



## MONNALISA®

Milano – Investor Day 14 gennaio 2020



#### Highlights

- Fondata nel 1968 da Piero Iacomoni, Monnalisa, con sede ad Arezzo, è un'azienda di moda per bambini di fascia alta
- Opera soltanto con il brand di proprietà Monnalisa
- L'ampiezza del portafoglio prodotti riflette l'obiettivo di affermarsi come lifestyle identity: dall'abbligliamento alle calzature, passando per accessori e cosmesi
- Distribuisce in oltre 60 Paesi nel mondo, attraverso tre canali distributivi (wholesale, retail, e-commerce); il 68% dei ricavi è realizzato all'estero (H1 2019 data)
- Quotata su AIM Italia da Luglio 2018
- Il suo successo è basato su valori di imprenditorialità, innovazione continua e sostenibilità, che permeano la vita dell'azienda e il lavoro dei suoi talenti







60+ Paesi

47 DOS

700+ Multibrand Stores

300+ Dipendenti

Euro 25ML Ricavi HY19

68% export in HY 2019



Creatività, stile, design e sviluppo del prodotto

Barbara Bertocci - Direzione Creativa





REALIZZAZIONE PROTOTIPI





PASSAGGIO
DELLE SCHEDE
IN PRODUZIONE



Approvvigionamento materie prime e produzione

Luca Peruzzi – Direzione Produzione Confezionati







#### Produzione Capi Confezionati

- Creazione e progettazione presidiate da Monnalisa
- Acquisto materie prime
- Gestione interna piazzamento e taglio
- Monitoraggio delle seguenti fasi di produzione presso faconisti
- Rispetto delle linee guida di etica e sicurezza del prodotto alle quali si attiene Monnalisa

#### Produzione Capi Commercializzati

- Creazione e progettazione presidiate da Monnalisa
- Monitoraggio del flusso di produzione
- Selezione delle tipologie per paese e fornitore
- Rispetto delle linee guida di etica e sicurezza del prodotto alle quali si attiene Monnalisa





#### Approvvigionamento Materie Prime

Crescente differenziazione dei materiali e dei tempi di approvvigionamento, legata allo sfalsamento dei tempi di vendita e di consegna dei coordinati al cliente finale.

Deciso anticipo nei tempi di consegna di tessuti ed accessori dedicati alle pre-consegne, alla linea chic/cerimonia, e infine al resto.

Forte incremento dell'ordinato «al buio», in collaborazione con lo stile.





#### Sede Operativa



I tessuti Monnalisa, prima del loro utilizzo, passano dalla sede produttiva per:

- Controllo e stoccaggio materie prime
- Ottimizzazione dei piazzamenti
- Stesura e taglio automatici
- > Fasi accessorie
- Smistamento

### **MONNALISA**







Logistica e progetti speciali

Guido Cappelli – Direzione Progetti speciali





#### Logistica

- Nel magazzino ordini programmati sono movimentati circa 1.300.000 capi l'anno, riferiti a due stagioni, Primavera-Estate e Autunno-Inverno. La gestione è a cliente.
- Il magazzino cosiddetto «disponibile» è utilizzato per l'evasione degli ordini di riassortimento durante la stagione e di quelli dell'e-commerce, oltre che per la gestione dei resi. Il magazzino è gestito a capo singolo. Sono movimentati all'anno circa 120.000 capi per i ri-assortimenti e circa 30.000 capi per l'e-commerce diretto.
- Gestione dei capi di campionario, circa 25.000 a stagione
- Controllo delle giacenze dei prodotti finiti nei vari magazzini con cadenza mensile.



#### Nuovo Centro di Distribuzione – qualche numero

- Superficie di 2200 mq e altezza 12m suddiviso in 4 livelli
- Movimentazione semi-automatica
- Software WMS (Warehouse Management System) customizzato e integrato con ERP (Enterprise Resource Planning)

•	Capacità Stock	Capacità	C.Minima	C.Massima	C. Media utile
	Capacita Stock	Appesi ( escluso buffer)	101.500	152.125	126.875
		Stesi	180.000	300.000	240.000
		Totali	281.500	452.250	366.785

