

## Le assunzioni sono hi-tech con Euronics

BOLOGNA

GRANDE distribuzione organizzata e hi-tech. Una coppia che non si stanca di mietere un successo dopo l'altro, come dimostra Euronics Italia, gruppo leader nella distribuzione di elettrodomestici ed elettronica di consumo. Il colosso nato nel 1999 come evoluzione dello storico marchio Get, a sua volta costituito da un importante gruppo di rivenditori del settore nel 1972, conta attualmente a livello europeo circa 11.500 punti vendita e ha aperte in Italia una decina di posizioni – di cui 6 tra Castenaso (Bo), Rimini, Cento (Fe), Fano (PU), Pesaro e San Benedetto del Tronto (AP) –. Tra i profili ricercati, direttore di punto vendita, cassiere, magazziniere, addetto alle vendite e data entry. Passando in rassegna i numeri, non è affatto difficile capire quali sono i segreti della leadership di Euronics Italia: la copertura capillare del territorio è infatti garantita da una dozzina di soci, 242 punti vendita – cui vanno sommati 35 Euronics City – per un totale di 347mila metri quadri di superficie, in media 1450 mq a store. Il numero di dipendenti, inoltre, supera quota 5mila e il fatturato 2015 ha raggiunto il miliardo e 800 milioni di euro. La mission? Stando a quanto si legge sul sito del gruppo, l'imperativo categorico è «promuovere lo sviluppo e il know how delle aziende socie operanti nel retailing degli elettrodomestici ed elettronica di consumo, sviluppando sinergie organizzative e di marketing».