MAGAZINE
G.F. EUROPA

G.F. Europa e la trasformazione digitale: Un lungo processo verso il successo.

G.F. Europa meeting 1° edition.

Acquisti online: sempre più professionisti si riversano in rete.

Porte interne tipologie di apertura e componenti.

n.8 - Novembre 2022 Iscrizione al Tribunale di Verona N. 2160 del 16.06.2021

G.F. EUROPA

LA PIÙ GRANDE REALTÀ ITALIANA OPERANTE NEL MERCATO DELLA FERRAMENTA SPECIALIZZATA E NEL SETTORE DELLA SERRAMENTISTICA ED EDILIZIA DI QUALITÀ

VIRUS FREE

Recupero di calore fino all' 82%

Aircare VMC

La bellezza dell'aria pura e sana

Quali sono i vantaggi di Aircare?

Virus free

Preserva la tua salute e quella dei tuoi cari da tutti gli inquinanti pericolosi e non percepibili, purificando automaticamente il ricambio d'aria e regolando il livello dell'umidità presente negli ambienti domestici.

Sostenibilità

Aircare è l'elettrodomestico ideale per generare benessere e contenere i consumi energetici: aumenta il comfort e non la bolletta.

Un sospiro di sollievo

Aircare è il più efficiente sistema di filtraggio, la qualità dell'aria è garantita dal Filtro HEPA H13 in grado di rimuovere fino al 99% degli inquinanti esterni.

A portata di Click

Domotica e Smart Home: una gestione intelligente dell'abitazione grazie al telecomando e all'app dedicata che permettono il controllo in tempo reale anche da remoto.

SAVIO GROUP

Sempre al tuo fianco, **da oltre 130 anni**

Anta-Ribalta Ribanta 5

Il sistema di microventilazione perimetrale di serie permette di ricambiare l'aria con una minima dispersione di temperatura.

Questo meccanismo diventa di fondamentale importanza soprattutto nei mercati con condizioni climatiche estreme.

Chiudiporta Reklò

Chiudiporta idraulico minimale.

Apertura fino a 180°

Testata su porte fino a 120 kg in forza 3.

In un piccolo prodotto, un'avanzata microtecnologia di precisione.

Maniglione Antipanico Juvarra/Brunelleschi

A leva o a spinta, per porte normali e tagliafuoco.

Design Italiano, pulito e compatto.

Tutte le versioni garantiscono una sicurezza a 360°

Trattamento antibatterico per i processi di verniciatura, realizzato con prodotti di altissima qualità, indispensabile in ambienti pubblici come scuole, ospedali, uffici e luoghi con elevato traffico.

SAVIO GROUP

INDICE

Editoriale 05

Cogliere le opportunità dopo la crisi pandemica: la formazione ibrida. 06

Aggiornamento: restyling punti vendita. 08

Acquisti online: sempre più professionisti si riversano in rete. 10

Transizione 4.0, Le opportunità del 2022. 12

G.F. Europa: generazioni diverse, unico valore. 14

Rubrica "Tecnica":

Porte interne: tipologie di apertura e componenti. 18

Nasce WellMakers la serenità dei dipendenti fa bene al futuro di tutti 21

G.F. Europa meeting 1° edition. 22

G.F. Europa e la trasformazione digitale: Un lungo processo verso il successo. 28

Intervista ai dipendenti:

Silvia Festa 30

Andrea Stefanini 32

Trafiletto: superbonus 110% guida aggiornata a giugno 2022. 34

G.F. Europa Magazine
Direzione e Redazione:
G.F. Europa S.p.A. • Via A. Dominutti, 20 • 37135 Verona (VR)
Tel. +39 045 5709147 • www.gfeuropa.it • info@gfeuropa.it.

Direttore Responsabile: Maurizio Menicacci
Redattore: Matteo Missaglia
Grafica e impaginazione: Andrea Stefanini
Coordinamento Pubblicitario: Maurizio Masi • Andrea Donati
Hanno collaborato: Andrea Donati, Silvia Festa, Fabrizio Aiello, Matteo Missaglia, Andrea Stefanini, Maurizio Menicacci, Maurizio Masi.
Stampa: Lineaprint di Maurizio Miglietta & C - Firenze (FI)
Iscrizione al Tribunale di Verona N. 2160 del 16.06.2021

n.8
Novembre 2022

Gli articoli firmati riportano l'opinione degli stessi autori senza che questa sia necessariamente condivisa dalla Direzione della testata. La Direzione, inoltre, non si assume responsabilità per le informazioni contenute nei testi pubblicitari e redazionali. Ogni autore è pienamente responsabile di quanto pubblicato. È vietata la riproduzione anche parziale senza autorizzazione dell'Editore.

Editoriale

Cari lettori,

è un piacere immenso ritrovarvi a leggerci in questo nuovo numero del nostro magazine. In queste pagine proveremo a deliziarvi con alcuni nuovi articoli da gustare nelle vostre pause pranzo, o se preferite durante un buon caffè.
In questo editoriale vogliamo iniziare con una riflessione su una parola tanto piccola, ma con un significato tanto grande: cambiamento.
Ma cos'è il cambiamento? Se ci basiamo sulla definizione offerta dal dizionario, possiamo dire che il cambiamento rappresenta la sostituzione o avvicendamento che riguarda in tutto o in parte l'aspetto di qualcosa o di qualcuno. Da queste parole possiamo capire che il sostantivo "cambiamento" è il termine usato per riferirsi a tutte quelle cose o situazioni che sono diverse da ciò che erano prima.
Qualcuno potrebbe dire, questo è chiaro, ma qual è il punto? Il punto è che il cambiamento forse, a discapito del termine originario, rappresenta l'unica costante delle nostre vite. Il cambiamento è il motore che ci governa fin dalla nascita, e possiamo rilevarlo banalmente anche dall'aspetto fisico, quando veniamo al mondo siamo poco più grandi di una rosa regalata alla fidanzata, e nel corso della nostra esistenza, la statura e la struttura fisica si modificano continuamente. Ma questo è un tipo di cambiamento ineluttabile, contro cui non possiamo scontrarci.
Il cambiamento a cui ci riferiamo, però è quello che si trova in quella zona chiamata testa, quel platonico mondo delle idee, molto spesso abitato anche da sovrastrutture che ci impediscono di vedere le cose in maniera più chiara.
Questo cambiamento, è quello che fa paura. Perché cambiare significa saltare nel vuoto, nel buio. Lasciare la propria comfort zone, cercare e provare vedere il mondo da un altro punto di vista.
Nel film "L'attimo fuggente" il compianto Robin Williams interpretando il professor Keating durante una lezione in classe con i suoi studenti, ad un certo punto sale in piedi sulla cattedra, e tra l'ilarità generale dice queste stupende parole "sono salito quassù per ricordare a me stesso che dobbiamo sempre guardare le cose da angolazioni diverse".
Ora giustamente voi lettori, vi starete domandando come mai, in questo articolo, abbiamo parlato di cambiamento, il motivo è presto detto: lo abbiamo fatto anche noi! siamo saliti in piedi su una cattedra e abbiamo visto le cose da angolazioni diverse. Infatti, di primo acchito noterai un restyling del nostro magazine, che rispetto ai precedenti assume una forma ancora più accattivante, mentre nelle prossime pagine, se avrete la pazienza di leggerci (e se soprattutto la pausa caffè non sarà ancora finita), troverete una vetrina di nuovi progetti a cui stiamo lavorando per fornirvi dei vantaggi ancora più incredibili.