•	Produttività (Resa del ciclo)	2017	2018	2019
	· ·	63,1	88,6	105,2

Linea Imballo



40.0	Operatori richiesti in media							
10,0	4,3	5,0	5,6 7,4	6,1	4,0	3,9		
0,0	Aprile	Magg	Luglio	A&OSXO	se <sup>ite</sup>	Otto	Move	Dice :
	*	Q,	~	bec				

Postazioni	Umettatrice	Potenzialità	Potenzialità
6	1	3 cartoni/minuto	4.500 capi /ora



#### **Progetti in WIP**

#### Trasformazione digitale con il PLM



#### **Accelerate Collaboration and Creativity**

Il PLM (Product Lifecycle Management) non è solo uno strumento. È una filosofia e un processo mentale che cambierà completamente il modo di lavorare, in meglio.

È la struttura portante digitale per progettazione, merchandising, sviluppo e sourcing dei prodotti dal concept al retail, collegando tra loro team e partner interni ed esterni.

Questo complesso processo consente di introdurre più prodotti con margini migliori, meno sprechi e tempi più rapidi di risposta al mercato

Go live 03/02/20









#### Principali benefici del PLM e risultati attesi

Reduced Time to Market Improved Product Margins

Higher Adoption Rates

Reduced
Overstock/Stockouts

**Higher Productivity** 

Greater Standardization of PLM Processes

66%

Reduced Product
Development Time
38%

Faster Time to Market

38%

mproved Design Feam Productivity

38%

Other **23%** 

Reduced Product Costs 23%

Product Ma

21%

Improved Product
Quality/Fewer
Defects 13%

Adoption Rate of Proposed Designs

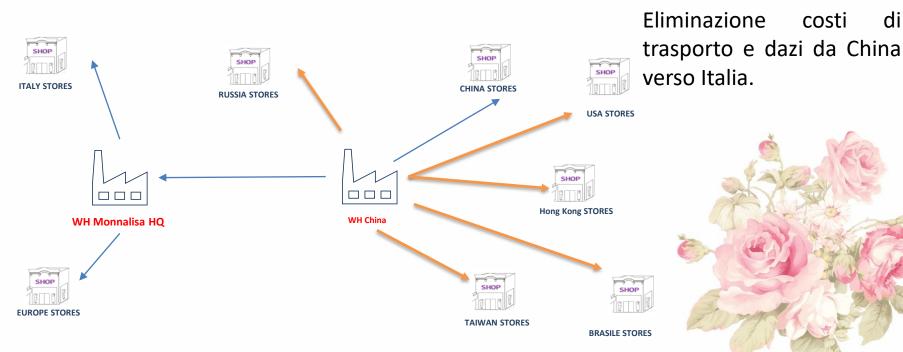
# Progetti futuri (2020/21) MONNALISA

#### RFID o QR-tex in produzione

- Lettura simultanea di molti capi + univocità lettura pezzi
- Sicurezza e protezione del bene
- Asset tracking e blockchain
- Reportistica
- Inventari veloci
- Resa del ciclo fino a 140 capi/minuti



#### Spedizione dirette dalla Cina del prodotto made in Cina





#### Wholesale Domestic e Overseas

Thomas Bessi – Direzione Wholesale Overseas





#### **Canale Wholesale**

Dopo l'Italia, il mercato più importante è quello russo, a seguire UK e Medio Oriente.

- Selezione accurata della clientela;
- Visibilità del prodotto:
  - Spazi dedicati
  - Presenza su tutte le piazze più importanti, dalle grandi città alle località turistiche più popolari;
- Prossimità al mercato e molteplicità di servizi dedicati ai clienti tramite l'apertura di show-room aziendali (Milano, Roma, Londra, Mosca, New York...);
- Accordi commerciali con i clienti strategici.









#### **Accordi Commerciali**

Gli Accordi Commerciali sono tra i punti di forza di Monnalisa in quanto hanno contribuito alla crescita del fatturato e alla visibilità del marchio.

#### I numeri:

- 197 clienti hanno un accordo commerciale;
- > 111 Clienti hanno uno spazio dedicato con nostra personalizzazione allineato al concept dei nostri negozi;
- > Tra questi, più di 60 sono i TPOS.







