équipé, dans sa partie frontale supérieure, d'un écran **LCD de 14.9'** pour la projection de **contenus** et de **campagnes publicitaires** avec messages audio et vidéos jusqu'à 1080p. Ce meuble à groupe logé hautement **interactif** se fait l'interprète du potentiel expressif de la gamme et est en mesure d'**impliquer activement les clients**, en stimulant l'achat impulsif.

Area 10: Omnichannel Universe



Signal fort de l'évolution des habitudes de consommation, **l'e-commerce** est en expansion **dans le monde entier**. Les données Eurostat publiées en janvier 2020 indiquent que plus de

7 utilisateurs sur 10 ont fait au moins un achat en ligne dans les 12 mois précédents, avec une augmentation de **78%** de consommateurs entre 16 et 24 ans et de **76%** entre 25 et 54 ans. Investir dans **l'omnicanalité** est désormais un *must* : *drive, click&collect, home delivery, virtual store...* représentent des instruments valables pour permettre aux détaillants d'offrir la plus grande liberté et le meilleur confort d'achat à leurs clients.

La rencontre entre le froid et le click&collect

Pour supporter les **Retailers** vis-à-vis des opérateurs de la vente en ligne, Epta propose les **#EPTABricks**. Ces casiers réfrigérés pratiques offrent aux clients la possibilité de retirer où et quand ils le souhaitent, même hors des horaires d'ouverture, des produits - alimentaires ou pas - commandés en ligne sur le site web de l'enseigne. Conçus pour assurer la plus haute flexibilité aux clients, ils sont disponibles aussi bien en version **Indoor** qu'**Outdoor** et se composent de modules à température contrôlée : les **#EPTADryBricks** sont destinés aux **produits secs**, alors que les **#EPTAFreshBricks** et les **#EPTAFrozenBricks** garantissent la conservation des articles **frais et surgelés**. Aujourd'hui, ils sont encore plus **compacts**, grâce à **l'intégration de l'écran de communication (Master)** dans les colonnes des casiers. Les **#EPTABricks**, qui peuvent

être installés partout, sont particulièrement adaptés à des **points d'intérêt** tels que sur le **parcours maison-travail**, à l'intérieur ou à proximité des **grandes entreprises et** près des **centres commerciaux** ou des **stations-service**.

Une solution gagnant-gagnant pour les détaillants et l'environnement

Nombreux sont les facteurs qui poussent de plus en plus de détaillants à investir dans cette formule mixte d'achat en ligne et de retrait par le client. Tout d'abord, cette formule leur permet de gagner des **parts de marché**, en réponse à la croissance des opérateurs de l'e-commerce et d'offrir un système alliant **praticité et durabilité**. En éliminant la livraison à domicile, les #EPTABricks assurent en effet une **gestion performante du dernier kilomètre** et une réduction de l'empreinte carbone, cela aussi grâce à l'utilisation du **propane R290** comme réfrigérant. En outre, ils permettent d'exploiter au maximum le **centre-ville** et d'intercepter le flux de cette zone stratégique dans laquelle évolue une nouvelle typologie de clients exigeants, en quête d'une **solution pour des courses rapides** durant leurs brefs trajets journaliers. Ils participent à accroître les ventes, grâce à la **simplicité** pour effectuer les **commandes en ligne** via un système qui se connecte à la plateforme e-commerce de l'enseigne, en assurant une expérience d'achat interactive et la disponibilité des articles, 24 heures sur 24. Enfin, le service de **Télésurveillance H24** est synonyme de continuité d'exploitation maximale, de surveillance constante de tous les paramètres et d'interventions rapides en cas de nécessité.

Epta InnoVillage



Innovation is the Epta Way for Excellence : une véritable vocation qui oriente la manière d’être, d’opérer et de produire de l’entreprise, toujours à l’enseigne d’un progrès durable. Afin d’offrir de nouvelles inspirations de business à ses clients, le Groupe a conçu sur son stand **Epta InnoVillage**, un espace où habitent les nouvelles idées. Un parcours à la découverte de projets originaux et créatifs, développés par des entreprises et des start-ups projetées vers l’avenir, en mesure d’accroître le succès du secteur avec des solutions créatives et concrètes.

FRESCO FRIGO : vente automatique de produits frais disponibles 24/7 partout et avec des paiements smart.

