



Smart working come conseguenza di una ristrutturazione aziendale

L'adozione del modello di Smart Working non deriva da una precisa strategia aziendale verso un'innovazione tecnologica, ma come risposta ad una ristrutturazione aziendale e di business, che ha permesso a Sergio Tacchini di aumentare le efficienze e la propria rete di collaborazione, ottimizzando i processi e il valore delle risorse umane.



COMPANY PROFILE

- **Sergio Tacchini**, il rinomato marchio di abbigliamento sportivo, è stato fondato nel 1966 da Sergio Tacchini, tennista italiano. Negli anni il brand è divenuto sinonimo di stile italiano ed eleganza, e l'abbigliamento è riconosciuto a livello internazionale grazie ai più grandi tennisti del mondo che hanno fatto da testimonial al brand, come John McEnroe, Jimmy Connors, Vitas Gerulaitis, Mats Wilander, Gabriela Sabatini, Pete Sampras, Pat Cash, Martina Hingis e Novak Djokovic, con i quali il brand ha raggiunto 37 vittorie nel Grande Slam. Oggi il brand rimane leader nell'abbigliamento sportivo di qualità, grazie all'autenticità che gli deriva dal DNA tennistico, per un pubblico che cerca un abbigliamento che unisca eleganza a praticità e sportività. Il brand è sponsor tecnico ufficiale del torneo Monte-Carlo Rolex Masters.