Tryano Abu Dhabi



قواليزا

MONNALISA

Monnalisa Kuwait City



**Shop In Shop** 



La Rinascente Milano





#### Corner

#### Kenguru Ekaterinburg



### **MONNALISA**

#### Bloomingdales Dubai





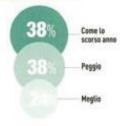


BUYERS SURVEY

Monnalisa Golden Goose

#### La parola ai negozi multibrand

Come sono andate le vendite di ABBIGLIAMENTO INFANTILE in questo autunno-inverno?



Quali sono i MARCHI BIMBO che avete venduto di più sul fronte abbigliamento?

- Monnalisa Moncler Enfant.
- Il Gufo

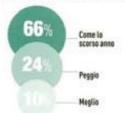


Come sono andate le vendite di ACCESSORI INFANTILI?



Come to scorse anno Peggio Meglio

Come prevedete andranno i SALDI INVERNALI di moda infantile?



Qual è il marchio bimbo più venduto online sul vostro sito INTERNET e/o su Farfetch.com?



#### Monnalisa Leader di mercato:

- Rapporto Qualità/Prezzo;
- Identità di Marchio;
- Format;
- Servizio Post Vendita.



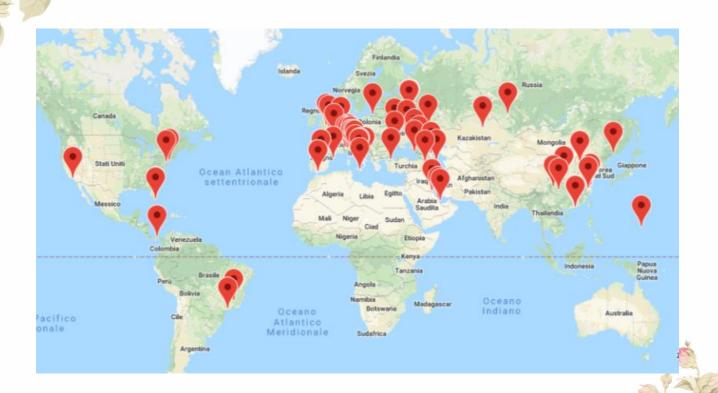


Distribuzione e sviluppo retail

Francesco Furlan- Direzione Retail



#### WORLDWIDE RETAIL DISTRIBUTION



L'obiettivo del canale RETAIL è quello di portare il DNA e i valori del marchio MONNALISA in tutto il Mondo, attraverso un'esperienza di acquisto unica, declinata in tutti i possibili format commerciali



Il network retail è sviluppato in 6 diversi formati

<u>FLAGSHIP</u>: Self standing stores in premium location (EG: New York Madison Avenue, Roma Via del Babuino, Madrid Calle Coello)

**SHOP IN A MALL:** Primary Cities, High Traffic (EG: Hong Kong Ocean Terminal, Miami Bal Harbour)

<u>CONCESSION</u>: Primary Cities, High Traffic, Partnership with Premium Department Stores (EG Harrods London, Paris LaFayette, Barcellona El Cortes Ingles)

**CORNER**: Premium distribution, High traffic (EG Beijing SKP, Shangai City Plaza)

TRAVEL RETAIL: Very High Traffic (EG Istanbul Airport)

PREMIUM FACTORY OUTLET: Bicester (UK), Sawgrass (USA), Serravalle Italy



La shopping experience finale è il frutto di un canale strutturato in ognuna delle sue funzioni di base

PLANNING MERCHANDISING RETAIL OPERATION TRADE&RETAIL

- Sales Forecast
- Development
- Finance
- In season
Merchandising
- Allocation
- Procedure/Supervisor
- HR
- IT

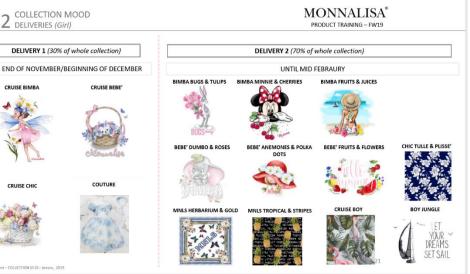
- Events



#### **Planning & Merchandising**

Il merchandising all'interno dei negozi è studiato in funzione del cluster di appartenenza, del formato del negozio e dell'analisi dei dati di sell-out







#### **Operations**

Lo staff dei nostri negozi riceve una formazione continua in termini di conoscenza del prodotto e di tecniche di vendita















#### **Operations**

# Sono controllate tutte le singole

fasi della vendita...

