

Intervista a Giulia Gaudino, Responsabile Marketing e Comunicazione di Gaudino

13 luglio 2023



Giulia Gaudino, laureata come esperta linguistica di impresa presso l'Università Sacro Cuore di Milano, è oggi **Responsabile Marketing e Comunicazione** di Gaudino Srl. Inizia la sua carriera come online media strategist presso due importanti agenzie media di Milano dove lavora per grandi brand come L'Oreal e Barilla. Dopo un'esperienza in consulenza decide di intraprendere una nuova esperienza presso gli uffici marketing di Costa Crociere a Genova come Media Coordinator. Il **family business** rappresenta gli ultimi quattro anni della sua carriera, dove oggi rappresenta la quarta generazione imprenditoriale di Gaudino Srl fondata **nel 1944**. Il core business dell'attività è caratterizzato da progetti chiavi in mano per la progettazione e la realizzazione di **sistemi di refrigerazione industriale**. Dal 2022 è stata fondata anche la divisione "energia" per dare un servizio a 360° al cliente con la fornitura di impianti fotovoltaici a servizio di quelli refrigeranti. Attualmente, in azienda, ricopre il ruolo di PR e Marketing Manager, ma il suo ruolo viene spesso contaminato **da altri ambiti tecnico-commerciali**, comportamento che caratterizza le piccole aziende.

Con quasi ottant'anni di storia aziendale, la Gaudino, azienda che dal 1944 produce sistemi di refrigerazione industriale, ha deciso di dare ulteriore rilevanza al tema della sostenibilità. Per realizzare impianti capaci di ridurre i consumi di elettricità avete introdotto l'alimentazione con pannelli fotovoltaici. Quanto il cambio generazionale ha influenzato questo passaggio?

Il passaggio generazionale è sempre un tema molto attuale nel tessuto imprenditoriale italiano, ricco di PMI a conduzione familiare. Nel nostro caso il business giova di una forte sinergia tra esperienza e tradizione e vitalità ed innovazione, caratteristiche tipiche delle generazioni più giovani, non solo nel mondo del lavoro. Questa "fusione" funziona quando le due generazioni sono in grado di confrontarsi in modo costruttivo. Ciò permette di trasformare idee in realtà, con una visione nuova ma con la cautela dettata dall'esperienza. L'introduzione di Gaudino Energy (che si occupa di progetti chiavi in mano di impianti fotovoltaici e geotermici) nella "vita" di Gaudino Refrigerazione è frutto di quanto detto sopra. È la stretta di mano tra una generazione che vede il futuro come rampa di lancio per nuove idee e nuovi progetti e una generazione più "âgé", con un'ottima predisposizione al nuovo, caratterizzata dalla consapevolezza che dare spazio a menti fresche non possa che dare dei benefici al business.

Nelle imprese familiari spesso è radicata una mentalità molto egocentrica per cui esiste un solo modo per agire. Quanto è necessario invece partire dalla vision imprenditoriale, analizzando il contesto in evoluzione in cui l'azienda opera?

Grazie al mio background di studio e lavoro, sostengo che un'impresa deve sempre avere chiare quali sono la mission e la vision, indipendentemente dalla dimensione aziendale. Il "si è sempre fatto così", nel contesto di mercato di oggi, non è più sostenibile. È necessario avere una strategia aziendale a lungo termine che tenga conto dei fattori interni ed esterni all'organizzazione. Oggi non analizzare il mercato in cui si opera è come camminare con gli occhi bendati. Nonostante il nostro settore sia B2B, è diventato indispensabile analizzare il comportamento di acquisto del cliente, quali sono i suoi bisogni e come soddisfarli. In un momento storico dove c'è troppa scelta e pertanto tanta superficialità, la chiave del business è capire, ove possibile, qual è effettivamente il bisogno latente della azienda e delle persone che la compongono al fine di soddisfarla nel migliore dei modi.

In un contesto in rapido cambiamento, caratterizzato da un aumento dei costi interni di ricerca e sviluppo e da una riduzione del ciclo di vita dei prodotti, le imprese tradizionali non possono fare leva solo sugli asset delle startup, diventati oggi condizione necessaria sul mercato per rispondere all'innovazione disruptive: velocità, focus, flessibilità. Qual è l'approccio verso l'open innovation per un'azienda consolidata come la vostra?

A mio avviso dipende molto dal mindset aziendale, di quanto l'azienda è predisposta al "nuovo". Detto ciò, quello che limita l'approccio all'open innovation per realtà come la nostra non sono gli anni di vita ma la forza strutturale dell'organizzazione. Sono poche le PMI che dedicano tempo e risorse ad attività non strettamente legate alla massimizzazione del business. La sinergia tra Gaudino e CIM4.0 Competence Center, che ha come obiettivo quello di supportare le PMI in azioni di OI, è risultata vincente per il nostro progetto "Gaudino 4.0: strategia di manutenzione preventiva e predittiva" premiato nella categoria "piccola impresa innovativa" all'evento CIM 4.0 – 2023 Award. Competenza ed esperienza si sono fuse nella realizzazione di un progetto in cui crediamo fortemente, che ha come obiettivo la smart maintenance dei nostri sistemi di refrigerazione industriale, con lo scopo finale di diminuire i costi straordinari e di aumentare l'efficienza.

Tag tematici: **She SPS Italia** (/15/68/she-sps-italia) **Interviste e Editoriali**

(/15/60/interviste-e-editoriali)