

**FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE**



INFORMAZIONI PERSONALI



Cognome e Nome

TRIO ORONZO

Indirizzo

**UNIVERSITA' DEL SALENTO – DIP.TO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
VIA PER MONTERONI, COMPLESSO ECOTEKNE
– 73100 LECCE (LE)**

NAZIONALITA

ITALIANA

LUOGO E DATA DI NASCITA

Surbo (Le) 24/02/1971

Telefono

0832 298794

349/1026898

Fax

E-mail

oronzo.trio@unisalento.it

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- 2014 Summer School *Società Italiana di Marketing*, Urbino 3-5 luglio 2014
- 2008 Scuola estiva su “*Analisi e modelli econometrici per la ricerca sociale*”.
Università della Calabria
- 2002 Scuola estiva Aiig (Associazione Italiana Ingegneria Gestionale). Corso di specializzazione e perfezionamento su “*La learning organization*”.
Bressanone, 16-20 settembre 2002.
- 1996 Corso di perfezionamento in Diritto Tributario. Università degli Studi di Lecce.
- 1995 Laurea in scienze economico-bancarie conseguita presso l’Università degli Studi di Lecce con votazione 110/110 con lode. Tesi in Tecnica Bancaria su “La funzione della banca nelle crisi aziendali”; relatore Ch.mo Prof. Alessandro Carretta.
- 1989 Diploma di ragioniere e perito commerciale conseguito presso l’istituto tecnico commerciale O.G. Costa – Lecce con votazione 50/60

ATTIVITA’ ACCADEMICHE E PROFESSIONALI

- Da gennaio 2020 Amministratore Unico della *Farmacia Comunale Surbo Srl*, società mista con sede in Surbo – località Giorgilorio – Via C. De Giorgi n. 3
- Da settembre 2019 Componente del Comitato Tecnico Scientifico della *Fondazione ITST (Istituto Tecnico Superiore per l’Industria dell’Ospitalità e del Turismo Allargato – Lecce)*
- Da dicembre 2018 Revisore Unico di *Brb Holding Srl*, Zona Industriale – Nardò (Le)
- Da settembre 2018 Referee per la rivista “*Journal of Retailing and Consumer Service*”. Springer Berlin Heidelberg
- Da giugno 2018 Referee per la rivista “*Review of Managerial Science*”. Springer Berlin Heidelberg
- Da novembre 2017 Referee per la rivista “*Micro e Macro Marketing*” ed. Il Mulino
- Da ottobre 2017 Componente del gruppo di ricerca istituito presso l’Università del

Salento, Dipartimento di Scienze della Comunicazione, per il progetto ENTREFISH (*Entrepreneurship for new employment and new skill in fishery's and aquaculture's SMEs. Imprenditorialità per nuova occupazione e nuove competenze nelle PMI della pesca e dell'acquacultura*)

- Da maggio 2017 Referee per la rivista "*International Business Research*"
- Da dicembre 2014 Componente del gruppo di ricerca istituito presso l'Università del Salento, Dipartimento di Scienze dell'Economia, per il progetto "*VINCENTE. A Virtual collective Intelligence ENvironment to develop sustainable Technology Entrepreneurship ecosystems*". Programma Operativo Nazionale R&C 2007-2013. PON 02_00563_3470993.
- Dal 2014 Referee per "*International Conference of The Society for Global Business & Economic Development*"
- Da giugno 2014 Componente del gruppo di ricerca istituito presso l'Università del Salento, Dipartimento di Scienze dell'Economia, per il progetto affidato dall'Agenzia Regionale per il Turismo (ARET) - Pugliapromozione su "*I turismi di Puglia. Analisi della competitività dei territori pugliesi*"
- Da agosto 2012 ad aprile 2014 Componente del gruppo di ricerca istituito presso l'Università del Salento, Dipartimento di Scienze dell'Economia, per il progetto "*Sviluppo di strumenti tecnologici e servizi innovativi di analisi e comunicazione della distintività dei prodotti tradizionali jonico-salentini per rafforzare la penetrazione commerciale della rete di pmi del distretto Jonico-salentino*". Programma Operativo Regionale FESR 2007-2013 – Obiettivo Convergenza, Asse I, Linea 1.2, Azione 1.2.4
- 2013 Docente presso Università di Roma, Tor Vergata, nel Master in "*Economia e Gestione Immobiliare*"
- Referee dell'*European Marketing Academy*
- Referee per "*The International Journal of Economic Behaviour*"
- 2010 Docente presso la *Luiss Business School* nel Master in "*Management delle Imprese di Costruzione*".
- Dal 2009 Ricercatore confermato a tempo pieno di *Economia e Gestione delle Imprese* presso l'Università del Salento – Dipartimento di Scienze dell'Economia.
- Titolare dei seguenti corsi tenuti presso la Facoltà di Scienze della Formazione, Scienze Politiche e Sociali:
- Organizzazione Aziendale (a.a. 2010/11) – Corso di Laurea Triennale in Sociologia
 - Marketing Territoriale (dall'a.a. 2011/12) - Corso di Laurea Triennale in Scienze dell'Amministrazione e Politiche del

