

Il made in Salento sfida (e vince) la crisi "Viaggio" in un libro di Oronzo Trio

● "Imprese oltre la crisi. Strategie e comportamenti manageriali vincenti": un "viaggio" tra chi ce l'ha fatta. Nel Salento e non solo. La firma del saggio è di **Oronzo Trio, studioso di economia e professore aggregato di Marketing del territorio all'Università del Salento.** Il libro (Manni Editori) verrà presentato venerdì prossimo, alle 18.30, presso la libreria Feltrinelli di Lecce, alla presenza del direttore di Nuovo Quotidiano di Puglia Claudio Scamardella e del presidente di Confindustria Lecce Giancarlo Negro.

Il **volume analizza la crisi economica scoppiata all'indomani del fallimento della Lehman Brothers** descrivendone le principali caratteristiche e le conseguenze prodotte tanto sui comportamenti d'acquisto dei consumatori quanto sulle strategie delle imprese. Il punto di osservazione è quello degli imprenditori attraverso l'analisi e la descrizione di dieci modelli di aziende operanti nel Salento che si pongono quali esempi in controtendenza rispetto al prevalente stereotipo di realtà in declino.

Si tratta di imprese che operano nella gran parte dei casi su mercati internazionali e che hanno affrontato la recessione con un atteggiamento proattivo, sfidandola con l'arma che ogni imprenditore dovrebbe sempre tenere appuntata, quella dell'innovazione. Non solo, o non semplicemente, di tipo tecnologico, ma essenzialmente innovazione nell'organizzazione, nei prodotti, nei servizi, nei rapporti con il mercato.

Il volume è strutturato in due parti. Nella prima vengono illustrate le principali caratteristiche ed effetti della crisi prodottasi a livello globale a partire dal 2008: in particolare, gli eventi verificatisi dal fallimento della Lehman Brothers in avanti, le loro ricadute sul comportamento d'acquisto e sui principali settori economici, le conseguenze per le imprese e le loro reazioni strategiche.

Nella seconda parte del libro il professor Trio riporta i casi aziendali presi in esame: **in tutto dieci storie di imprese appartenenti a comparti differenti che hanno saputo mostrare una interessante capacità di reazione alla recessione mediante strategie e comportamenti manageriali rivelatisi vincenti.** «Si tratta di dieci interviste - si legge nella nota di presentazione - che delle imprese analizzate condensano storia, valori, principi e che fanno emergere chiara la capacità del management e della governance di leggere ed individuare per tempo i segnali dei cambiamenti che andavano manifestandosi, di apprestare gli strumenti necessari e di adottare le azioni più appropriate ed incisive per recuperare o mantenere competitività e vendite nei mercati. Le aziende raccontate **Energy Tecno Spa,** Cantine Due Palme, Luciano Barbetta, Martinucci, Gruppo Panarese, Cog, RI Spa, Maldi.Ve del Salento, Castello Monaci, Co.m.media.