#### Overall sell out Behavorial analysis MYSTERY PROSPECT 2 MACROAREE: Sales Key Performance Indicator VENDERE IN STILE ► 1.2 IMMAGINE PUNTO VENDITA 93.3% 2.1 ACCOGLIENZA 2.2 INDAGINE PRODOTTO 2.3 PRESENTAZIONE TECNICO - COMMERCIALE ≥ 2.4 LEVE DISTINTIVE (KSP®) 2.5 TESTING PRODOTTO 2.6 GESTIONE DELLE CRITICITA' ▶ 2.7 CONCLUSIONE 86.7% ▶ 2.8 REATTIVITA' COMMERCIALE 2.9 BRAND EXPERIENCE

**MONNALISA®** 

MYSTERY

...e condivise e premiate le *best practice* 

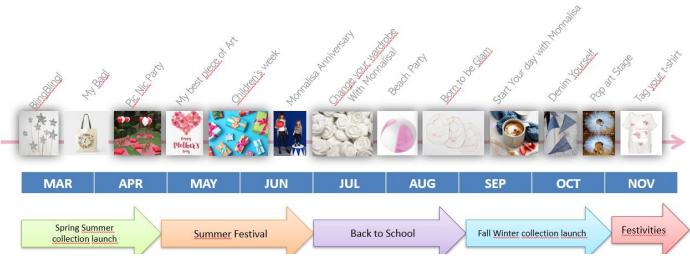
**MONNALISA** 

Legenda: Da migliorare (0-59.9%) Sufficiente (60-69.9%) Buono (70-79.9%) Eccellente (80-100%)

OTTOBRE 2019



#### **Trade&Retail Marketing**



In ogni punto vendita sono organizzati eventi speciali su base mensile













Lo sviluppo digital

Andrea Mattesini – Direzione Digital



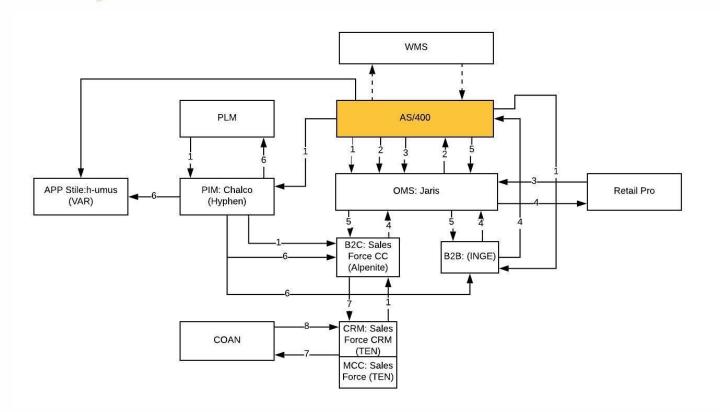


#### Digital @Monnalisa

- B2C: nuova boutique on-line, monnalisa.com;
- O2O: integrazione dei canali off-line e on-line;
- PIM: Digitalizzazione dei prodotti;
- APP: Gaming;
- Digital Vs. cultura aziendale;



#### Nuova architettura da dicembre 2019



1	Master data	
2	Available	
3	stock movements	
4	Orders/Return	
5	Up-date-orders and returns	
6	Imagines	
7	Account movements	
8	Invoice number	



