

Indice

Il mito di Ikea, come un quadro che nasconde i buchi della parete <i>di Severino Salvemini</i>	XI
Prefazione alla prima edizione	XV
Introduzione	1

Ingvar Kamprad: l'uomo e il mito

Il segreto di Ikea	9
La semplicità è una virtù	9
L'uomo e il mito	9
La congiura di palazzo	10
La spinta	11
L'autorità cosciente	12
La strategia di Ingvar	18
A decisioni prese	18
Ikea, la spesa da casa	22
Calcolatore o manipolatore?	23
La dislessia di Ingvar	26
L'alcolismo di Ingvar	27
Il nazismo di Ingvar	28
La tirchieria di Ingvar	30
Scuse e giustificazioni	31
Cremlinologia	32
Sfiducia e spionaggio	34
L'occhio del camaleonte	35
Beniamini e tartassati	39

L'azienda

La macchina-Ikea	45
La «pipeline»	45
La foresta	46
Swedwood, la divisione industriale	50
I fornitori	54
Il gigante dell'Oriente	55
Successo o fiasco?	58
«Tutto è possibile»	60
Morte di un fornitore	63
«Il nostro assortimento è la nostra identità»	65
La strada del potere	66
Un prodotto viene alla luce	68
Prodotti «mozzafiato» e articoli «pugno in faccia»	69
Sviluppo di un tavolino	73
Vantaggi competitivi	75
Ikea, la ladra di design	79
La spina dorsale di Ikea	80
La logistica, ovvero la strada della merce	82
L'importanza dell'autunno	85
La riluttanza ad adattare le strutture	88
Numero di articoli in negozio	90
La maledizione dell' <i>instant gratification</i>	91
Vantaggi competitivi	92
Il negozio, ovvero il baluardo della forza commerciale	94
Interni e reparti	94
«Aprite il portafogli»	96
Vendita automatica	99
Aree calde, bollenti o fredde	101
Tre assi e un re	102
La seduzione	103
La decisione	104
Commercialismo elevato a filosofia	105
I compiti principali di un negozio	106

La cultura-Ikea	108
La favola del muschio nel giardino	108
Kungens Kurva	111
Lo slogan significativo	113
I simboli nel quotidiano	114
Ride bene chi ride ultimo	117
La responsabilità personale	120
Gli usignoli di Ingvar	122
La lingua aziendale	123
La forza esecutiva	126
Gerarchia invisibile	127
Gli aneddoti	128
I concorrenti di Ingvar	131
Il potere secondo Ikea	137

Il futuro

Aria di cambiamento	143
La burocrazia si espande	145
Solo chi dorme non sbaglia mai	150
Le sporadiche dirigenti donne	153
La burocrazia, un tratto distintivo	154
La diffidenza nei confronti del diverso	158
Quando le paure prendono il sopravvento	163
Il bugiardo più ricco del mondo?	165
L'importanza di dire la verità	165
Quando le bugie diventano verità	166
È così che funziona	167
Un modello	169
Sapere per certo	170
Peggio ancora	172
Reefat e Ingvar	173
La buona azienda?	173
La collaborazione con Greenpeace	176
Borneo	177

La strategia del Teflon®	180
La realtà sotto il Teflon®	182
Risorse naturali	184
Il bosco che scompare per sempre	184
Il problema climatico, un'interessante questione di nessun interesse	188
Uno spiraglio nel sipario	191
La monarchia Kamprad	194
Il mentore dei figli	196
Una generazione fa, e l'altra disfa	198
I fratelli Kamprad	201
La paura della morte	205
L'errore della sua vita	207
L'ultimo amministratore delegato di Ingvar	208
Conclusioni	212
La «nuova» Ikea	215
Älmhult, fine dicembre 2010	215
L'età non è un'opinione	218
L'avvento dei figli	220
Conclusione di un libro, a quattro anni dalla prima edizione	223

Allegato

Il testamento di un mobiliere	227
1. L'assortimento è la nostra identità	227
2. Lo spirito Ikea. Una realtà forte e viva	229
3. Il profitto genera risorse	230
4. Buoni risultati con pochi mezzi	231
5. La semplicità è una virtù	232
6. Una linea diversa	232
7. L'unione fa la forza – Importante per il nostro successo	233
8. Assumersi le proprie responsabilità è un privilegio	233
9. Il più è ancora da fare. Ad maiora!	235