

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bally accélère sa transformation digitale et dope ses performances grâce aux solutions logicielles de Lectra

Déjà séduite par les offres Kubix Link PLM et Retviews de Lectra, Bally vient également d'adopter sa plateforme Neteven. La combinaison de ces trois solutions permet à Bally d'optimiser sa veille concurrentielle, la gestion de ses informations produits ainsi que la distribution de ses collections sur les marketplaces.

Milan, le 20 juin 2023 – Réputée pour ses chaussures, sacs à main et accessoires en cuir, la marque suisse Bally souhaitait améliorer la gestion et la distribution de ses collections. L'entreprise a choisi de collaborer avec [Lectra](#), acteur majeur de l'industrie 4.0 sur les marchés de la mode, de l'automobile et de l'ameublement. Grâce aux plateformes de gestion des données et de développement de produits Kubix Link PLM et d'analyse concurrentielle Retviews proposées par Lectra, Bally a amélioré chaque étape du cycle de vie de ses collections, du développement produit jusqu'au merchandising. L'accès aux données désormais disponibles en temps réel fluidifie les collaborations internes, facilite les communications et accélère les prises de décision. Bally vient également d'adopter la solution Neteven de Lectra pour augmenter ses ventes en ligne en améliorant la distribution de ses produits sur les plus grandes marketplaces mondiales.

« Nous sommes fiers d'avoir fourni un soutien stratégique à une marque aussi ancienne et aussi renommée que Bally. Nous l'avons accompagnée dans sa transformation digitale en lui permettant de rationaliser des processus clés et de tirer le meilleur parti de sa chaîne de valeur, sur un marché en constante évolution », confie **Fabio Canali**, Directeur Europe du Sud et Afrique du Nord chez Lectra.

« Pour nous, la collaboration est le secret de la réussite. Nous travaillons donc main dans la main avec les marques pour leur proposer des solutions de pointe qui les aideront à optimiser leur analyse concurrentielle, à décupler leurs performances, à mettre en œuvre leurs stratégies et à mieux se développer », ajoute-t-il.

Pour favoriser son expansion internationale, Bally voulait dynamiser sa gestion des collections et des tarifs

Créée en 1851, Bally est l'une des plus anciennes marques de luxe du monde. Elle distribue aujourd'hui ses chaussures, accessoires et vêtements dans plus de 320 magasins et 500 boutiques multimarques, et sur son site web disponible dans 58 pays. Bally s'appuie sur son savoir-faire centenaire pour développer des produits à l'esthétique très contemporaine. Toujours à l'avant-garde, l'entreprise mise également sur des technologies de pointe pour fabriquer et promouvoir ses modèles innovants.

Mais dans un environnement en constante évolution, son système informatique était devenu obsolète. Bally rencontrait des difficultés pour traiter les nombreuses données hétérogènes générées par ses différentes solutions. L'analyse concurrentielle était aussi très chronophage, car les données, recueillies manuellement, devaient être actualisées constamment. Dans ce contexte, Bally avait plus que jamais besoin d'optimiser son système informatique, de digitaliser son processus de développement produit, et de s'appuyer sur une analyse concurrentielle en temps réel à l'échelle internationale.

Pour accompagner son expansion, l'entreprise était donc à la recherche d'une solution lui permettant de gérer ses collections et ses stratégies tarifaires de façon dynamique, dans le monde entier.

La réponse de Lectra

Bally a choisi de se tourner vers Lectra, dont l'expertise au sein de l'industrie de la mode est largement reconnue. Pouvoir s'appuyer sur les technologies d'un partenaire unique, capable d'offrir des solutions couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur, a constitué un réel atout pour la marque.

Bally a tout d'abord sélectionné [Kubix Link PLM](#), une plateforme SaaS hébergée dans le cloud qui intègre des fonctionnalités PLM (Product Lifecycle Management – gestion du cycle de vie du produit), PIM (Product Information Management – gestion des informations produits) et DAM (Digital Asset Management – gestion des ressources numériques).

