



INDUSTRIE: Mode



## JL International libère un temps précieux pour les stylistes et crée de nouvelles inter collections grâce à Lectra Fashion PLM

### MARCHÉ

Prêt-à-porter

### LOCALISATION

Bordeaux, France

### DÉFIS RELEVÉS

Organiser un processus complexe de développement des produits en harmonisant les méthodes de travail, en optimisant l'expertise et en maintenant la qualité.

### AVANTAGES

Lectra Fashion PLM permet aux entreprises de gérer, d'organiser et de suivre les collections afin de maîtriser les coûts et de garantir la qualité et les délais.

Basé à Bordeaux, en France, JL International distribue des vêtements de prêt-à-porter par le biais de sa propre chaîne de vente au détail et d'autres grands canaux de distribution. Avec huit marques privées représentant divers marchés, JL International a, en 2007, réalisé 75 % de ses 50 millions d'euros de chiffre d'affaires en vendant des vêtements finis aux 140 magasins, qu'il détient à 100 % ou gérés par des partenaires, de son enseigne Styleco essentiellement implantée en France. La vente de vêtements, sous des noms de marque distincts, à de grands distributeurs français tels que Super U et Leclerc a, quant à elle, généré 25 % des revenus de la société. Forte de ses 60 ans d'expérience dans l'industrie textile, JL International travaille avec 200 collaborateurs à travers le monde, y compris ceux de son bureau d'achat et d'approvisionnement de Shanghai, en Chine, et 120 autres répartis sur ses 23 000 m<sup>2</sup> de bureaux et d'entrepôts situés dans le Sud-Ouest de la France.

La société gère en interne tous les aspects liés à la création et à la spécification de mesures du développement des produits, et externalise les activités de patronnage et de fabrication auprès d'une centaine de fournisseurs implantés en Asie. Non seulement, ces fournisseurs livrent des échantillons finis, mais ils remettent également 9 millions de produits approuvés par au aux entrepôts de Bordeaux qui en assurent alors le contrôle, le stockage et la distribution. Chaque année, la société conçoit 3 000 modèles, représentant deux collections saisonnières destinées à six marchés différents : enfants, juniors, jeunes gens, hommes, femmes, et femmes grande taille. Le groupe JL International se distingue de la concurrence : il dispose, en effet, de ses propres magasins et de ses propres marques et comprend donc les besoins et défis de ses clients auxquels il répond.

## Les défis

L'expansion de JL International a commencé à s'accélérer au cours de ces deux dernières années et a vu la chaîne de distribution du groupe passer de 120 à 140 magasins en l'espace de seulement douze mois. Les ventes ont progressé de plus de 16 % entre 2006 et 2007. Le phénomène de la « fast fashion » a également encouragé la société à mettre au point ce qu'elle appelle des « inter collections » ; il s'agit de deux collections de demi-saison proposées en plus des collections régulières. « Nos collections régulières sont préparées 18 mois à l'avance », indique Laëtitia Hugé, directrice de la division Enfants au sein de JL International. « C'est parfait pour les articles classiques, mais nos clients hésitent à acheter des articles plutôt tendance car ils ne sont jamais sûrs de ce qui sera encore à la mode au moment où arriveront les produits. Nos inter collections sont justement conçues pour répondre à ce besoin. En créant des articles inter collections beaucoup plus tardivement, nous offrons à nos clients la possibilité d'effectuer des achats de dernière minute et de se sentir ainsi plus en confiance. »

L'ajout de ces inter collections se traduit non seulement par une augmentation de la charge de travail, mais aussi par une réduction significative du temps total de développement des articles destinés à alimenter des offres de « dernière minute ». Laëtitia Hugé explique ainsi que JL International a pour cela commencé à s'intéresser aux solutions CFAO de Lectra dans la perspective de gagner du temps et de renforcer sa productivité. « À l'origine, nous pensions pouvoir acquérir un logiciel de design quelconque », observe-t-elle. « Mais lorsque les experts de Lectra sont venus enquêter sur nos besoins, ils ont compris que ce dont nous avions réellement besoin résidait dans une solution de gestion de développement

plus avancée, semblable à Lectra Fashion PLM. »

JL International utilisait alors un système de gestion et de suivi sur support papier dans lequel le travail de chaque utilisateur, des stylistes aux techniciens en passant par le personnel administratif, s'effectuait sur des logiciels distincts et où les fichiers étaient imprimés sur papier avant d'être ensuite entreposés dans des classeurs. Chaque produit disposait de son propre fichier, composé de numéros de référence et de descriptions de produit, stocké dans le classeur. Les tableaux récapitulatifs de comparaison des produits étaient créés manuellement avec le tableur Microsoft Excel, puis imprimés et reliés dans des brochures pour des consultations ultérieures.

