

Epta Iberia sorprende con su “receta secreta” en Hostelco

CANAL HORECA 3 de mayo de 2022



Epta Iberia, compañía especializada en refrigeración comercial para la distribución alimentaria perteneciente al Grupo Epta, valora de exitosa su participación en la nueva edición de Hostelco, encuentro profesional celebrado entre los días 4 al 7 de abril en Barcelona.

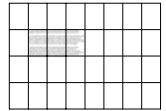
La primera participación de Epta Iberia en Hostelco, una de las citas más importantes del sector de Equipamiento para Restauración, Hostelería

y Colectividades en Europa, ha sido un éxito. La gran afluencia del público y la calidad de los contactos que se han conseguido durante el evento, cerca de un 20% de nuevos posibles clientes, representan que la asistencia a esta feria ha sido un verdadero acierto.

Desde su stand en el pabellón 4 Epta Iberia ha cautivado a los asistentes con su “receta secreta”: *EptaConcept*, el servicio especializado en dar forma a espacios comerciales, córneres, quioscos originales y hechos a medida. El departamento de interiorismo y diseñadores ha aprovechado esta oportunidad para demostrar su gran potencial recreando en la propia feria un ejemplo de espacio “take-away”, diseñado específicamente para esta ocasión en el que se han integrado equipos de las marcas larp y Epta. “Hemos ido a demostrar cómo somos capaces de ayudar a las empresas de retail en sus diseños interioristas”, declara el responsable de Marketing de Epta Iberia, Diego Ortega.

Sin duda, un llamativo reclamo que captó la atención de muchos de los que pasaron por el pabellón de equipamiento. “Los asistentes se sorprendían del diseño tan diferenciado de nuestro stand”, sostiene Ortega, complacido al recordar cómo algunos, ya cansados de la jornada, no podían resistirse a hacer una última parada en el stand para conocer los productos de Epta y valorar integrarlos tanto en grandes como en pequeños comercios.

De hecho, entre los potenciales clientes que más interés despertó este cautivador despliegue de Epta Iberia fueron los especializados en Food & Beverage, en Horeca y retail. Por otro lado, los productos que más destacaron en la feria fueron el mueble semivertical, Joy 30, diseñado especialmente para adaptarse a tiendas de distinto tamaño; Funky, el nuevo plug-in compacto de la marca Costan que encaja en un lineal de seco para poder hacer venta cruzada;



la nueva isla de autoservicio Cornice de Eurocryor; las vitrinas de helados Delight 7 y Glee X Slim o el Glee Glass Wine, de la marca Iarp; entre otros.

“Como experiencia piloto ha sido todo un acierto. Estamos muy satisfechos por dar a conocer tanto los equipos para la hostelería como los servicios para el diseño e integración de equipos de frío”, concluye Ortega, que asegura que se han cumplido con los objetivos fijados. Ahora, el siguiente paso, es avanzar de forma fructífera con las relaciones de los nuevos contactos alcanzados.

La edición de Hostelco, que se ha celebrado conjuntamente con el Salón Alimentaria entre los días 4 y 7 de abril en Barcelona, ha marcado un esperanzador punto de inflexión de la recuperación sectorial. Con cerca de 1.000.000 visitantes y con más de 3.000 empresas expositoras procedentes de 52 países, este evento ha tenido un impacto económico estimado de 180 millones de euros, lo que refleja la fortaleza del sector.