

LE STRATEGIE DEI LEADER PER CAMBIARE LA TUA VITA

W. CHAN KIM
RENÉE MAUBORGNE

STRATEGIA OCEANO BLU

VINCERE
SENZA COMPETERE

NUOVA EDIZIONE
DEL BESTSELLER INTERNAZIONALE

W. CHAN KIM
RENÉE MAUBORGNE

STRATEGIA OCEANO BLU

VINCERE
SENZA COMPETERE

Prefazione di Alessandro Di Fiore

Nuova edizione

BUR leadership
Rizzoli

Pubblicato per



da Mondadori Libri S.p.A.

Proprietà letteraria riservata

© 2015 Harvard Business School Publishing Corporation

Published by arrangement with Harvard Business School Press

editore originale: Harvard Business Review Press, Boston, Massachusetts

© 2015 RCS Libri S.p.A., Milano

© 2016 Rizzoli Libri S.p.A. / Rizzoli Etas, Milano

© 2018 Mondadori Libri S.p.A., Milano

ISBN: 978-88-17-17953-9

Titolo ogirinale dell'opera:

*Blue Ocean Strategy. How to Create Uncontested Market Space and
Make the Competition Irrelevant*

Traduzione di Roberto Merlini e Matteo Vegetti

Prima edizione Rizzoli Etas: 2015

Prima edizione BUR Leadership: gennaio 2023

Seguici su:

www.rizzolilibri.it

[f/RizzoliLibri](https://www.facebook.com/RizzoliLibri)

[t@BUR_Rizzoli](https://www.twitter.com/BUR_Rizzoli)

[i@rizzolilibri](https://www.instagram.com/rizzolilibri)

STRATEGIA OCEANO BLU

*All'amicizia e alle nostre famiglie,
che danno davvero un senso
al nostro mondo*

Prefazione all'edizione italiana

Strategia Oceano Blu rappresenta una pietra miliare nell'evoluzione del pensiero strategico mondiale, che ha posto gli autori tra i grandi nel campo del management. Il tema del libro è la crescita profittevole, una priorità per gli Amministratori Delegati e gli imprenditori delle aziende italiane che si confrontano con una concorrenza sempre più agguerrita. Dopo il successo globale della prima edizione che è stata pubblicata nel 2005 e ha venduto 3,5 milioni di copie in tutto il mondo, ecco la nuova edizione che ha due nuovi capitoli e ne espande un terzo.

Prima di riassumere brevemente cosa c'è di nuovo, vorrei riprendere un importante concetto a beneficio dei leader che, sulla base di questa prefazione e quella degli autori, dovranno decidere se investire alcune ore del loro tempo per leggere, oppure no, questo libro. Un buon numero di lettori "praticoni" penserà: "si tratta del solito libro teorico che non mi aiuta nelle decisioni aziendali del giorno per giorno". Tuttavia, i leader, ogni volta che maturano una decisione, lo fanno sulla base di un modello mentale che dovrebbe portarli al risultato atteso, ovvero sulla base di una teoria. I leader sono dei voraci utilizzatori di teorie,

molte volte inconse e inadeguate perché basate solo sulla loro esperienza personale legata a circostanze diverse da quella che stanno affrontando in quel momento. Allora una teoria corretta non può che essere di estremo aiuto, in particolare una teoria che in questo momento storico per l'Europa si pone l'obiettivo di aprire il *black box* della crescita profittevole.

Questa nuova edizione approfondisce alcuni punti, rispondendo alle seguenti domande:

- Come allineare tutte le componenti aziendali al fine di eseguire la Strategia Oceano Blu?
- Come prolungare nel tempo l'oceano blu che è stato creato? Come continuare a rinnovarsi istituzionalizzando la capacità di creazione di nuovi oceani blu all'interno dell'azienda?
- Come evitare le trappole del pensiero oceano rosso – vere e proprie mine – nel processo di identificazione e realizzazione della Strategia Oceano Blu?

Per rispondere a queste domande il libro è stato aggiornato e ampliato, con l'aggiunta dei nuovi capitoli. La consulenza degli autori e del Global Blue Ocean Strategy Network nell'applicazione della teoria e degli strumenti del libro presso grandi e piccole aziende nel mondo ha fornito le *lessons learnt* per questa nuova edizione.

Strategia Oceano Blu era attuale in Italia dieci anni fa e lo è ancora di più oggi. Economia stagnante, mercati maturi o declinanti, competizione globale e risorse finanziarie più difficili da attivare stanno limitando le aspirazioni di molte aziende italiane. In un mercato che più rosso non si può è quasi automatico pensare ad azioni solo tattiche di sopravvivenza. Seguendo questa logica è difficile uscirne.

Forse è possibile prolungare il “galleggiamento” in attesa di tempi migliori che però in molti settori non saranno come prima perché i cambiamenti sono anche strutturali e non solo congiunturali.

L'alternativa è quella di ripensarsi radicalmente e di farlo riducendo i rischi attraverso una teoria corretta e strumenti analitici utilizzati con successo da milioni di lettori. Io dico forza imprenditori e leader italiani che avete già dimostrato di essere capaci di grandi imprese negli ultimi cinquant'anni. È il momento di farlo di nuovo. Il mercato ora è il mondo. Mi auguro che questa edizione di *Strategia Oceano Blu* possa fornire un contributo positivo a tutti gli italiani impegnati nella sfida di un nuovo cammino di crescita profittevole.

Milano, gennaio 2015

*Alessandro Di Fiore**

* Founder & CEO dello European Centre for Strategic Innovation (ECSI) e di ECSI Consulting con sedi a Boston, Londra e Milano. Presidente di Harvard Business Review Italia. Senior Member del Global Blue Ocean Strategy Network fondato dai professori Chan Kim e Renée Mauborgne. Twitter @alexdi fiore. E-mail adifiore@ecsi-consulting.com.