« Il s'agissait là d'une procédure extrêmement longue et tout à fait fastidieuse », se rappelle Laëtitia Hugé. « Cette méthode s'avérait en outre particulièrement complexe et risquée, en raison des nombreuses possibilités d'erreurs ou de pertes d'information qu'elle comportait. Il arrivait d'ailleurs parfois que des versions parallèles du même fichier soient modifiées par des services différents. Nous passions donc un temps fou à vérifier les informations, à les valider et à les revérifier. » Il arrivait également souvent que des changements soient faits directement au crayon sur les versions imprimées et ils pouvaient s'accumuler avant d'être intégrés dans un fichier informatique et d'être réimprimés.

Laëtitia Hugé rapporte même que les stylistes étaient parfois les derniers à être mis au courant des modifications apportées à leurs modèles. « Si nos fournisseurs nous disaient qu'il ne serait pas possible de produire un certain type de bouton ou de fermeture éclair, nous apposions alors directement sur le papier une note faisant état de la modification. Plusieurs mois s'écoulaient ensuite avant que nous ne recevions les



À propos de JL International



Laëtitia Hugé

prototypes et qu'ils ne découvrent leur travail modifié. » Valérie Goudeau, chargée du développement produits se souvient, quant à elle, qu'il fallait souvent interrompre les stylistes pour des questions d'ordre technique parce qu'un fournisseur ou un client avait besoin d'informations supplémentaires que celles fournies sur les fichiers papier, s'avérant insuffisantes. « On avait l'impression que c'était toujours au moment où ils étaient le plus occupés que nous venions les déranger et interrompre le fil de leur pensée au beau milieu de leurs projets artistiques », ajoute-t-elle.

Avant de travailler avec Lectra Fashion PLM, JL International souffrait également d'un manque d'échange en termes d'informations visuelles. « Nous travaillions vraiment tous à l'aveuglette », explique Laëtitia Hugé. « Je dis « à l'aveuglette » parce qu'il nous était impossible de voir les modifications que nos collègues réalisaient, mais aussi parce que, à l'exception des stylistes, nous ne pouvions pas voir véritablement les produits sur lesquels portaient notre travail. Les chargés du développement produits, les assistants, et même les cadres dirigeants, en étaient donc réduits à essayer de visualiser les produits seulement à partir des descriptions qui en étaient faites. Mais, la plupart du temps, notre travail se limitait à manier les numéros de références et les codes de couleur. On ne peut pas dire ces conditions soient optimales pour travailler dans le secteur de la mode. La mode, c'est un art visuel, une industrie visuelle où le travail n'est véritablement possible que lorsque l'on dispose d'un produit visuel. »

Enfin, JL International cherchait aussi un moyen d'améliorer la qualité de son matériel de présentation et de ventes, surtout à un moment où les concurrents du secteur de la « fast fashion » commençaient, eux, à solliciter de plus en plus souvent sa

clientèle. « Lorsque nous préparions des documents pour nos clients, il n'y avait pas de photos, pas de palettes d'échantillons de couleurs, il n'y avait que des descriptions des produits et les couleurs », remarque Laëtitia Hugé. « Cela ne faisait pas très commercial, et ce n'est pas ce qui nous aurait aidé à rester en tête de la compétition. »

### La solution

JL International vient tout juste d'achever son premier cycle de collection en utilisant Lectra Fashion PLM. « Il n'y a tout simplement aucune comparaison possible avec la manière dont nous travaillions auparavant », indique Laëtitia Hugé. « Maintenant, nous expérimentons beaucoup plus le produit à chaque étape du processus. Les mises à jour sont continues, et tout le monde est au courant de ce qui se passe avec chacun des produits. »

Spécialement conçue pour l'industrie de la mode, la solution Lectra Fashion PLM favorise le travail en mode collaboratif, valorise les compétences et augmente la performance de chaque intervenant dans l'entreprise et au sein de son écosystème. Elle permet aux entreprises d'organiser, de gérer et de partager l'ensemble des données relatives au développement de leurs produits et de leurs collections. La solution contribue en outre à l'accélération des processus itératifs liés au sourcing (gestion des prototypes, des appels d'offre, et des coûts) et à l'assurance qualité. Entièrement configurable, Lectra Fashion PLM est construite sur une plateforme 100 % Internet. Chaque personne intervenant dans le cycle de développement des produits – stylistes, chargés de développement produits, cadres dirigeants, partenaires commerciaux, fournisseurs, etc. – peut accéder 24 heures/24 h, 7 jours/7 à Lectra Fashion PLM, n'importe où dans le monde, via un simple accès Internet. Les profils utilisateurs précis et les

droits d'accès permettent de veiller à ce que l'accès aux données soit sécurisé. Lectra Fashion PLM s'intègre parfaitement avec les logiciels métiers de pointe dédiés au stylisme, au modélisme et au prototypage, et s'interface avec les applications de gestion de l'entreprise.