#### www.monnalisa.com

#### **MONNALISA**

BAMBINA BAMBINO NUOVA COLLEZIONE OUTLET STORIE



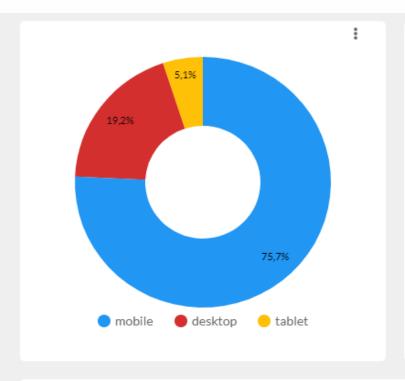




#### **Canale B2C**

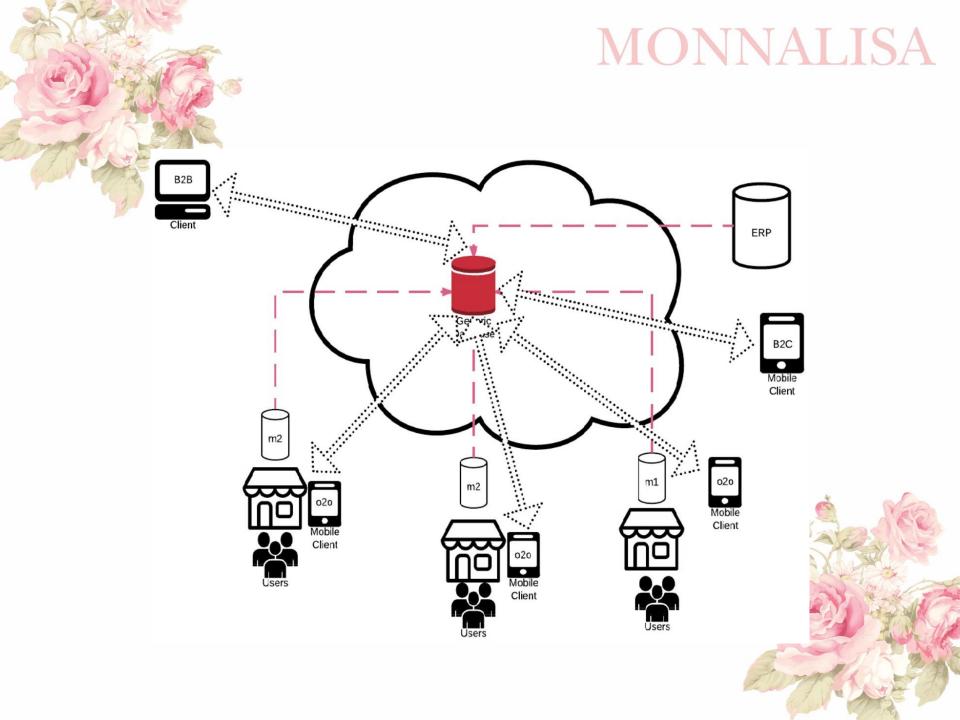
- Il primo shop on-line è stato lanciato nel 2006;
- Nel 2018 Monnalisa ha acquistato il dominio monnalisa.com;
- 12/2019, lancio del nuovo eCommerce (mobile first);
- Apertura di 8 store
- Tradotto in 8 lingue: EN; ES; RU; CN;JP; KR

### **MONNALISA**



Fonte: GA monnalisa.eu







020



### **MONNALISA**

- Aumento del tasso di conversione:
  - CRM (avviato a dicembre 2019);
  - Marketing automation (avviato a dicembre 2019);
  - Inventory visibility e OMS (avviato a dicembre 2019)
  - Loyalty program (avvio 2020);
- Maggiore efficienza:
  - Customer care localizzata, attraverso sinergie con retail (avvio 2020);
  - Utilizzo di warehouse localizzati geograficamente: magazzini, DOS e DOO (avvio 2020);
  - Ottimizzazione degli stock: algoritmi per la visibilità dei prodotti in funzione del sell-out del punto vendita;
- Nuovi servizi dedicati al clienti:
  - Click and collect (entro 03/2020)
  - Multishipping (entro 03/2020)



### PIM E DAM

MONNALISA

- Maggior efficacia ed efficienza nella gestione delle informazioni relative ai prodotti:
  - Riduzione del Time to Market:
    - Tempo di caricamento dei nuovi prodotti sul B2C, ridotto del 60%: (10 giorni a 4 giorni lavorativi);
    - Maggiore dinamicità in caso di arrivo nuovi prodotti, oppure modifiche;
  - Gestione delle varianti colore (avvio 2020);







### Gaming, Loyalty

Pubblicazione nell'APPLE STORE e in Google Play della **prima APP Consumer Monnalisa** (rilascio entro 01/2020);

- Possibilità di acquisto prodotti;
- Utilizzo di sticker in realtà aumentata;
- Comunicazione tramite marketing automation;
- Avvio di un loyalty program (entro 2020);