- **Prima del 2007**

- 100.000.000 Eu. di fatturato

- 100 Punti vendita di proprietà

- Distribuzione in tutta Europa, Nord Africa e Sud America

- Oltre 700 dipendenti

- Oltre 5000 referenze interne per stagione

- **Prima del 2012**

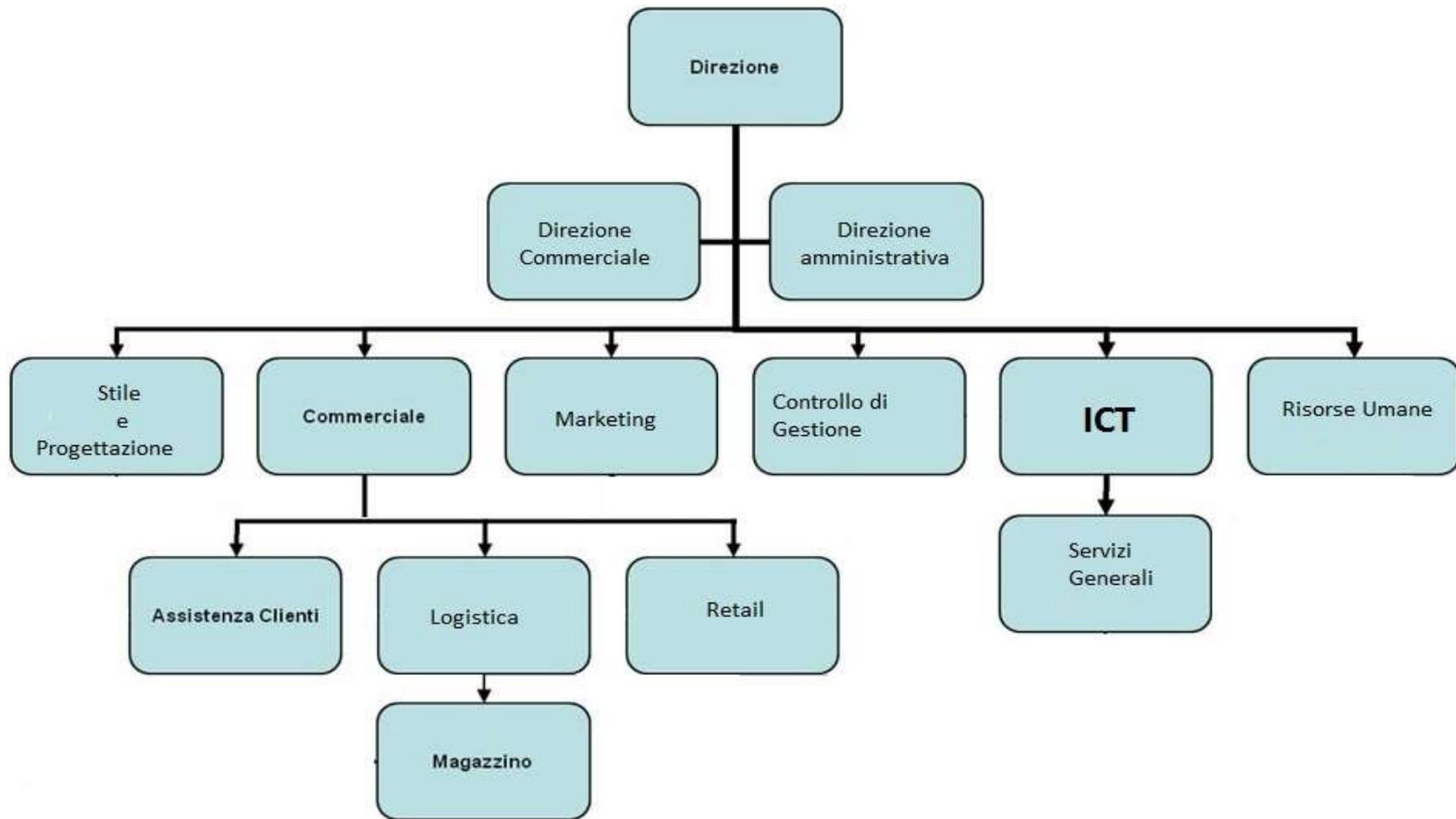
- 30.000.000 Eu. di fatturato

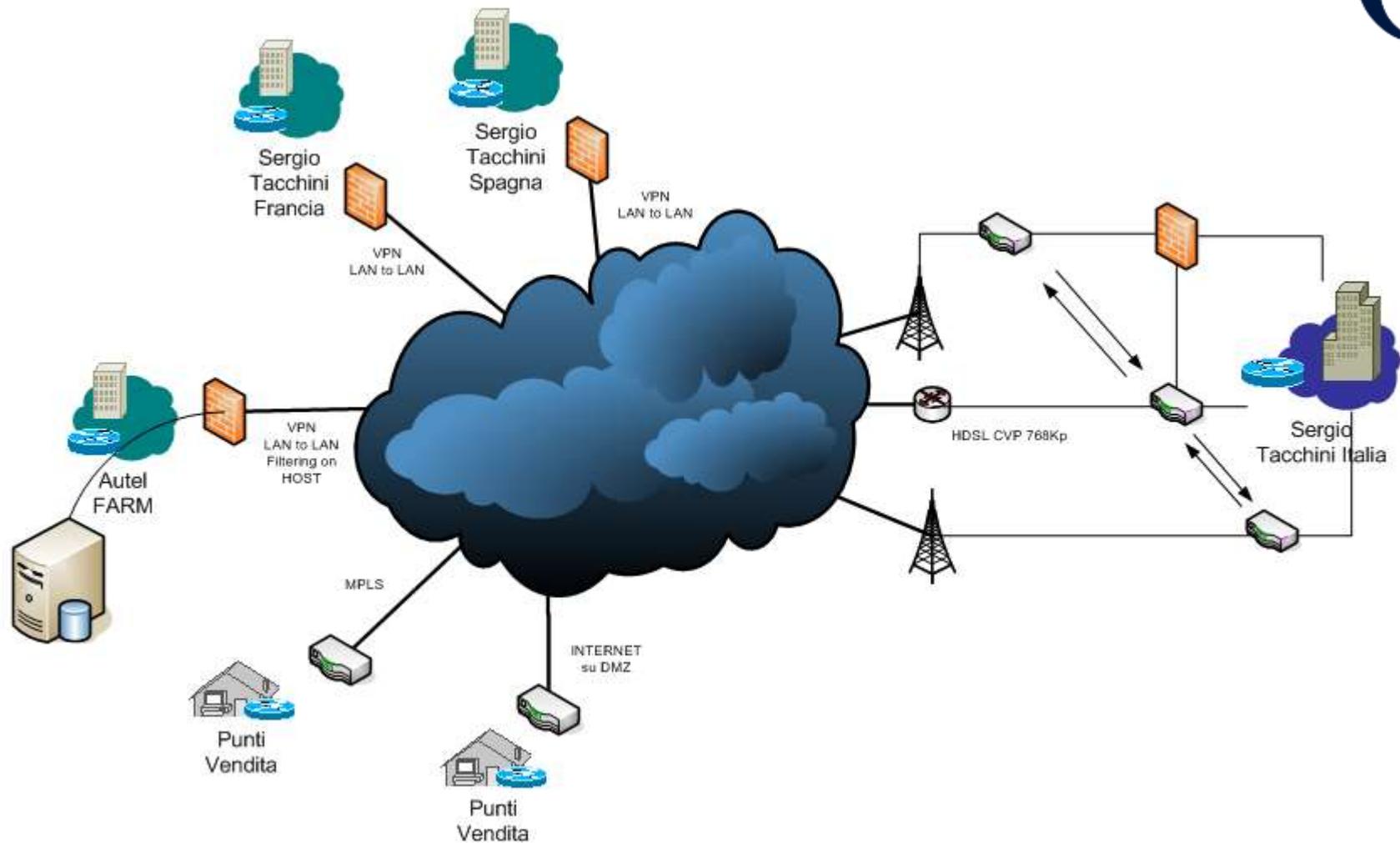
- 30 Punti vendita di proprietà

- Distribuzione in tutta Europa, Nord Africa e Sud America

- Circa 150 dipendenti

- Oltre 5000 referenze interne per stagione







Impatto sull'ICT della ristrutturazione aziendale

- Disegno dei nuovi processi e selezione del software
- Implementazione di piattaforme di collaborazione
- Salvaguardia dei dati storici
- Implementazione di una nuova infrastruttura



Impatto sull'HR della ristrutturazione aziendale

- Molte persone occupano posizioni chiave nei processi
- La delocalizzazione aziendale ha generato esigenze differenti in termini di orari
- L'altro tasso di personale femminile richiede forte flessibilità
- Frequenti trasferte e quindi indisponibilità del personale in sede





Decisioni principali

- Implementazione di una linea ultrabroadband in alta affidabilità
- Forte investimento in dispositivi mobile
- Esternalizzazione dell'infrastruttura non considerata valore aggiunto per il brand
- Utilizzo di software in modalità SAS



La Struttura Oggi

- Piattaforma di collaborazione con i licenziatari
- Disegno e Progettazione con Adobe Creative Suite
- Posta elettronica su Zimbra con protocollo Active Sync
- Disponibilità di smartphone di ultima generazione al 80% dei dipendenti.
- Portale aziendale B2B per l'interscambio di dati
- Implementazione di tecnologia cloud per file server (OneDrive, Google Drive, DropBox)



Elementi di successo

- Forte predisposizione dell'utente finale nell'utilizzo delle nuove tecnologie.
- Responsabilizzazione dell'utente sui processi di cui è unico responsabile.
- La gestione più indipendente del tempo ha aumentato l'efficienza.
- Aumento della disponibilità delle risorse aziendali.



- 2015

40.000.000 Eu. di fatturato come obiettivo

Distribuzione in tutta Europa, Nord Africa e Sud America, Nord America e Australia

16 dipendenti

Oltre 5000 referenze interne per stagione

