

Communiqué de presse

Paris, 9 Novembre 2015

Captur, Flash et Rush de Bonnet Névé pour augmenter les achats d'impulsion... le temps d'un éclair

L'achat d'impulsion a encouragé un changement dans les habitudes de consommation, et fait maintenant partie des stratégies de nombreux magasins. Il s'agit d'un achat non programmé, motivé par l'apparition soudaine d'une stimulation visuelle, associée à des conditions particulières de vente : des facteurs qui rendent le consommateur une sorte de "client picoreur", qui essaie de tirer le meilleur profit de ce qui lui est proposé. Pour étudier en profondeur ce phénomène, Nielsen* a réalisé une étude intéressante au niveau mondial. Dans le détail, les résultats révèlent que l'achat spontané est généré par pure impulsion dans 30% des cas, par le fait d'avoir testé le produit dans le magasin dans 31% des cas, par le souhait d'essayer une nouvelle version dans 33% des cas, par un nouvel article dans 46% des cas. Enfin, selon le classement, les bons de réduction et la présence de promotions représentent les deux principales raisons qui déclenchent l'achat, atteignant des pourcentages, respectivement, de 50% et 56%. En ce sens, une visibilité maximale des produits, joue un rôle crucial pour attirer l'attention des consommateurs.

TRANSPARENCE ET ÉCLAIRAGE LED

Bonnet Névé, présente trois nouveaux Meubles Promotionnels à groupe logé, **Captur** en version panoramique, **Flash** et **Rush** en version semi-panoramique, créés pour répondre aux besoins des détaillants de développer les achats d'impulsion de produits frais et surgelés. **Captur, Flash** et **Rush** sont caractérisés, en effet, par un style moderne et

essentiel, c'est-à-dire des lignes épurées et de grandes surfaces vitrées, conçues pour faciliter le coulissement et rendre l'ouverture plus facile. En outre, l'attrait pour les produits en rayon est augmenté par le système d'éclairage qui, grâce à la possibilité de régler l'orientation des LED, transforme les produits en véritables acteurs de la zone **alimentaire**.



Captur

SOLIDES & COMPACTS

La caractéristique principale de cette gamme de groupes logés est la solidité : ils sont en effet équipés de cornières verticales extrêmement résistantes, qui supportent très bien les coups et les chocs, ainsi que de deux types différents de pare-choc, en matériau plastique et en acier inoxydable brossé, tous les deux parfaitement intégrés dans le style des meubles.



Flash

UN MOBILIER ÉCOLOGIQUE ET DES ÉCONOMIES MAXIMALES



Rush

Captur, Flash et Rush utilisent exclusivement le Propane R290 comme fluide réfrigérant, plus écologique et efficace que le gaz R404A. En outre, les meubles groupe logé **Bonnet Névé** sont conçus pour répondre efficacement aux exigences d'économies énergétiques. Exemple, de ce point

de vue, la version fermée à température négative du **Captur**, qui permet de réaliser une réduction de la consommation de 40%, par rapport au modèle précédent de la même catégorie, pour une économie totale de 618 € par an.*



Cécile Marty Trade Marketing Manager Epta France a commenté: « *Nous sommes sûrs que **Captur, Flash et Rush** contribueront de façon décisive à augmenter les achats d'impulsion des produits que les détaillants décideront de promouvoir. En plus d'augmenter les ventes aux consommateurs, nos meubles groupes logés de dernière génération permettent de réaliser d'importantes économies d'énergie et de réduire les coûts d'entretien, en associant ainsi le respect pour l'environnement et l'efficacité* »

* La recherche Global Consumer Confidence réalisée par Nielsen implique environ 2 milliards de personnes dans 60 pays et vise à recueillir et à approfondir les opinions des clients dans le secteur de la vente au détail. Plus précisément, l'enquête est menée depuis 2005 et représente donc un modèle de référence uniforme pour évaluer les changements de l'attitude des consommateurs à travers le monde au fil du temps. <http://www.nielsen.com/fr/fr.html>

* La consommation annuelle est calculée par rapport à un coût de l'énergie de 0,14 € et compare le meuble Jazz 200 BT fermé et le Captur 200 BT fermé et sans éclairage

Epta. Advanced solutions for your store.

EPTA - Groupe multinational spécialisé dans la réfrigération commerciale qui opère au niveau mondial grâce à ses marques **Costan** (1946), **Bonnet Névé** (1930), **George Barker** (1928), **Eurocryor** (1991), **Misa** (1969) et **Iarp** (1983). Epta se place, sur le marché national et international, comme l'unique partenaire en mesure de produire et de commercialiser des systèmes complets pour la réfrigération, grâce à l'intégration de lignes de produit spécifiques telles que : meubles frigorifiques traditionnels, verticaux et semi-verticaux à température positive, verticaux et horizontaux à température négative, meubles groupe logé, centrales de moyenne et grande puissance, et chambres froides. À partir de son siège à Milan, il opère avec 4.000 salariés et une présence commerciale dans le monde entier. En 2014, Epta a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 680 millions d'euros. Epta se caractérise par une approche responsable, exprimée avec le concept "**The Epta Way Up: preserving food value** " visant à proposer des solutions technologiquement avancées qui assurent une conservation, une présentation et une exposition parfaites des denrées, ce qui en promeut la valeur. Cette stratégie est également reconfirmée à travers la consigne "**Power Up Your Store** ", avec laquelle Epta souligne la centralité du client et la capacité à répondre aux besoins de celui-ci, tout en maximisant la croissance des magasins.

Twitter: [@Epta_Group](#)

Facebook: [Epta](#)

LinkedIn: [EPTA GROUP](#)

Youtube: [EPTAspa](#).

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