Buona lettura!

Maurizio Masi Maurizio Menicacci

Cogliere le opportunità dopo la crisi pandemica: **la formazione ibrida.**

Abbiamo ripetuto più e più volte nei passati articoli quanto è fondamentale e quale ruolo centrale ha la formazione del personale.
Crediamo a tal proposito che investire risorse nella crescita formativa sia strategico per generare uno sviluppo positivo della persona e del gruppo.
Soprattutto oggi, fare formazione è per certi versi più facile, questa semplificazione ci è data dall'attività stessa della formazione che si è evo-

luta rispetto al passato raggiungendo standard di fruizione che ormai possiamo definire "ibridi".
L'apprendimento ibrido è quel tipo di formazione che prevede la fusione tra i corsi in presenza e i corsi online, significa che ci sarà un certo tipo di persone che svolge un lavoro da remoto utilizzando applicazioni come Zoom e Teams, mentre altri partecipano al corso in presenza nella sede definita del corso.
La formazione "ibrida" è diventata famosa perché i mezzi d'informazione digitale e le aule virtuali hanno giocato un ruolo di primo piano durante la pandemia covid-19, durante il periodo infatti si è pressoché quadruplicata l'offerta di webinar formativi. Di fatto questo "nuovo" modo di fare formazione, ha contribuito a velocizzare anche la fruizione della formazione e ha portato risultati economici più che positivi per tutte le software house attive in questi ambiti.
In un primo momento si è assistito alla nascita dell'attività formativa denominata "blended". La formazione "blended" è intesa come quel tipo di attività gestita in modo da creare un'alternanza tra aula fisica e aula digitale. La differenza rispetto alla formazione "ibrida" è molto sottile, è sta tutta nell'integrazione equilibrata delle esperienze vissute nel mondo fisico e nel mondo digitale.
È inutile dire che per quanto riguarda la nostra realtà e quindi le nostre esigenze, derivate da un'azienda con diversi punti vendita sparsi su tutto il territorio italiano, questo tipo di formazione di cui sentiamo tanto parlare nell'ultimo periodo è già stata attivata da diverso tempo con risultati stupefacenti. Come si dice: bisogna fare di necessità virtù.
Oggi possiamo dire che la formazione "blended" e poi "ibrida" hanno contribuito in maniera sostanziale a velocizzare il processo formativo della nostra organizzazione. Eliminando la distanza geografica abbiamo quotidianamente l'opportunità di riunire nelle aule formative colleghi di diversi punti vendita, favorendo così uno scambio positivo di esperienze.

LA FORMAZIONE "BLENDED" È INTESA COME QUEL TIPO DI ATTIVITÀ GESTITA IN MODO DA CREARE UN'ALTERNANZA TRA AULA FISICA E AULA DIGITALE.

ARTICOLO

Aggiornamento: **Restyling punti vendita.**

Procede a gonfie vele il progetto di restyling dei punti vendita di G.F. Europa. Il progetto oltre che l'ammodernamento delle strutture prevede l'inserimento di articoli sempre più interessanti sia per il consumatore professionista che per il consumatore occasionale o privato.

Attualmente il restyling ha già enormemente interessato i punti vendita di Torino, Milano e Firenze i quali sono stati adibiti a diventare spazi commerciali idonei al contatto con il pubblico.
Abbiamo inoltre incrementato l'esposizione inserendo un 30 percento di articoli nuovi ad ampia rotazione, introducendo anche settori che non avevamo mai trattato nelle vetrine di esposizione. Da noi ora, oltre all'ampia gamma di elettroutensili e utensileria è possibile trovare anche abbigliamento professionale da lavoro e sicurezza, saldatrici, idropulitrici e compressori. Oltre al reparto tasselli e fissaggi è possibile trovare diverso materiale elettrico come prese, prolunghe, cavi e quadri elettrici.
Abbiamo aumentato di molto il servizio offerto alla clientela, e entro la fine del 2022 anche i punti vendita di Udine e Rimini saranno coinvolti nel processo di ammodernamento.
Seguici passo a passo per scoprire tutte le nostre novità.

nelle foto i Punti vendita di Firenze - Milano e Torino.

"L'idea è quella di trasformare le nostre strutture e renderle un luogo d' incontro per e con il consumatore. L'obiettivo è di favorire la comunicazione con il cliente nelle nostre attività di consulenza specializzata, oltre a renderlo autonomo sensibilizzandolo nella scelta del materiale adeguato".

Andrea Stefanini designer strutture punti vendita G.F.Europa

ARTICOLO

Acquisti online: **sempre più professionisti si riversano in rete.**

Negli ultimi tempi si è assistito ad un aumento del numero dei professionisti che sempre di più destinano una parte importante dei propri acquisti sul mercato digitale.

Una notizia che forse era facile da prevedere, in quanto l'Italia era uno di quei paesi in forte ritardo rispetto ad altri mercati europei, non solo per l'utilizzo degli e-commerce ma anche per l'uso complessivo di internet.
Durante i lock down perpetrati nel corso del 2020 si è assistito ad un aumento complessivo degli acquisti online. Questo è un dato di fatto, e questa spinta si è riversata in fondamentalmente tutti i settori dove vengono offerti prodotti professionali.
Per il nostro mercato, si traduce in un sostanziale aumento di soluzioni che offrono ai professionisti e-commerce di qualità (B2B o B2C), dove è possibile reperire utensili e accessori delle più svariate marche.
I vantaggi offerti dalla possibilità di acquistare prodotti di ferramenta generica online sono molti. Intanto per il professionista le possibilità di reperire i prodotti si è sostanzialmente moltiplicata rispetto al passato. Possiamo anche affermare che la carenza delle materie prime o i continui rialzi di prezzo, hanno contribuito a incrementare di molto queste possibilità, infatti hanno spinto il professionista a trovare nuovi canali di sbocco per ottemperare alle esigenze del mercato.
La sempre più difficoltà a ritrovare uno specifico prodotto nel piccolo fornitore di provincia ha costretto il consumatore professionista a cercare nuove vie per soddisfare le proprie esigenze. Questo è stato uno dei motivi che hanno contribuito ad incentivare una certa riscoperta dei canali digitali.

Da questa situazione ne hanno beneficiato di più i grandi grossisti della distribuzione che potendo contare su strutture molto grandi e trasversali hanno contribuito in maniera sostanziale ad ottemperare alle diverse necessità dei consumatori.

Oltre a questo, un grande vantaggio del commercio online è la comodità di potersi approvvigionare del materiale attraverso un semplice "click".

Le vetrine digitali giocano un ruolo fondamentale per le imprese attive nel settore della ferramenta specializzata, proprio per la possibilità di fornire soluzioni a 360° specifiche per il professionista.

Inoltre questo permette, per i grossisti specializzati un grosso vantaggio intrinseco, ovvero quello di mostrare l'elevatissimo stock invenduto che si è accumulato negli anni. Materiale che diventa superato o dimenticato, ma che rimane ancora molto valido e fruibile come alternativa di valore. La possibilità di fornire quindi una vetrina digitale, diventa una sorta di veicolo di trasmissione al mercato della disponibilità di un certo prodotto ad un prezzo che ormai è considerato competitivo.

Un supporto digitale offre inoltre una platea ben più ampia, dal piccolo artigiano al professionista, attori diverse per necessità diverse. Sostanzialmente si traduce in un bacino di utenti ben più grande con caratteristiche diverse. Un vantaggio fondamentale.

