



RETAIL, RICERCHE — 19 APRILE 2019

# Siete dei manager disorientati? Allora avete bisogno di una guida e di un modello

LUIGI RUBINELLI



Aprile 2019. Mentre in giro per il mondo si innalzano muri, anziché abbassarli, mentre il concetto di tempo imprigiona aziende e consumatori e diventa una materia prima rara esce questo libro di Danilo Villa, Guida per manager disorientati, [Franco Angeli](#), 15 euro.

Danilo Villa è stato direttore del personale e organizzazione di Dhl, Pirelli pneumatici, Esselunga, Coop Italia e direttore generale operazioni di Coop Lombardia. Oggi è consigliere delegato e direttore generale di Brico Io, azienda di Coop Lombardia. Quindi un manager, per chi non lo conosce, con una solida esperienza e una preparazione completata in differenti settori. L'ho conosciuto a Coop Lombardia azienda nella quale si è cimentato nella ristrutturazione della rete.

Alcune interpretazioni sul titolo. Che i manager siano disorientati è vero, ma è difficile parlarne a loro, perché nel loro disorientamento da una parte devono mascherare il loro disagio e dall'altra devono comunque indicare la strada da percorrere e precedere il tempo che scorre troppo velocemente. Quindi il titolo è disarmante, addirittura Villa propone una guida.

Ovviamente è necessario verificarla. Nella scrittura si fa aiutare da Leonardo Cilia (BCG, Centro sviluppo e formazione) con il quale intrattiene un dialogo. La forma scelta per un libro di management è anch'essa inusuale, diversa dai soliti clichè. Occorre verificare anche questo.

Il libro è veloce, scritto bene, ben leggibile, quasi leggero pensando a Italo Calvino e al suo concetto di leggerezza nelle Lezioni Americane, nonostante l'argomento.

Il duo Villa-Cilia propone una bussola, un percorso per sfruttare le energie che le aziende posseggono e che l'agitazione dei mercati propongono.

L'azienda possiede sempre una propria cultura e valori di impresa caratteristici che devono essere collegati alla mission e alla vision, alla strategia ai processi e all'operatività quotidiana. Compito delle funzioni apicali, dice Villa-Cilia è coinvolgere le persone che lavorano nell'azienda sulla bontà delle scelte e del percorso intrapreso, anzi, condividendo il percorso. È questo il passaggio chiave, soprattutto nelle aziende di commercio, che devono mettere al centro della loro attività la soluzione delle richieste e dei problemi posti dalla clientela. Un impegno che implica tempo e nell'affrontare la variabile tempo le costringe a delle scelte.

Non c'è divisione fra lungo e breve periodo nel libro di Villa-Cilia e forse è giusto così anche se, giudizio personale, andrebbero posti degli step per affrontare il breve o il lungo periodo, proprio per evitare il disorientamento richiamato nel titolo del libro, anche se il tema rimane quello dell'organizzazione da accoppiare alla visione.

Particolarmente interessante la matrice degli obiettivi strategici a pag. 76 che divide i fattori competitivi per insegna, persone, organizzazione mercato. Il percorso generato da Villa vale da solo la lettura dell'intero libro.

L'ultimo capitolo è dedicato al miglioramento continuo e all'innovazione. Il miglioramento continuo è uno dei punti deboli di molte organizzazioni che o non vi ricorrono del tutto o lo fanno in un lasso di tempo troppo lungo, non tenendo conto della variabile tempo che, nel caso del retail ha portato al dimezzamento del ciclo di vita dei negozi e delle procedure di approccio al cliente.

Da leggere con cura.



### LUIGI RUBINELLI

GIORNALISTA E ESPERTO DI RETAIL E DI CONSUMI, LAUREATO IN LETTERE. È IL DIRETTORE RESPONSABILE DI RETAILWATCH.IT, È STATO FINO A MAGGIO DEL 2011 DIRETTORE RESPONSABILE DEL MENSILE MARK-UP CHE HA CONTRIBUITO A FONDARE NEL 1994. È...

ARTICOLO PRECEDENTE

< Con il primo negozio al Mercato Centrale di Torino la cassetta di Cortilia è omnichannel

PROSSIMO ARTICOLO

E adesso Ikea si interessa anche di suoni e di luci. Sapete con chi? >

NON CI SONO ANCORA COMMENTI

## Lascia un commento

Il tuo indirizzo e-mail non verrà pubblicato