



Benedetta Gnutti, Marketing Manager di Gnutti Transfer S.p.A.

Allegra *con brio*

Benedetta Gnutti, Marketing Manager di **Gnutti Transfer S.p.A.**, lavora nell'azienda di famiglia da soli quattro anni: prima, ha scelto di fare “gavetta” in altre società del settore, di seguire corsi formativi specifici, di imparare a conoscere il mercato, di costruirsi un solido bagaglio di esperienze e competenze. Perché preparazione, professionalità, impegno e passione sono i requisiti richiesti a tutti i dipendenti di questa azienda di Ospitaletto. E a queste caratteristiche vuole aderire totalmente anche la “piccola” di casa, terza generazione di una famiglia bresciana con la passione per la tecnologia transfer.

di Anna Guida

Viso pulito e taglio di capelli sbarazzino, fisico esile e passo scattante: alla prima stretta di mano Benedetta Gnutti potrebbe sembrare una ragazzina. Tanto più se la si incontra alla EMO di Hannover, circondata da uomini, per lo più di mezz'età, rigorosamente ingessati e incravattati. Ma bastano pochi minuti di chiacchierata per capire che la Marketing Manager di Gnutti Transfer S.p.A. è abituata a non dare nulla per scontato.

Quella prima impressione di freschezza e brio però non scompare: perché questa giovane mamma, che confessa di passare le sue pause pranzo suonando la batteria, ama vivere la sua carica e gli impegni quotidiani con naturalezza, spontaneità, con piglio dinamico e poco attento alle formalità. In una parola: con ritmo.

D. Lavorare nell'azienda di famiglia: un dato scontato per una Gnutti o una scelta meditata e consapevole?

R. Per me è stata sicuramente una scelta. Ho cominciato a lavorare a 19 anni per una ditta del bresciano che produceva materiale elettrico per appli-

cazioni industriali e ho avuto la fortuna di vivere quella realtà a 360°, riuscendo a esplorare diversi settori. Dopo due anni mi sentivo più matura rispetto agli inizi: da un lato perché nel frattempo ero diventata mamma, e mi dovevo confrontare ogni giorno con nuove responsabilità, dall'altro perché la mia "esplorazione" di diversi settori mi aveva permesso di capire meglio a cosa avrei voluto dedicarmi. In seguito ho lavorato per quattro anni per la Palazzoli S.p.A., specializzata in apparecchiature elettriche e impianti industriali per l'erogazione di energia, e poi sono passata a un'altra azienda dello stesso Gruppo. Nel frattempo ho seguito diversi cor-



Lo staff di Gnutti Transfer S.p.A. presente alla EMO 2013 di Hannover.



si formativi di marketing e così, quattro anni fa, ho deciso di coniugare la mia passione per le macchine industriali e la mia specializzazione in marketing e di mettere entrambe a disposizione dell'impresa di famiglia. Ed eccomi in Gnutti Transfer S.p.A, l'azienda fondata da mio nonno nel 1955, guidata oggi da mio padre Renato e giunta, con la presenza mia e di mio fratello Quirino, alla terza generazione.

D. Quali sfide deve affrontare un Marketing Manager in questo settore e in questo particolare periodo storico?

R. Il nonno ha saputo interpretare con acuta lungimiranza l'esplosiva crescita dell'industria italiana negli anni del boom economico. Alla terza generazione tocca un ruolo se vogliamo più ingrato, ma anche forse più stimolante: comprendere e interpretare la crisi per poterla affrontare al meglio. Io credo fortemente che nel settore della macchina utensile il contenuto tecnologico sia fondamentale, tanto più in un mercato di nicchia come quello del transfer. Un'altra strategia che ritengo vincente è l'investimento costante in Ricerca&Sviluppo: la realizzazione dell'esclusiva tecnologia Gnutti è resa possibile da un team dedicato, il cui ruolo è quello di comprendere e anticipare le richieste di un mercato in continua evoluzione. In qualità di fornitori di impianti per specialisti, il nostro staff comprende poi l'importanza di un controllo qualità estremamente rigoroso e la certificazione ISO 9001 adottata riflette l'impegno in tal senso.

