

MONNALISA, BRAND SPECIALIZZATO D'ALTA GAMMA CHE PUNTA ALL'ESPANSIONE



Borsa Italiana

Sei in: [Home page](#) > [Notizie e Finanza](#) > [I protagonisti](#)

## Focus Small Cap

+ | Menu

### MONNALISA, BRAND SPECIALIZZATO D'ALTA GAMMA CHE PUNTA ALL'ESPANSIONE

L'ad Simoni ci racconta storia e prospettive della società di abbigliamento per bambini

05 Ago 2019 - 17:00

"Quando era solo un ragazzo nel 1964, [Piero Iacomoni](#), fondatore e attuale presidente del gruppo [Monnalisa](#), intraprese un viaggio per l'Europa, alla ricerca di un'idea imprenditoriale. Al Louvre, davanti al capolavoro vinciano, decise ambiziosamente il nome della sua futura azienda, un omaggio alla bellezza, alla creatività e al Made in Italy. I driver della crescita di [Monnalisa](#), nata come family business, sono stati innovazione e creatività, ma soprattutto internazionalizzazione".

[Christian Simoni](#), amministratore delegato di [Monnalisa](#), società attiva nel settore dell'abbigliamento per bambini d'alta gamma e quotata su AIM Italia, individua già nei primi passi della società che oggi guida le linee strategiche del suo futuro sviluppo.



#### Come è strutturato il vostro modello di business?

"Noi attuiamo un presidio interno di tutti i processi strategici - stile, campagne vendite, programmazione acquisti, logistica. La **produzione** è realizzata presso laboratori esterni, indipendenti. La **distribuzione** è diretta, sia retail che e-commerce, e indiretta, con oltre 750 punti di distribuzione fra retailer e e-commerce wholesale".

#### Mi sembra che il rafforzamento della presenza estera e l'accelerazione del passaggio dal wholesale al retail siano le due direzioni strategiche principali: è corretto?

"Confermo questi due assi principali: entro il 2022 prevediamo di aprire **altri punti vendita diretti**, in aggiunta ai 48 attuali, che nel 2018 ha rappresentato il 25% del fatturato totale. Vogliamo focalizzarci sugli store diretti, ma non sarà una vera e propria sostituzione di un canale con un altro: rappresenterà piuttosto uno sviluppo importante del canale retail caratterizzato da una marginalità superiore e dalla capacità di veicolare appieno l'identità del nostro brand".

#### Come mai la decisione di quotarsi a Piazza Affari? Come sono stati investiti i 17 milioni di euro raccolti con la quotazione?

"La decisione di quotarsi dopo il **percorso Elite** è stata naturale, ma molto complessa. Abbiamo dovuto rafforzare il processo di **managerializzazione diffusa**, imparare nuovi linguaggi per parlare ai mercati. La nostra propensione alla trasparenza e la presenza di processi organizzativi certificati ci hanno aiutato ad apprendere in fretta. Le risorse raccolte sono state e continuano ad essere investite, come riportato nel nostro piano industriale, in nuove importanti aperture in location strategiche e nell'ulteriore sviluppo del canale on line".

Da anni accrescite il giro d'affari e investite anche grazie a una situazione patrimoniale solida. Dopo l'IPO il patrimonio è balzato a € 47,4 mln, avete cassa per 2,5 mln contro debiti da 8,4 mln nel 2017. La crescita dei ricavi consolidati riclassificati (+7,08% a 51,07 mln nel 2018) si affianca a un calo di EBITDA e utile netto [dati da riclassifica del conto economico consolidato 2018]. In definitiva i margini continuano a soffrire per via dei numerosi nuovi DOS in attesa di break-even: è forse inevitabile con la campagna di espansione dei punti vendita diretta e gli investimenti in marketing e altro che avete avviato. Forse i cali di Borsa (dai 13,75 euro della quotazione agli 8,30 euro più recenti) risentono di questa situazione: vorrei capire se ci sono prospettive di redditività in aumento a uno o due anni.



**MONNALISA**, BRAND SPECIALIZZATO D'ALTA GAMMA CHE PUNTA ALL'ESPANSIONE**Borsa Italiana**

propria fase di start up con il tempo, nel periodo di piano, ci aspettiamo di passare a breakeven con i negozi aperti più di recente e di vedere creare reddito da quelli con anzianità superiore a 3 anni".

**Quali sono le sfide e le opportunità del settore in epoca di trade war e nazionalismi? Cosa vi ha spinto al posizionamento sull'alta gamma?**

"Siamo un'azienda globale per destinazione del nostro prodotto, per capillarità di presenza sui mercati e per sourcing. Il nostro posizionamento di nicchia nella fascia alta del mercato, asseconda la vocazione al prodotto innovativo, di ricerca e di altissima qualità. Un prodotto che nei nostri concept store, nelle principali vie del lusso del mondo, esalta la sua forte identità.

#### Link utili

[Ufficio stampa](#) | [Lavora con noi](#) | [Comitato Corporate Governance](#) | [Pubblicità](#) | [Avvisi di Borsa](#) | [Listino ufficiale](#) | [Studenti](#)

[Borsa Italiana Spa - Dati sociali](#) | [Disclaimer](#) | [Copyright](#) | [Privacy](#) | [Cookie policy](#) | [Credits](#) | [Bribery Act](#) | [Codice di Comportamento](#)