

Miroglio Group e Lectra insieme per la trasformazione digitale e per ottimizzare la value chain

Grazie alle piattaforme Kubix Link PLM, Neteven e alla soluzione di benchmarking Retviews, il Gruppo Miroglio ha ottimizzato la gestione a 360° delle proprie collezioni per rispondere efficacemente alle evoluzioni del mercato

Milano, 18 settembre 2023 – **Miroglio Group**, realtà italiana presente in 22 paesi con 9 brand di abbigliamento femminile, di cui cura il design, la produzione e la distribuzione a livello internazionale, ha scelto **Lectra**, protagonista dell'Industria 4.0 nei settori fashion, automotive e arredamento, per supportare e accelerare le proprie attività, inclusi il processo di produzione, il Direct-to-Consumer e la competitive intelligence. Grazie alla combinazione delle piattaforme Kubix Link PLM, Neteven e alla soluzione di benchmarking automatico Retviews di Lectra, il Gruppo Miroglio è riuscito a migliorare il proprio intero ciclo di vita della collezione: dallo scouting e codifica delle materie prime alla mappatura dei principali marketplace, fino all'impiego della competitive intelligence per scelte più strategiche.

“Siamo onorati di aver supportato un'azienda prestigiosa come Miroglio, ponendoci al suo fianco per affinare i processi cruciali e favorire la sua crescita all'interno dell'articolato percorso di digital journey, un passaggio importante e necessario per un'organizzazione contemporanea. Noi di Lectra sappiamo che la collaborazione è uno dei punti chiave di ogni business di successo: il nostro obiettivo è quella di sostenere le aziende, mettendo a loro disposizione i tool necessari e più all'avanguardia per incrementare le loro performance e gestire in maniera strategica un mercato in rapido e continuo rinnovamento,” commenta **Fabio Canali, President Southern Europe & North Africa di Lectra**.

L'esigenza di Miroglio Group

Il percorso di trasformazione digitale del Gruppo Miroglio si è articolato in diverse fasi, maturando nel tempo esigenze differenti. Innanzitutto, per la sua esposizione globale, l'azienda presentava alcune difficoltà nel monitorare e posizionare correttamente i propri brand sui diversi mercati e marketplace in cui opera. Il benchmarking richiedeva molto tempo, era complicato e poco conveniente, essendo gestito con metodi manuali e ripetitivi.

Inoltre, Miroglio Group, che non disponeva di un PLM ma solo di alcune soluzioni custom, necessitava di una leva di maggior integrazione per migliorare la fruibilità, ottenere un tracciamento puntuale del processo e un confronto sistematico tra l'avanzamento e la pianificazione della collezione, così da riallocare le attività e gestire al meglio le materie prime.

Infine, per Miroglio era fondamentale anche accrescere e gestire al meglio la propria presenza sui principali marketplace. In fase di incremento delle collezioni e di investimenti dell'azienda in termini di team e di marketing, con una conseguente revisione dei processi logistici e rispetto dei livelli di servizi, era cruciale l'utilizzo di un tool facilitatore che consentisse una gestione omnicomprensiva adeguata. Un ulteriore obiettivo era quello di portare tutti i brand del Gruppo online sui primari marketplace tramite un accurato scouting strategico, per implementare il fatturato in ottica di espansione internazionale e incremento della brand awareness all'estero in Paesi dove l'azienda ancora non era presente con negozi fisici.

Il supporto di Lectra

La risposta giusta per Miroglio Group è giunta da Lectra, la cui competenza nel settore fashion è universalmente riconosciuta.

Nello specifico, grazie a [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, Miroglio ha avuto modo di monitorare i propri brand e posizionarli adeguatamente in ogni parte del mondo. Grazie all'intelligenza artificiale, la piattaforma digitale su cloud ha consentito al Gruppo Miroglio di ottenere la vestibilità adatta al mercato e risparmiare tempo rispetto al benchmarking manuale.

Il monitoraggio dei nuovi arrivi della concorrenza (tramite una serie di report automatici settimanali) e l'analisi dei dati dei competitor consentono all'azienda di tracciare la struttura degli assortimenti, il posizionamento di prezzo, la disponibilità delle taglie e pianificare di conseguenza le proprie collezioni stagionali.

Oltre all'adozione di questa soluzione, Miroglio Group ha deciso di implementare la collaborazione con Lectra integrando [Kubix Link PLM](#) – che copre l'intero processo di produzione, dal design alla vendita, e consente di trasformare i dati in informazioni fruibili, grazie alla piena visibilità della supply chain – e [Neteven](#) – per organizzare le attività di retail digitali nei principali marketplace del mondo e accelerare le attività Direct-to-Consumer in modo flessibile e scalabile per incrementare le vendite.