“Piccola”, la nuova nata in casa Gnutti che abbiamo presentato in anteprima proprio qui alla EMO di Hannover, è il risultato tangibile di questi nostri

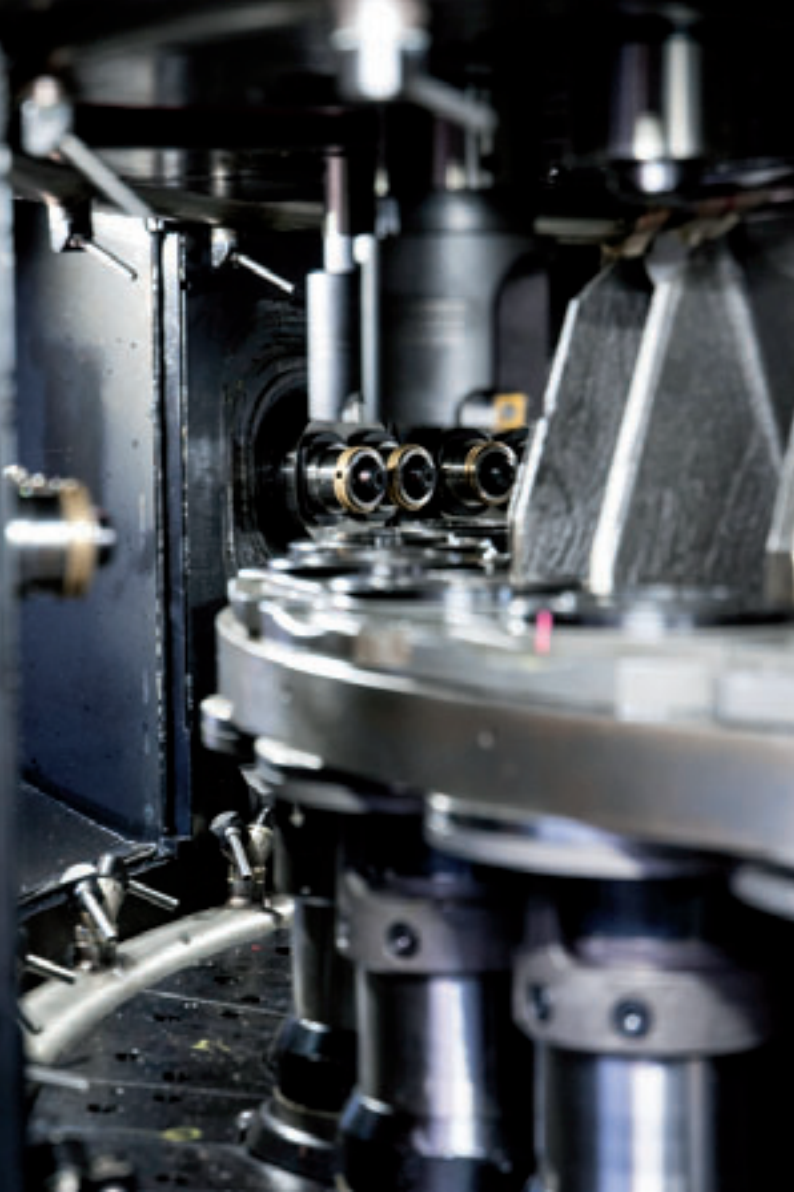
“Piccola, la nuova nata in casa Gnutti che abbiamo presentato in anteprima proprio qui alla EMO di Hannover, è una macchina transfer davvero rivoluzionaria, in grado di coniugare efficacemente elevata flessibilità e produttività”.

sforzi: è una macchina transfer davvero rivoluzionaria, in grado di coniugare efficacemente elevata flessibilità e produttività.

D. Come riuscite a coniugare il carattere familiare della vostra azienda con una vocazione sempre più internazionale e globale?

R. Siamo un'azienda a conduzione familiare gestita però, da sempre, da una struttura manageriale che opera con preparazione, competenza e professionalità. La nostra realtà è quanto di più lontano si possa immaginare da una ditta a impostazione “padronale”.

