

« Convaincre le nouveau consommateur » : lors de son événement annuel, Lectra a démontré toute la puissance des données pour l'industrie de la mode

Face au nouveau parcours d'achat des consommateurs, les participants ont trouvé des réponses dans les avis d'experts et les dernières technologies de Lectra

Paris, le 30 avril 2019 – Lectra, toujours au cœur de la réflexion sur les évolutions de la mode, a animé une série d'échanges très attendus sur les nouveaux comportements des consommateurs lors de son dernier événement dédié à cette industrie, « Convaincre le nouveau consommateur », à Bordeaux-Cestas.

Deux jours durant, plus de 75 professionnels et experts de l'industrie de la mode venus de 14 pays se sont réunis à l'*International Advanced Technology and Conference Center* (IATC) de Lectra pour examiner les changements majeurs que le digital suscite dans le comportement des consommateurs. Fortement connectés, ces derniers deviennent aujourd'hui co-créateurs dans le processus de production de la mode, dont ils bouleversent le paradigme.

Alternant présentations d'experts, démonstrations des dernières innovations et témoignages de clients, l'événement a souligné l'importance de digitaliser les processus et d'analyser les données pour répondre aux nouveaux besoins des consommateurs. Deux conférenciers ont ouvert les débats. Peter Jeavons, Directeur Général, First Insight Europe, a présenté au travers de nombreux cas d'usages l'utilisation des données pour mieux comprendre le consommateur hyper-connecté de la mode. Craig Crawford, Stratégiste et Fondateur de CrawfordIT, a mis en évidence les défis et opportunités engendrés par le digital, exhortant les entreprises de mode à enclencher leur transformation digitale interne en développant un environnement propice.

Au-delà de la nécessité de déchiffrer le nouveau consommateur, l'événement a souligné l'importance d'exploiter les données afin de proposer des services et produits centrés sur le client. Lectra a présenté sa réponse à ce défi sous la forme de deux solutions novatrices, Kubix Link et Fashion On Demand by Lectra.

Hébergée dans le cloud, la plateforme Kubix Link combine gestion du cycle de vie des données (PLM), gestion de l'information produit (PIM) et gestion des ressources numériques (DAM) pour permettre aux entreprises d'offrir une expérience unique aux consommateurs grâce à une collaboration inégalée basée sur les données. Des représentants du joaillier Pomellato et du fabricant de vêtements de sports d'extérieur Tecnica Group ont partagé leur expérience. « *Kubix Link est exactement ce dont notre entreprise avait besoin : une plateforme pour recueillir, traiter et partager des informations cohérentes sur les produits, dans tout notre écosystème et sur tous nos canaux de distribution* », a déclaré Cristiano Simonetto, Directeur Informatique, Tecnica Group. « *C'est exactement ce que Kubix Link nous permet de faire, avec une facilité déconcertante* ».

Les participants ont également assisté à une démonstration de Fashion On Demand by Lectra, la première solution complète de personnalisation de vêtements du marché. Ils ont découvert comment un processus de production à la demande automatisé et guidé par les données, depuis la réception des commandes jusqu'aux étapes de découpe, pouvait livrer des produits personnalisés selon les souhaits des consommateurs. Charline Fasquel, Directrice de Production, Balsan, et Stéphane Quinou, Directeur Industriel, Groupe Marck, ont témoigné de l'efficacité de Fashion On Demand by Lectra. « *Avec plusieurs centaines d'uniformes par jour, nous atteignons notre capacité maximale de production. Nous avons deux options : augmenter la main-d'œuvre ou moderniser nos outils. C'est ce dernier choix que nous avons fait* », a expliqué Charline Fasquel. « *Pour nous, Fashion On Demand by Lectra est un rêve devenu réalité. Grâce à cette solution, nous avons réussi à augmenter la production, obtenir un bien-être parfait, limiter le coût des consommables, réduire le temps de préparation des commandes et minimiser les erreurs humaines* ».



En matière de développement produit, Mariam Bennissi, Responsable du patronnage, Balenciaga, s'est exprimée sur Quick Estimate, l'application cloud de Lectra conçue pour estimer la consommation de matière. « Avec cette application, il ne nous faut pas plus d'une minute pour estimer la consommation de tissu lors de la phase de préparation de la collection », a-t-elle témoigné. Grâce à cette technologie, qu'elle qualifie d'efficace et intuitive, « nous anticipons la réservation de nos matières et, cette saison, nous avons pu être prêts quatre jours avant la date du défilé », a-t-elle ajouté.

« Aujourd'hui, les acteurs de la mode ne se contentent pas de collecter des données, mais ont pour objectif d'en tirer une meilleure compréhension. Les entreprises de mode vont découvrir un gisement d'opportunités commerciales si elles arrivent à libérer tout le potentiel de leurs données. C'est ce que leur permet de faire nos solutions de nouvelle génération, Kubix Link et Fashion On Demand by Lectra, toutes deux conformes aux principes de l'Industrie 4.0 et dotées de la puissance du cloud, que ce soit pour gérer des contenus et de l'information ou pour livrer des produits personnalisés. Notre technologie les aide à mieux comprendre le consommateur, à fabriquer le bon produit et à le livrer en temps voulu. Car c'est ainsi que l'on séduit les clients d'aujourd'hui », a déclaré Céline Choussy, directrice marketing et communication, Lectra.

Suivez Lectra sur les réseaux sociaux :



A propos de Lectra

Pour les entreprises qui insufflent la vie à nos dressings, intérieurs de voitures, meubles et plus, Lectra façonne des technologies premium qui facilitent la transformation digitale de leur industrie. Son offre donne aux marques, aux fabricants et aux distributeurs les moyens de leurs ambitions, du design à la production, mais aussi la reconnaissance et la sérénité qu'ils méritent. Fondée en 1973, Lectra dispose de 32 filiales à l'international et sert ses clients dans plus de 100 pays. Forte de plus de 1 700 collaborateurs, Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de € 283 millions en 2018 et est cotée sur Euronext (LSS).

Pour plus d'informations, visitez www.lectra.com

Contacts presse :

Lectra Headquarters / Press Department

Nathalie Fournier-Christol

t : +33 (0) 1 53 64 42 37

e : n.fournier-christol@lectra.com

H+K Strategies Paris

Laura Béquart

t : +33 (0)1 41 05 44 63

e : lectra.france@hkstrategies.com