Perché vi stiamo dicendo tutto questo? Diciamo una semplice premessa, non vi sveliamo nient'altro oggi, ma nel corso del 2023 assisterete a delle belle novità. E non vi preoccupate stiamo lavorando per voi!

ARTICOLO

Transizione 4.0, le opportunità del 2022.

Negli scorsi numeri del nostro magazine abbiamo più volte specificato i vantaggi derivati dall'accesso al credito d'imposta nel piano nazionale denominato Transizione 4.0.
Ci teniamo quindi a fare ulteriore chiarezza sull'argomento cercando di sensibilizzare i nostri clienti, ma prima ripercorriamo le tappe di questa iniziativa.

Le origini:
Nel lontano gennaio 2017 è stato attivato il piano nazionale Industria 4.0 che aveva e ha lo scopo di fornire agevolazioni fiscali alle imprese con partita IVA per l'acquisto di beni strumentali e macchinari nuovi tali da agevolare il passaggio dall'era dell'informazione condivisa dalle persone all'era dell'internet delle cose (IoT, Internet of Things).
Occorre specificare che nei beni strumentali e macchinari nuovi rientrano tutti quei beni materiali quali macchine ed impianti o beni immateriali come software innovativi e altamente interconnessi.
Abbiamo più volte specificato che questo cambiamento, già riscontrabile nelle abitazioni di nuova concezione, dove alcuni servizi come riscaldamento o alcuni oggetti come tende o serrature sono già tutti interconnessi e controllabili dal telefono, dovrà essere rivolto anche alle imprese.
Ma come è possibile guidare e incentivare questa transizione?
Ed è qui che il piano Transizione 4.0 ci viene in soccorso, infatti misure come il credito d'imposta previsto nelle agevolazioni, permettono alle imprese italiane di sostenere economicamente questo passaggio, ricevendo aiuti che l'Europa ha messo a disposizione tramite il Recovery Fund.
Ma in cosa consiste il credito d'imposta 4.0?
Nello specifico, si riferisce ad una agevolazione destinata alle imprese che investono nei beni sopra descritti. Si tratta di un vero e proprio rimborso percentuale del costo sostenuto per l'acquisto di questi beni.
Il piano è articolato secondo una forma a scaglioni commisurati all'investimento sostenuto. In breve nel 2022 il credito d'imposta è del 40% per quote d'investimento fino a 2,5 milioni di euro, 20% per quote comprese tra 2,5 e 10 milioni di euro e 10% per quote comprese tra 10 e 20 milioni di euro.
Occorre specificare in oltre, che le quote relative al credito d'imposta stanno diminuendo con il passare degli anni, così come previsto dal piano originario. Se infatti paragoniamo le quote del 2022 rispetto al 2021 possiamo notare come l'anno scorso gli scaglioni per accedere al credito d'imposta dichiaravano un ritorno percentuale ancora più conveniente, si parlava infatti del 50% per quote d'investimento fino a 2,5 milioni di euro, 30% per quote comprese tra i 2,5 e i 10 milioni di euro e

10% per quote d'investimento tra i 10 e i 20 milioni di euro.
Tra l'altro, rientrano nelle percentuali del 2022 anche gli investimenti effettuati entro il 30 giugno 2023, se l'ordine è stato accettato dal venditore entro la fine del 2022 ed è stato versato almeno un acconto pari al 20% dell'investimento entro il 31 dicembre 2022.
Il trend del futuro?
Così come già avvenuto nel 2022 anche nel 2023 si assisterà ad un ulteriore calo delle quote. E rispetto alla transizione tra il 2021 e il 2022 la riduzione delle quote sarà ancora più significativa. Assistiamo infatti ad un credito d'imposta nel 2023, che sarà del 20% fino a 2,5 milioni di euro, 10% per quote comprese tra i 2,5 milioni e i 10 milioni e 5% per quote comprese tra i 10 e i 20 milioni di euro. Si tratta comunque di un vantaggio non da poco anche per quanto riguarda il 2023 ma non rapportabile agli ottimi ritorni forniti dal piano nell'attuale anno in corso.
Il credito d'imposta 4.0 è un'occasione unica ed è ancora sfruttabile entro la fine del 2022 in quanto si tratta dell'ultimo anno in cui le percentuali del credito offrono ritorni molto importanti soprattutto se confrontate con quelle offerte nell'anno nuovo. Si tratta di un'occasione da non farsi sfuggire per portare la propria impresa in una nuova dimensione tecnologica con molti vantaggi intrinsechi per tutti.

> *"Il credito d'imposta 4.0 è un'occasione unica ed è ancora sfruttabile entro la fine del 2022 "*

Per concludere al meglio, il nostro consiglio è quello di approfittarne in fretta ed entro la fine del 2022, e invitiamo tutti i clienti interessati a contattarci in maniera repentina per dubbi o chiarimenti. G.F. Europa è attiva nella vendita dei prodotti che rientrano nelle detrazioni del piano Transizione 4.0. Saremo in grado di fornire tutte le informazioni necessarie e fornire così le soluzioni e gli strumenti più adeguati alle vostre richieste.

ARTICOLO

G.F. Europa: generazioni diverse, unico valore.

L'idea alla base di questo articolo è nata dall'osservazione di alcune fasi di lavoro quotidiane in uno dei nostri punti vendita: ci siamo infatti soffermati sull'osservare come persone appartenenti a età o addirittura generazioni diverse fossero in grado di collaborare tra loro supportandosi e arricchendosi l'un l'altro ma anche trovandosi a volte in disaccordo.

A partire da questa analisi, è emerso come l'integrazione generazionale abbia effetti positivi e risvolti impensati all'interno della nostra organizzazione ma come, allo stesso tempo, queste differenze di età contribuiscano talvolta a generare tensioni e incomprensioni.

Attualmente, complice anche la politica di assunzione di figure giovani adottata da G.F. Europa, possiamo contare quattro diverse generazioni presenti all'interno del nostro ambiente lavorativo. Utilizzando la nomenclatura proposta dalla sociologia contemporanea, possiamo parlare di:

I Baby Boomer (1946-1964), chiamati così perché nati durante il periodo dell'esplosione demografica, noto con il termine inglese baby boom. La generazione X (1965-1980), la generazione di mezzo, inquadrata nel periodo di transizione che va dal miracolo economico alla fine della guerra fredda, una generazione numericamente inferiore rispetto a quella precedente. La generazione Y (1981-1996), conosciuti anche con il termine millennials, anche se nel linguaggio giornalistico italiano il termine viene spesso utilizzato in modo erroneo per indicare i nati dal 2000 in poi, è la generazione dei nativi digitali con maggiore familiarità con la comunicazione, i media e le tecnologie digitali. E infine la generazione Z (1997-2012), ovvero la prima generazione che ha potuto godere appieno dell'accesso digitale sin dall'infanzia, sono infatti i più avvezzi all'uso della tecnologia e dei social media.

Queste generazioni hanno sperimentato eventi e situazioni storiche quasi opposte e che hanno contribuito ad influenzare le differenze, le relative opinioni e le carriere lavorative dei singoli membri.