Le fait que tous les participants travaillent sur la même plateforme avec les toutes dernières versions des fichiers a constitué un énorme avantage pour JL International depuis le début de son fonctionnement avec Lectra Fashion PLM, estime Laëtitia Hugé. « La communication sur les produits s'est avérée excellente et l'échange d'informations s'est fait de manière très fluide », précise-t-elle. « C'est tellement plus facile pour nous. »

L'abandon du système papier a en outre permis à l'entreprise de se libérer du besoin constant et fastidieux de vérifier les informations dont elle disposait. « Le temps de la paperasse est révolu », constate-t-elle. « Et puis, le fait de ne plus gaspiller de papier constitue en soi également un avantage non-négligeable ! »

Lectra Fashion PLM a également apporté une visibilité importante à JL International, et ce à plusieurs niveaux. Désormais, l'entreprise dispose non seulement d'une image physique en ligne de chaque produit en son état actuel de développement, y compris en ce qui concerne les combinaisons de couleurs retenues, mais elle est également plus à même d'apprécier l'état d'avancement du projet.

« Nous bénéficions maintenant d'une visibilité totale sur la collection », indique Laëtitia Hugé. « Par ailleurs, les responsables de projets disposent, eux aussi, d'une plus grande visibilité car, avec la solution Lectra Fashion PLM, ils peuvent à tout moment observer la progression de chacun des articles et ajouter leurs

commentaires directement dans le fichier. »

D'après Laëtitia, cette visibilité constitue également un avantage pour le client, elle facilite, en effet, la communication et rend les présentations plus aisées. « Lectra Fashion PLM nous permet en effet de produire facilement des catalogues professionnels que nous transmettons ensuite à nos clients », ajoute-t-elle.

« Le catalogue représente aussi un précieux outil en interne, poursuit-elle, car il permet d'analyser la collection de manière simple et efficace. »

Au terme d'une formation de trois jours seulement, l'équipe de Laëtitia était déjà capable d'utiliser la solution Lectra Fashion PLM de manière particulièrement ingénieuse. Situés en amont de la chaîne, les stylistes ont alors pu renouer avec une tranquillité qu'ils pensaient perdue durant les processus techniques.

« Nous sommes libres de nous concentrer exclusivement sur notre travail de conception, sans qu'aucune distraction ne vienne nous déranger », apprécie Jordan Delmotte.

Valérie Goudeau acquiesce. « Je suis très satisfaite de la mise en place de l'application Product Development de Lectra Fashion PLM », confirme-t-elle. « Nous sommes nettement plus autonomes qu'auparavant et nous avons accès à toutes les informations dont nous avons besoin sans être obligés de déranger les stylistes. »

« Ce n'est peut-être pas directement utile au sens créatif », estime pour sa part la styliste Virginie Monin, « par contre, si l'on considère la question sous l'angle de l'entreprise dans son intégralité, Lectra Fashion PLM est vraiment très utile, c'est indéniable. »

Les équipes audit et technique expertes de Lectra se sont rapidement intégrées aux équipes de JL International et ont permis à la société de procéder à la mise en

place efficace et personnalisée de Lectra Fashion PLM, le tout de manière parfaitement adaptée aux besoins spécifiques de JL International, considère Laëtitia Hugé. « Nous avons été très impressionnés par la capacité de l'équipe Lectra à saisir aussi justement et rapidement les processus et le fonctionnement de notre société », ajoute-t-elle. « Ils ne se contentaient pas seulement de parler la langue de notre secteur : ils comprenaient également très vite et prenaient parfaitement note de la façon dont nous effectuions notre travail. La communication s'est avérée excellente, très ouverte, et le responsable d'équipe de Lectra, qui était constamment à notre écoute, s'intéressait visiblement à nous, plus qu'à sa propre personne. C'est exactement le genre de confiance qui doit s'établir dans une relation comme celle-ci, et je suis ravie que nous ayons pu la trouver avec Lectra. »

Alors qu'une saison s'est d'ores et déjà écoulée depuis l'installation de Lectra Fashion PLM, Laëtitia Hugé ne regrette vraiment rien. « Lectra Fashion PLM est une solution puissante qui couvre l'ensemble du processus de développement, tant pour nos collections que pour notre marketing », explique-t-elle. « En plus d'être une plateforme simple de collaboration, la solution Lectra Fashion PLM est aussi un système fédérateur qui nous a permis d'améliorer la communication entre les différents services de notre entreprise. L'intégration de processus plutôt complexes a permis à chaque service de s'adapter à la nouvelle méthode de travail et d'améliorer ainsi l'échange d'informations. « La mise en place de la solution Lectra Fashion PLM au sein des équipes s'effectue de manière progressive, en fonction des besoins de chaque utilisateur », indique Laëtitia Hugé. Et de conclure : « Lectra a été et continue d'être extrêmement réactive et proactive dans la résolution des problèmes et dans l'évolution de la solution elle-même. »

#### 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 1500 personnes, Lectra accompagne 23 000 clients dans plus de 100 pays et réalise un chiffre d'affaires de €198 millions en 2008. Lectra est cotée sur Euronext Paris. Pour de plus amples informations, visitez notre site [www.lectra.com](http://www.lectra.com)