	<p>Territorio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing del Territorio (dall'a.a. 2012/13) – Corso di Laurea Magistrale in Sociologia e Ricerca Sociale - Marketing e Management del Terzo Settore (dall'a.a. 2015/16) – Corso di Laurea in Progettazione e Gestione dei Processi Formativi)
Giugno 2013-Giugno 2015	Presidente del Comitato tecnico istituito in seno al Comune di Leverano (Le) per l'attuazione del progetto MedLS finalizzato alla istituzione di un marchio collettivo per la promozione e la tutela dello stile di vita associato alla dieta mediterranea.
Dal 2009	Componente del Comitato Tecnico Scientifico della Scuola di Formazione Manageriale "Aforisma" (Lecce)
Dal 2005 al 2009	Ricercatore di <i>Economia e Gestione delle Imprese</i> all'Università di Teramo.
	<p>Titolare dei seguenti corsi tenuti presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing; - Tecniche Manageriali per la Comunicazione; - Linguaggi pubblicitari; - Teorie e Tecniche della Pubblicità; - Marketing per la comunicazione.
Dal 2004 al 2012	Amministratore Unico della "Trio Edilizia e Manufatti Srl", società operante nei settori del commercio di materiali da costruzione e nel settore immobiliare (costruzione e vendita di immobili).
Da febbraio a settembre 2008	Partecipazione in qualità di tutor al progetto "Upgrading of Shaanxi Weinan Industry School and Northwest University Vocational College", programma di scambio di esperienze, formazione superiore e d'eccellenza, realizzato dall'Università del Salento per docenti provenienti dalle province di Shaanxi e Sichuan (CINA).
Dal 2000 al 2005	Assessore al Comune di Surbo (Le) con delega a Finanze, Bilancio e Programmazione Economica.
Dal 2000 al 2001	SCUOLA SUPERIORE SANT'ANNA (Pisa) – collaborazione prestata alla realizzazione del Progetto Link P6: promotori dell'innovazione territoriale – moduli formativi per imprese spin-off e marketing della ricerca nell'area jonico-salentina.
Dal 1998 al 1999	Curatore Fallimentare – Tribunale di Lecce

Dal 1998 al 2001 Esercente la professione di Dottore Commercialista e Revisore Contabile

Dal 1997 al 1999 Componente del Collegio dei Revisori dei Conti del Comune di Surbo (Le)

Dal 2004 Attività di docenza presso Master e Corsi di Formazione, tra cui:
Master di II livello in *Marketing e Management dei servizi Turistici*.
Università del Salento, Dipartimento di Scienze dell'Economia (2014)

Uni.Versus (Consorzio Universitario per la Formazione e l'Innovazione)
Lecce (novembre 2011-maggio 2012)

Master Universitario di II livello in "Management dell'innovazione"
promosso dall'Università degli Studi di Teramo – Facoltà di Scienze
della Comunicazione (2007)

Master Universitario di II livello in "Manager della filiera cerealicola"
promosso dall'Università degli Studi di Teramo – Facoltà di Agraria
(2007)

Master Universitario di II livello in "Gestione dei processi di
internazionalizzazione" promosso dall'Università degli Studi del Salento
(2007).

Master Universitario di II livello in "Qualità, valutazione, previsione e
controllo" promosso dall'Università degli Studi del Salento – Facoltà di
Economia "De Viti De Marco" (2007)

Master in Creazione e Sviluppo di Nuove Imprese in Contesti
Competitivi Emergenti promosso dall'Università degli Studi di Teramo
(2005).

Master PMI-Innova – Corso di specializzazione in Agenti di Sviluppo
dell'innovazione per le Pmi promosso dall'Università degli Studi di
Lecce (2004).

