

GUCCI

Le Luxe à l'italienne

Spécialisée en maroquinerie, bagagerie et articles pour l'équitation, la maison Gucci naît à Florence en 1921. Le thème de l'équitation, particulièrement cher au fondateur de la société, Guccio Gucci, se retrouve encore aujourd'hui dans les célèbres motifs de sangles, étriers et nœuds rouges-verts, inspirés des dessous de selle, emblèmes d'une maison qui s'est affirmée comme symbole universel d'élégance et d'esthétique, toujours à l'avant-garde de la mode.

Après avoir ouvert en 1938 la boutique romaine de via Condotti, Gucci commence dès 1945 à se faire connaître aux États-Unis. Le sac à anse en bambou, autre icône du marché florentin, fait bientôt son apparition, suivi en 1953 par la naissance du premier mocassin à boucle. En 1966, Rodolfo Gucci et Accornero créent le foulard Flora pour Grace Kelly. C'est à cette époque que le logo GG apparaît sur la toile des sacs Gucci. En 1982, la maison qui, depuis les années 60 a ouvert des magasins dans le monde entier, se transforme en Société par Actions.

Tom Ford arrivera huit ans plus tard. Il réaffirmera la suprématie de la marque dans le secteur de la maroquinerie, et la relancera dans le prêt-à-porter.

À l'heure actuelle, la créativité de la griffe italienne est l'œuvre de Frida Giannini. Gucci est devenu un grand groupe rassemblant dix marques (Gucci, Yves Saint Laurent, Bottega Veneta, Alexander McQueen, Balenciaga, Bédar & Co., Boucheron, Roger & Gallet, Sergio Rossi, Stella McCartney et YSL Beauté).

Une puissante "stratégie multimarque"

François Pinault, président du géant français PPR, auquel appartient Gucci, souligne "l'efficacité de la stratégie multimarque du Groupe". Au cours du premier semestre de l'année 2007, le chiffre d'affaires du Groupe Gucci a augmenté de 14,8 % et sa rentabilité de 55 %. Cette performance est le résultat des nouvelles stratégies adoptées par Robert Polet, Président et Directeur du Groupe depuis juillet 2004. Les objectifs fixés sont ambitieux, notamment celui de doubler le chiffre d'affaires de la marque phare d'ici 2011.

La "méthode Polet"

La "méthode Polet" mise sur la créativité, associée à des stratégies marketing innovantes. Robert Polet est parvenu à concrétiser son plan dans des délais très brefs, en s'appuyant sur un système de distribution centralisé d'avant-garde, concentrant les activités logistiques à Bioggio, près de Lugano en Suisse.

En effet en 2003, Gucci constitue la société LGL (Luxury Goods Logistics) en joint venture avec Norbert Dentressangle, associé à 49 % des parts, et donne ainsi vie à la plate-forme logistique de Bioggio (voir encadré).

La plate-forme traite la quasi-totalité des références produits du Groupe Gucci. Grâce à son agrandissement, la capacité de gestion de la plate-forme est passée en avril dernier de 7,5 à 14 millions de pièces par an, répondant ainsi aux ambitions de croissance.



Une joint venture grand luxe

La collaboration entre Norbert Dentressangle et le groupe Gucci a commencé au début des années 90 et s'est consolidée au fil des années, jusqu'à créer en novembre 2003 la joint venture Luxury Goods Logistics - LGL, dont le siège et la plateforme logistique se trouvent à Bioggio, près de Lugano (Suisse).

A l'origine, sur une surface de 28 000 m², la plateforme pouvait gérer près de 7 millions de pièces avec de multiples références produits. En 2006, la surface exploitable atteint 42 000 m² et la capacité de gestion est de 14 millions de pièces.

LA TOTALITÉ DE LA DISTRIBUTION MONDIALE

La plateforme logistique de Bioggio assure la distribution mondiale de la quasi-totalité des produits Gucci, Yves Saint Laurent, YSL Beauté, Bottega Veneta, Alexander McQueen, Balenciaga et Stella McCartney, vers l'ensemble des magasins Gucci et des détaillants multimarques.

Le pilotage de la préparation de commandes par des systèmes d'information innovants et l'utilisation de radiofréquences garantissent une flexibilité d'organisation, permettant à la fois de gérer de nombreuses références produits et de maîtriser les pics de saisonnalité.

Dans le cadre de ce partenariat consolidé, Norbert Dentressangle prend également en charge de nouvelles missions, dont le contrôle qualité des vêtements suspendus.

La capacité d'expédition est de 11 000 colis par jour, avec un cycle de traitement de la commande d'environ 4 heures.

LGL emploie directement 75 personnes ainsi que 40 à 80 intérimaires.

CERTIFICATION EQAS

L'étroite collaboration entre Gucci - LGL et Norbert Dentressangle facilite la gestion de l'activité au quotidien et l'adaptation des flux logistiques aux nouvelles exigences du marché.

Ainsi, en 2006, LGL a obtenu la certification "Système de Gestion Intégré EQAS", Éthique, Qualité, Environnement et Sécurité. Cette certification est une base solide pour répondre aux défis futurs du secteur.

Ce n'est pas un hasard si LGL est la première structure de distribution, dans le secteur du prêt-à-porter de luxe, à avoir obtenu toutes les certifications pour sa méthode de gestion.