En collaboration avec Epta, l’entreprise a développé une vitrine réfrigérée installable dans de nombreux contextes - bureaux, salles de gym, complexes résidentiels et hôtels - pour créer des points snacks évolués. Une appli spéciale et un code personnel permettent de déverrouiller le réfrigérateur pour prélever les produits choisis.

FEATFOOD : des repas sains et équilibrés, réalisés sur mesure pour chaque programme nutritionnel

FeatFood offre un menu complet d’aliments sains, livrés *ready-to-eat* pour garantir des repas équilibrés et fournir un apport nutritionnel correct selon les objectifs de chaque utilisateur et son profil alimentaire. FeatFood permet de choisir entre 20 plats par semaine, avec des combinaisons de recettes conçues par une équipe de spécialistes sous la houlette d’un nutritionniste. L’Entreprise présente ses menus dans des réfrigérateurs évolués installés sur des espaces conventionnés tels, par exemple : points snacks des magasins, lieux de travail, bureaux, centres

de fitness et hôpitaux. En outre, elle a ouvert à Milan le premier restaurant FeatFood.

PROCUSINI : impression alimentaire design 3D, pour n'importe quel type de cuisine commerciale

L'Entreprise présente un système *plug & play* complet comprenant une imprimante 3D et une ample palette de plats raffinés pouvant être imprimés sous différentes formes. La solution est idéale pour les secteurs boulangerie, pâtisserie, restauration professionnelle ou événements gastronomiques et *grocerant* dans les magasins.

TRACXPOINT : courses et check out grâce à l'intelligence artificielle

L'Entreprise a réalisé un système de check-out automatique basé sur l'intelligence artificielle. Pour les clients, cela se traduit en **plaisir de faire ses courses dans un magasin de confiance**, qui répond de manière efficace et rapide à leurs besoins. Aux commerçants, elle permet de collecter les données des clients le long de tout leur parcours dans le magasin via des points clés, en favorisant une meilleure performance des caisses et en renforçant la qualité de leur rapport avec les fournisseurs et les clients.

CULTIFUTURA : ses produits changent l'interaction des personnes et leur compréhension de leur nourriture, en intégrant l'agriculture verticale dans leur vie de tous les jours.

Cultifutura a pour ambition d'impacter la culture des lieux de travail et de réunir les personnes autour de la même passion : cultiver leur nourriture et de rendre le monde plus durable.

Growblock est un système d'agriculture urbaine complètement automatique qui permet aux personnes qui vivent ou travaillent dans une communauté de posséder leur espace personnel où cultiver la nourriture de leur choix. Ce système, qui ne nécessite qu'une intervention minimale

de la part des utilisateurs, produit des aliments sans pesticides, allant des salades aux variétés rares de poivrons, tomates, fleurs ou fines herbes. Supporté par une plateforme sociale, Growblock permet aussi à ses utilisateurs de partager, échanger, troquer et créer une communauté. Ce produit, idéal dans les entreprises comme initiative de construction de liens entre les personnes et de durabilité, peut aussi être un support dans les restaurants, les cafétérias ou les commerces de détail. Glowblock combine la technologie et la performance de l'agriculture verticale avec le désir de chacun de cultiver sa nourriture et de faire partie d'une communauté.

Cultifutura est une start-up née d'une synergie entre Epta et Corporate Hangar, un accélérateur d'innovation basé à Milan.

EptaService

« *Great Expertise at your Service* » grâce à une **team hautement professionnelle** pour supporter les clients, étape après étape, tout le long du **cycle de vie** des magasins, comme une seule équipe : **tel est EptaService**. Il s'agit d'une **proposition** structurée en de **multiples services** pour satisfaire toute exigence, tout en assurant la plus **haute économie** en termes de coûts de gestion et, à la fois, dans le plein **respect de l'environnement**. Grâce à une **équipe** dotée **d'instruments technologiques de pointe**, EptaService garantit **une assistance complète** et un **conseil qualifié**, en instaurant ainsi un rapport de **confiance** de longue durée avec ses clients, qui font appel au Groupe pour la conception, le financement, l'installation, la gestion et l'entretien. À l'époque de la **servitization** et de *la digitalization*, la palette des solutions d'EptaService combine modernisation, entretien et de nombreuses autres options, dont : la télésurveillance, aujourd'hui également disponible pour des meubles à groupe logé, l'achat de pièces de rechange sur catalogue e-commerce et de nouveaux modes d'intervention sur le site via des applis connectées avec les meubles et des dispositifs en réalité augmentée.