ABILITAZIONI

Ordine dei Dottori Commercialisti per la circoscrizione del Tribunale di
Lecce: Iscrizione all'albo dal 19/4/1997 al n. 1009

Registro Nazionale dei Revisori Contabili: iscrizione con provvedimento
15/10/1999 pubblicato nella G.U., supplemento n. 87 – IV Serie

PUBBLICAZIONI

- 1) **Trio O.** (2019), *Le vie della crescita per la piccola impresa. Dai valori familiari al valore aziendale*. Manni Editori, Lecce
- 2) De Luca M., Campo R., **Trio O.**, Carvalho F.R. (2019), *Effects of packaging in the perception of dietetic cookies*, Excellence in Services, 22nd International Conference, Thessaloniki (Greece), ISBN 9788890432798
- 3) **Trio O.**, Campo R. (2018), “La convivenza tra vinile e digitale nell’era della musica liquida”. *Micro e Macro Marketing*, n. 2/2018, Il Mulino, Bologna.
- 4) **Trio O.**, Campo R. (2017), *Il consumo di musica digitale. Prime evidenze di una ricerca intergenerazionale*. Atti del XIV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, 26-27 ottobre 2017, Bergamo.
- 5) **Trio O.**, Iazzi A., (2017), “Consumers’ preferences in the estate market: An explorative research on the residential product”, *Mercati e Competitività*, No. 3
- 6) Iazzi A., Maizza A., Fonseca A., **Trio O.**, Rosato P. (2017). *Millennial generation e consumo di vino: le determinanti di acquisto ed il ruolo della digital communication*. Atti del Convegno Annuale “Sinergie-Sima”, *Value co-creation: le sfide di management per le imprese e la società*”. Napoli, 15-16 giugno 2017.
- 7) **Trio O.** (2017). “*Imprese oltre la crisi. Strumenti e comportamenti manageriali vincenti*”. Manni Editori, Lecce.
- 8) Iazzi A., **Trio O.**, Gravili G. (2017). “Hotels and On Line Travel Agency: Power or Trust for a Competitive Long-Term-Relationship?”, *International Journal of Technology Marketing*, Vol. 12, No. 2.
- 9) Iazzi A., Rosato P., **Trio O.**, (2017), *The relationship between Hotels and On Line Travel Agency: Opportunities and Challenges for a Long Term Strategy*. World Organisation of Systems and Cybernetics, University of Sapienza, Roma, 25-27 gennaio.
- 10) **Trio O.** (2016). “La gestione finanziaria delle imprese”, in *Management d’impresa. I processi gestionali tra digitalizzazione e*

iper-competitività”, Maizza A. (a cura di), Ed. I Liberrimi, Lecce.
ISBN 978 8888 471105

- 11) Maizza A., **Trio O.**, Fonseca A. (2016). “L’impresa futura passa dal Web, ma ha bisogno dei giovani...”. *Quaderni di ricerca sull’artigianato*, n. 2. Il Mulino, Bologna.
- 12) Iazzi A., Vrontis D., **Trio O.**, Melanthiou Y. (2016). “Consumer Preferences, Satisfaction and Intentional Behavior: Investigating Consumer Attitudes for Branded or Unbranded Products”. *Journal of Transational Management*, Vol. 21, No. 2, ISSN 1547-5778, Routledge, Taylor and Francis.
- 13) **Trio O.**, Iazzi A. (2016). “Trust and distrust in the Relationship between Construction Firms and Real Estate Agents: Empirical Evidence from Italy”. *International Journal of Business and Management*, Vol. 11, No. 4, ISSN 1833-3850.
- 14) **Trio O.** (2015). “*Storie impres(s)e. Lo sviluppo aziendale tra sogno e realtà*”. Manni Editori, Lecce.
- 15) Iazzi A., **Trio O.**, Gravili S. (2015). “Trust as a marketing tool in B2B online relations. A focus on Otas.” In D. Vrontis, Y. Weber, E. Tsoukatos (a cura di), *Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Value Chain in a Dynamic Enviroment*. Proceedings of the 8th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business. Verona, 16-18 settembre 2015. Euromed Press, pp. 2559-2560. ISBN: 978-9963-711-37-6.
- 16) **Trio O.** (2015): “*L’orientamento del cliente nella scelta del prodotto abitativo*”, in Cafferata R. (a cura di), “Real Estate. Tendenze evolutive del settore”. Il Mulino, Bologna
- 17) **Trio O.** (2015): “The Intangible Resources in the Relationship between Real Estate Agents and Customers: what is the role of trust?”. *International Journal of Sales, Retailing and Marketing*, Vol. 4, No. 4, pp. 144-152.
- 18) Iazzi A., **Trio O.**, Pandurino A., Caione A. (2015), “The evaluation of market attractiveness through the marketing intelligence approach. A tool for the SMEs”, *International Journal of Markets and Business Systems*. Vol. 1, No. 2, pp. 93-107.
- 19) **Trio O.** (2014), “In- or outsourcing of the sales force? What is better? The case of construction industry”, *International Journal of Globalisation and Small Business*, Vol. 6, No. 3-4, pp. 193-207.
- 20) Caione A., Iazzi A., Pandurino A., **Trio O.** (2014): “The markets screening process through the marketing intelligence”, Conference Book of Proceedings, *Contemporary Trends and Perspectives in Wine and Agrifood Management*, Vrontis D. et al. (eds), EuroMed Press, ISBN 978-9963-711-30-7

