

**Mercurio Misura**  
da 67 anni accompagna  
le aziende nel futuro

## Innovazione attraverso la formazione

**M**ercurio Misura è un'azienda che ha saputo guardare sempre l'"oltre", combinando marketing cross-canale, Customer Relationship Management, ricerche di mercato e formazione comportamentale fin dalla sua nascita. Fondata nel 1958 dalla fusione di due realtà italiane pionieristiche, Mercurio e Misura dell'opinione pubblica, è diventata un punto di riferimento per l'innovazione in Italia e all'estero. Un percorso che ha avuto inizio nel Dopoguerra, quando il Paese era in fermento e il mercato aveva bisogno di nuove idee. Fin dai primi anni Piero Bassetti, il fondatore, e Ugo Klima, l'edificatore, hanno avuto l'intuizione di portare nelle aziende la formazione evoluta, un elemento che all'epoca mancava completamente. Il loro approccio innovativo si è evoluto nel tempo, abbracciando e fondendo i principi della programmazione neurolinguistica, dell'analisi transazionale e della Scuola di Palo Alto. Nel 1980, Mercurio Misura è stata la prima azienda in Italia a introdurre il marketing telefonico, anticipando

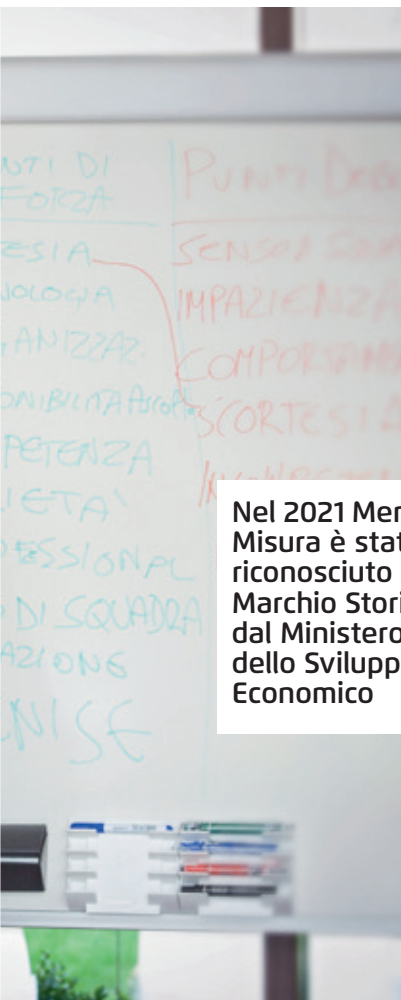
tendenze che avrebbero cambiato il panorama del business e della comunicazione.

Oggi, a distanza di 67 anni, l'azienda ha formato oltre 60.000 persone e ha lavorato per più di 1.800 clienti, tra cui colossi internazionali. Eppure, nonostante il suo straordinario percorso, Mercurio Misura resta fedele alla sua forza innovativa, come sottolinea Stefano Klima, l'attuale amministratore delegato e figlio di Ugo: "Il senso e la ragione d'essere di un'azienda storica è innovarsi. Se non fosse così, nessuna azienda diventerebbe storica: morirebbe prima".

Nel 2021, la storia di Mercurio Misura è stata riconosciuta ufficialmente dal Ministero dello Sviluppo Economico, che l'ha inserita nel Registro Speciale dei Marchi Storici di Interesse Nazionale. Ma l'innovazione non si è fermata alla dimensione nazionale. Mercurio Misura ha esteso la propria presenza in Europa, con uffici operativi in Francia e partnership in Spagna e Austria. L'internazionalizzazione è stata una naturale evoluzione, poiché l'azienda ha sempre puntato a una formazione efficace e personalizzata, con un metodo che non si adatta mai a uno



STEFANO KLIMA, A.D. DI MERCURIO MISURA



**Nel 2021 Mercurio Misura è stato riconosciuto Marchio Storico dal Ministero dello Sviluppo Economico**

la relazione tra le persone”, afferma Stefano Clima. Nel futuro che è già arrivato, gran parte delle attività aziendali saranno affidate all’intelligenza artificiale, ma resterà sempre un aspetto fondamentale: l’interazione umana.

È qui che Mercurio Misura continua a fare la differenza, applicando le sue conoscenze sulle dinamiche interpersonali per garantire che le aziende possano crescere, ma soprattutto che le persone possano lavorare e vivere meglio. ●

## Il metodo che ha trasformato la formazione aziendale

La chiave del successo di Mercurio Misura è il suo approccio unico e innovativo: il metodo maieutico, frutto di una lunga evoluzione semantica, linguistica e dinamica. Questo metodo è sempre stato il cuore del cambiamento per le persone che hanno preso parte ai corsi, dove i partecipanti sono i veri protagonisti del proprio cambiamento. “La maieutica non è per noi una teoria astratta. È un processo pratico e concreto che guida le persone a scoprire il proprio potenziale, mettendole al centro del loro sviluppo”, aggiunge Stefano Clima. Con lo sguardo rivolto al futuro, Mercurio Misura mette l’essere umano al centro, accompagnando l’evoluzione in un mondo sempre più tecnologico e complesso, e ponendo il benessere delle persone come assoluta priorità.



standard predefinito. Ogni corso di formazione, ogni consulenza è unica, studiata su misura per le esigenze specifiche di ogni azienda, sia essa del settore immobiliare, farmaceutico, telecomunicazioni o altro. La base di tutto è lo studio approfondito delle dinamiche interne delle aziende e del mercato in cui operano. “Le aziende sono molto interessate a come comunicano col mercato, come interagiscono con i clienti. Social media, customer service, vendite, post-vendita: sono tutte aree in cui l’azienda entra in contatto con il suo pubblico, ed è in questa fase che noi agiamo per ottimizzare

IL FOCUS È LO STUDIO DELLE DINAMICHE INTERNE E DELL'AMBIENTE IN CUI L'AZIENDA SI MUOVE