Bien plus qu'un catalogue de pièces détachées

La plateforme e-commerce d'Epta, disponible sur les dispositifs PC, iOS et Android, est aujourd'hui encore plus pratique et intuitive pour permettre aux clients de vérifier en temps réel la disponibilité des composants via une **recherche simplifiée et rapide** en **deux modes différents (nom, code et date de fabrication** pour naviguer sur les **tableaux 3D** du modèle/**numéro de série** et filtres **par catégories**) et acheter directement les **pièces de rechange en ligne**. Flexibilité maximale également pour les **délais de livraison** : le nouveau magasin centralisé et automatisé met à la disposition **32 000 codes**, en

garantissant des livraisons en **24/48 h**. Les tout derniers développements de la plateforme voient la création d'une véritable **zone dédiée au client** où, d'un simple clic, il pourra vérifier tous les services actifs, mettre en évidence les performances de ses points de vente et avoir toujours connaissance des nouveautés disponibles. Ce n'est donc plus seulement un catalogue e-commerce, mais un environnement personnalisable par chaque client, disponible en ligne et pouvant être consulté depuis chaque appareil pour être toujours à jour.

Maîtriser la gestion du cycle de vie global

La manifestation sera l'occasion d'illustrer les caractéristiques du nouveau **Fleet Management** avec lequel EptaService propose une solution *all-in-one* pour la **gestion à 360° de flottes de meubles réfrigérés à groupe logé pour le compte de tiers**, en optimisant les coûts. Les **nombreux services offerts** comprennent : financements, fourniture et stockage des solutions à groupe logé, livraison au point de vente/bar, surveillance, entretien préventif, intervention sur le site, retrait à la fin de la période d'utilisation et de reconditionnement. Le Fleet Management a donc été étudié pour suivre tout le **Cycle de vie du meuble réfrigéré avec une attention particulière au Coût total de possession**.

Service 4.0

Le monitoring continu de l'efficacité et des consommations d'un système à CO2 transcritique est essentiel pour garantir la constance des performances et de la fiabilité, depuis la mise en service jusqu'à la fin de vie du système.

Le tableau de bord CO2 d'Epta Service est en mesure de surveiller en temps réel le COP (Coefficient de Performance) des consommations aussi bien d'un seul système que d'une flotte, grâce à des algorithmes évolués qui permettent la normalisation des ICP et la comparaison entre systèmes aux caractéristiques différentes.

Meubles réfrigérés connectés

Avec EptaService, les vitrines des marques Epta s'enrichissent de **fonctionnalités IoT** pour la télésurveillance, afin de permettre aux clients d'**identifier, surveiller et gérer les meubles**. La technologie IoT permet **une analyse en temps réel des principaux paramètres** des vitrines, dont la température et l'humidité (pour toujours garantir la meilleure conservation des produits), de la position des meubles par **géolocalisation** et de **la fréquence d'ouverture des portes** (utile pour analyser les performances de vente). L'IoT consent en outre de gérer les **alarmes et de surveiller les consommations d'énergie** des meubles à groupe logé.

Eptaservice Check App

Pour simplifier les **interventions** sur les meubles réfrigérés, **EptaService** offre en exclusivité aux techniciens sur le terrain la nouvelle **APPLI EptaService Check**, accessible via téléphone portable et tablette. Actuellement disponible pour la gamme Velvet, l'APPLI est étudiée pour fonctionner sur tous les meubles Epta équipés d'une carte électronique particulière qui connecte le meuble à un **réseau WiFi**.

Parmi ses nombreuses fonctionnalités, l'APPLI EptaService Check permet de lire et écrire en toute simplicité la **configuration du meuble** et des appareils qui lui sont connectés, de contrôler les paramètres en temps réel, recevoir, valider et gérer les **signaux d'alarme** et les situations d'erreur, en représentant un instrument de support valable pour les techniciens.



LA SOCIÉTÉ EN BREF

- ▶ **Dénomination sociale** : Epta S.p.A.
- ▶ **Siège** : Via Mecenate, 86 – 20138 Milan – Italie
- ▶ **Activité** : Groupe européen et partenaire global dans le secteur de la réfrigération commerciale pour la Grande Distribution Organisée
- ▶ **Président et Administrateur Délégué** : Marco Nocivelli
- ▶ **Salariés** : environ 6000
- ▶ **Site web** : www.eptarefrigeration.com