

COMUNICATO STAMPA

**Bally insieme a Lectra per la trasformazione digitale
e per ottimizzare le prestazioni nella value chain**

Grazie alla piattaforma Kubix Link PLM e alla soluzione di benchmarking Retviews, Bally ha ottenuto una gestione a 360° delle proprie collezioni per rispondere efficacemente alle evoluzioni del mercato

Milano, 15 maggio 2023 – **Bally, storico brand svizzero di scarpe, borse e accessori in pelle di lusso per uomo e donna, ha scelto Lectra, protagonista dell'Industria 4.0 nei settori fashion, automotive e arredamento, per supportare e ottimizzare le proprie attività, dal ciclo di vita della collezione alla competitive intelligence.** Grazie alla combinazione delle soluzioni Kubix Link PLM e della soluzione di benchmarking automatico Retviews di Lectra, Bally è riuscita a ottimizzare l'intero ciclo di vita della collezione, dallo sviluppo prodotto al merchandising, migliorando la collaborazione, la comunicazione e prendendo decisioni in tempo reale basate sui dati.

*“Siamo fieri di aver fornito un supporto strategico a un brand rinomato e storico come Bally nel suo percorso di trasformazione digitale, migliorando i processi chiave e permettendo all'azienda di sfruttare al meglio l'intera catena del valore nel contesto di business in rapida evoluzione di oggi”, commenta **Fabio Canali, President Southern Europe & North Africa di Lectra.** “In Lectra riteniamo che la collaborazione sia alla base di ogni business di successo: il nostro obiettivo è affiancare i brand, offrendo loro gli strumenti più all'avanguardia per la competitive intelligence, per ottimizzare le prestazioni e consentire loro di rispettare le politiche strategiche e di espansione”.*

Il progetto si è inserito nel percorso di trasformazione digitale di Bally, che ha posto l'azienda di fronte alla necessità di digitalizzare i processi di sviluppo prodotto e monitorare in tempo reale le attività della concorrenza sul mercato internazionale, così da gestire dinamicamente le collezioni e le scelte di prezzo per rispettare gli obiettivi di espansione a livello globale.

L'esigenza di Bally

Fondato nel 1851, Bally è uno dei più antichi brand del lusso al mondo. Oggi distribuisce calzature, accessori e capi prêt-à-porter in oltre 320 negozi al dettaglio e 500 punti vendita multimarca, oltre che sul suo sito web disponibile in 58 Paesi. Utilizzando le sue competenze secolari per sviluppare prodotti dall'estetica molto contemporanea, il brand è da sempre un pioniere nell'uso di tecnologie all'avanguardia, sia in fase di produzione sia nella commercializzazione dei suoi design innovativi.

A fronte della rapida evoluzione del contesto di business attuale, la struttura IT interna del brand risultava ormai datata e Bally faticava a gestire l'immensa quantità di dati eterogenei generati dai suoi diversi sistemi. Le attività di competitive intelligence venivano svolte manualmente, con un lavoro lungo e laborioso che richiedeva aggiornamenti costanti e rendeva i dati raccolti rapidamente obsoleti. Risultava dunque sempre più necessario gestire internamente i sistemi IT, digitalizzare i processi di sviluppo prodotto e adottare attività di benchmarking a livello internazionale in tempo reale.

Bally era quindi alla ricerca di una soluzione che permettesse di gestire dinamicamente le collezioni e la strategia di prezzo a livello internazionale, in linea con la sua politica di espansione.

Il supporto di Lectra

La risposta giusta per Bally è arrivata da Lectra, la cui competenza nel settore del fashion è universalmente riconosciuta. Avere a disposizione un unico partner tecnologico le cui soluzioni coprono l'intera catena del valore è stata una vera e propria risorsa per Bally.

[Kubix Link PLM](#) è una soluzione facile da usare, che sfrutta le best practice del settore. Oltre ad essere rapido da implementare, è in grado di gestire diversi tipi di prodotti tramite un'unica soluzione (calzature, pelletteria e prêt-à-porter). Supportando i team di prodotto nell'aggregazione, archiviazione e condivisione dei dati, ottimizza significativamente la collaborazione e il processo di produzione.

Dopo il successo nell'adozione della soluzione, Bally ha deciso di proseguire la collaborazione con Lectra integrando [Retviews](#), soluzione per il benchmarking automatico che dà accesso ai dati della concorrenza per confrontare il posizionamento, fissare il prezzo ideale, aumentare i margini e prevedere i futuri bestseller.

"Il nostro obiettivo era creare e mettere a disposizione dell'intera supply chain tutte le informazioni dei nostri archivi storici, i dati relativi alla stagione in corso e quelli sulle attività della concorrenza. Kubix Link è la sola piattaforma in grado di aiutarci a digitalizzare e archiviare tutti questi elementi, supportare lo sviluppo delle collezioni ed eseguire le attività di benchmarking tramite Retviews," commenta **Alessandro Ponti, Global IT Director, Bally.**

Il risultato

I risultati positivi sono arrivati in breve tempo. Infatti, potendo disporre di dati accurati e aggiornati, i team di sviluppo prodotto e merchandising del brand hanno migliorato le proprie prestazioni concentrandosi su ciò che conta davvero: l'innovazione.

Con i team di design a Milano e i team industriali a Caslano, in Svizzera, Bally ha potuto contare su una migliore collaborazione lungo l'intera value chain. La digitalizzazione dei processi, l'ottimizzazione del lavoro da remoto e il miglioramento delle comunicazioni hanno permesso di accelerare la prototipia e il campionamento.

Il brand è ora in grado di mettere a disposizione di ogni team coinvolto nella supply chain informazioni di prodotto accurate e in tempo reale. La possibilità di prendere decisioni migliori e più rapide, sulla base dei dati, ha consentito al brand di rendere più redditizie le proprie linee di prodotto, rispondendo meglio alle richieste del mercato.

Informazioni su Lectra:

Lectra, azienda leader nei mercati del fashion, dell'automotive e dell'arredamento, contribuisce alla rivoluzione dell'Industria 4.0 con audacia e passione fornendo tecnologie best-in-class.

Il gruppo offre soluzioni - software, hardware, dati e servizi - che facilitano la trasformazione digitale delle aziende. In questo modo, Lectra aiuta i clienti a superare i propri limiti e sbloccare il loro potenziale. Il gruppo è orgoglioso di affermare che i suoi 2.500 dipendenti sono guidati da tre valori fondamentali: open mind, affidabilità e passione per l'innovazione.

Fondata nel 1973, Lectra ha registrato nel 2022 ricavi per 522 milioni di Euro. È quotata presso Euronext Paris.

Per maggiori informazioni, si prega di visitare il sito web lectra.com.

Seguite Lectra sui social network:



Per maggiori informazioni:

Hotwire Public Relations Italy

+39 02 3664 3650

Email: lectrait@hotwireglobal.com