



Addio a Luis Egido Gálvez supermanager di Logista

Efficienza, sinergia, innovazione, fiducia le sue parole d'ordine

In una domenica di fine ottobre ci ha lasciato Luis Egido Gálvez, Amministratore delegato di Logista. Egido, che ha diretto la società sin dalla sua fondazione nel 1998, ha creato una cultura aziendale e uno stile di gestione propri nel gruppo, guidando, a livello professionale e con grande successo, insieme al suo management team, l'importante crescita organica e l'espansione internazionale del Gruppo Logista. Luis Egido, ingegnere industriale della Higher School of Industrial Engineers di Madrid, ha ricoperto la carica di CEO dal 2005. Precedentemente è stato direttore

commerciale della logistica di Imperial Tobacco Group, cui Logista appartiene (dal 2008 al 2011) e di Altadis (2001-2008); Direttore Generale di Logista (1998-2005); Direttore della logistica di Tabacalera (1996-1999); direttore della distribuzione di Tabacalera (1988-1996) e presidente di Serventa (1991-1993). Ha anche lavorato per sette anni presso Telettra Española, un'associazione tra Fiat e Telefónica, dove ha ricoperto il ruolo di Direttore dei materiali (1981-1984), Direttore della pianificazione dei materiali (1980-1981) e Direttore tecnico (1979-1980).

Addio a Luis Egido Gálvez

Efficienza, sinergie, tecnologia, innovazione, fiducia: forse si possono racchiudere in queste parole le principali caratteristiche del percorso professionale – e della personalità – di Luis Egido, che ha sempre rivolto uno sguardo particolare all’aspetto umano, sia che si confrontasse con una grande società multinazionale, sia con una piccola o piccolissima impresa: anche la ‘bottega’ di un tabaccaio era considerata, dal manager spagnolo, come un prezioso anello della catena distributiva. Ed un robusto profilo etico completava la personalità di Egido. “Un sistema di istruzione – soleva dire - che non valorizza lo sforzo né aumenta la competitività crea una società priva di tali valori. Questa perdita spiega l’ascesa di canali di prodotti contraffatti o illegali e una forte concorrenza sleale, incanalata attraverso l’economia sommersa. È tempo di prendere decisioni e porre fine a errori culturali come questi”.

Il gruppo guidato da Luis Egido ha avuto un’evoluzione rilevante, che ha portato ad oltre 20.000 dipendenti, un fatturato di oltre 212 milioni di euro all’anno con una catena distributiva che conta circa 6.600 camion. Dal 2000 al 2008, la quotazione alla borsa di Madrid ha portato a triplicare il valore dell’azienda. Quello che ha distinto Logista dalle altre società analoghe, come ricordava lo stesso manager nelle interviste rilasciate è che l’obiettivo è “non solo portare il prodotto al punto vendita ma gestirlo nello stesso punto. Siamo l’unica società multicanale in Europa: attraverso un ampio catalogo di riferimento di migliaia



di prodotti, trasmettiamo l’ordine ai produttori, lo acquistiamo, lo distribuiamo e lo addebitiamo. Forniamo quindi tutte le strutture al produttore in modo che possa attuare la propria strategia produttiva”.

Il modello di business immaginato dal manager “è unico e diverso e richiede contemporaneamente una conoscenza globale e specializzata. Siamo generalisti da un lato, ma dall’altro specializzati, così che il cliente è grato di avere a che fare con qualcuno che capisce quello che fa”.

Due – essenzialmente – le tipologie di clientela: “grandi aziende nazionali e internazionali che apprezzano in modo pragmatico il nostro modo di distribuire e società familiari, più personalizzate, con le quali dobbiamo sempre superare la barriera psicologica rappresentata dal proprietario di detta società”. Luis Egido insisteva sulla fiducia reciproca: “noi – sottolineava - proviamo a controllare ogni singolo passaggio della catena, ma convinciamo il cliente che la sua fiducia nel nostro contributo di ingegneria logistica può essere molto alto”.

Ed infatti l’indice di fidelizzazione è sempre stato altissimo, con contratti continuamente rinnovati.

Fondamentale la disintermediazione nel modello di business immaginato dal manager spagnolo. “Noi non acquistiamo il prodotto per poi aggiungere una percentuale: il prezzo è sempre definito dal produttore. Noi stabiliamo solo il costo del nostro



Addio a Luis Egido Gálvez



servizio. Al fine di aumentare le vendite dei clienti, non competiamo nel prezzo ma nella qualità. I resti di stock sono di proprietà del produttore: vengono riesportati per la vendita a un prezzo inferiore o distrutti”. “In sostanza - ricordava Egido con orgoglio -, non esternalizziamo alcun servizio, ma facciamo tutto da soli: nelle grandi città lavoriamo con dipendenti, e nelle piccole città, i dipendenti appartengono ad aziende locali che lavorano esclu-

sivamente con noi, ma non sono sul libro paga di Logista. Nel settore trasporti, abbiamo personale autonomo i cui veicoli sono dotati di un localizzatore satellitare per sapere sempre dove si trovano e tutti i dati relativi al servizio”.

Tutto questo ha portato Logista al vertice della rete in Europa, con ricerca di sinergie efficienti. “La distribuzione è una scienza dei volumi, delle sinergie: più volume porti al punto vendita, più economico è per te e il tuo cliente. Stabiliamo percorsi di collegamento, a volte, di prodotti diversi, ad esempio tabacco e articoli di cancelleria, che condividono lo stesso percorso. Cerchiamo di essere il più efficienti possibile”. A tal fine, Logista ha messo a punto complessi sistemi informatici per controllare ogni punto vendita. “Abbiamo investito molto in macchinari - diceva con orgoglio - e proviamo a servire il prodotto in massimo 24 o 48 ore. La tecnologia è la nostra principale linea di spesa e di investimenti specifici”. Luis Egido considerava infatti l'innovazione come un vero e proprio obbligo. Che il modello di business di Logista sia vincente, in quanto unico, testimonia quanto il manager spagnolo abbia avuto ragione.

Questo che segue è un significativo intervento pubblico di Luis Egido Gálvez. Riportiamo parte di una Lecture tenuta alla Scuola di Business di Madrid nel 2014.

“Dopo uno studio di un programma di direzione di impresa, di management con tutte le possibilità di teoria, di sistemi di gestione eccetera, concludi di aver fatto una cosa molto importante, riconosciuta anche dagli altri. Alla fine però uno deve fidarsi delle sue intuizioni. E per questo dev'essere sereno. Quello che non deve mancare è il tempo per far fronte ai problemi personali della propria vita.

Uno può seguire tutti i progetti che vuole, può dare tempo a tutte le presentazioni e così via. Ma se quel qualcuno un giorno ha un problema, nella propria agenda deve avere il tempo per fermarsi e affrontare quel problema.

Tendiamo a fare tutto ripetitivamente e a lasciare tutto così com'è: non innovando. Ma in tutti i cambiamenti che ho affrontato, sia nella mia vita che nelle società in cui stavo, alla fine la cosa più importante è cercare di cambiare la mentalità provando a porsi nelle situazioni personali più serene. Io direi che questo è l'equilibrio. Anche in un momento di crisi in cui non hai vendite, non hai business, ecc... la cosa più importante credo sia affermare nuovamente quelle che sono le basi della propria attività. Insomma, è un po' andare controcorrente”.

Addio a Luis Egido Gálvez