

## LUCREZIA RAMPININI

Azienda: GR Group

Nome: Lucrezia Rampinini

Età: 25 anni

Ruolo: HR & Marketing

Curiosità e passioni: Ama la natura e i viaggi, veri strumenti di evasione e capaci di ispirarla per i suoi disegni

Quando Lucrezia ha deciso di studiare psicologia non aveva certo messo in conto che la sua laurea le sarebbe stata utile nell'azienda di famiglia. Se è per quello, Lucrezia non aveva messo in conto neppure che sarebbe entrata a far parte del team di GR Group: "ho iniziato a dare una mano l'anno scorso durante la pandemia e mi sono appassionata - spiega - anche se in realtà fin da piccola per me i truck carichi di allestimenti e di cartellonistica erano un luogo di gioco e divertimento. Sono entrata nell'azienda di recente e sono molto contenta: mi sono appassionata all'ambito organizzativo della psicologia ed eccomi qui".

Lucrezia è imprenditrice di terza generazione: GR, infatti, sono le iniziali del nonno Giancarlo che nel 1980 ha fondato il primo nucleo dell'azienda di oggi. "Il nonno era un decoratore, dipingeva i cartelloni pubblicitari letteralmente a mano - dice Lucrezia - anche se l'azienda è poi cresciuta con mio padre Stefano, che l'ha portata nel mercato della visual communication in settori importanti come quello sportivo - Serie A e Moto GP tra le altre - e quello industriale". Le business unit odierne sono diverse, remodeling environment, advertising product&event e wrapping world. Tra queste spicca l'aspetto distintivo di GR Group e cioè il Remodeling Environment ovvero la riqualifica e il branding fisico degli ambienti. GR è specializzata nella produzione, progettazione produzione e allestimento in house di tutti quegli elementi di design in grado di rifare il look agli ambienti, quali wayfinding, insegne, pannelli decorativi, prespaziati e arredamenti. Il plus è che vengono utilizzate tecniche di wrapping con materiali 3M per rivestire e brandizzare ogni tipo di superficie, comprese le facciate dei palazzi. "Vorrei portare in azienda non solo un nuovo modello di organizzazione basato sui valori e sulle opinioni dei dipendenti - conclude Lucrezia - ma anche un nuovo impulso a sviluppare modi di comunicare alternativi e tecnologici. Mio nonno dipingeva a mano, mio papà tramite stampa: se il futuro è negli ologrammi, ad esempio, io sono pronta a seguirlo".

*"Facciamo decorazioni da quando dipingere era l'unico modo di comunicare"*

*Lucrezia Rampinini*