

# RPF

EPTA

## Des Eptabricks pour faciliter les courses

Présent à Euroshop, le fabricant met en avant ses fameuses consignes réfrigérées, déjà récompensées par un Janus de l'Industrie.

**B**aptisé Eptabricks, ces consignes réfrigérées peuvent être installées sur le trajet maison/travail, par exemple dans les gares, ou dans les entreprises pour permettre aux consommateurs de retirer les produits frais et surgelés achetés en ligne sur les sites web des chaînes de la grande distribution. Une solution qui garantit une conservation des produits pendant 24 heures et plus, tout en permettant aux enseignes à la fois de se rapprocher de leurs clients et de réduire l'empreinte carbone en évitant les livraisons à domicile.

Le projet naît, selon ses concepteurs « *comme une alternative cross canal au format traditionnel du Drive, tout en répondant aux nécessités de garantir aux consommateurs une meilleure souplesse et une plus grande praticité lors du retrait des achats effectués en ligne.* » Dans le détail, en effet, les Eptabricks permettent aux clients de récupérer tous les produits, même frais et surgelés, là où ils le souhaitent et quand ils le souhaitent. En outre, pour garantir la plus grande ergonomie et la meilleure sécurité du système, les Eptabricks sont conformes à la réglementation PMR et Vigipirate.



Cécile Marty, Trade Marketing Manager d'Epta France, commente: « *Epta se positionne sur le marché comme un partenaire de confiance proposant aux magasins des solutions complètes caractérisées par leur fiabilité, leur haute qualité et leur avant-gardisme technologique, en soulignant ainsi la centralité du client et l'attention du groupe pour satisfaire ses exigences. Depuis toujours, en effet, nous collaborons avec les acteurs majeurs de la grande distribution pour offrir*

*un nouveau visage aux espaces food; nous transformons ces espaces en lieux de relation et de découverte, où les consommateurs peuvent vivre des moments inoubliables, agréables et gratifiants, jusque dans le design même de l'environnement* », et il conclut: « *Notre objectif? Transformer les lieux de vente de Point of Sale à Point of Experience, pour transporter les shoppers dans une nouvelle dimension du shopping émotionnelle et captivante.* » ●

Ritaglio stampa  
Testata: Points de Vente  
Pagina: 19  
Diffusione: 5600  
Data: Febbraio 2017