Infatti, mentre possiamo dire che la generazione dei baby boomer ha sperimentato una fase di crescita economica e del miglioramento dello stile di vita, la generazione X ha avuto molta più indipendenza rispetto alle generazioni precedenti e questo fattore si è tradotto anche in una maggiore autonomia lavorativa. La generazione Y, invece, ha avuto uno sviluppo maggiormente supportato dai genitori fin dalla tenera età, e sono arrivati ad essere considerati come persone che si aspettano rapidi avanzamenti di carriera. I nativi della generazione Z così come la successiva, sono stati infine molto influenzati dalla pandemia Covid-19: la loro adolescenza è stata caratterizzata dal lock down e dall'uso pervasivo di piattaforme digitali quali ad esempio ZOOM.

Oggi convivono generazioni che hanno vissuto agli estremi dell'evoluzione tecnologica: adulti che da bambini giocavano con trenini di legno e biglie convivono oggi con neonati che hanno già dimestichezza con lo smartphone. Negli ultimi cinquant'anni, la nostra società si è evoluta in maniera incredibile, in modo continuo e repentino, i cicli sociali si sono avvicendati molto più velocemente, complici le continue evoluzioni tecnologiche. Un esempio? Il 9 gennaio del 2007 è nato l'iPhone, che ha cambiato per sempre il mondo della telefonia, oggi, nel 2022, dopo essere passati ad una miriade di dispositivi elettronici sempre più evoluti, abbiamo al polso uno smartwatch e iniziamo a parlare (seppur in modo approssimativo) di Metaverso.

Questo primo spaccato ci permette di capire come le nostre strutture, così come quelle di tante altre aziende siano composte da gruppi sociali che hanno vissuto eventi storici epocali di cui, volente o nolente, portano il segno. Questo naturalmente si traduce sotto tutti gli aspetti in difficoltà di dialogo tra una generazione e l'altra, un dialogo che non può avvenire se non si lavora quotidianamente a un lavoro di apertura e comprensione.

Diventa quindi fondamentale chiedersi come incanalare queste differenze per renderle un vero vantaggio.

Un team di lavoro intergenerazionale può presentare infatti problematiche comuni ma fastidiose per i membri che ne fanno parte: sentimenti come l'ira e la sfiducia diventano più probabili quando si uniscono fasce di età diametralmente opposte e questo gene-

ra e innesca conflitti emotivi diminuendo la qualità del lavoro e della collaborazione. Ma i team intergenerazionali sono preziosi perché mettono assieme persone che hanno abilità, competenze, informazioni e modus operandi diversi. Se gestiti in maniera efficace possono assicurare un processo decisionale più performante, una migliore collaborazione, quindi diventare più produttivi con performance complessivamente migliori. Questo è possibile solo se i componenti sono disposti a collaborare seriamente e ad imparare delle loro differenze. Un gruppo con questa diversità anagrafica può usare la sua caratteristica principale per fare qualcosa che nessuna generazione sarebbe in grado di costruire singolarmente. E di esempi ce ne sono diversi, il collega senior possiede la saggezza ma meno l'intraprendenza, il collega della generazione X possiede l'esperienza necessaria, il collega giovane possiede l'intraprendenza e la volontà mentre "l'ultimo arrivato" conosce i bisogni dei suoi coetanei e vede i processi aziendali, con occhi nuovi non accecati dalle sovrastrutture.

Oggi nasce dunque la necessità di effettuare una formazione aziendale ancora più specifica con l'obiettivo di rendere ancora più coesi i nostri team di lavoro: dovremo diventare bravi a metterci in gioco e abbandonare pregiudizi generazionali di sorta. Dovremo imparare ad interpretare malumori e ambizioni, disparità e unità: solo così sfrutteremo le differenze e renderemo il posto di lavoro un luogo migliore dove, innanzitutto, vivere con serenità.

"Oggi convivono generazioni che hanno vissuto agli estremi dell'evoluzione tecnologica: adulti che da bambini giocavano con trenini di legno e biglie convivono oggi con neonati che hanno già dimestichezza con lo smartphone."

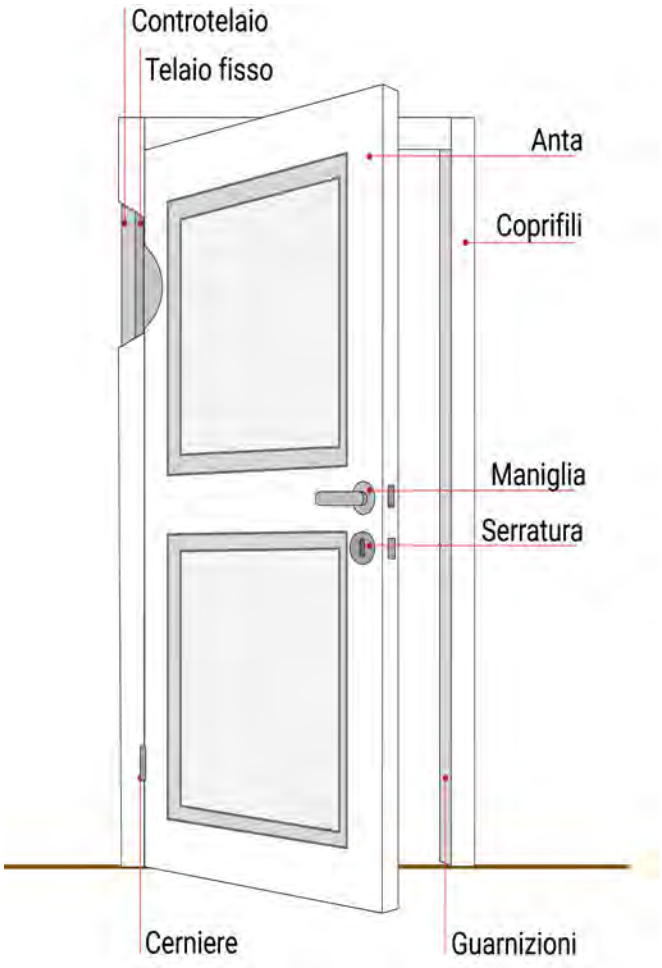
ARTICOLO

Porte interne: tipologie di apertura e componenti

Le porte interne rappresentano un importante elemento d'arredo. Contribuiscono a creare e definire lo stile delle nostre case e rappresentano un vero e proprio elemento primario nella divisione degli ambienti.
La scelta delle porte interne si basa molto spesso su questi parametri: estetica, colore e stile. Questo è logico in quanto rappresentano le prime caratteristiche facilmente individuabili da qualsiasi persona.
Quando pensiamo alla porta interna, nove volte su dieci facciamo riferimento alla porta a battente, ovvero il classico evergreen. In realtà essendo la porta interna un vero elemento di divisione degli ambienti interni, nel corso degli anni ha assunto diverse caratteristiche di apertura per sopperire alle più svariate esigenze e stilemi.
Ma quali sono queste tipologie di apertura? Soffermiamoci sulle tipologie più comuni.

.

Porte a battente: il modello classico. Parliamo della porta più utilizzata, ed è la porta a cui l'immaginario comune fa sempre riferimento. È facile da aprire ed è la più maneggiabile nell'utilizzo quotidiano, rappresenta la porta per eccellenza. Uno dei parametri che spesso fa propendere all'acquisto di questa tipologia di apertura è che rispetto alle altre risulta più economica. Nella porta a battente, l'anta, viene fissata al vano muro laterale tramite le cerniere. La porta, una volta maneggiata, ruota sull'asse delle cerniere per azionarsi. Ultimamente stanno acquistando spazi sul mercato anche le tipologie a filo muro, ovvero porte complanari al muro che non hanno la presenza di cornici o altre strutture.
Porte scorrevoli: rappresentano il secondo modello più venduto, chiamate così per il loro particolare sistema di scorrimento durante l'apertura. Vengono anche definite a scomparsa, proprio perché si adagiano in apertura in un controtelaio scatolare nel muro, all'interno del quale l'anta scompare completamente. Questo sistema è stato ideato prevalentemente per ottemperare a quelle situazioni di scarso spazio presenti nelle unità abitative. Naturalmente per essere installate viene richiesto anche un piccolo intervento edile, e naturalmente questo si riserva sul prezzo finale, ma i vantaggi offerti da questo tipo di apertura sono incredibili.
Porte scorrevoli esterne: abbiamo parlato di porte scorrevoli, non possiamo non citare anche la tipologia delle scorrevoli esterne. Hanno lo stesso concetto delle porte a scomparsa, anche se non sono a… scomparsa!.



