

Sergio Tacchini

La innovación como marca de fábrica

En estos últimos veinte años, el grupo italiano Sergio Tacchini se ha desarrollado considerablemente. Aunque la marca sigue comercializando ropa, calzado y accesorios de deporte, la insistencia se pone también en el sportswear. Desde hace un siglo, cerca de Milán, se envían para toda Europa los productos Sergio Tacchini. Por ello ha sido creada especialmente, una plataforma de 30.000 m² gestionada en su totalidad por Norbert Dentressangle.

ENTREVISTA CON ALESSANDRO TACCHINI, VICEPRESIDENTE



Sergio Tacchini emplea cerca de 670 personas, con 270 en su domicilio social en Italia. Además de sus propios almacenes, el grupo cuenta con una veintena de almacenes de fábricas, unos 200 franquiciados y está presente en más de cinco mil puntos de venta. Desde hace casi dos años, todos los

productos se envían desde el domicilio social, en Bellinzago, cerca de Milán. “Antes, cada filial tenía su propio almacén”, confía Alessandro Tacchini, Vicepresidente del grupo, “hemos decidido centralizar todo en un solo y mismo lugar y, sobre todo, confiar la parte logística a una sociedad especializada. Nuestra elección se ha centrado en el Grupo Norbert Dentressangle. Gracias a

nuestras competencias profesionales, hemos optimizado nuestro funcionamiento, hemos acortado nuestras expediciones y hemos podido adaptar nuestros gastos de logística en función de la actividad. Ahora podemos dedicarnos mejor a nuestros clientes, al desarrollo de nuestra actividad.” Ya que una de las fórmulas del éxito del Grupo es haber sabido diversificarse.

“Sergio Tacchini crea cuatro colecciones al año y se diversifica con el sportswear”, precisa Alessandro Tacchini, Vicepresidente.



A Sergio Tacchini, antiguo jugador de tenis, padre de Alessandro, debemos una pequeña revolución en el deporte. A finales de los años 60, por primera vez, los jugadores llevaron prendas de color.

“Nuestro sector tiene mucha competencia, y hemos de innovar sin parar, para satisfacer a una clientela cada vez más exigente. Dos colecciones al año no bastan. Actualmente sacamos cuatro. De la misma manera, nuestra gama de prendas es muy amplia: Seguimos proponiendo prendas deportivas pero también hemos desarrollado la parte sportswear. También tenemos licencias para gafas, perfumes y productos de belleza corporales, o licencias para la marroquinería o la papelería y los bolígrafos.”

“Renovarse para satisfacer al cliente”

Sin embargo, la marca italiana no ha olvidado por ello sus primeros orígenes: El deporte. Hay numerosos deportistas que siguen llevando los colores Sergio Tacchini, empezando por el número 2 mundial del tenis, el español Juan Carlos Ferrero. La marca se ha lanzado también en el golf y la aventura náutica. El trimarán Sergio Tacchini lo dirige la francesa Karine Fauconnier. El patrocinio también es uno de los sectores en los que participa muy especialmente Alessandro Tacchini en persona, deportista experimentado.

En todas las partes del mundo, 7 millones de piezas al año...

La plataforma logística, creada y totalmente gestionada por Norbert Dentressangle para Sergio Tacchini en Bellinzago, son:

- 30.000 m² de almacenes especialmente diseñados para permitir el acondicionamiento de los bultos;
- 40 a 120 personas que trabajan en el centro en función de los picos de actividad. A de considerarse que los

asalariados del almacén que trabajan para Sergio Tacchini han sido integrados en la empresa Norbert Dentressangle;

- 2 a 5 camiones salen cada día para efectuar entregas por todo el mundo;
- 7 millones de piezas al año son recibidas y luego enviadas, o sea, aproximadamente 3.500 toneladas de mercancías.