

## ELEPHANT UP E CAYMAN UP DI **COSTAN**: THE POWER OF TRANSPARENCY

Publicato: Sabato, 11 Ottobre 2014 09:08



**Costan**, al fine di soddisfare le esigenze dei Retailer di trasformare l'area surgelati da "final stop" a primaria destinazione del percorso di acquisto dei consumatori all'interno del punto vendita, presenta i nuovi banchi verticali Elephant UP e combinati Cayman UP, destinati a rivoluzionare l'esposizione di gelati confezionati e prodotti sottozero in supermercati, ipermercati e cash&carry.

La "Global Frozen Food Market - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast 2013 - 2019", l'ultima analisi di mercato del settore pubblicata da Transparency Market Research, evidenzia come la categoria surgelati stia registrando un forte tasso di crescita delle vendite, (+ 5.2% nel periodo tra il 2013 ed il 2019) e che si stima raggiungerà i 15,9 miliardi di dollari entro il 2019. L'esigenza di valorizzare quest'area è sempre più attuale, soprattutto nei mercati maturi, dove la percezione dei

consumatori, in termini di eccellente conservazione e presentazione dei prodotti, risulta un fattore cruciale per assicurare risultati costanti e a lungo termine.

Creare un'atmosfera accogliente, migliorando il visual display degli articoli è dunque un must per i Retailer che vogliono accrescere la redditività del reparto surgelati. In tal senso, **Costan**, propone al mercato la nuova gamma Frozen, sviluppata sulla base della nuova REV UP technology, che, concorre ad incrementare gli acquisti di questa tipologia merceologica per il suo innovativo layout.

Caratterizzati da ampie vetrate a tutt'altezza e assenza di cornice, Elephant UP e Cayman UP sono infatti studiati per enfatizzare l'appello degli articoli ed eliminare, al contempo, ogni barriera all'acquisto.

Ulteriore must di questa nuova gamma **Costan** è l'efficienza energetica, potenziata dalla nuova architettura elettrica BTH che, proposta in due versioni, garantisce una riduzione dei consumi dal 30 al 50%. Il banco diventa intelligente e, grazie al sistema BTH, che ne calibra tutti gli elementi in funzione delle diverse condizioni, quali la stagionalità e l'affluenza, risponde alle più stringenti richieste in termini di risparmio energetico dei punti vendita.

Massima visibilità, quindi, per un'elevata rotazione dei prodotti: anche l'illuminazione è stata oggetto di un attento studio sia per Elephant UP che per Cayman UP, per offrire la migliore soluzione espositiva. Nello specifico, i banchi sono proposti con LED(4.100K) della gamma IntensLIGHT Advance, perfettamente integrati sui montanti del banco, per una distribuzione uniforme della luce, che minimizza le zone d'ombra, accentuando l'enfasi sui prodotti.

William Pagani, International Sales & Marketing Director di **Epta** dichiara: "Declinazioni nell'area Frozen del concept "Power Up Your Store", Elephant UP e Cayman UP testimoniano la continua attenzione del nostro Team di R&D verso lo sviluppo di prodotti eco-compatibili ed in grado di migliorare l'esperienza di acquisto del Cliente, per potenziare al massimo la redditività dei punti vendita. Nello specifico, infatti, le nuove linee sono state progettate per rendere attrattivo il reparto surgelati e fornire, al contempo, una soluzione intelligente e altamente flessibile nella gestione, al fine di garantire le migliori performance a seconda delle condizioni presenti."

**Epta. Advanced solutions for your store.**

**EPTA** – Gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, opera a livello mondiale grazie ai suoi marchi **Costan** (1946), **Bonnet Névé** (1930), **George Barker** (1928), **Eurocryor** (1991), **Misa** (1969) e **Iarp** (1983). **Epta** si posiziona, sul mercato domestico e internazionale, come unico partner in grado di produrre e commercializzare sistemi completi per la refrigerazione, grazie all'integrazione di specifiche linee di prodotto quali: banchi frigoriferi tradizionali, verticali e semi-verticali positivi, verticali e orizzontali negativi, banchi a gruppo incorporato (Plug-in), centrali di media e grande potenza e celle frigorifere. Con sede a Milano, opera con 4.000 dipendenti, con una capillare presenza commerciale in tutto il mondo e vanta nel 2012 un fatturato di 650 Milioni di Euro. Nel 2014 ha presentato, ad Euroshop, il nuovo concept, "Eptology, The **Epta** Way Up", che sintetizza la sua vocazione aziendale, volta a promuovere una crescita ed uno sviluppo sostenibile, basato su quattro principali Evidences: Experience, Efficiency, Excellence ed Evolution. Una strategia riconfermata anche da "Power Up Your Store", leitmotive con cui **Epta** sottolinea la centralità del cliente e la capacità di soddisfarne le esigenze, potenziando al massimo la crescita degli store. (fonte: **Epta**)