### Digital Vs. Cultura aziendale

Gli strumenti informatici non sono sufficienti, nel corso del 2020 sono in programma azioni volte a consolidare ed aggiornare le skills:

- SPARK: programma finalizzato alla creazione di un percorso targettizzato per arrivare ad un approccio customer centric;
- Condivisione del nuovo approccio digital all'interno della selling ceremony;
- Creazione di nuove figure specializzate;
- Utilizzo e monitoraggio di nuovi KPI;
- Formazione specifica sui nuovi strumenti digitali per aumentare
   l'indipendenza verso l'esterno e rispondere più velocemente al mercato



### Comunicazione e brand identity

Elena Losa – Direzione PR



Attività di Comunicazione

- Relazioni con la stampa
- Sfilate ed Eventi
- Social Media
- Monnalisa Lovers



A fronte di 64 comunicati stampa diffusi (finanziari, retail, di prodotto) la visibilità ottenuta è stata:

- rassegna carta stampata 381 placement (72 pagine) per un valore commerciale di 1.691.000 euro
- rassegna web 640 menzioni per un totale di 145 milioni di portata potenziale: numero di utenti unici potenzialmente raggiunti con il contenuto Monnalisa





#### **Sfilate**

La sfilata di lancio collezione a Pitti Immagine Bimbo, edizione gennaio e giugno, costituisce un'occasione di grande visibilità rispetto a buyer, stampa e influencer.

Monnalisa organizza tradizionalmente la sfilata nel giorno di apertura della manifestazione:

- Gennaio 2019: Borsa Valori ospite Beatrice Valli
- Giugno 2019: Giardino Torrigiani ospite Alessandra Ambrosio





#### **Eventi**

Monnalisa offre a supporto dello store traffic nei punti vendita multibrand numerosi format con finalità creative e d'intrattenimento, studiati per un

target 4-12 anni. Tra i più popolari:

 Let me design: laboratorio creativo di personalizzazione t-shirt con applicazioni in perfetto stile Monnalisa







Once upon a time: set fotografico in cui contestualizzare una fiaba ad hoc



#### **Social Media**

La gestione dei social media è interna all'azienda. I trend di crescita nel 2019 sono stati double digit. La copertura/reach (numero di persone raggiunge con campagne adv) è stata di 9 milioni per un totale di 32 milioni di visualizzazioni.



#### **Monnalisa Lovers**

Numerosi vip, celebrities e socialites vestono i loro figli Monnalisa. Il product placement è frutto di accordi, richieste dirette o PR. Segue carrellata di alcuni tra i Monnalisa Lovers più noti.





