



Testata: "CORRIERE DELLA SERA"
Data: 12 Settembre 2016
Periodicità: Quotidiano

corriere imprese

Lunedì 12 Settembre 2016 9

I creatori di negozi sono già nel futuro: «Tecnologia e App»

Da 40 anni la friulana Gtn fornisce sistemi integrati per i punti vendita tradizionali e delle grandi catene. «Oggi tutti i canali, reali e virtuali, devono comunicare per soddisfare il cliente finale»

«I negozi del futuro saranno sempre più "tecnologici", organizzati non solo per vendere prodotti, ma per far vivere al cliente una vera e propria esperienza d'acquisto». Parola di Paola Geretti, consigliere della Gtn Spa di Tavagnacco (Udine), uno dei principali operatori italiani nella fornitura di sistemi integrati per negozi, che nel tempo ha aperto sedi a Trieste, San Donà di Piave, Due Carrare (Padova) e dal 2015 è presente anche a Verona, con una partecipazione nella società Ast Full Service.

«Siamo nati 40 anni fa su iniziativa di mio padre e di un socio storico - continua Paola Geretti - e siamo progressivamente cresciuti come azienda familiare, cercando di proporre soluzioni sempre nuove e di soddisfare le crescenti esigenze dei clienti, che sono arrivati principalmente nel settore dell'alimentare ma anche in quelli della ristorazione, della moda e nel commercio in generale. Il nostro obiettivo è proprio quello di essere sempre al passo con i tempi, portando innovazione sia nei piccoli negozi, sia nelle catene più grandi. Per servire al meglio la clientela, alla quale forniamo tutto ciò che serve in negozio, esclusi gli arredi, noi integriamo i sistemi meccanici, elettronici e software di numerosi produttori, talvolta completandoli con soluzioni, integrazioni e "customizzazioni" che realizziamo con i nostri tecnici o con aziende partner, talora spingendo gli stessi produttori a realizzare sistemi pensati ad hoc sulle esigenze dei nostri clienti.

L'azienda udinese ha festeggiato i 40 anni raggiungendo i 10 milioni di euro di fatturato, con un aumento sul 2014 del 24%. Con 50 dipendenti e una ventina di collaboratori, Gtn serve una clientela importante nel Nord-est, ma fornisce soluzioni, servizi e assistenza (anche 7 giorni su 7) in tutta Italia, con una rete capillare di partner.

«La sfida per rimanere all'avanguardia è continua - spiega ancora Geretti - perché da un lato il commercio dei piccoli negozi è talvolta un po' rissso all'innovazione e, quindi, va soddisfatto trovando soluzioni semplici, di basso costo e facile utilizzo, dall'altro le grandi catene, in un mercato sempre più competitivo, richiedono soluzioni

Cosa fa
Gtn si occupa di tutto quello che è soluzione negozi: fessucchi gli arredi, opera cioè nell'integrazione di sistemi diversi per la meccanizzazione dei punti vendita: sistemi di cassa, strumenti per la pesatura, software, software e hardware, attrezzature elettroniche, sistemi di sicurezza, comunicazione digitale. A questi si aggiunge una struttura di assistenza tecnica attiva per sette giorni su sette



sempre più innovative e performanti. Noi, quindi, dobbiamo essere sempre pronti ad andare incontro alle diverse richieste. Infatti, siamo spesso coinvolti o promotori di progetti innovativi per la fidelizzazione e risoluzione di richieste di grandi catene. Per esempio: la realizzazione di App per la fidelizzazione del consumatore finale e/o collegata ai servizi di pagamento elettronico.

Nata quando nelle botteghe c'erano ancora le casse meccaniche senza scontrino fiscale, la Gtn ha visto e accompagnato l'evolversi del «sistema negozio» e ora, quindi, sempre di capire, prevedere e ascoltare le esigenze dei commercianti: «Il con-

Quel che è generale La sede centrale della Gtn a Tavagnacco, alle porte di Udine



La tendenza
I negozi del futuro saranno sempre più tecnologici, organizzati non solo per vendere ma per far vivere al cliente una vera e propria esperienza d'acquisto

sumatore finale, grazie ai mezzi tecnologici, si è evoluto e con lui le possibilità di acquistare e, quindi, di vendere - chiarisce Anna Treu della gestione marketing Gtn - . Il punto vendita non è più l'unico luogo dove i consumatori possono vedere, informarsi e quindi comprare i prodotti, si usano strumenti diversi: internet, smartphone, tablet che completano quella che oggi viene definita «shopping experience». I rivenditori e i produttori stessi, cercheranno sempre di più di capire le esigenze, i gusti e i bisogni dei clienti tramite politiche commerciali e di loyalty, dove le «carte fedeltà» saranno solo uno dei mezzi per raggiungere e fidelizzare la propria clientela. Ora si parla della gestione della «omni canalità», in cui tutti i diversi canali di vendita dovranno comunicare e lavorare insieme affinché il cliente finale riesca a vivere un'esperienza d'acquisto coerente e di massima soddisfazione. Canale reale e virtuale non sono più in concorrenza ma devono lavorare assieme. Fra le novità del prossimo futuro - conclude Treu - troveremo sempre più App per fornire servizi aggiuntivi al prodotto e al consumatore, maggiore utilizzo di QR-code per informare sulle caratteristiche del prodotto, utilizzo di tecnologie RFID nei singoli prodotti che ne garantiranno l'origine, le caratteristiche e i valori specifici, sofisticazioni sempre maggiori per i pagamenti elettronici, fino alla possibilità di mappare i movimenti del consumatore all'interno del negozio per indicargli dove trovare i prodotti preferiti o suggerirgli i prodotti disponibili o in offerta».



Crediti
La sfida per rimanere all'avanguardia è continua

Treu
Sempre più App per fornire servizi aggiuntivi

I numeri



5

Le sedi

Gtn è articolata in 5 sedi: quattro delle quali gestite in via diretta a Tavagnacco (Udine), Trieste, San Donà di Piave (Venezia), Due Carrare (Padova) e, dal 2015, una quinta attraverso la controllata Ast Full Service a Verona.

10

Il fatturato

L'azienda ha raggiunto nel 2015 i 10 milioni di euro di fatturato, con una crescita sul 2014 del 24%, fornendo alla singola negozi, alla grande catena principalmente nel settore alimentare, ma anche nella ristorazione e nella moda.

40

Anni di attività

Gtn è partita 40 anni fa fornendo gli esecutori commerciali della provincia di Udine e si è progressivamente espansa a tutto il Triveneto. Oggi, attraverso una rete di partner, serve grandi catene con punti vendita in tutta Italia.

50

I dipendenti

L'azienda udinese ha 50 dipendenti diretti e una ventina di collaboratori esterni che sono in grado di garantire ai clienti un'assistenza gratuita 7 giorni su 7.