

Gs Italia e il cibo sta al fresco

Data : 10 giugno 2016

Non capita a tutti di costruire una macchina che dosi il plancton per un acquario. Ma **sfogliando il voluminoso catalogo di GS Italia si fa fatica a trovare qualcosa che questa piccola azienda di Marnate non abbia fatto per il settore alimentare**. Siamo entrati nell'impresa fondata da Giulio Scandroglio per intervistare Cristiano, il figlio, che sta portando l'azienda varesotta a conquistare nuovi mercati.

Signor Scandroglio, la vostra impresa è leader nella progettazione e realizzazione di macchine molto particolari. Di cosa si tratta?

«Da quasi 35 anni **produciamo macchinari per la preparazione e il confezionamento degli alimenti freschi, pastorizzati e surgelati**. Siamo specializzati nella produzione di dosatori, linee per la preparazione e il confezionamento di alimenti tra i più svariati: dalle insalate russe ai tramezzini, dai sughi per la pasta, alle pizze, fino ai formaggi, ai salumi, alle maionesi e ai prodotti etnici».

Prodotti etnici?

«Lavorando con aziende alimentari in più di una trentina di paesi nel mondo, **abbiamo creato macchinari su misura per prodotti tipici come lo tzatziki greco, l'hummus nei paesi arabi, le salse piccanti messicane e così via**».

Ecco, parliamo dei mercati esteri. Com'è iniziata la vostra avventura oltreconfine?

«**I primi mercati in cui abbiamo iniziato ad operare sono stati Grecia, Spagna e Francia**. In questi paesi c'era una forte richiesta di macchine per la produzione di alimenti e sistemi di dosaggio e nel 1985, grazie a Ipack Ima (evento fieristico di settore ndr.) siamo entrati in contatto con agenti che hanno iniziato a distribuire i nostri macchinari in quei paesi. È anche grazie a questi mercati che abbiamo fatto un salto di qualità...».

Ovvero?

«Abbiamo messo a punto un sistema di **conservazione per prodotti gastronomici in grado di garantire una chef life più lunga a prodotti freschi** come l'insalata russa, il vitello tonnato e i piatti in gelatina. Consideri che all'epoca, la metà degli anni '80, si produceva e consegnava oggi per domani. Con questo sistema brevettato, abbiamo garantito un servizio più efficiente ai nostri clienti».

Immagino che in questo senso l'esigente mercato italiano sia stato una bella palestra...

«È così. **In Italia non puoi permetterti errori**, abbiamo una tradizione gastronomica importante e questo ci ha spinto a perfezionare sempre di più i nostri macchinari».

Oggi quanto del vostro fatturato è generato dall'export?

«Circa l'85%. Ultimamente **siamo arrivati anche in mercati "nuovi" come quelli africani: Gabon Congo, Ciad, Camerun, Senegal, Tunisia, Marocco, Algeria**. Tutti estremamente vitali».

Come siete arrivati in questi mercati?

«Un po' perché **siamo riusciti a sviluppare la nostra leadership in un settore molto specifico**, un po' grazie agli investimenti nel digitale che abbiamo cominciato a utilizzare come strumento di business sin dagli inizi degli anni Duemila. Oggi abbiamo una figura aziendale che si occupa solo di questo e di tutto quel che riguarda i contenuti informatici della nostra impresa».

Oltre ad essere produttori, siete anche i primi importatori in Italia di macchine per la produzione di sushi. Come è successo?

«È iniziata quasi per scherzo. Le avevo viste nel 2008 durante uno dei miei viaggi, così ho contattato l'azienda giapponese che li produce, proponendomi come distributore per l'Italia. Così, dopo una loro visita qui a Marnate, abbiamo iniziato a le importazioni. **Oggi siamo i primi in Italia e oltre all'installazione, garantiamo ai nostri clienti un servizio di manutenzione e assistenza**».

Quanto è stato utile al vostro business essere italiani?

«Produrre macchine alimentari va a braccetto con la nostra tradizione culinaria. A questo aggiungiamo **la qualità costruttiva tipicamente made in Italy, una componentistica di primaria qualità, una grande semplicità di utilizzo e un servizio di manutenzione e teleassistenza** per ognuna delle nostre macchine. Quindi per rispondere alla sua domanda, direi moltissimo».

Quali sono, dal suo punto di vista, i limiti di esseri piccoli e quali invece i vantaggi?

«**Non vedo svantaggi nell'essere piccoli**. Vogliamo crescere, ma con equilibrio. Siamo una ventina di persone in Gs Italia, tutti formati e affiatati. Questo ci permette di essere flessibili e rispondere meglio alle esigenze dei nostri clienti, cui cerchiamo di soddisfare ogni richiesta. Un aspetto molto apprezzato in alcuni mercati...».

Ad esempio?

«**L'anno scorso abbiamo partecipato a Chicago Pack Expo, un'importante fiera negli Stati Uniti**. Lì ci siamo resi conto che non ci sono aziende come le nostre che producono piccoli impianti customizzati ed altamente efficienti. Noi potremmo colmare questa lacuna».

Ultima domanda. Quale suggerimento si sente di dare a un suo collega imprenditore che voglia sondare i mercati esteri?

«Oltre a partecipare alle fiere, credo che la visita porta a porta abbia un grande valore aggiunto. Andare dal cliente, spiegare molto bene la propria eccellenza, essere sicuri di vendere qualcosa di unico, è la forza di tante piccole e medie imprese italiane. **Certo, come detto, devi avere qualcosa di unico per avere successo nella competizione globale**».

[LO SPECIALE IMPRESA DELLE MERAVIGLIE](#)

Scheda dell'azienda

GS Italia s.r.l

Via Stelvio 193, 21050 - Marnate (VA)

tel. 0331.389142

fax. 0331.389143

mail. info@gsitalia.com

sito: www.gsitalia.com