



UN LIBRO IN RETE

MANAGEMENT

RITORNO AL FUTURO

edizioni Egea

Giorgio Pellicelli

autore del libro

Romano Cappellari

Università di Padova

Alessandro Bozzoli

Audes Group

Giorgio Pellicelli

MANAGEMENT
RITORNO AL FUTURO

Strategie aziendali per agganciare la ripresa

Cultura d'Impresa



introduce e coordina

Enzo Drapelli

Martini Drapelli Network

Venerdì 27 novembre 2009 ore 20.30

PALAZZO FESTARI - Corso Italia n.63 - Valdagno (VI)

per informazioni: info@guanxinet.it tel. 0445 406758 fax 0445 408485

in collaborazione con Libreria De Franceschi snc Valdagno (VI) tel 0445 412877

Agganciare la ripresa attraverso un nuovo modo di pensare la strategia aziendale

La recessione che stiamo vivendo non ha precedenti dalla fine della seconda guerra mondiale, e già dalla seconda metà del 2008 è risultato evidente che avrebbe cambiato il contesto competitivo in molti settori, che numerose imprese non sarebbero sopravvissute e che le rimanenti sarebbero state costrette a reinventare se stesse. Agli inizi del 2009 è arrivata la conferma che la ripresa dalla crisi economica sarebbe stata lenta e debole e che immaginare il futuro in molti settori sarebbe stato difficile.

Per capire dove stiamo andando, occorre capire come reagiscono i consumatori e le imprese, che cosa fanno i governi e che cosa cambia nella società. La sopravvivenza è l'obiettivo di molte imprese nel breve periodo, ma occorre guardare anche oltre la crisi. È necessario chiedersi come i clienti reagiscono. Cambiano prodotto? Cambiano fornitore? Smettono di comprare? Quello che fanno oggi lo faranno anche fra un anno? E quale deve essere la reazione delle imprese? La prima risposta è ridurre il personale, rallentare la produzione, tagliare i costi fissi, fermare i progetti di investimento. Ma non tutti i costi possono essere tagliati e non tutti i progetti possono essere fermati, senza minare la capacità di competere nel lungo termine. I nuovi problemi non potranno essere risolti interamente con le vecchie regole, istituzioni, strategie e attitudini: occorre attrezzarsi per il futuro.

Il libro di Giorgio Pellicelli è il risultato di una ricerca sugli effetti della recessione in alcuni settori e sulle risposte di strategia e di gestione date dalle imprese. Sulla base delle esperienze di precedenti recessioni è l'approccio alle strategie di crescita che fa la differenza tra chi perde, chi sopravvive e chi vince. I perdenti sono quelli che assumono posizioni di difesa, partendo dal presupposto che nulla cambi rispetto a prima: stessi prodotti, stessi concorrenti più o meno forti di prima, stesse motivazioni dei compratori. Nella recessione occorre invece un nuovo modo di pensare, andando talvolta contro i dogmi comunemente accettati. Nessuna strategia ha successo senza una struttura organizzativa adeguata. Per avere successo nella sfida alla recessione, l'organizzazione deve essere aperta al cambiamento, ma soprattutto deve sviluppare una nuova cultura. Il management deve saper individuare le aree di maggior rischio e che richiedono maggiore intensità di intervento, ma saper anche guardare all'insieme dell'impresa. Saper guardare all'oggi, ma saper guardare soprattutto oltre la crisi.

Giorgio Pellicelli laureato in Economia all'Università Bocconi e ITP della Harvard Business School ha unito la carriera accademica a un'ampia esperienza aziendale. Ordinario di Strategie d'Impresa nella Facoltà di Economia dell'Università di Torino e responsabile della Masters Division della stessa Facoltà, ha fatto parte di consigli di amministrazione quali Fiat, La Rinascente, Saipo-L'Oréal. Tra le sue pubblicazioni: *Le imprese multinazionali*, *Marketing Internazionale*, *La gestione della finanza internazionale*, *Big buyers*. Parteciperanno alla serata: Romano Cappellari, docente di marketing alla Facoltà di Economia dell'Università di Padova e direttore scientifico del Master in Retail Management e Marketing della Fondazione Cuoia, Alessandro Bozzoli, laureato in Ingegneria Gestionale a Vicenza, fondatore della Audes Group di Padova, azienda padovana di capi di abbigliamento sportswear e brandizzati, vincitore del premio Sciacca 2009 per la categoria giovani imprenditori. Coordinerà la serata Enzo Drapelli, del Martini Drapelli Network .

Evento del

