

Communiqué de presse

Ampleo UP e Coliseum UP di Bonnet Névé: Le Grand Froid a du charme à nouveau

Une étude réalisée par l'Insee* confirme combien le marché français des surgelés est en continuelle évolution : les styles de vie dynamiques poussent en effet de nombreux consommateurs à privilégier la catégorie Grand Froid, qui marie commodité d'usage, DLC beaucoup plus longue et temps très courts de préparation. Les données mettent notamment en évidence que les plats préparés sont les produits les plus vendus du rayon *Surgelés* (33%), suivis des fruits et légumes (13%), du poisson, des crustacés et mollusques (toujours 13%) et des crèmes glacées (10%) ; c'est pourquoi valoriser au mieux leur exposition, permet de maximiser le rendement du rayon.

RENFORCER L'ATTRAIT DU RAYON GRAND FROID

Bonnet Névé, pour renforcer l'attrait du rayon Surgelés, présente les nouveaux meubles verticaux **Ampleo UP** et combinés **Coliseum UP**, à très basse température. Ces nouveaux modèles sont destinés à révolutionner l'exposition de crèmes glacées et de produits surgelés en supermarchés,



hypermarchés et cash&carry. Les *must* des deux nouvelles gammes, développées sur la base de la nouvelle technologie REV UP déclinée pour la zone des surgelés, sont en effet leur disposition innovante et leur rendement énergétique.

TRÈS GRANDE VISIBILITÉ POUR UN MERCHANDISING VISUEL IRRÉSISTIBLE

Les meubles **Ampleo UP** et **Coliseum UP**, complètement remaniés dans leur esthétique, se distinguent par leurs vitrages sur 100% de la hauteur et par l'absence de fronton, pour une transparence totale des surfaces ; c'est zéro barrière à l'achat et un maximum de ventes pour les magasins.

« FLASH LUMINEUX » SUR LES SURGELÉS

Visibilité maximale donc, pour une rotation importante des produits : l'éclairage a fait l'objet d'une étude poussée pour **Ampleo UP** comme pour **Coliseum UP**, afin d'assurer la meilleure solution d'exposition. Les meubles sont en particulier proposés avec la technologie LED



IntensLIGHT Advance, parfaitement intégrée sur les montants du meuble, pour une distribution uniforme de la lumière blanche neutre des LED (4.100K) : disparition des zones d'ombre, vivacité des couleurs des packaging et mise en valeur des produits !

ÉCONOMIE D'ÉNERGIE AU TOP

Le rendement énergétique est un autre élément de la nouvelle série, signée **Bonnet Névé**, renforcé par la nouvelle architecture électrique BTH ; le système est proposé en deux versions ; il garantit une réduction des consommations allant de 30 à 50%. Le meuble devient *intelligent* grâce au système BTH ; tous



les éléments sont calibrés en fonction des différentes conditions telles que la saisonnalité et l'affluence, et permettent ainsi de répondre aux exigences les plus strictes en termes de rendement énergétique des magasins.

LES DÉTAILS QUI FONT LA DIFFÉRENCE

Pour finir, **Ampleo UP** peut être équipé du Kit MULTISOLUTION, en fonction de la saisonnalité et des exigences du magasin, lequel permet de transformer la zone basse du meuble en une « cuve » de 400 mm, pour une conservation et un stockage exceptionnels des sachets de surgelés.



Cécile Marty, Trade Marketing Manager d'Epta France

commente : « Les *aliments surgelés, pratiques et rapides à préparer, font de plus en plus partie intégrante de notre cuisine et, par conséquent, sont de plus en plus demandés sur le marché. Dans ce sens, **Bonnet Névé**, pour répondre aux nécessités des magasins de valoriser au mieux cette zone, a développé les nouveaux meubles **Ampleo UP** et **Coliseum UP**, des solutions durables conçues pour améliorer l'expérience d'achat des Clients* »

La vidéo concernant la nouvelle gamme est disponible sur le lien suivant :

<https://www.youtube.com/watch?v=ds0Jxx3ZjAE>

* Sources: Institut National de la Statique et des études économiques

Epta. Advanced solutions for your store.

EPTA, groupe multinationale spécialisé dans la réfrigération commerciale, est présent au niveau mondial grâce à ses marques Costan (1946), Bonnet Névé (1930), George Barker (1928), Eurocryor (1991), Misa (1969) et Iarp (1983). Epta produit et commercialise sur ses marchés nationaux et internationaux, des systèmes complets pour la réfrigération, grâce à l'intégration de lignes de produit spécifiques comme: meubles réfrigérés traditionnels, verticaux et semi-verticaux à température positive, verticaux et horizontaux à température négative, meubles à groupe logé (Plug-in), centrales de moyenne et de grande puissance et chambres froides. À partir de son siège à Milan, ce groupe emploie 4.000 personnes, possède un vaste réseau commercial dans le monde entier et avance en 2012 un chiffre d'affaires de 650 millions d'euros. En 2014, il a présenté, à Euroshop, le nouveau concept, « Eptology, The Epta Way Up », la concrétisation de la vocation de l'entreprise. Elle vise à promouvoir une croissance et un développement durables, basés sur quatre « Evidences » principales: Experience, Efficiency, Excellence et Evolution. Une stratégie également reconfirmée par « Power Up Your Store », leitmotif avec lequel Epta souligne la centralité du client et la capacité d'en satisfaire les exigences en renforçant au maximum la croissance des magasins.

Facebook: Epta

Twitter: @Epta_Group

Pour de plus amples informations et images, veuillez contacter :

Lbdi Communication

Federica Cosmo – email : fcosmo@lbdi.it

Ginevra Fossati - email: gfossati@lbdi.it

Tél. +39 02/43910069 - Fax 02/33007120