Les marques et les distributeurs peuvent l'utiliser pour gérer différentes catégories de produits (chaussures, maroquinerie et prêt-à-porter) en permettant à leurs équipes de recueillir, stocker et partager l'ensemble des données dont elles ont besoin. Grâce à cette plateforme unique, les collaborations sont rationalisées et le processus de production est considérablement optimisé.

Après avoir déployé avec succès Kubix Link PLM, Bally a choisi de renforcer sa collaboration avec Lectra en adoptant également la solution d'analyse concurrentielle [Retviews](#). En donnant accès en temps réel aux données des autres marques disponible sur internet, cette solution automatisée l'aide à adapter son positionnement, à optimiser ses tarifs, à accroître ses marges, et à anticiper les futurs best-sellers.

Enfin, Bally a plus récemment décidé de s'appuyer sur la plateforme [Neteven](#) de Lectra pour la distribution de ses produits sur les marketplaces. Cette plateforme SaaS combine des fonctionnalités avancées de mapping produit, de gestion des stocks et des mécanismes de promotion et peut s'intégrer dans les systèmes d'information des marques. Elle permet à Bally de centraliser la distribution de ses produits sur les marketplaces pour optimiser ses ventes en ligne.

« Notre objectif était de créer une base de données accessible à l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement, réunissant toutes les données de nos archives, mais aussi des données sur la saison en cours et sur ce que font nos concurrents. Kubix Link est la seule plateforme qui permet de digitaliser et stocker toutes ces informations, et ainsi de soutenir le développement de nos collections. En parallèle, Retviews nous a également aidés à automatiser notre analyse concurrentielle. Désormais, Neteven facilite aussi la distribution de nos produits sur les marketplaces. La complémentarité de ces solutions Lectra apporte un vrai plus, nous permettant de gérer nos collections et leur mise en vente de A à Z », témoigne **Alessandro Ponti, directeur informatique de Bally.**

Les résultats

La stratégie de Bally a très vite porté ses fruits. Grâce à des données précises et actualisées, les équipes du développement produit et du merchandising ont dopé leurs performances en se concentrant sur l'essentiel : l'innovation.

De ses équipes de conception basées à Milan jusqu'à ses équipes industrielles basées à Caslano (en Suisse), Bally a optimisé la collaboration tout au long de sa chaîne de valeur. En digitalisant ses processus, en simplifiant le travail à distance et en renforçant la communication, l'entreprise a aussi accéléré les phases de prototypage et d'échantillonnage.

Tous les acteurs de sa chaîne d'approvisionnement ont désormais accès en temps réel à des données produits précises. Bally peut prendre plus rapidement de meilleures décisions, et ainsi gagner en rentabilité et être en mesure de mieux répondre à la demande.

À PROPOS DE LECTRA

Acteur majeur sur les marchés de la mode, de l'automobile et de l'ameublement, Lectra contribue au développement de l'industrie 4.0 avec audace et passion.

Le groupe propose des solutions d'intelligence industrielle à la pointe de la technologie qui facilitent la transformation digitale des entreprises. Grâce à ses logiciels, équipements, données et services, Lectra aide ses clients à repousser les frontières et à libérer pleinement leur potentiel. Ses 2 500 collaborateurs sont guidés par trois valeurs fondamentales, qui font la fierté du groupe : faire preuve d'ouverture d'esprit, être des partenaires de confiance et innover avec ardeur.

Fondée en 1973, Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de 522 millions d'euros en 2022 et est cotée sur Euronext

(LSS).

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

Suivre Lectra sur les réseaux sociaux :



Contacts médias :

Hotwire pour Lectra

Alexis Bletsas - **t** : +33 (0)1 43 12 55 71

Laura Bandiera - **t** : +33 (0)1 43 12 55 70

Elise Martin - **t** : +33 (0)1 43 12 77

e : lectrafr@hotwireglobal.com