Quirino Gnutti decise di fondare l'azienda nel 1955 con l'obiettivo di produrre macchine utensili con una flessibilità tale da consentire funzionalità



Particolare della macchina transfer “Piccola”.

multiple e una resistenza elevata per un'operatività di 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana. Un'idea che è diventata presto realtà. Da quel momento in poi, la sua visione è stata portata avanti da tre generazioni della famiglia, ma sempre con il supporto di un management altamente specializzato. Con lo sviluppo della tecnologia, le persone continuano a rappresentare la chiave del successo della nostra azienda. Sostenendo la crescita professionale e personale dei membri dello staff, la società investe in innovazione e assistenza. E concentrando l'attenzione sulle esigenze dei clienti – dalla progettazione e installazione alla durata operativa di ogni impianto – continua a trasformare le proprie idee in realtà. Ogni fase della lavorazione, dalla progettazione alla produzione, dal montaggio al collaudo, è effettuata da personale altamente qualificato all'interno degli stabilimenti aziendali. Ciò consente di rispondere prontamente alle richieste dei clienti, per quanto esse siano sofisticate. D'altra parte, il fatto di essere comunque un'azienda “familiare”

“Mio nonno ha saputo interpretare con acuta lungimiranza l'esplosiva crescita dell'industria italiana negli anni del boom economico. Alla terza generazione tocca un ruolo se vogliamo più ingrato, ma anche forse più stimolante: comprendere e interpretare la crisi per poterla affrontare al meglio”.





“Siamo un’azienda a conduzione familiare gestita però, da sempre, da una struttura manageriale che opera con preparazione, competenza e professionalità”.

comporta alcuni benefici molto importanti, tra tutti la cosiddetta filiera corta: quando si tratta di prendere una decisione o decidere un investimento riusciamo ad agire molto velocemente, perché non dobbiamo aspettare l’ok del Cda o di un dirigente magari dall’altra parte del mondo. Possiamo contare su una struttura più snella che si traduce in una maggiore rapidità decisionale e operativa.

D. Anche il rapporto con i dipendenti e i collaboratori è snello e diretto?

R. Credo molto nel co-working, nel lavorare insieme, fianco a fianco. Cerco di creare con tutti i miei collaboratori rapporti che scalzino le gerarchie formali in nome di una più sostanziale condivisione di obiettivi e di strategie, nel segno della trasparenza e della naturalezza. Cerco di superare le ingessature “onomastiche”: sono circondata da collaboratori anche più anziani di me, con maggior esperienza alle spalle, penso che abbiamo da imparare l’uno dall’altro. Sono portata ad avere, nel lavoro ma non solo, un approccio molto pragmatico: amo il “fare”, le mani che costruiscono, le macchine che creano valore tramite un processo di trasformazione. Questa mia predilezione per la concretezza ha origine sicuramente dalla tradizione di famiglia ma anche dall’ambiente in cui sono

cresciuta, il bresciano, un territorio forse poco “speculativo” ma caratterizzato da grande operosità.

D. Come è cambiata la geografia dei vostri mercati di sbocco in questi ultimi anni?

R. È cambiata moltissimo. Cinque anni fa il 70% del fatturato era concentrato in Italia e il 30% era export, oggi le proporzioni si sono ribaltate. Nel nostro piccolo siamo riusciti a crescere moltissimo sul mercato estero, a penetrare in mercati prima sconosciuti, a farci conoscere e apprezzare da tante aziende in tutto il mondo. Per noi è stata un’evoluzione abbastanza naturale perché già dagli anni ‘60 esportiamo le nostre macchine in altri Paesi, non abbiamo avuto grosse difficoltà. Abbiamo aperto nuove filiali in Cina e negli Stati Uniti. Attraverso una rete di vendita globale, i nostri team di tecnici e di esperti di vendita sono disponibili per aiutare i clienti nello sviluppo di soluzioni ideali, indipendentemente dalla tipologia di produzione del cliente e da dove sia ubicato. Però, certo, allargando la visione oltre il nostro business, è davvero un peccato vedere gli effetti devastanti di una visione industriale miope o addirittura inesistente da parte della classe politica del nostro Paese. Si sta distruggendo un patrimonio di know-how, di valore e di lavoro inestimabile.