

**Responsable Relations Presse Groupe** : Nathalie Fournier-Christol  
E-mail : [n.fournier-christol@lectra.com](mailto:n.fournier-christol@lectra.com)  
Tél. : +33 (0)1 53 64 42 37 – Fax : +33 (0)1 53 64 43 40

## **Lectra annonce l'implémentation réussie de sa solution de gestion du cycle de vie des produits (PLM) chez La Jolla Group**

***Lectra Fashion PLM apporte créativité et maîtrise aux processus de création et de développement du géant des sports d'action, La Jolla Group.***

**Paris, le 7 novembre 2011** – Lectra, numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour les industries utilisatrices de matériaux souples — textiles, cuir, tissus industriels et composites —, annonce la réussite de l'implémentation de Lectra Fashion PLM au sein de La Jolla Group. Basé à Irvine en Californie, La Jolla Group, Inc. (LJG) est l'un des plus grands fabricants mondiaux de vêtements de surf, de skateboard, de motocross et d'articles *lifestyle* destinés aux jeunes, pour des marques renommées telles que O'Neill Clothing USA, Rusty Clothing et Metal Mulisha Clothing.

« *Après une vaste étude de marché et une intégration réussie, La Jolla Group a finalement trouvé et déployé la solution de PLM qui va permettre à notre processus de développement et de gestion du cycle de vie des produits d'atteindre un niveau supérieur. Aujourd'hui, nous disposons enfin d'une solution de PLM dédiée à l'industrie de la mode, qui intègre et comprend parfaitement les subtilités de notre secteur d'activité* », déclare Josh Wellington, Directeur des Opérations de La Jolla Group.

Avant d'adopter Lectra Fashion PLM, La Jolla Group utilisait un système de feuilles de calcul qui nécessitait une saisie et une mise à jour manuelle des données. Ce qui donnait à certains départements de l'entreprise, notamment ceux de la création et du merchandising, l'impression d'être déconnectés du processus de développement. Consciente de ces frustrations, La Jolla Group s'est alors mise en quête d'une solution et a choisi Lectra, pour sa maîtrise parfaite des processus de développement propres au métier de la mode, et notamment de la création.

« *L'interface utilisateur, spécialement conçue pour l'industrie de la mode, permet d'éviter les problèmes rencontrés avec d'autres solutions PLM, car elle est plus proche d'un environnement de création que d'un modèle basé sur une ingénierie rigide* », ajoute Josh Wellington. « *Le cycle de création passe désormais par un système de données consolidées qui a nous permis d'en finir avec les données disparates et les processus manuels* ».

Lectra Fashion PLM s'intègre parfaitement aux équipements Mac utilisés par La Jolla Group pour sa création. Des paramètres utilisateur très visuels — bibliothèques d'images et listes des matières — ont permis à ses équipes de l'adopter facilement. Les créateurs peuvent désormais aisément partager modèles et tendances, tout en garantissant un contrôle absolu des coûts, dans le respect des contraintes de budget et de production. En alignant l'ensemble de ses équipes à travers le monde et en leur offrant une maîtrise totale du cycle de création, du patronnage, du merchandising, de l'approvisionnement, de la production et de la gestion de la documentation et des catalogues, la société peut désormais s'assurer que les délais ne seront plus considérés comme de simples désidératas mais que ces derniers seront bien respectés.

« Sachant l'importance que l'entreprise accorde à sa création et à la qualité de ses produits, et connaissant les défis que soulève le marché des vêtements de sport et loisir, nous étions sûrs que Lectra Fashion PLM pouvait apporter à La Jolla Group de nombreux bénéfices, tels qu'une meilleure maîtrise des prestations et des coûts, deux éléments fondamentaux afin d'être concurrentiel sur le marché des articles de sport et de surf », déclare Roy Shurling, Président de Lectra Amérique du Nord. « Notre expérience de plus de 35 ans dans l'industrie de la mode, nous permet de savoir à quel point il peut être difficile pour différentes équipes de se mettre d'accord et de se concentrer sur les aspects fondamentaux de leur métier, tout en préservant leur créativité ».

L'équipe de La Jolla Group a également été impressionnée par les consultants de Lectra et par leur capacité d'implémentation rapide du projet, sans pour autant perdre de vue aucun détail important. « L'équipe multidisciplinaire de Lectra s'est assurée en permanence que nous franchissions chacune des étapes du processus dans les temps, afin de ne rater aucune échéance et de garantir le bon déroulement du projet. C'était indispensable », ajoute Scott Fitzpatrick, Directeur de la Veille Stratégique de La Jolla Group, qui a apporté son soutien au projet.

Le projet initial a été implémenté avec de l'avance, comparé au calendrier originellement prévu. La Jolla Group est à ce point satisfaite du résultat qu'elle a récemment décidé d'étendre le projet à l'ensemble de son portefeuille de marques et de sa base fournisseurs.

### À propos de La Jolla Group

La Jolla Group est la première société de licence en habillement multimarques, avec un portefeuille clients important comprenant certaines des marques les plus connues du monde de la mode et des sports d'action : [O'Neill Clothing USA](#), [Metal Mulisha Clothing](#), [Rusty North America](#), [The Berrics](#), et [FMF Racing](#). Améliorant toujours plus le modèle de développement mis en place par la société lors de l'acquisition de la licence O'Neill Clothing USA de Jack O'Neill et de sa famille en 1992, La Jolla Group s'efforce d'appliquer à chacune de ses licences ses compétences clés dans la création, le marketing, la vente, la production et la distribution, créant ainsi une gamme variée de marques spécialisées dans l'univers du surf, du skateboard, du snowboard, du motocross, de la mode et des vêtements de plage. En 2010, La Jolla Group a lancé sa première marque de mode, [In God's Hands](#), en association avec sa fondatrice et créatrice Lauren Lusk.

Avec un éventail de marques renommées, plus de 400 employés à travers les États-Unis et 10 points de vente, La Jolla Group continue son évolution en tirant parti des synergies de ses différentes plates-formes. Les marques du groupe sont vendues par plus de 3 000 distributeurs à travers les États-Unis mais aussi en Europe, au Royaume-Uni, au Canada, en Amérique latine, en Australie et au Japon. Pour de plus amples informations, visitez le site [www.lajollagroup.com](http://www.lajollagroup.com).

### À propos de Lectra

Lectra est numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour automatiser, rationaliser et accélérer les processus de conception, de développement et de fabrication des produits des industries utilisatrices de matériaux souples. Lectra développe les logiciels et les systèmes de découpe automatique les plus avancés et propose des services associés, spécifiques à un ensemble de grands marchés dont la mode (habillement, accessoires, chaussure), l'automobile (sièges et intérieurs automobiles, airbags), l'ameublement, ainsi qu'à un large éventail d'autres industries telles que l'aéronautique, l'industrie nautique, le secteur de l'énergie éolienne et les équipements de protection des personnes. Avec un effectif de 1 350 personnes, Lectra accompagne 23 000 clients dans plus de 100 pays et réalise un chiffre d'affaires de €190 millions en 2010. Lectra est cotée sur NYSE Euronext.

Pour de plus amples informations, visitez notre site [www.lectra.com](http://www.lectra.com)