

LA STRATEGIA AZIENDALE NEI MERCATI COMPLESSI

15 Luglio 2010



PESCARA – Creare una strategia è un po' come creare un'opera d'arte: non esiste un metodo codificato, poiché ciò a cui si mira è il nuovo, l'unico, ciò che filosoficamente possiamo chiamare atopos, cioè originale, sfuggente ed innovativo, che spiazza e sorprende, che non si incasella nel già noto. D'altra parte, un'azienda, se non può disporre della ricetta per trovare il suo atopos, può però adottare uno stile, una cultura, un approccio alla realtà che favoriscano il pensiero strategico, che siano terreno fertile per il sorgere di idee innovative e vincenti.

Questo può essere fatto, ed a ciò mira il libro di Lucio Macchia, "La strategia aziendale nei mercati complessi". Il volume sarà presentato sabato prossimo alle ore 18, presso il Museo delle Genti d'Abruzzo, nel corso della XV Rassegna dell'editoria abruzzese.

Il libro si propone quindi un percorso estremamente multidisciplinare, che collega i modelli "arcaici" degli anni '50 alle nuove frontiere sviluppate negli attuali mercati complessi.

Così la trattazione è aperta ad un ricco paniere di discipline, tentando di mostrarne il loro rapporto olistico, nell'ambito del fare strategia: micro-economia, economia industriale, teoria dei giochi, marketing, comunicazione, sociologia, teoria della complessità, teoria dei sistemi, psicologia, semiologia, filosofia.

Perché trattare un ambito così complesso come quello dei moderni mercati non può prescindere da una riconfigurazione dell'approccio culturale, basato su una ricca contaminazione tra metodologie e contenuti affatto differenti ed eterogenei.

Tutto questo nella profonda, umanistica convinzione, che fare strategia significa, ben oltre il semplice concetto di gestione aziendale, scegliere un modo di porsi di fronte al mondo, per capirlo, influenzarlo, migliorarlo.

Lucio Macchia, formatore nell'ambito di corsi per professionisti e master di business school, opera in una primaria azienda di telecomunicazioni, occupandosi di management in contesti complessi, affrontando tematiche di ideazione, controllo di gestione, business plan e valutazione di opzioni strategiche.