Nell'immagine a finco tutte le componenti tecniche della porta:

Controtelaio
Telaio Fisso
Anta
Coprifili
Maniglia
Serratura
Guarnizioni
Cerniere

Infatti sono consigliate negli ambienti domestici dove c'è una certa mancanza di spazio e manovrabilità per una porta tradizionale e magari ci sono condizioni che rendono impossibile l'installazione di una porta scorrevole standard, come ad esempio muri che contengono pilastri o canne fumarie. La differenza sostanziale con le scorrevoli tradizionali è che le scorrevoli esterne, scorrono lungo binari telescopici o guide di scorrimento, parallele ad un muro o ad un pannello. In poche parole con questa soluzione un lato della porta risulta sempre visibile lungo il muro.
Porte pieghevoli: soluzione di design e soprattutto quando non c'è adeguato spazio per una porta a battente o scorrevole, le porte pieghevoli diventano una soluzione necessaria. Sono composte da due ante asimmetriche di cui quella lato cerniera è lunga un terzo del totale della porta, mentre quella lato maniglia due terzi. Questa soluzione riduce ulteriormente l'ingombro nell'apertura, oppure esiste la soluzione ad ante simmetriche che consentono di dimezzare l'ingombro per ottimizzare meglio gli spazi.

Abbiamo riassunto le aperture più comuni e utilizzate, ci soffermiamo ora in una breve guida che spiega tutte le componenti delle porte interne.
Anta: La parte principale della porta e che può essere prodotta in diverse tipologie:
-Tamburata: ovvero con un struttura in genere in legno di abete che funge da ossatura perimetrale e all'interno, da una struttura alveolare a nido d'ape per dare rigidità. L'insieme viene poi inserito tra due pannelli di derivati del legno.
-Listellare: ovvero con una struttura realizzata interamente in legno listellare (pannello formato da listelli larghi meno di 80mm affiancati) e rivestita in laminato o impiallacciata in legno.
-Anima Piena: è formata da pannelli di materiale omogeneo composto da frammenti di legno o da multistrato di sfogliati di legno.
Controtelaio: più comunemente chiamato falso telaio, serve ad assicurarla alla parete ed è un riquadro in legno applicato al vano porta che fodera il muro lungo tutta la luce del muro. Nelle tipologie di porte scorrevoli è un

elemento scatolare in lamiera posto all'interno del muro che accoglie l'anta mobile. In questo caso il telaio in legno si trova solo sulla parte che accoglierà lo stipite d'incontro dell'anta.
Telaio fisso (Passata): è la struttura che copre il controtelaio e crea una cornice rifinita intorno al vano. E' formato dal traverso (in alto) e dai montanti (ai lati). I tre pezzi sono uniti agli angoli con giunti a incastro. Vengono quindi coprifilati. Possono essere realizzati in legno listellare, multistrato di pioppo e MDF (medium density fibreboard). E rivestiti con varie specie legnose o laccati.

Coprifili: servono a coprire le interruzioni fra telaio, controtelaio e muro. Anche questi
possono essere realizzati con il materiale dei telai fissi.

Cerniere: collegano il telaio con l'anta stabilendone il senso di rotazione. Possono essere visibili o a scomparsa, e sono importanti per le caratteristiche di resistenza, durata e qualità estetica.

Guarnizioni: sono costituite da materiale comprimibile che assicura la tenuta della porta. Poste tra anta e telaio, sono importanti per isolare e attutire gli urti del pannello.

Maniglia: sempre da scegliere a parte, è l'elemento che permette di aprire la porta ed è spesso un articolo molto estetico. Sono realizzate in diverse finiture e modelli.

Serratura: può anche non essere presente, ma è sempre utile per garantire una maggiore privacy.

Naturalmente se hai bisogno di un consulto tecnico o del supporto per effettuare una scelta, non ti resta che contattarci per trovare insieme la soluzione più adeguata alle tue esigenze.

> "E ora a te la scelta, con tutte le informazioni che ti abbiamo dato sarai sicuramente in grado di scegliere il modello che fa per te!"

Cari lettori,

In un periodo estremamente difficile dal punto di vista dei rincari energetici e non solo, riteniamo che sia estremamente importante, ricercare nuove soluzioni adeguate che possano permettere alle famiglie dei nostri dipendenti di trovare tutto il supporto necessario. A tal proposito, con grande piacere abbiamo deciso di aderire a **WellMAKERS il nuovo ecosistema di benessere e sostenibilità ideato dal Gruppo BNPP Paribas**. Abbiamo scelto **WellMAKERS** perché semplifica il quotidiano e si prende cura del benessere della persona e di quello delle famiglie.
Grazie ad **Arval, BNL, BNP Paribas Cardif, Findomestic** ed i **WellMAKERS Friends** (Samsung, Booking, , Feltrinelli, Volvo,…) si potranno trovare soluzioni adatte a tutte le esigenze con un'attenzione particolare alla sostenibilità.

Su WellMAKERS è presente un'ampia proposta, inoltre, BNP Paribas in Italia mette a disposizione **le convenzioni dei suoi Partner, i WellMAKERS Friends**, **che ampliano e completano la gamma di servizi e prodotti** offerti, per soddisfare ogni esigenza di benessere e scelta di sostenibilità che rispondono a 5 bisogni fondamentali:

Per scoprire l'offerta completa **di WellMAKERS by BNP Paribas tutti i dipendenti di G.F. Europa potranno collegarsi a questa piattaforma** accessibile sia da pc, tablet e smartphone. Scaricando l'**APP WellMAKERS** (sia IOS che Android) sarà possibile consultare i servizi in modo più comodo ed immediato. Nell'APP sono evidenzate le migliori soluzioni e una visione di quello che l'Ecosistema offre e tutte le informazioni utili per accedere facilmente all'area dedicata.
La piattaforma e l'App sono dinamiche e sempre in evoluzione, visitarle di frequente è consigliato per scoprire gli aggdelle offerte ed i nuovi WellMAKERS Friends che entrano a far parte dell'ecosistema.
L'ecosistema WellMAKERS nasce dal bisogno di condividere una visione ed uno stile di vita legato al cambiamento positivo.

#positiveimpact

Per questo **WellMAKERS** invita all'acquisto di prodotti sostenibili partecipando così al benessere della comunità.

In particolare, come azienda abbiamo deciso di sostenere Save the Children perché crediamo, insieme al Gruppo BNP Paribas, che sia importante sostenere la fragilità e l'inclusione sociale.