- 21) **Trio O. (2014):** “*The intangible resources in the relationship between real estate agents and customers. What is the role of trust?*”. 13th International Conference of the Society for Global Business & Economic Development, Ancona 16-18 luglio 2014.
- 22) **Trio O. (2014):** “Le determinanti dei processi di in/outsourcing della funzione commerciale nelle PMI. Il caso del settore edile”. *Sinergie n. 94*
- 23) **Trio O.,** “Elementi di marketing territoriale”, in Trio O. (a cura di) (2014): “*Strumenti e percorsi di marketing aziendale e del territorio*”. Franco Angeli, Milano.
- 24) **Lombardo G., Trio O.,** “Lo sviluppo turistico di un territorio <<problematico>>. Il caso di Lampedusa”, in Trio O. (a cura di) (2014): “*Strumenti e percorsi di marketing aziendale e del territorio*”. Franco Angeli, Milano.
- 25) Fait M., Scorrano P., **Trio O. (2014):** “*La misurazione delle performances della social web communication nelle aggregazioni agroalimentari*”. International Marketing Trend Conference, Venice 24-25 gennaio 2014, ISBN 978-2-9532811-2-7.
- 26) Iazzi A., Rosato P., **Trio O. (2013):** “*La brand awareness nelle relazioni di filiera delle imprese edili*”. XXXVI Aidea Conference “The Firm’s Role in the Economy: Does a growth-oriented business model exist?”. Lecce, 19-20-21 settembre 2013 (ISBC 978-88-6611-294-5)
- 27) Fait M., Iazzi A., **Trio O.,** Iaia L. (2013): “*Social Web Communication and CRM in the marketing strategies of wine enterprises*”. Journal of Economic Behavior, n. 3, pp. 103-116.
- 28) Fait M., Iazzi A., **Trio O.,** Iaia L. (2013): “*Le strategie di Social-CRM: le potenzialità della social communication nel settore vitivinicolo*”, in “Lo sviluppo sostenibile” (a cura di G. Guido e Massari S.), Franco Angeli, Milano.
- 29) Maizza A., Iazzi A., **Trio O.,** Gravili S. (2012): “*La fiducia nelle relazioni impresa-banca: quali conseguenze sullo sviluppo territoriale?*” Atti del XXIV Convegno Annuale “Sinergie”, *Il territorio come giacimento di vitalità per l’impresa*. Lecce, 18-19 ottobre 2012
- 30) Pedeliento G., **Trio O.,** Andreini D. (2012): “*Il radicamento all’estero delle imprese di costruzioni italiane. Analisi teorica ed evidenze empiriche*” Atti del XXIV Convegno Annuale “Sinergie”, *Il territorio come giacimento di vitalità per l’impresa*. Lecce, 18-19 ottobre 2012
- 31) Fait. M., **Trio O:** (2011): “*Da denominazione d’origine a marca:*

riflessioni su alcune esperienze consortili". Micro & Macro Marketing n. 3, Il Mulino, Bologna.

