



Gianluca Giusti, administration and control director of Moncler

# Quando Moncler veste Tagetik

A cura di Massimo Monti

Il Gruppo Moncler ([www.moncler.com](http://www.moncler.com)) è attivo a livello internazionale nel design, realizzazione, commercializzazione e distribuzione di prodotti di abbigliamento e accessori di alta gamma e opera principalmente in quattro aree geografiche a livello mondiale: Italia, Europa, Asia/Giappone e Nord America.

Il Gruppo è proprietario dello storico marchio Moncler e vanta, inoltre, un portafoglio di prestigiosi altri brand quali Henry Cotton's, Marina Yachting e Coast Weber&Ahaus, oltre ad avere in licenza 18CRR81 Cerruti.

Il Gruppo Moncler, come spiega Gianluca Giusti, **administration and control director di Moncler**, è sinonimo di lifestyle: heritage e know how sono alla base della filosofia dei brand. Innovazione continua ed eccellenza qualitativa sono i cardini sui quali imprescindibilmente ruota la ricerca di uno stile proprio. Il risultato è un'offerta di totale accuratezza, garantita da metodi di lavorazione che guardano al tailoring e alla tradizione manifatturiera italiana come unico riferimento produttivo.

Ogni singolo brand rappresenta un vero e proprio mondo, con dei punti di riferimento precisi e distintivi e un interlocutore attento ai veri valori del vivere contemporaneo.

La sperimentazione riguarda ogni aspetto della marca, dalla progettazione alla realizzazione, fino alla comunicazione. Il mondo del lusso rappresentato dal Gruppo compenetra la realtà di ogni brand grazie a collaborazioni e iniziative con artisti e designer che condividono una vision in sintonia con lo spirito del tempo.

Il Gruppo, continua Giusti, ha realizzato nel corso dell'esercizio 2011 un fatturato di euro 513,4 milioni, in crescita del 19,7% rispetto l'anno precedente e un Ebitda di euro 122,6 milioni in crescita del 20,1% rispetto la contro cifra. Per quanto riguarda la divisione Moncler, il Gruppo ha continuato ad adottare importanti azioni per aumentare il prestigio e l'immagine internazionale del marchio, volte a posizionare lo stesso nel segmento beni di lusso. È continuata la politica di sviluppo del canale distributivo retail, mirata alla presenza nelle principali città a livello mondiale. La divisione Altri Marchi ha adottato una strategia rivolta al mantenimento delle quote di mercato, coerente con lo scenario economico e il posizionamento dei marchi stessi.

Il Gruppo ha intenzione di consolidare e rafforzare il percorso di crescita intrapreso negli ultimi anni confermando la strategia di sviluppo del canale DOS e l'espansione nei mercati internazionali, facendo leva sulla forza dei singoli brand e sull'esperienza cumulata sino a oggi.

Il piano di sviluppo tenderà di conseguenza a incrementare ulteriormente la complessità organizzativa e gestionale del

Gruppo e ha fatto nascere l'esigenza di disporre di un sistema di controllo che fornisca in maniera puntuale, tempestiva e affidabile le informazioni sull'andamento del business.

In particolare gli azionisti di riferimento hanno necessità di ricevere un set limitato di informazioni periodiche, con un elevato livello di sintesi e mirate alla valorizzazione economico-finanziaria del business.

Ed è per questi motivi che dal 2010 il Gruppo Moncler ha inserito Tagetik ([www.tagetik.com/it](http://www.tagetik.com/it)) all'interno delle linee strategiche dei sistemi informativi, strumento che è stato in grado di fornire risposte alle esigenze derivanti dalla complessità del controllo.

Il Gruppo Moncler, per le peculiarità del settore di business al quale appartiene, si trova a dover gestire un sistema di controllo la cui complessità è enfatizzata dalla multidimensionalità: multi brand/collezione (portafoglio marchi/collezioni articolato e differenziato), multicanale/format (wholesale, DOS, Outlet, corner, franchising, stock) e multi-country (presenza commerciale su più mercati).

Il management del Gruppo ha implementato Tagetik al fine di aumentare il livello di controllo del business attraverso una gestione strutturata e affidabile delle informazioni, per soddisfare in modo esaustivo le esigenze di reporting delle diverse categorie di attori rilevanti (azionisti e management). Questo ha evidenziato la necessità di un patrimonio informativo composto da dati univoci, affidabili, tempestivi, condivisi e facilmente fruibili e, conseguentemente, la necessità di dotarsi di uno strumento di reporting adeguato per sfruttarlo al meglio.

Tagetik è stato implementato all'interno di un nuovo modello di "Fast Closing", mirato alla produzione tempestiva di un reporting package periodico (gestionale e statutory) e consolidato per gli azionisti di riferimento e per il management. La piattaforma Tagetik ha permesso di misurare e controllare la multidimensionalità del business con elevato grado di flessibilità e di integrazione.

Lo strumento ha inoltre le caratteristiche di compliance necessarie per intraprendere un progetto di quotazione in Borsa.

La semplicità di utilizzo, la facilità dell'integrazione con la pluralità dei sistemi esistenti e l'esperienza e il commitment delle risorse di Tagetik e del team di implementatori ha permesso di ben focalizzare le esigenze di progetto e tragarlo con successo in tempi ragionevoli. Inoltre l'accesso via Web consentirà di estendere ulteriormente l'utilizzo della soluzione a tutte le realtà del Gruppo.