

Comunicato stampa***Dynamic System: il principio attivo della freschezza***

Punto di incontro fra domanda e offerta, *"il banco carne è la sintesi stessa del mestiere del Macellaio"** ed elemento distintivo della sua professionalità. Al fine di supportare gli operatori del settore, Eurocryor ha concepito *Dynamic System*, una nuova tecnologia che cattura il freddo e garantisce una superlativa conservazione della carne.

Nello specifico, l'innovativa soluzione permette di mantenere l'umidità a valori prossimi al 90%, senza l'utilizzo di umidificatori. I risultati sono notevoli: la merce può rimanere conservata all'interno del banco per più giorni, senza dover essere riposta nelle celle durante la notte, mantenendo inalterate le sue caratteristiche organolettiche ed estetiche.

I vantaggi sono notevoli: innanzitutto *Dynamic System* assicura una riduzione della perdita di peso e massa del 96% in 24 ore, per un calo di peso medio di solo 0,12% rispetto ad un mobile tradizionale per la carne, che presenta un valore medio del 3%, ed un ritorno dell'investimento in tempi brevi. Anche a livello di impatto ambientale si constata una diminuzione dei consumi energetici di oltre il 20%, rispetto ad altri banchi attualmente presenti sul mercato ed un extra risparmio di acqua, prodotti per la pulizia e pellicola trasparente e in alluminio.

Anche dal punto di vista dell'operatore si riscontrano benefici importanti, soprattutto in termini di risparmio di tempo. Non dovendo immagazzinare la carne nelle celle frigorifere, ogni sera, e non avendo la necessità di pulire il banco, quotidianamente, il suo lavoro si riduce, infatti, di 1 ora e mezza al giorno, con un'evidente ottimizzazione dei costi di gestione pari a oltre 9.000 euro l'anno.

Dai negozi specializzati, alle moderne aree dedicate all'esposizione della carne negli store, l'adozione di soluzioni performanti dall'eccellente impatto visivo,

risulta di fondamentale importanza per massimizzare la vendita di questa tipologia di prodotti, rapidamente deperibili, ma dall'elevato ritorno economico. In tal senso, infatti, la tecnologia viene associata ad arredi in grado di valorizzare l'attrattività della merce attraverso presentazioni spettacolari, che oltre a favorire l'interazione con il cliente, ne stimolano i processi d'acquisto.

L'organizzazione e l'architettura del banco sono legate a diversi fattori, quali ad esempio la localizzazione, tipologia e lay-out dello store, la qualità della carne prevalentemente richiesta (bovino/suino/ovino/pollame), la clientela e le esigenze del personale. Gli specialisti di Eurocryor hanno, pertanto, sviluppato un banco di design, flessibile e completamente *tailor-made*, dalle linee avvolgenti, che mette il cliente al centro della scena, consentendogli una visibilità totale dei tagli e delle preparazioni in esposizione.

Sono i dettagli a fare la vera differenza nell'allestimento dell'espositore: dallo studio del cromatismo, all'utilizzo di luci a led che consentono di non scaldare la carne, evitandone il possibile deterioramento, fino alla corretta suddivisione dei prodotti, per una visione d'insieme efficace, ai fini della vendita. Infatti, è importante ricordare che l'area dove si concentra maggiormente l'attenzione si trova sempre alla destra del consumatore: un dato utile al fine di costruire il banco ideale. La migliore disposizione, infatti, prevede il seguente schema: pollame, suino, pronti a cuocere, agnello, vitello e vitellone. A questo si associa anche il giusto assortimento, l'ordine dei tagli anatomici e il contrasto di colori, che assicurano una scenografia vivace ed appealing.

Spiega Manuela Da Canal, Epta Product manager: *"La cura degli elementi visivi, la personalizzazione, unitamente alla massima qualità e freschezza dei prodotti, rappresentano valori imprescindibili su cui si basa questa nuova soluzione, recentemente presentata ad Euroshop ed accolta con entusiasmo dal pubblico di clienti e visitatori. Già dalle prime installazioni abbiamo raccolto riscontri molto positivi da parte degli operatori: conservazione ottimale della carne e stile e*

design eccellenti, consentono di trasformare anche i piccoli punti vendita in vere e proprie "boutique", con notevoli benefici in termini di incremento della vendite".

**(EAC- Associazione Nazionale Esperti Assaggiatori di carni)*

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.

Per ulteriori informazioni:

Lbdi Communication

Federica Cosmo – email: fcosmo@lbdi.it

Ginevra Fossati - email: gfossati@lbdi.it

Tel. 02/43910069 - Fax 02/33007120