- 32) **Trio O.** (2011): "*Scelte strategiche ed aspetti di marketing nella distribuzione del prodotto casa*". Working paper, XXXII Conferenza Italiana di Scienze Regionali, Torino.
- 33) Fait M., **Trio O.** (2011): "*Il ruolo dei marchi e dei Consorzi di tutela per la competitività delle produzioni tipiche agroalimentari*", International Marketing Trend Conference, Paris 20-22 gennaio 2011.
- 34) **Trio O.** (2010): "L'industria edile. Attori, processi, mercati". Cacucci, Bari.
- 35) **Trio O.** (2010): "L'innovazione nell'edilizia abitativa tra risparmio energetico e nuovi materiali". *L'industria*, n. 2, Il Mulino, Bologna.
- 36) **Trio O.** (2009): "I rapporti industria-distribuzione nel settore edile tra cooperazione e conflitto". "*Mercati e Competitività*", n. 4, Franco Angeli, Milano.
- 37) Cardinali S., **Trio O.** (2009): "Fondamenti del pricing". In Cristini G. (a cura di), "Marketing", Il Sole-24 Ore, Milano.
- 38) **Trio O.** (2008): "*Le costruzioni, un'industria a banda larga di tecnologia*", in Trio O. (a cura di): Atti del convegno su "Innovazione e risparmio energetico: nuove sfide per il cambiamento dell'edilizia abitativa". Franco Angeli, Milano.
- 39) **Trio O.** (2008): "*L'impatto della cortesia sulla customer satisfaction*", in Bianchi et al.: "Economia della cortesia". Carocci editore.
- 40) **Trio O.** (2008): "Le sinergie di marketing nel settore edile: il ruolo propulsivo dei consorzi nel comparto dei laterizi". "*Mercati e Competitività*" n. 1, Franco Angeli, Milano.
- 41) **Trio O.** (2007): "Le strategie di ingresso delle pmi nei mercati internazionali", in Pirri G. (a cura di) "*L'internazionalizzazione delle PMI abruzzesi. Prospettive ed opportunità*". Il Piccolo Libro, Teramo.
- 42) **Trio O.** (2006): "Nuovi assetti della comunicazione d'impresa nel settore edile". Atti del Convegno Aidea Giovani svoltosi a Lecce il 24 e 25 novembre 2005. Ed. I Liberrimi
- 43) **Trio O.** (2004): "Stabilità e innovazione nei settori maturi: un'analisi sul settore estrattivo". Pubblicato sulla rivista "Sinergie" n. 63/2004
- 44) Cesaroni F. – Lazzeroni M. – Piccaluga A. – **Trio O.** (2003):

“Ricerca scientifica e imprese high tech nell’area jonico-salentina”.
In Cesaroni – Piccaluga (a cura di): “Distretti industriali e distretti tecnologici. Modelli possibili per il Mezzogiorno”. Franco Angeli, Milano.

- 45) Cesaroni F. – Piccaluga A. – **Trio O.** – Viegi L. (2001): “Risorse scarse e preziose per l’innovazione. I fattori critici per la nascita di imprese spin-off della ricerca nell’area di Brindisi e Lecce”, in Lanzara R. – Lazzeroni M. (a cura di): Metodologie per l’innovazione territoriale. Un progetto sperimentale nelle aree di Pisa, Benevento, Brindisi e Lecce. Franco Angeli, Milano
- 46) Cesaroni F. – Nazaro A. – Piccaluga A. – **Trio O.** – Viegi L. (2001): “La nascita di imprese spin-off della ricerca: il progetto Link nell’area di Brindisi-Lecce secondo la teoria delle Socio-Technical Constituencies (STC)”. Atti della conferenza nazionale “Le reti di innovazione e lo sviluppo territoriale. Analisi di un’esperienza: il progetto Link” – 16/17 gennaio 2001.

**CAPACITÀ E COMPETENZE
PERSONALI**

MADRELINGUA

ITALIANO

ALTRE LINGUE

- Capacità di lettura
- Capacità di scrittura
- Capacità di espressione orale

INGLESE (INTERMEDIATE LEVEL)

ECCELLENTE

OTTIMA

OTTIMA

CAPACITÀ E COMPETENZE
RELAZIONALI

OTTIME CAPACITA' RELAZIONALI

CAPACITÀ E COMPETENZE
ORGANIZZATIVE

OTTIME CAPACITÀ DI COORDINAMENTO E DI ORGANIZZAZIONE MATURATE A SEGUITO DI NUMEROSE ESPERIENZE E PROGETTI NEI QUALI E' STATO COINVOLTO.

CAPACITÀ E COMPETENZE
TECNICHE

OTTIMA CONOSCENZA DEGLI APPLICATIVI WINDOWS.

Consapevole delle sanzioni penali, nel caso di dichiarazioni non veritiere, di formazione o uso di atti falsi, richiamate dall'art. 76 del D.P.R. 445/2000, dichiaro che quanto sopra corrisponde a verità. Ai sensi della legge 675/96 dichiaro, altresì, di essere informato che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa e che al riguardo competono al sottoscritto tutti i diritti previsti all'art. 13 della medesima legge.