

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

CISMA 2013, 25-28 Septembre, Shanghai, Chine
Lectra: Hall E1, Stand D02

**Lectra présente sa vision d'un modèle économique hybride
dans l'industrie de la mode au CISMA 2013**

Paris, le 25 septembre 2013 – Lectra, numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour les industries utilisatrices de matériaux souples — tissus, cuir, textiles techniques et matériaux composites —, a présenté lors du CISMA 2013 (25-28 septembre 2013, Shanghai, Chine) sa vision stratégique à destination des entreprises chinoises productrices de vêtements, qui veulent être en phase avec un marché et des consommateurs en pleine mutation.

Lors d'une conférence de presse organisée le 25 septembre, Daniel Harari, directeur général de Lectra, Anastasia Charbin, directeur marketing mode, et Andreas A. Kim, directeur de Lectra Chine, ont exposé leurs points de vue sur ce marché en rapide évolution et proposé des solutions aux entreprises chinoises désireuses de développer leurs activités. Certaines, jusqu'à peu, étaient simplement productrices de vêtements. Elles connaissent désormais une hybridation de leur modèle économique : en plus de leurs activités industrielles, ces entreprises intègrent également la conception, le développement et/ou la distribution de produits. Dans ce contexte, leur capacité à suivre le rythme du marché est un élément clé de leur réussite.



« Le monde change à toute vitesse et c'est d'autant plus vrai en Chine. La hausse des salaires et du pouvoir d'achat donne naissance à une nouvelle catégorie de consommateurs que la mode attire très fortement. Habités aux marques occidentales, ces clients savent à présent ce qu'ils veulent : un style innovant et un choix accru de produits. Ces points clés feront toute la différence dans la bataille pour le marché domestique chinois », déclare Daniel Harari.

« Les consommateurs chinois deviennent de vrais fashionistas ; s'habiller ne leur suffit plus, ils veulent des modèles novateurs, des tailles adaptées, un bien-être amélioré et une meilleure qualité », explique Anastasia Charbin. « Le paysage de la mode a été totalement bouleversé, et un nombre croissant de producteurs se lance dans la création de marques ou de filières de distribution ».

« Les entreprises ayant déjà fait leur révolution constatent que le consommateur chinois est bien plus exigeant qu'il y a 10 ans. Il est plus sensible aux lignes créatives et les marques désireuses de s'imposer sur ce marché doivent donc se démarquer radicalement les unes des autres afin d'être compétitives. Pour intégrer rapidement les nouvelles expertises nécessaires, les entreprises de mode vont devoir s'appuyer à la fois sur de nouvelles technologies et sur des processus repensés », conclut Andreas A. Kim.

A l'occasion du CISMA 2013, Lectra vient de publier un livre blanc qui explique comment un simple producteur de vêtements peut devenir une marque de mode à part entière. Et les raisons pour lesquelles les changements que connaît la Chine participent au glissement de la production vers la conception et le développement, nouvelles aires de compétence, et de quelles façons la technologie la plus avancée peut faciliter cette transition.

A 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 € 198 millions en 2012. Lectra est cotée sur NYSE Euronext.

Pour de plus amples informations, visitez notre site www.lectra.com