

# «Non perdiamo le nostre radici»

Paolo Merloni apre l'anno accademico dell'Istao: «Il management resta locale»

**Maria Gloria Frattagli**

ANCONA

**UN'AZIENDA** in continuo sviluppo, pronta a conquistare altri Paesi, ma ben salda alle origini e con la prospettiva di fare dei propri manager e degli altri dipendenti il punto di forza per uno sviluppo che non vuole fermarsi. Paolo Merloni, presidente del consiglio di amministrazione di Ariston Thermo, ha inaugurato l'anno accademico dell'Istao con una lezione dedicata a 'Le sfide di un'impresa multinazionale con radici locali e mercato globale'.

**AD ASCOLTARE** Paolo Merloni c'erano il papà Francesco, Adolfo Guzzini (presidente Istao dal 2008 al 2011), l'imprenditore Alberto Rossi, naturalmente il presidente in carica Pietro Marcolini e Paolo Pettenati (presidente Istao dal 2000 al 2008). Vicino alla famiglia anche l'ex governatore delle Marche Gian Mario Spacca.

**PAOLO MERLONI** non ha mai dimenticato la storia della sua famiglia che è anche quella dell'azienda. Nel racconto ha attraversato velocemente le difficoltà avute negli anni, le divisioni per poi riprendere l'immagine del futuro. «Ma alcuni temi nel corso degli anni sono rimasti costanti: abbiamo avuto sempre a mente i focus che volevamo toccare, grande apertura geografica e impegno strategico. Il secondo tema che ci siamo sempre posti è la crescita – ha spiegato – che doveva essere

50%  
Crescita dei  
ricavi in 10 anni

41  
Paesi dove  
lavora l'azienda

“ Una storia  
di famiglia

**Siamo un'azienda a proprietà familiare, molto ristretta, totalmente managerializzata: i dipendenti decidono, sono in comitati, siamo molto differenti rispetto a tanti altri**



**LEADER** Paolo Merloni, presidente di Ariston Thermo

esponenziale e costante, una necessità per tutte le aziende che vogliono rimanere in vita».

**QUANDO** parla di crescita Merloni si riferisce a una crescita «organica e inorganica, che negli ultimi anni è stata la mia ossessione». Il terzo tema affrontato è un punto fisso: «Avere un orizzonte ampio, non siamo in tutto il mondo, ci mancano ancora dei Paesi, tra questi Giappone, Oceania, Corea. Essere in 41 Paesi – ha detto – è un gioco diverso, molto complesso». L'ad ha inoltre parlato di brand «sul quale continuiamo a

investire molto» e di approccio alle persone e a un sistema organizzativo importante.

«**SIAMO** un'azienda a proprietà familiare, molto ristretta, siamo un'azienda totalmente managerializzata. I dipendenti decidono, sono in comitati, siamo molto differenti rispetto a tante imprese di questo tipo». E inoltre, «puntiamo molto sul fortissimo sviluppo di talenti interni ed è costante la volontà di andare a prendere i migliori sul mercato. Ultimo ma non ultimo la volontà di vedere imprenditorialità nel nostro marchio».



Focus

**Fatturato miliardario e 7.000 dipendenti**

La holding globale del comfort termico ha chiuso il 2017 con un utile di 83 milioni di euro e un fatturato di 1,57 miliardi. Il gruppo vanta circa settemila dipendenti

**FARE IMPRESA** significa fare cultura, «che viene nel nostro caso dalla visione di mio nonno. Siamo per l'integrità, sono talebano su questo. Il nostro management è sempre locale, chiaramente non parlo di quell'Europa che ci è vicina ma di Sud Africa, di Cina, Ucraina e Kazakistan». Essere un'azienda leader significa essere sostenibile mantenendo ben saldo il risultato, «ad oggi siamo al 50% sopra il fatturato di dieci anni fa». Nel futuro di Merloni c'è sicuramente il digitale, lo studio dei cambiamenti demografici, la globalizzazione, «la capacità di vedere la competitività, le nuove dinamiche». Un vanto l'acquisizione dello stabilimento di Albacina che torna nella gestione della famiglia Merloni, «una scelta di territorio».