Communiqué de presse

AVEC IARP, L'ÉTÉ SE TRANSFORME EN UNE SAISON DE FRAÎCHEUR INÉDITE, GRÂCE À DES NOUVELLES SOLUTIONS DANS LE SECTEUR DU FOOD&BEVERAGE

Saint-Quentin-Fallavier, 28 Août 2024- Ces dernières années, la **hausse constante des températures mondiales**, atteignant un nouveau pic en juillet dernier[1], l'**augmentation des coûts de l'énergie** et l'**émergence de nouveaux modes de consommation** ont profondément transformé le **secteur de l'alimentation et des boissons** et posé des défis sans précédent au segment de la réfrigération, de plus en plus crucial pour une bonne conservation des aliments.

Dans une interview, **Clara Mancipoz - Trade Marketing Specialist F&B d'Epta –** approfondit les nouvelles tendances des segments du Food&Beverage et du CHR, en présentant le **repositionnement stratégique de la marque Iarp**, spécialisée dans les meubles réfrigérés à groupe logé, à l'enseigne de la **durabilité**, de la **numérisation** et de l'**intimité client**.

De quelle manière la durabilité se situe-t-elle au cœur des stratégies de la marque ?
*Iarp répond à la vocation du groupe, en **poursuivant l'innovation durable**, en développant des vitrines réfrigérées pour crèmes glacées, des vitrines pour boissons et des distributeurs automatiques fonctionnant aux **réfrigérants naturels**, visant à **réduire la consommation d'énergie** et à **améliorer l'efficacité**.*

Quelles améliorations technologiques ont été apportées à ces modèles pour accroître leurs performances en termes d'efficacité et de durabilité ?

*Pour les glaciers, **Iarp** propose une version améliorée de la **gamme traditionnelle de vitrines réfrigérées à groupe logé Delight de la ligne Cool Emotions**, pour la première fois en **classe climatique 5**, afin de **préserver la fraîcheur des crèmes glacées** et d'offrir des moments rafraîchissants pendant les journées les plus chaudes de l'année. En effet, ces*

[1] Le deuxième mois le plus chaud jamais enregistré depuis 1940, selon les données du Copernicus Climate Change Service, établi par la Commission européenne.

nouveaux modèles ont été conçus pour ***résister aux vagues de chaleur estivales, avec des températures atteignant 40 °C et un taux d'humidité de 40%****, ce qui les rend parfaits aussi bien à l'intérieur, dans les pièces non climatisées, qu'à l'extérieur.*

Est-ce que les nouveaux modèles ont déjà été installés ? Quels sont leurs avantages ?

Les nouvelles vitrines Delight tiennent déjà la vedette chez plusieurs glaciers, où elles se distinguent par leur ***esthétique personnalisable et séduisante****, capable d'****inciter les consommateurs à découvrir tous les parfums des glaces artisanales exposées****. Ces nouveaux modèles sont en effet disponibles avec un* ***design complètement rénové,*** *reproduisant* ***l'attrait d'un chariot à glaces****, une* ***icône intemporelle*** *évoquant des souvenirs d'étés insouciants et des moments de douceur partagés.*

Un symbole parfait même pour les ***villages de vacances, les hôtels et les campings****, ainsi qu'en témoigne le choix récent de l'un des* ***groupes de structures d'hébergement*** *les plus renommés au niveau national, qui compte plusieurs* ***destinations situées à la mer, à la montagne et à la campagne****. L'installation d'une vitrine Iarp en bord de piscine ou dans un pré fleuri* ***enrichit l'expérience des nombreux touristes*** *qui, notamment pendant les mois les plus chauds, peuplent ces* ***oasis de fraîcheur****.*

Iarp a-t-elle choisi d'investir dans le développement de solutions idéales pour d'autres segments ?

Iarp vise aussi le secteur des ***distributeurs automatiques****, désormais omniprésents dans de nombreux lieux de travail et de loisirs. Des solutions qui gagnent également des parts de marché dans le* ***segment du fitness****, comme dans les* ***gymnases, les salles de sport et les piscines****, grâce à leur* ***service H24****. Dans ces contextes, elles jouent un rôle essentiel non seulement en garantissant un* ***accès immédiat à des produits nutritifs et hydratants*** *favorables au bien-être et aux performances des sportifs, mais* ***aussi en créant des espaces de convivialité****, dans l'objectif de façonner les lieux d'accueil et de fidéliser la clientèle.*

Par exemple, les ***distributeurs France Grocery*** *et* ***Wooki Smart****, spécialisés dans les* ***meilleures solutions de restauration hors domicile****, ont fourni à deux des plus* ***grandes***

chaînes de salles de sport *présentes dans l'Hexagone les* ***distributeurs automatiques Chelsea de la gamme ColDistrict*** *d'****Iarp*** *pour* ***améliorer le confort et la satisfaction de leurs sportifs****.*

Rendus plus attractifs pour ***inciter les achats d'impulsion****, ces distributeurs présentent un* ***assortiment*** *qui, tout comme leur design, est* ***personnalisé en fonction de leur contexte d'application****. Ainsi, nous trouvons au premier plan les aliments et boissons avant et après le sport, tels que les barres énergétiques ou protéinées et, naturellement, l'eau, y compris aromatisée, afin de* ***promouvoir des habitudes alimentaires saines*** *dans la communauté sportive.*

Iarp atteint-elle des objectifs durables également dans le segment des distributeurs automatiques ?