Iniziamo insieme il cambiamento con

WellMAKERS by BNP PARIBAS

ARTICOLO

G.F. Europa MEETING 1° EDITION

Formazione continua, costante aggiornamento e servizio al cliente. Questi i temi trattati durante la giornata di venerdì 14 ottobre durante la prima edizione del GFEuropa Meeting. Una giornata d'incontro per tutti i consulenti di vendita di GFEuropa. Presenti all'evento i CEO Maurizio Masi e Maurizio Menicacci a cui abbiamo rivolto questa breve intervista.

Saluti ad entrambi, partiamo subito con una domanda: quante persone sono state coinvolte nell'evento?

Maurizio Menicacci: <<L'evento prettamente formativo si è svolto presso una struttura di Verona e ha visto la partecipazione di tutta la forza vendita di G.F. Europa, per un format che ha coinvolto circa sessanta persone. Ci teniamo però a sottolineare che questa giornata è stata un po' come la vista della punta di un iceberg, questo per dirvi che per arrivare a questo evento c'è stata tantissima organizzazione che ha coinvolto diversi reparti e quindi anche più persone rispetto a quelle presenti.>>

A cosa è servito questo evento?

Maurizio Masi: <<L'evento è stato altresì propedeutico per far comprendere diverse novità che riguarderanno il futuro di G.F. Europa e non solo, perché i temi che sono stati presentati, avvallati da una relatrice d'eccezione come Emma Picconcelli autrice del best seller "L'ar-

G.F. EUROPA
G.F. EUROPA

G.F. EUROPA
Meeting

G.F. EUROPA
Meeting
G.F. EUROPA
Meeting

“Un nuovo software gestionale per i consulenti di vendita che rappresenta un’ evoluzione positiva e più dinamica”

te di vendere”, rappresentano anche novità interessanti per tutti i nostri clienti.>>
Maurizio Menicacci: <<Aggiungo che l’evento appena concluso è stato un trampolino di lancio per la presentazione di una serie di strumenti che miglioreranno di molto la dinamicità dei nostri consulenti di vendita sul mercato, e non solo.>>

Quali sono questi nuovi strumenti di cui parlate?

Maurizio Masi: << Parliamo di un nuovo software gestionale per i consulenti di vendita che rappresenta un’ evoluzione positiva e più dinamica del supporto che utilizzavamo in precedenza, oltre a questo tante altre novità che ci permetteranno di fare un passo importante verso l’innovazione e verso un futuro positivo per G.F. Europa. Di più non posso dire, al massimo posso suggerirvi di rimanere sintonizzati perchè ne vedrete davvero delle belle con tanti vantaggi per tutti>>

Pensate che questi “nuovi strumenti” rappresentino un vantaggio per G.F. Europa?

Maurizio Menicacci: <<Pensiamo che questi strumenti saranno in grado di migliorare di molto la capacità di GFEuropa di ascoltare i bisogni del cliente e quindi confezionare i servizi e le soluzioni pensate su misura e idonee a incrementare il livello di soddisfazione di quest’ultimi. >>
Maurizio Masi: << Credo che queste novità ci daranno una prospettiva futura molto migliore. Essere qui per parlare di queste novità è positivo per G.F. Europa, perché vuol dire che si è presa cognizione delle nostre potenzialità. Inoltre crediamo che saranno anche i nostri clienti i primi a esserne soddisfatti>>

È stato un evento, che oltre alla presentazione di diverse novità ha visto la partecipazione della dott.ssa Emma Picconcelli in veste di formatrice. Quanto è importante la formazione nel vostro settore?

Maurizio Menicacci: << Potrei rispondere con una parola: essenziale. Crediamo molto nella formazione aziendale, questo ci permette di rimanere sempre al passo con i tempi e offrire anche un bagaglio esperienziale importante a tutti i collaboratori G.F. Europa. Ci tengo a sottolineare che questo evento è stato propedeutico per la formazione dei consulenti di vendita, ma che quotidianamente e tramite

modalità diverse tutti i componenti della nostra struttura vengono coinvolti in processi di formazione specifici. La formazione oltre a fare bene a G.F. Europa, fa bene anche alla persona coinvolta. Perché parliamo di persone prima di tutto, ed è il motivo per cui abbiamo e stiamo investendo in maniera continuativa nei processi formativi.>>

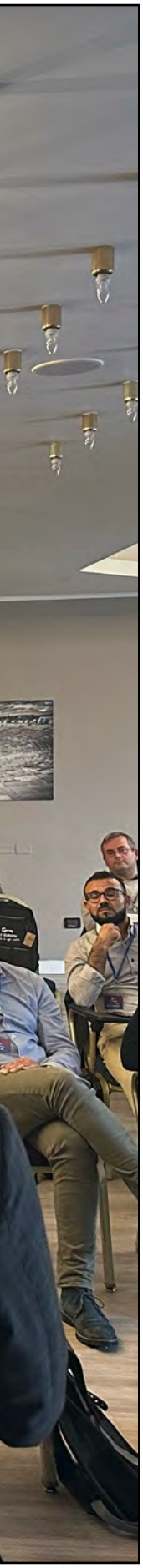
Maurizio Masi: <<Siamo ormai in grado di percepire chiaramente che il mercato sta cambiando, un cambiamento ormai sempre più tangibile che deve essere affrontato in maniera repentina e immediata. In quest'ottica la formazione aziendale risulta una componente vincente per tutte le aziende che vogliono rimanere al passo con i tempi. >>

Avete rimarcato più volte nel corso della giornata che questo evento è stata una prima edizione, l'idea è quella di dare una certa periodicità all'iniziativa?

Maurizio Menicacci: << Si esatto, non vogliamo trascurare nessun dettaglio,

"Essere presenti in tante situazioni geografiche ma che permettono a G.F. Europa di acquisire un bagaglio di esperienze veramente variegato"

ecco perché eventi del genere sono da considerarsi come un punto d'incontro tra diverse esperienze in diversi ambiti geografici. Più volte abbiamo rimarcato il concetto che il mercato complessivo del nostro settore acquisisce una forma più simile a tanti micro-mercati diversi da regione in regione, ed è questa un po' la nostra forza. Essere presenti in tante situazioni geografiche ma che permettono a G.F. Europa di acquisire un bagaglio di esperienze veramente variegato. Ecco perché un evento di questo tipo permette un interscambio di informazioni sempre più promettente, ed ecco il perché parliamo appunto di prima edizione, perché ab-



biamo l'idea di favorire sempre di più questo scambio di esperienze>>.
Maurizio Masi: <<Il fondamento su cui ci vogliamo aggrappare è quello di dare storicità ad eventi di questo tipo, dando una cadenza magari annuale almeno nel breve periodo. >>

Bene concludiamo qui l'intervista "doppia" con l'ultima domanda, a quando il prossimo evento?

