

MASCHIO GASPARDO

WWW.MASCHIONET.COM

Con una presenza capillare in oltre 100 Paesi del mondo, con stabilimenti produttivi in Italia, Cina, Romania, India e Stati Uniti, 12 filiali commerciali e un export pari all' 85% del fatturato il Gruppo Maschio Gaspardo è diventato leader italiano nella produzione di macchine agricole e tra i primi produttori al mondo. Nel 1964, quando Egidio e il fratello Giorgio realizzarono la prima fresa nella stalla di casa a Campodarsego. Un'attività che è cresciuta rapidamente e già nel '75 esportava i propri prodotti all'estero. Verso la fine degli anni '70 è aperto il primo polo logistico del gruppo a Cadoneghe, adibito alla lavorazione delle materie prime. Nel 1994, con l'acquisizione della Gaspardo Seminatrici di Morsano al Tagliamento. Con il nuovo millennio la crescita è proseguita con l'apertura degli stabilimenti esteri a Chisineu (Romania) e Qingdao (Cina). A questi seguono l'inaugurazione nel 2011 dello stabilimento indiano a Pune, e l'avvio nel 2013 di quello americano a De Witt (Iowa) per la produzione di seminatrici di grandi dimensioni. Ultimo arrivato il nuovo stabilimento produttivo italiano a Portogruaro. Di questi mesi è l'acquisizione della Feraboli di Cremona, adibita alla produzione di macchine per la fienagione. Nello stesso periodo, abbiamo siglato le partnership con Visini, azienda specializzata nella produzione di carri botte e dumpers, e con Friuli Sprayers, società produttrice di atomizzatori a recupero destinati alle lavorazioni nei vigneti e frutteti. Oggi, a 50 anni dalla sua fondazione, Maschio Gaspardo è un Gruppo internazionale con 2.000 dipendenti, 19 stabilimenti produttivi ed un giro d'affari intorno ai 300 milioni di euro. Numeri da capogiro tuttavia il Gruppo Maschio Gaspardo è un'azienda familiare e ben radicata nel territorio?

«La famiglia è il fulcro da cui ha avuto origine tutto e i valori della famiglia sono gli stessi che guidano la struttura organizzativa del Gruppo. Io amo definire la nostra azienda come una "famiglia di famiglie", in cui l'impegno e il sacrificio di ognuno contribuisce allo sviluppo e alla crescita dell'azienda: se non siamo compatti e non stiamo bene insieme, non può esserci armonia e l'azienda, come qualsiasi famiglia, si sfalda. Io e mio fratello Giorgio siamo due imprenditori fortunati: abbiamo una bellissima famiglia, in grado di garantire la continuità dell'azienda, e degli ottimi collaboratori.»

Una famiglia comunque aperta come dimostrano i dati sul numero dei vostri visitatori?

«La visita dei nostri stabilimenti italiani ed esteri rappresenta una leva commerciale e di marketing fondamentale per il Gruppo. Ogni settimana ospitiamo delegazioni di clienti e fornitori da tutto il mondo che vengono accompagnati in visite guidate nei vari stabilimenti italiani, è un'opportunità unica per vedere il grande lavoro che c'è dietro la realizzazione di macchine innovative e complesse come le nostre: tecnologie di ultima generazione, alta qualità dei materiali,

grande attenzione al dettaglio. A metà 2014 le visite aziendali sono già arrivate a quota 2.000 visitatori: il nostro obiettivo è raddoppiare il numero nei prossimi anni ed incentivare così le relazioni a livello internazionale.»

Ci parli del prodotto segnalato per il Made in Padova, quali le sue caratteristiche di progettazione e innovazione?

«Maschio Gaspardo ha sviluppato Corona, una seminatrice combinata in grado di eseguire lavorazione del terreno, concimazione e semina in un solo passaggio. Oltre a semplificare le operazioni in campo, la qualità del suolo migliora notevolmente (riducendo il calpestamento del terreno) e si abbattano le emissioni di CO₂. Corona può operare su tutti i tipi di terreno: l'erpice a dischi anteriore lavora il suolo e applica il fertilizzante a una velocità media di 8-12 km/h, mentre l'attacco posteriore permette l'accoppiamento sia con barra di semina per cereali (semina del frumento e orzo) sia per la semina di precisione (semina di mais e soia). Inoltre, la capiente tramoggia da 3.500 litri conferisce alla macchina un'elevata autonomia di lavoro. Corona, in sintesi, presenta una grande versatilità e permette di aumentare le rese riducendo consumi ed inquinamento. La ricerca continua è alla base dell'innovazione ed il nostro team di ingegneri e progettisti è impegnato ogni giorno nello studio di nuove soluzioni. Oltre all'attenzione per le performance, anche nel nostro settore si è sviluppato un grande interesse per il design. Innovazione, efficienza e cura del dettaglio sono oggi i punti di forza dei nostri prodotti.»

Quali sono le vostre strategie di marketing?

«Il marketing, insieme alla comunicazione, rappresenta uno strumento indispensabile per stabilire, rafforzare e mantenere i rapporti con clienti, fornitori, Istituzioni e partner commerciali. Grazie al nostro dipartimento di Marketing e Comunicazione, formato da circa 20 persone a cui si aggiungono gli uffici dislocati nei nostri stabilimenti all'estero, siamo in grado di svolgere tutte le azioni necessarie a supportare la strategia di sviluppo del Gruppo. Una delle iniziative più interessanti per sostenere la struttura commerciale è, ad esempio, la "prova in campo": intere giornate dedicate ai nostri clienti, con la possibilità di provare le nostre macchine e testarne personalmente la qualità e le performance.»

