

Testata: Ancona Today
Pag: on line
Diffusione: on line
Data: 20/02/2014
Periodicità: quotidiano



Press com
THE MEDIA LINK

Informazione individuata su richiesta del fruitore per suo uso esclusivo. Riproduzione vietata.

ANCONATODAY

Inaugurazione a.a. Istao: Guido Barilla racconta la storia della sua azienda

È una storia ricca di successi ma caratterizzata anche da insuccessi quella raccontata da Guido Barilla. Dati positivi per l'Istao che inaugura il nuovo anno accademico raddoppiando il numero di corsi e studenti



In occasione dell'inaugurazione **dell'anno accademico Istao 2013-2014**, a Villa Favorita l'imprenditore Guido Barilla, presidente dell'azienda produttrice di pasta e prodotti da forno conosciuta in tutto il mondo. Oltre agli studenti, moltissime le autorità presenti in sala. Guido Barilla ha raccontato delle trasformazioni, delle strategie vincenti ma anche degli sbagli che hanno caratterizzato l'azienda nei suoi quasi 140 anni di storia.

Testata: Ancona Today

Pag: on line

Diffusione: on line

Data: 20/02/2014

Periodicità: quotidiano



Informazione individuata su richiesta del fruitore per suo uso esclusivo. Riproduzione vietata.

Nel 1877 Pietro Barilla, nonno di Guido, apre una bottega di pane e pasta. Nel 1910 è il figlio Riccardo a guidare

l'azienda. Viene creato il primo pastificio e il primo marchio aziendale. «Le novità iniziano nel primo dopoguerra quando mio padre ha avuto l'intuizione di impacchettare la pasta. I prodotti infatti, prima venivano venduti sfusi, non esisteva il packaging. Cominciarono anche le prime attività di comunicazione e le prime esportazioni» riferisce Guido Barilla.

Nel 1971, Riccardo Barilla **commette l'errore di vendere l'azienda ad una società americana.** Per 7 anni prova a ricomprarla e nel '79 dopo averla pagata 250 miliardi di lire, torna di sua proprietà.

Negli anni '80 nasce il nuovo marchio Mulino Bianco. Nel '93, con la morte del padre, ad occuparsi dell'azienda sono i figli Guido, Luca e Paolo. Questi decidono di cambiare il management e di creare una nuova strategia. *"Ci siamo resi conto che il problema era proprio il nostro Paese - commenta l'imprenditore- Negli ultimi 20 anni sono state fatte acquisizioni mirate in Grecia, in Turchia, in Svezia e in Germania"*. L'esperienza tedesca si è rivelata però disastrosa in quanto la Barilla **ha perso 1 miliardo di euro** e oggi ha un debito di 500 milioni. Il successo negli Stati Uniti invece è evidente. Le vendite sono pari a 600 milioni di dollari. I marchi e i prodotti della Barilla sono moltissimi e si adattano alle esigenze dei diversi mercati. Sono presenti in Italia 51%, in Europa 29%, in America 15% e in Asia 5%.

Sono oltre 8 mila i dipendenti, 3 miliardi e 200 milioni di euro il fatturato, 1 milione di tonnellate di pasta prodotta e 550 milioni di uova utilizzate. Il nuovo anno accademico Istaò si apre con il raddoppio di corsi e studenti. Da 80 i nuovi iscritti sono 160, i master da 4 passano a 8. Gli studenti provengono non solo dall'Italia ma anche dai paesi europei. *"Il nostro budget negli anni sta crescendo. Tutti i nostri ricavi servono per **augmentare la qualità dei corsi e la nostra reputazione.** Siamo soddisfatti di quello che abbiamo fatto finora, l'offerta funziona ma c'è ancora molto da fare. Siamo una scuola di business"* commenta Andrea Merloni, presidente Istaò.