Maurizio Menicacci: << Ti correggo, i prossimi eventi. Non possiamo anticipare più di tanto, anche perché dobbiamo ancora entrare nella fase organizzativa, ma diciamo che oltre al fatto che c'è una certa ricorrenza che ci stuzzica, abbiamo anche raggiunto una nuova consapevolezza nelle nostre strutture, che ci permetteranno di creare eventi per tutti i nostri clienti>>.
Maurizio Masi: << Diciamo che il prossimo Marzo ci sarà una ricorrenza importante per G.F. Europa, che compie cinque anni. Ci piacerebbe organizzare un qualcosa che possa coinvolgere tutti i dipendenti, ma procediamo con calma. Di certo quando gli eventi vengono bene, come l'ultimo che abbiamo fatto, ci sentiamo tutti più motivati a farne altri.>>

Sentito? Rimanete quindi sintonizzati per ulteriori novità, intanto ringraziamo i due CEO e buona continuazione.

nelle foto alcuni momenti dell'evento G.F. Europa MEETING 1° EDITION

ARTICOLO

G.F. Europa e la trasformazione digitale: **un lungo processo verso il successo.**

Iniziamo da una domanda: cos'è la digital trasformation? È un processo di cambiamento, e di integrazione delle tecnologie digitali ad ogni aspetto del business.
È un processo completo, non una semplice digitalizzazione intesa come passaggio dall'analogico al digitale, quando parliamo di trasformazione digitale ci riferiamo ad un processo quasi rivoluzionario per le aziende.
Possiamo definirla una nuova metodologia aziendale, fatta di implementazione di processi più snelli ed efficienti, con una cultura aziendale orientata al cambiamento, una ricostruzione dei modelli di business finora implementati. È un processo che ha come obiettivo di portare l'azienda ad avere una maggiore attenzione alle esigenze del mercato e dei clienti, offrendo sempre soluzioni veloci e avanguardistiche.
L'obiettivo di un'azienda passa dal fornire un servizio o un prodotto, che comunque sono imprescindibili, ad una esperienza più vicina al cliente, con l'obiettivo di far vivere il progetto a quest'ultimo. In questo modo l'esperienza dell'utente è veicolata attraverso dei punti di contatto con l'azienda, in grado di risolvere problemi o dubbi e fornire informazioni in maniera efficace utilizzando ad esempio, sito web, canali social o newsletter.
Per far questo naturalmente si ha la necessità di coinvolgere e sensibilizzare tutta l'organizzazione e di contribuire assieme quindi a creare un approccio orientato al cliente.
Quando parliamo di trasformazione digitale non possiamo evitare di menzionare la cultura aziendale. La cultura aziendale rappresenta il cuore di un'organizzazione, che sono quell'insieme di valori, codici, norme e metodologie che permangono in tutta la struttura. Quando parliamo di trasformazione digitale e cultura aziendale, dobbiamo necessariamente includere anche un nuovo concetto: condivisione. Il concetto di trasformazione digitale implica quindi che tutte le aree dell'organizzazione condividano gli stessi obiettivi, la stessa mission e vision e gli stessi valori, e che contribuiscano, come un unico organismo al raggiungimento dei risultati.
Oggi è più facile comprendere anche per noi a che punto siamo nel nostro percorso di trasformazione digitale, perché è più facile guardare al passato e vedere i miglioramenti che nel corso del tempo sono stati implementati, passando dai processi di ottimizzazione delle scorte a nuovi, e per certi versi, ancora inesplorati punti di contatto con la clientela.

INTERVISTA AI DIPENDENTI

Silvia Festa

Ufficio commerciale

1) Ciao Silvia, come stai? Innanzitutto, ben venuta sul magazine aziendale. Come prima domanda, ti chiedo di parlarci un po' di te, che persona è Silvia e come ti definiresti? Ciao e grazie per questa intervista! Sono una persona solare e semplice ma anche molto determinata. Sono una mediatrice linguistica nel campo delle imprese, mi piace viaggiare e immergermi in nuove culture.

2) Di cosa ti occupi in G.F. Europa e da quanto tempo svolgi questa professione? Lavoro in G. F. EUROPA da un anno e mezzo e faccio parte dell'ufficio commerciale. Mi occupo della verifica degli ordini ai fornitori, dei rapporti con i corrieri per la logistica delle spedizioni e sono di supporto sia ai commerciali esterni sia alla clientela che in prima battuta o nel post vendita si rivolge a noi.

3) Sappiamo che per il tuo ruolo è molto importante il contatto con la clientela, quanto è importante per te il contatto con il cliente? Il contatto con il cliente nel commercio, inutile dirlo, è essenziale. La vendita si realizza attraverso molti canali ma, a mio avviso, il principale è la comunicazione. Un sorriso o in alcuni casi anche un silenzio per ascoltare uno sfogo di un cliente è certamente la strada migliore per instaurare un rapporto di fiducia e stima che possa durare nel tempo. Penso che proprio attraverso il contatto con la clientela si trasformino dei rapporti lavorativi in rapporti umani.

4***) All'occorrenza oltre al contatto con il cliente, nella tua quotidianità ti rapporti molto anche con i commerciali esterni, che tipo di rapporto hai con i tuoi colleghi e in che modo dai loro supporto?***
Con i nostri commerciali esterni ho quotidianamente scambi di informazioni; l'ufficio commerciale supporta la loro attività fornendo indicazioni su prezzi, tempistiche

di approntamento merce, codifiche di articoli e ove necessario, inserimento ordini. Il mio rapporto con i commerciali è reciproco in quanto da ambo le parti cerchiamo soluzioni che abbiano lo stesso fine e che possano essere la scelta giusta per la nostra azienda e per il cliente finale. Certamente può succedere che le visioni di un commerciale interno e quelle di un commerciale esterno non collimino alla perfezione, ma la collaborazione è sempre il giusto compromesso per lavorare bene e avere ottimi risultati!

5) Tu, come tutti noi del resto, lavori per un'azienda che tratta una miriade di prodotti dalle categorie più disparate, a tal proposito quanto è importante la formazione e il continuo aggiornamento nel nostro settore?

" Formazione" è per me la parola chiave in ambito lavorativo, penso non si smetta mai di essere studenti nella vita. Il mercato è sempre in evoluzione e bisogna stare al passo con i suoi tempi ed ampliare il know-how avendo fretta di raggiungere nuove competenze senza dimenticare quelle precedentemente acquisite. Di recente prende parte ad alcuni corsi di formazione tenuti da nostri fornitori e devo dire che addentrarsi nei dettagli tecnici mi fa entrare nel vivo del settore, rendendomi più consapevole.

6) Ti occupi anche di intrattenere rapporti con i corrieri per quanto riguarda l'organizzazione per le consegne, quali competenze richiede un ruolo di questo tipo, e quali sono le problematiche più comuni riscontrate?

Per quanto riguarda spedizioni e consegne penso che la competenza principale sia la capacità di coordinamento tra i vari attori coinvolti e non nascondo ci voglia anche una buona dose di pazienza! Dal momento in cui un ordine viene preparato dal nostro magazzino ci sono le fasi di controllo dei colli, emissioni dei ddt e trasmissione dei dati di spedizioni ai corrieri con i quali collaboriamo. Non sempre tutto fila liscio e possono accadere degli intoppi: ecco, è lì che bisogna intervenire per ripristinare la situazione di partenza e fare in modo che le consegne arrivino correttamente e nel minor tempo possibile al Cliente. Le criticità più comuni sono dettate dal fatto che i vettori movimentano una grande mole di merci ogni giorno, grazie anche all'avvento dell'e-commerce, fatto che può generare errori in carico/scarico e nelle fasi di registrazione affido colli. Fortunatamente con strumenti di tracciamento spedizioni e attraverso una grande rete di persone dislocate in tutta Italia, riusciamo a portare a termine l'attività.

7) Siamo quasi alla conclusione, penultima domanda, una cosa che adori o che ti gratifica di più del tuo lavoro?

Del mio lavoro mi piace il fatto che non ci sia un giorno in cui non apprenda qualcosa di nuovo e non metta su un nuovo mattoncino per costruire le fondamenta delle mie competenze. Mi sento proiettata alla crescita professionale e mi auguro sarà così in futuro. Inoltre, adoro il fatto che non ci sia distanza con i colleghi delle altre filiali e che siano sempre disponibili quando chiedo loro supporto.