Expo 2015 è un'occasione per l'Italia?

«Expo 2015 è un'occasione unica di valorizzazione dei prodotti italiani e di rilancio dell'Italia. Il tema è fondamentale: l'agricoltura è la vera sfida del futuro, non solo per il nostro Paese. Per un Gruppo che, come il nostro, ha una precisa strategia di sviluppo internazionale, EXPO 2015 rappresenta un'importante occasione di visibilità mondiale.»







SCOPRI MASCHIO GASPARD
GUARDA IL VIDEO
DISCOVER MASCHIO GASPARD
WATCH THE VIDEO





«Se lavori bene, la terra ti ripaga sempre.»

«If you work well, the land will always pays off.»

With an extensive presence in over 100 countries around the world, production plants in Italy, China, Romania, India, and the United States, 12 commercial branches, and export amounting to 85% of turnover, the Maschio Gaspardo Group has become an Italian leader in the production of agricultural machinery and is among the top manufacturers in the world. 1964 was the year Egidio and his brother Giorgio made the first milling cutter in the barn of their home in Campodarsego. A business that rapidly grew and as early as 1975 was already exporting its products abroad. Toward the end of the 1970s, its first logistics pole was opened in Cadoneghe, used for the processing of raw materials. In 1994, Gaspardo Seminatrici di Morsano al Tagliamento was acquired. The new millennium brought continuous growth with the opening of the foreign plants in Chisineu (Romania) and Qingdao (China). These were followed by the inauguration in 2011 of the Indian plant in Pune and the start up in 2013 of the American one in De Witt (Iowa) for the production of large-sized seeders. The latest is the new Italian production plant in Portogruaro. In these months, there is the acquisition of Feraboli in Cremona, used for the production of haymaking machines. In the same period, the Group has signed a partnership with Visini, a company specialized in the production of vacuum tankers and dumpers, as well as with Friuli Sprayers, a manufacturer of drift recovery mist sprayers used in vineyards and fruit orchards. Today, 50 years after its founding, Maschio Gaspardo is an international group with 2,000 employees, 19 production plants and a turnover of around 300 million Euros. Staggering figures, nevertheless the Maschio Gaspardo Group is a family business and well rooted in the territory?

«The family is the fulcrum that gave rise to everything and the family values are the same ones that lead the organizational structure of the Group. I love defining our company as a “family of families”, where each person’s commitment and sacrifice contributes to the development and growth of the company: if we aren’t close and we don’t get along, there isn’t harmony and the company, like any family, collapses. My brother Giorgio and I are two lucky entrepreneurs: we have a beautiful family, able to guarantee the continuity of the company, and excellent collaborators.»

An open family, therefore, as the number of your visitors shows?

«Visits to our Italian and foreign plants are a fundamental commercial and marketing lever for the Group. Each week we host delegations of clients and suppliers from around the world, who are accompanied on guided tours of the various Italian plants. This is a unique opportunity to see the great deal of work behind the manufacturing of

innovative and complex machines like ours: cutting-edge technology, high quality materials, close attention to detail. By mid-2014 we had already had 2,000 visitors. Our goal is to double that number in the next few years and in this way boost international relationships.»

Tell us about the product indicated for Made in Padua, what are its design and innovative features?

«Maschio Gaspardo has developed Corona, a combined seeder that can work the land, fertilize and seed in just one step. Apart from simplifying the procedures in the field, the quality of the soil considerably improves (reducing trampling on the land) and CO2 emissions are cut down drastically. Corona can run on all types of land: the front disc harrow works the soil and spreads the fertilizer at an average speed of 8-12 km/hour, while the rear connection allows coupling with both sowing bar for cereals (sowing wheat and barley) and for precision sowing (sowing corn and soy). Moreover, the large 3,500-liter hopper makes the machine highly autonomous. Corona, in a few words, is extremely versatile and permits increasing yield, at the same time reducing consumption and pollution. Continuous research is at the base of innovation and our team of engineers and designers is committed to studying new solutions every day. Apart from attention to performance, great interest, even in our field, has grown in design. Innovation, efficiency and attention to detail are the strengths of our products today.»

What are your marketing strategies?

«Marketing, alongside communications, is an essential tool for establishing, reinforcing and maintaining relationships with clients, suppliers, institutions, and commercial partners. Thanks to our Marketing and Communications Department, with about 20 resources, joined by the offices in our foreign plants, we are able to perform all the actions needed to support the Group’s development strategy. One of the more interesting initiatives for supporting the commercial structure is, for example, “testing in the field”: entire days dedicated to our clients, with the possibility of trying our machines and personally testing their quality and performance.»

Is the 2015 Exhibition an occasion for Italy?

«The 2015 Exhibition is a unique occasion to bring out the value in Italian products and to launch Italy again. The topic is fundamental: agriculture is the true challenge of the future, and not just for our country. For a Group like ours, which has a precise international development strategy, the 2015 Exhibition is an important opportunity for visibility worldwide.»