#### Khloé Kardashian



Media personality, socialite, model, businesswoman

@khloekardashian

Follower: 102 mln

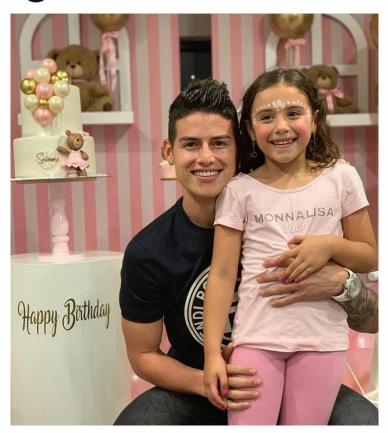






### **James Rodriguez**





Soccer player Real Madrid

@jamesrodriguez10

Follower: 44,7 mln





luissuarez9 🧔

## **MONNALISA**

#### **Luis Suarez**

Soccer player Barcellona

@luissuarez9

Follower: 36,9 mln







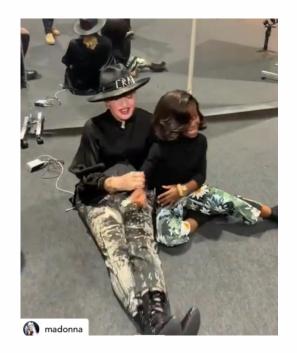


### Madonna

Pop star, music producer

@ madonna

Follower: 14,4 mln







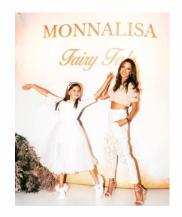


#### **Alessandra Ambrosio**









Top model and actress

@ alessandraambrosio

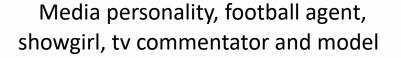
Follower: 10 mln







#### Wanda Nara Icardi





@ wanda\_icardi

Follower: 5,6 mln







### **Clio Makeup**



Make-up artist, blogger/influencer

@cliomakeup\_official

Follower: 2,6 mln











littlecrumb\_

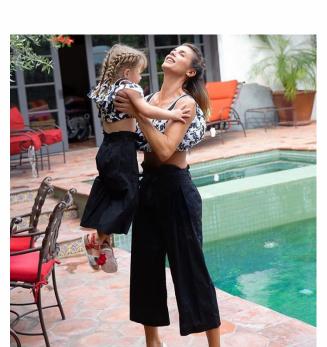
## **MONNALISA**

#### **Elisabetta Canalis**

Showgirl, model and actress

@littlecrumb

Follower: 2,4 mln









### Zecchino d'oro

**TV Show** 

@zecchinodoro

Audience: 8 mln













### **Corporate Social Responsibility**

Sara Tommasiello- Direzione Finanziaria, HR&CSR





THE

### **MONNALISA**

#### HR

#### **PEOPLE**

- MONNALISA Italia -203
- UK-Showroom 1
- GERMANY Showroom 1
- SPAIN Branch 10
- FRANCE Branch 2
- BELGIUM Branch 5
- MONNALISA RUSSIA 30
- MONNALISA CHINA 50
- MONNALISA HK 12
- MONNALISA BRAZIL 22
- ML RETAIL USA 28
- TAIWAN 3
- TURKEY-9
- UK 5

#### **STRATEGY**

- ACCORDO SU SISTEMA PREMIANTE INDUSTRIA
- ACCORDO SU SISTEMA PREMIANTE COMMERCIO
- ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA
- ACCORDO SECONDO LIVELLO WELFARE (flexible benefit, orario flessibile, paternità, telelavoro)
- STAGE POLICY
- ACCORDO STAGIONALITA'
- ACCORDO AZIMUT PREVIDENZA COMPLEMENTARE
- Codice Etico

#### NUMBERS 2018 (HQ)

- TURNOVER RATE: IN 30%; OUT 19%
- ETA' MEDIA: 42
- ANZIANITA' MEDIA: 9 ANNI
- 86% CONTRATTI TEMPO INDETERMINATO
- SCOLARITA' MEDIA: 3,12 (SU SCALA 1-4)
- INDICE DI POLIVALENZA: 26%
- CONTENZIOSO: 0





#### **WORK IN PROGRESS**

- SMART WORKING
- PERFORMANCE REVIEW
- SVILUPPO POTENZIALE
- REGOLAMENTO AZIENDALE





### **Corporate Social Responsibility**

#### PERENNITA' AZIENDALE

- Revisione della governance
- Apertura del Cda a membri esterni al famiglia del fondatore
- Progressiva managerializzazione
- Equilibrio tra tradizione e innovazione, tra passato e futuro, tra famiglia e manager, tra visione di breve e di lungo termine
- Quotazione AIM

#### **LEGAME CON IL TERRITORIO**

- Tasso di apertura alle nuove risorse
- Career Day Università di Siena e IED Firenze
- Made in Tuscany Academy
- Consorzio Arezzo Fashion
- Consorzio Sviluppo Pratacci
- Fondazione Sodalitas
- Fondazione Monnalisa
- Iniziative di promozione sportiva





#### **SUPPLY CHAIN**

- Controllo della catena di fornitura in Italia e nel mondo da parte di enti esterni accreditati e da parte di funzioni interne con i necessari requisiti di ruolo (lead auditor assessment)
- · Etichetta etica sul prodotto
- Sicurezza e garanzia del prodotto
- Valutazione dei fornitori anche in ottica ambientale
- Codice di condotta fornitori come clausola contrattuale

#### **AUDIT**

- Annualmente almeno sei audit effettuati da enti accreditati per le certificazioni SA8000 (dal 2001), ISO9001 (dal 1999) e ISO 14001 (dal 2015)
- Attestazione esterna sulla parte di sostenibilità contenuta nell'annual report
- Presidio ODV
- BILANCIO INTEGRATO (CIVILISTICO E SOSTENIBILITA')

