

# Indice

	<b>Introduzione</b>	7	📄
<b>1</b>	<b>Due esempi per iniziare</b>	13	
	1.1 Apple & Steve Jobs: una strategia di enorme successo	13	📄
	1.2 Luxottica: dal distretto alla leadership mondiale	23	📄
<b>2</b>	<b>La strategia: un filo che lega le decisioni</b>	28	📄
	2.1 Che cos'è la strategia?	28	
	2.2 Tutte le imprese hanno una strategia?	31	
	2.3 Perché è importante avere una (buona) strategia?	31	
	2.4 Avere una strategia significa avere successo?	32	📄
	2.5 La strategia può essere modificata o addirittura cambiata?	33	
<b>3</b>	<b>Il valore</b>	36	📄
	3.1 Una strategia è «buona» solo se crea valore	36	
	3.2 Lo «shareholder's value»	38	📄
	3.3 Valore di mercato, valore di libro, extraprofitabilità e crescita	39	
	3.4 La capitalizzazione di Borsa	41	
	3.5 Valore per chi?	42	
	3.6 Valore e strategia finanziaria	47	
	3.7 Valore e profitabilità corrente	48	
	3.8 Valore e rischio	48	
	3.9 Valore e comportamenti ai confini del lecito	50	
	3.10 Valore, contenzioso legale e processi autorizzativi	52	📄
	3.11 Valore e responsabilità sociale	53	📄
	3.12 Valore e «anime» dell'impresa	56	
<b>4</b>	<b>Il business model</b>	58	📄
	4.1 Al cuore delle scelte strategiche	58	
	4.2 Modellizzare l'impresa	58	

4.3	Porre l'enfasi sulla continuità o sulla discontinuità?	60	
4.4	Il business model dell'impresa	63	📄
4.5	L'output dell'impresa	70	
4.6	Le attività dell'impresa	78	📄
4.7	Il posizionamento dell'impresa nella filiera	80	📄
4.8	La dimensione geo-politica	88	📄

<b>5</b>	<b>La competizione</b>	98	📄
5.1	I fattori chiave alla base dei differenziali competitivi	98	
5.2	Le economie di scala	101	📄
5.3	Il grado di utilizzo delle risorse	110	
5.4	Il know-how	113	📄
5.5	L'immagine e i brand	115	📄
5.6	Gli standard proprietari	119	
5.7	Le asimmetrie negli accessi e nei costi delle risorse umane	121	
5.8	Le asimmetrie negli accessi e nei costi delle risorse finanziarie	123	📄
5.9	Le asimmetrie negli accessi e nei costi delle localizzazioni	124	
5.10	Le asimmetrie negli accessi e nei costi degli asset legate a fattori istituzionali	125	
5.11	Il timing	127	
5.12	Le sinergie da portafoglio	129	
5.13	Mortalità dei prodotti e continuità dell'impresa: i fattori-ponte	132	
5.14	La complessità della competizione	136	

<b>6</b>	<b>Le mosse strategiche</b>	139	📄
6.1	Le azioni organiche per la crescita	139	📄
6.2	Le acquisizioni, le fusioni e le joint-venture	140	📄
6.3	Le ristrutturazioni	152	
6.4	Gli IPO	157	
6.5	La morte dell'impresa	162	📄

<b>Bibliografia essenziale</b>	165	📄
--------------------------------	-----	---