

D'Armandutti a Massimo

Sota cada camisa hi ha un home i rere les camises "Massimo Dutti" hi ha l'empresari d'origen madrileny Armando Lasauca, president executiu del Grup Massimo Dutti, S.A.

D'on li va venir la idea del nom no ho sap ben bé. Només sap que de petit li deien Armandutti. Ja als 20 anys va crear la seva primera empresa, Viella, a Barcelona, i va iniciar el camí de la fabricació de camises amb la marca Fiesta. Fa cinc anys va ser el fundador del Grup Massimo Dutti, empresa dedicada a vestir l'home amb qualitat i a preus accessibles.

Si bé en els començaments el grup tan sols es dedicava a la fabricació i venda de camises per a homes, ara en les seues botigues es venen tots els complements de roba masculina, des d'americanes i pantalons fins a cinturons, mitjons, corbates, roba interior, rellotges o perfums. I és que, cada vegada més, l'home d'avui dia té cura de la seva imatge i Armando Lasauca procura complaure'ls.

Una de les claus de l'èxit de Massimo Dutti ha estat el manteniment fix del preu de les camises. En les botigues del grup no es fan mai rebaixes perquè entenen que ja es mantenen els preus al llarg de les diferents èpoques de l'any. Això és possible perquè el Grup té una base industrial àmplia que conjuga la fabricació i les vendes, amb la qual cosa poden treballar a preus més competitius.

La venda de camises a preu únic va significar un nou criteri de comercialització. Aquest, juntament amb la qualitat del producte, el control dels estocs i la varietat en el disseny, han permès a Massimo Dutti situar-se entre

els primers llocs de la moda masculina. Tot plegat li ha valgut que se'l nomenés el millor jove empresari de Catalunya l'any passat.

Tot bon empresari "hi naix, no es fa", diu, i la condició de ser tan jove comporta virtuts como defectes. El que és cert, segons Armando Lasauca, és que l'empresari d'avui té l'avantatge de disposar de millors mitjans, però "això té la seva contrapartida perquè també vol dir que hi ha més empresaris i, per tant, més competitivitat".

Per a Armandutti, l'empresari ha de tenir una gran capacitat de lluita, de superació, "i n'hi ha molts que es queden a mig camí. Toquem ferro". Acaba dient.

La propera integració al Mercat Únic Europeu significa la competitivitat dels dissenys italià i francès, però això no el preocupa gaire. "Nosaltres tenim les nostres pròpies armes, el nostre màrqueting i el nostre *savoir faire*. "Tant se val el disseny d'on vingui", sentència.

No és d'estranyar, doncs, que el que més l'atragui sigui crear llocs de treball i multiplicar l'empresa, és una mena de missió social que té. "És bo -afirma- i més en una empresa com la nostra en ple creixement". Això sí, s'han de crear llocs de treball però "en ordre".

I encaparrat en aquesta missió, s'oblida de les aficions, "m'avorreixen i prefereixo treballar". Fins i tot, alguns caps de setmana els dedica a visitar els aparadors de diverses capitals europees.

Un quinze per cent de les botigues del Grup són en



règim de franquícia. Les condicions per a disposar d'una franquícia són el pagament d'una quota d'entrada, un cànon anual fix i un *royalty* sobre les compres. A més, les botigues han d'estar situades en un lloc cèntric de la ciutat i han d'estar decorades segons les característiques

dels diferents punts de venda de Massimo Dutti. Aquestes concessions es donen, principalment, en aquells que opten per obrir una botiga en una capital de província, "on és més interessant que hi hagi aquest tipus de botigues".

L'estima que sent Armando

Lasauca per Massimo Dutti es reflecteix en la similitud que utilitza a l'hora de diferenciar una botiga pròpia d'una en règim de franquícia: "la teva tenda és como un fill propi i la franquícia és el fill adoptiu".

Sílvia Monfort

Benedetti & Dutti

La primera botiga Massimo Dutti es va obrir l'any 1985 a la Via Augusta de Barcelona. En l'actualitat n'hi ha tres a la ciutat i una altra que està a punt d'inaugurar-se. També n'hi ha una a València, Sabadell i Palma de Mallorca. De les 60 botigues obertes a tot l'estat, 15 són en règim de franquícia, i d'aquestes n'hi ha a Castelló, Figueres i a Granollers.

El març de l'any passat la companyia Cofir, del Grup Carlo Benedetti, va comprar el 49% de les accions del Grup per un valor aproximat de 2.000 milions de pessetes que serviran per a les futures inversions del Grup. Aquestes inversions van dirigides a les futures ampliacions de punts de vendes. Així, d'aquí a finals d'any s'obriran 10 noves botigues a tot l'estat i l'any que ve es preveu arribar a les 80. Alhora, d'aquí al 92 obriran 150 punts de venda en diversos països europeus com França, Itàlia, Gran Bretanya, Alemanya Federal i Portugal.

Així mateix, Massimo Dutti té a Martorell una fàbrica totalment automatitzada amb aplicació de tecnologia punta, i en un futur pròxim serà l'únic centre on es fabricaran els articles ja que ara per ara hi ha diversos tallers que treballen en exclusiva per al grup.

El volum diari de vendes és d'uns 4.500 articles i més de 1.000 dissenys diferents a l'any. La facturació prevista d'aquest any passat és de 4.500 milions de pessetes i un *cash flow* de 750 milions.

Totes les botigues de Massimo Dutti estan totalment informatitzades, com també els diversos punts de fabricació i connectades amb la central. Això els permet treballar en temps real i controlar al dia el nombre de productes que s'han venut en cada una de les botigues, com també els diners que s'han fet o el que s'ha produït en una fàbrica.

S.M.

