Technoretail



Epta ha lanciato la linea OutFit Costan per l'area food del punto vendita, una range di soluzioni espositive all'insegna dell'innovazione, dell'ergonomia e con un'attenzione particolare rivolta al Total Cost of Ownership.

La nuova gamma, lanciata sul mercato con il *serve-over Velvet*, trae origine dalla strategia d**i Epta** diretta a rispondere al crescente bisogno di marcata identità espresso dagli operatori del retail, consistente anche nel trasformare ogni singolo punto vendita in un luogo di riferimento per i consumatori, in modo da renderlo unico nel suo genere e distinguibile, pur restando nell'ambito delle soluzioni progettate su vasta scala. In modo particolare, **Velvet Costan** si caratterizza per ampie opzioni disponibili a catalogo e abbinabili tra loro per arredare l'area dedicata ai freschi e agli ultra freschi, aumentando l'impatto visivo dei reparti e rafforzando, al tempo stesso, sia la visibilità che la capacità di appeal dei prodotti.



Nella fase progettuale, è stata dedicata un'ampia attenzione ai dettagli che ha portato a realizzare un'elevata proporzione tra le superfici vetrate e la struttura, a garanzia di un significativo livello di ergonomia. Il piano espositivo e gli articoli vengono collocati all'altezza ideale per migliorare l'interazione con il consumatore e favorire una maggiore rotazione, favorendo, allo stesso tempo, il personale dello store nella fase di rifornimento. Ulteriore valore aggiunto di Velvet Costan riguarda la sua anima *green*, grazie alla scelta di elementi a basso impatto ambientale, quali l'illuminazione a LED e i ventilatori ad alta efficienza.

Clipping Online

Testata: Technoretail.it Data: 5 Luglio 2018



Technoretail





William Pagani, Group Marketing Director di Epta, ha così commentato: "Personalizzazione ed estrema versatilità, per una soluzione a servizio dei retail designer, in grado di rendere disponibile t'esclusività su larga scala: è questo il principio ispiratore nella progettazione della nuova gamma OutFit Costan". Poi, in merito alle caratteristiche e alle funzionalità della nuova range, Pagani ha aggiunto: "Il gioco di contrasti tra volumi, trasparenze, materiali e finiture di Velvet è studiato per enfatizzare la profondità di gamma e la qualità dei freschi in ogni tipologia di punto vendita, dagli atelier tradizionali, ai negozi di prossimità, fino agli ipermercati. Grazie a Velvet, è possibile scegliere l'outfit ideale per definire nuovi linguaggi di comunicazione e inedite forme di coinvolgimento dei consumatori".

Clipping Online

Testata: Technoretail.it Data: 5 Luglio 2018