Iarp a récemment présenté les nouveaux ***distributeurs automatiques ColDistrict*** *en version* ***BOOST****, qui seront lancés en septembre et sont en* ***classe énergétique B****, franchissant ainsi une étape importante sur la scène internationale de la distribution automatique, grâce à l'intégration d'une unité de réfrigération de dernière génération, à l'optimisation de l'aéraulique interne et à une régulation judicieuse de l'éclairage.*

Comment la transformation numérique influence-t-elle le secteur du Food&Bev ? Quelles sont les solutions proposées par Iarp ?

La ***numérisation****, pilier de la nouvelle stratégie de marque d'Iarp, s'est depuis longtemps imposée comme un impératif à la base de l'évolution du secteur du Food&Beverage, que* ***Iarp conduit vers de nouvelles normes technologiques.***

D'une part, cela a certainement lieu en termes de ***diagnostic****, puisque toutes les vitrines traditionnelles de Iarp sont* ***équipées de connectivité*** *grâce à la* ***plateforme numérique LineON****, une technologie d'****EptaService*** *accessible depuis tous les appareils, dédiée à l'****analyse des paramètres et des performances des meubles à groupe logé.***

D'autre part, la numérisation permet de rendre ***fluide l'interaction avec les distributeurs automatiques****, grâce aux* ***gammes de solutions high-tech signées Iarp****, comme le*

***distributeur automatique intelligent VIPay**, qui propose une méthode de consommation innovante. Concrètement, après avoir déverrouillé la porte du distributeur avec une carte de crédit, un système de caméras reconnaît les produits prélevés et active automatiquement le débit.*

*En outre, ces deux technologies permettent d'**élaborer des rapports détaillés** sur les ventes, en transformant ainsi l'innovation en un **outil de marketing stratégique efficace** pour les opérateurs de ce segment.*

L'intimité client est le troisième pilier de la marque : que signifie-t-elle pour vous et comment est-elle interprétée ?

*Pour Iarp, l'**intimité client** est bien plus qu'une simple approche et elle se traduit par la **construction et la consolidation de relations durables avec les clients**, grâce à une écoute active de leurs exigences et à un support constant, en faveur de **partenariats synergiques**, qui conduisent à la **personnalisation des gammes existantes** ou au **développement conjoint de nouveaux modèles.***

Tournée vers l'avenir, Iarp se positionne comme pionnière, en guidant l'évolution du segment avec des solutions conçues pour rendre les secteurs du **Food&Beverage** et du **CHR** plus **durables, performants et à l'avant-garde**.

Epta. Advanced solutions for your store.
EPTA – Acteur mondial indépendant et leader spécialisé dans la réfrigération commerciale, il opère au niveau mondial grâce à ses marques **Costan** (1946), **Bonnet Névé** (1930), **Eurocryor** (1991), **Iarp** (1983) et **Kysor Warren** (1882). Epta se positionne sur le marché national et international comme un partenaire en mesure de produire et de commercialiser des systèmes complets pour la réfrigération, grâce à l'intégration de lignes de produits spécifiques telles que : meubles réfrigérés traditionnels, verticaux et semi-verticaux à température positive, verticaux et horizontaux à température négative, meubles à groupe logé (Plug-in) pour le secteur Retail et Food&Beverage et centrales de moyenne et grande puissance. Ayant son siège à Milan, Epta opère avec un effectif de près de 8000 salariés et possède plusieurs sites de production aussi bien en Italie qu'à l'étranger, ainsi qu'une présence technique et commerciale forte au niveau mondial, assurée par plus de 40 implantations commerciales et techniques.

Facebook: Epta
LinkedIn: EPTA GROUP
Youtube: EPTAspa .
Instagram: @Epta_Group

Pour plus d'informations :
Lbdi Communication
Gianluca Brusa – email: g.brusa@lbdi.it
Diletta Ballarati – email: d.ballarati@lbdi.it
Ginevra Fossati - email: g.fossati@lbdi.it

Tél. +39 02/43910069
Portable +39 3662694449
Skype : LBDI_PR