

SERGIO TACCHINI

L'innovation

comme
marque
de fabrique

Depuis ces vingt dernières années, le Groupe italien Sergio Tacchini s'est considérablement développé. Si la marque commercialise toujours des vêtements, chaussures et accessoires de sport, l'accent est mis aussi sur le sportswear. C'est depuis le siège, près de Milan, que sont expédiés partout en Europe les produits Sergio Tacchini. Une plate-forme de 30 000 m² a été spécialement créée ; elle est entièrement gérée par Norbert Dentressangle.

ENTRETIEN AVEC ALESSANDRO TACCHINI, DIRECTEUR GÉNÉRAL



Sergio Tacchini emploie près de 670 personnes, dont 270 au siège en Italie. Outre ses propres magasins, le Groupe compte une vingtaine de magasins d'usines, environ 200 franchisés et est présent dans plus de cinq mille points de vente. Depuis bientôt deux ans, tous les

produits sont expédiés depuis le siège, à Bellinzago, près de Milan. "Avant, chaque filiale avait son propre entrepôt, confie Alessandro Tacchini, Vice-président du Groupe, nous avons décidé de tout centraliser en un seul et même lieu et surtout de confier la partie logistique à une société spécialisée. Notre choix s'est porté sur le Groupe Norbert Dentressangle. Grâce à ses

compétences, nous avons optimisé notre fonctionnement, nous avons raccourci nos expéditions et nous avons pu adapter nos frais de logistique en fonction de l'activité. Nous pouvons maintenant mieux nous consacrer à nos clients, au développement de notre activité."

Car l'une des recettes du succès du Groupe est d'avoir su se diversifier.

“Sergio Tacchini crée quatre collections par an et se diversifie avec le sportswear”, précise Alessandro Tacchini, Directeur général.



C'est à Sergio Tacchini, ancien joueur de tennis, père d'Alessandro, que l'on doit une petite révolution dans le sport. À la fin des années 60, pour la première fois, les joueurs ont porté des vêtements de couleur.

“Notre secteur est très concurrentiel, nous devons sans cesse innover pour satisfaire une clientèle toujours plus exigeante. Deux collections par an ne suffissent plus. Aujourd'hui nous en sommes à quatre. De la même façon, notre gamme de vêtements est très large : nous proposons toujours des vêtements de sport mais nous avons aussi développé la partie sportswear. Nous avons également des licences pour la lunetterie, les parfums et les produits de beauté pour le corps, la maroquinerie ou encore pour la papeterie et les stylos.”

“Se renouveler pour satisfaire le client”

La marque italienne n'a pas pour autant oublié ses premières amours : le sport. De nombreux sportifs portent toujours les couleurs Sergio Tacchini, à commencer par le N° 2 mondial du tennis, l'Espagnol Juan Carlos Ferrero. La marque s'est aussi lancée dans le golf et l'aventure nautique. Le trimaran Sergio Tacchini est barré par la Française Karine Fauconnier. Le sponsoring est aussi l'un des domaines dont s'occupe tout particulièrement Alessandro Tacchini, lui-même sportif accompli.

Partout dans le monde, 7 millions de pièces par an

La plate-forme logistique, créée et entièrement gérée par Norbert Dentressangle pour Sergio Tacchini à Bellinzago, c'est :

- 30 000 m² d'entrepôts spécialement conçus pour permettre le conditionnement des colis ;
- 40 à 120 personnes qui travaillent sur le site en fonction des pics de l'activité. À noter que les salariés de

l'entrepôt travaillant pour Sergio Tacchini ont été intégrés dans l'entreprise Norbert Dentressangle ;

- 2 à 5 camions qui partent chaque jour pour livrer partout dans le monde ;
- 7 millions de pièces par an reçues puis expédiées, soit approximativement 3 500 tonnes de marchandises.