8) Perfetto Silvia, ti ringraziamo per esserti prestata all'intervista, e come noi ringraziamo te, ti diamo la possibilità di fare un saluto a chi vuoi. A te la parola!

Saluto tutti i colleghi di G.F. EUROPA, e un saluto particolare ai colleghi della filiale di Rimini con i quali condivido la mia quotidianità lavorativa.

INTERVISTA AI DIPENDENTI

Andrea Stefanini

Marketing e CED

1) Buongiorno Andrea, come stai? Raccontaci un po' di te e delle tue passioni!
Buongiorno grazie per l'intervista, mi trovi in ottima forma. Sono nato nel 1984 a Firenze ma ho vissuto a Prato città nella quale ho completato la scuola dell'obbligo. La città di Firenze ha ospitato i miei studi presso la facoltà di architettura. Ho sempre praticato sport di squadra e sono un grande tifoso della Fiorentina che mi dà molte gioie e altrettanti dolori. Nel tempo libero mi piace immedesimarmi in investigatori che risolvono casi difficili attraverso la lettura di romanzi gialli e thriller. Mi piace approfondire gli argomenti che altri potrebbero considerare superficiali come il design e l'arte. Nel tempo libero sto frequentando il terzo anno del corso professionale per diventare Sommelier ufficiale AIS.

2) Di cosa ti occupi in G.F. Europa?
Ho iniziato a collaborare con G.F.Europa da circa due anni come fornitore esterno al restyling del sito istituzionale. Oggi il mio lavoro è diviso tra due realtà, la parte marketing e la parte informatica.

Per quanto riguarda il marketing mi prendo cura di potenziare e sviluppare l'immagine di G.F. Europa, per renderla disponibile e diffusa sul mercato, attraverso i canali online e offline, social, sito web, materiale promozionale, magazine, ecc.
Inoltre, mi occupo di realizzare il restyling nei punti vendita di Firenze, Torino, Milano, Udine e Rimini degli spazi, in particolare ho cambiato la forma cercando d'esaltare l'estetica e il potenziale di ogni punto vendita organizzando gli scaffali per ottimizzare e rendere una nuova accessibilità che accolga e includa il cliente. La nuova disposizione degli scaffali sta portando il cliente ad avere una visone su tutti i prodotti per uso professionale che G.F. Europa seleziona per l'eccellenza e qualità.
Per la parte informatica oltre ad aiutare nel supporto quotidiano i colleghi dei vari punti

vendita ho contribuito a sviluppare le varie interfacce grafiche per le nuove piattaforme digitali a marchio G.F. Europa, sempre per la parte informatica sono impiegato per completare con immagini gli articoli nel software gestionale.

3) Dal punto di vista del marketing digitale che esperienze hai acquisito nel corso degli anni?
Ho lavorato per più di 15 anni per diverse aziende che si occupano di pubblicità sui canali social e sul web. Ogni realtà per cui ho lavorato aveva una prerogativa e particolari necessità per cui ho dovuto studiare e mi sono dovuto mettere alla prova ottenendo buoni risultati di crescita per me e per le aziende stesse. Tali esperienze hanno fatto sì che potessi, prima di entrare in GF Europa, arrivare a gestire oltre 30 siti web contemporaneamente con le relative finestre social.

4) Sei attivo sia per quanto riguarda la parte diciamo "informatica" che per la parte marketing, mi viene a questo punto naturale chiederti che tipo di studi hai eseguito?
Ho conseguito il diploma di Perito Grafico Pubblicitario e successivamente mi sono laureato in Design presso l'Università di Firenze con una tesi riguardante il marketing della grande distribuzione organizzata. Si potrebbe dire che la mia formazione ha preso forma dalla laurea in avanti essendomi successivamente dedicato all'approfondimento, anche attraverso corsi professionali, di argomenti come il digital marketing, User interface e User experience.

5) Quasi quotidianamente ti interfacci con i tuoi colleghi per fornire supporto interno sugli strumenti aziendali utilizzati (gestionale ecc..), quanta pazienza devi avere per soddisfare tutte le più disparate richieste?
Capire quali siano le necessità – e le difficoltà- delle persone è la parte forse più importante del mio lavoro, fornire soluzioni è non solo una soddisfazione ma anche un grande momento di crescita.

6) Siamo quasi alla conclusione, penultima domanda, una cosa che adori o che ti gratifica maggiormente nel tuo lavoro?
Entrare in contatto con una realtà complessa come quella di GF Europa è di per sé un grande stimolo: in questa prospettiva non solo i successi ma anche i quesiti, i problemi e le difficoltà da risolvere sono importanti perché nel quotidiano ti mettono alla prova e stimolano a dare sempre la massima performance.

7) L'ultima domanda, non è una domanda, fai un saluto a chi vuoi.
Vorrei salutare la mia famiglia e tutti Voi con una frase di Henry Ford che può andare bene in entrambi i contesti: "Mettersi insieme è un inizio, rimanere insieme è un progresso, lavorare insieme è un successo".

PILLOLE

Trafiletto: **Superbonus 110% guida aggiornata a giugno 2022.**

Vi siete persi l'ultimo aggiornamento della guida sul Superbonus 110%? Nessun problema, sul sito dell'agenzia delle entrate è disponibile per il download la guida aggiornata a giugno 2022.
Infatti l'agenzia delle entrate ha pubblicato in data 23 giugno 2022 la circolare 23/E con al suo interno ulteriori chiarimenti sulle detrazioni per interventi ad efficientamento energetico e di riduzione del rischio sismico degli edifici. Inoltre vengono rese pubbliche ulteriori nozioni e specifiche per la cessione del credito o lo sconto in fattura.
Ulteriori informazioni disponibili sul sito www.agenziaentrate.gov.it

GFExpress

Accorciamo le distanze

L'abbonamento pensato per Te.

1. Convenienza di un'unica tariffa
2. Priorità massima sulla gestione dei tuoi ordini
3. Assistenza diretta sulle spedizioni
4. Accesso a promozioni e offerte dedicate ai soli abbonati

GFExpress il servizio pensato per Te.

MILANO
Via Guglielmo Marconi, 74
20864 – Agrate Brianza (MB)
039 6898785
info.mi@gfeuropa.it

VERONA (SEDE AMMINISTRATIVA)
Via Cesare Battisti, 285
37057 - San Giovanni Lupatoto (VR)
045 5709147
amministrazione@gfeuropa.it
gfeuropa@pec.gfeuropa.it

TORINO
Via Giulio Verne, 1
10040 – Pasta di Rivalta (TO)
011 9017131
info.to@gfeuropa.it

UDINE
Via Pordenone, 71
33033 – Codroipo (UD)
0432 908223
info.ud@gfeuropa.it

RIMINI
Via dell'Industria, 6
47822 – Santarcangelo di R. (RN)
0541 623423
info.rn@gfeuropa.it

FIRENZE
Via Torta, 25 – loc. Osmannoro
50019 – Sesto Fiorentino (FI)
055 3434993
info.fi@gfeuropa.it

G.F. EUROPA

con Te in ogni scelta

Seguici su:

www.gfeuropa.it
info@gfeuropa.it

LA PIÙ GRANDE REALTÀ ITALIANA OPERANTE NEL MERCATO DELLA FERRAMENTA SPECIALIZZATA E NEL SETTORE DELLA SERRAMENTISTICA ED EDILIZIA DI QUALITÀ