“Siamo molto soddisfatti delle soluzioni Lectra e del supporto che l'azienda mette a disposizione del Cliente, dalla progettazione fino alla messa a terra e al live dei tool. Potersi confrontare con il team Kubix di Lectra è un considerevole aspetto di valore: si tratta di un punto di vista professionale di solida expertise che ci indica la via nel processo e lavorazione dei dati. Avevamo gestito vari progetti in cloud, ma questa è la prima volta che utilizziamo un SaaS per un core project e, in questo specifico caso, il bilanciamento tra customizzazione e standardizzazione è esattamente quello che serviva a Miroglio”, commenta **Francesco Cavarero, CIO di Miroglio Group.**

“Il team di account Neteven di Lectra è presente, preciso e affidabile: li consideriamo quasi come dei colleghi. La vera ricchezza è quella di aver tessuto una relazione attraverso la quale Miroglio Group non ha solo guadagnato un partner tecnologico, ma anche un punto di riferimento consulenziale, in grado di creare il terreno per cogliere opportunità, nutrire il potenziale e ragionare in maniera sinergica sui possibili nuovi orizzonti, anche in ottica internazionale. Per questo, non temiamo di metterci nuovamente in gioco e interrogarci insieme circa quali nuovi marketplace raggiungere e presidiare, studiando congiuntamente una mappa per consolidare ulteriormente la nostra presenza in alcuni Paesi”, commenta **Christian D'Antoni, Head of Marketplaces di Miroglio Group.**

“Avevamo necessità di trovare una soluzione che ci permettesse di monitorare il mercato, al fine di ottimizzare le nostre strategie di posizionamento dei prodotti. Insieme a Lectra, nostro partner tecnologico di fiducia, abbiamo valutato Retviews come la soluzione migliore per l'acquisizione e la visualizzazione dei dati di mercato in real time”, aggiunge **Christian D'Antoni, Head of Marketplaces di Miroglio Group.**

Gli immediati risultati positivi

Per Miroglio Group disporre di più soluzioni fornite da un unico partner tecnologico ha contribuito a una significativa accelerazione del suo percorso di trasformazione digitale. Grazie a Retviews, il Gruppo utilizza la piattaforma per monitorare il livello di sconti durante le vendite e confrontarlo con i competitor diretti, il tutto con un solo clic e grazie ai dati generati automaticamente dalla piattaforma. Miroglio ora può seguire in real time i livelli di esaurimento scorte dei competitor, per ottimizzare i rifornimenti. Non solo: grazie al successo della soluzione, all'inizio utilizzata prevalentemente dai merchandiser del Gruppo, attualmente molti altri reparti di Miroglio Group sono interessati a impiegare il tool di Competitive Intelligence (tra questi, i settori omnichannel, e-commerce, supply chain, product management, acquisti, vendite & retail).

Grazie a Kubix Link PLM – oggi utilizzato dai team di approvvigionamento delle materie prime ma che presto sarà esteso agli accessori, ai team di stile, modellisti e buyer – la curva di learning è diventata più rapida, come dimostrato nei processi di scouting e di codifica delle materie prime. Ora la condivisione delle informazioni è velocizzata e resa più user-friendly da un aspetto visuale più evoluto, che rende le operazioni integrate e molto più smart rispetto al passato.

Tramite Neteven, partner integrato, flessibile anche a livello di tempistiche e scalabile, Miroglio Group ha avuto modo di bypassare e gestire la grande mole di dati, dialogare con molteplici brand e marketplace, lavorare all'aggiustamento dei prezzi e alla sincronizzazione dei modelli di controllo. Il Gruppo ora riesce a coprire la maggior parte dei marketplace ed essere attualmente presente in 17 Paesi (rispetto ai 4 dello scorso anno), di cui 13 con Neteven.

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.

Informazioni su Miroglio:

Miroglio Group è una realtà internazionale con una forte identità italiana che opera dal 1947 lungo tutta la filiera della moda femminile e del retail. È presente in 22 paesi con 36 società e 4 stabilimenti produttivi.

Attraverso la società Miroglio Fashion, il Gruppo è attivo nell'area fashion, con la creazione e commercializzazione di 9 marchi di moda femminile: Motivi, Oltre, Fiorella Rubino, Elena Mirò, Luisa Viola, Diana Gallesi e - in partnership con il Gruppo turco Ayaydin - Ipekyol, Machka e Twist.

I brand del Gruppo Miroglio vengono distribuiti nel mondo attraverso un network di oltre 1.100 punti vendita monomarca, 1.700 clienti trade con negozi multimarca e una significativa presenza nei più importanti department store internazionali.

Il Gruppo si occupa inoltre della stampa waterfree per tessuti e per la decorazione delle più svariate superfici, della produzione di filati e di servizi integrati di supply chain management per il mondo dell'abbigliamento.

Seguite Lectra sui social network:



Per maggiori informazioni:

Hotwire Public Relations Italy

+39 02 3664 3650

Email: lectrait@hotwireglobal.com