

Responsable Relations Presse Groupe : Nathalie Fournier-Christol

E-mail : n.fournier-christol@lectra.com

Tél. : +33 (0)1 53 64 42 37 – Fax : +33 (0)1 53 64 43 40

Grâce à Lectra Fashion PLM, Baroque rationalise le processus de développement et d'échange d'informations pour sa marque Moussy

Afin de dynamiser sa stratégie globale, la société japonaise Baroque étendra Lectra Fashion PLM à d'autres marques de son groupe d'ici fin 2012

Paris, le 25 septembre 2012 – Lectra, numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour les industries utilisatrices de matériaux souples — textiles, cuir, tissus industriels et composites —, annonce que la société japonaise Baroque a déployé, en juin, Lectra Fashion PLM pour accompagner la croissance de sa marque phare Moussy. La solution sera étendue à d'autres marques, comme Sly, avant la fin de l'année.

Baroque est l'un des principaux créateurs et distributeurs de marques *fast fashion* destinées aux jeunes femmes japonaises. La société poursuit sa croissance malgré la stagnation du marché de l'habillement au Japon. Son chiffre d'affaires atteint 55,1 milliards de yens, en hausse de 25 % par rapport à l'année précédente, pour un résultat opérationnel de 7 milliards de yens.

« *Nous avons choisi Lectra après avoir soigneusement étudié les solutions de PLM d'une dizaine d'entreprises locales et internationales* », explique Jun Tanaka, Responsable du Département Systèmes d'Information de Baroque. « *Il s'agit de notre première collaboration avec Lectra. Leur savoir-faire reconnu dans les solutions appliquées à la mode et leur dimension mondiale nous ont convaincus qu'ils étaient les bons interlocuteurs. La conception du projet et le déploiement de la solution ont été réalisés rapidement, et Lectra Fashion PLM est maintenant utilisée depuis le mois de juin par les équipes de Moussy, comme prévu initialement* ».

Avant d'investir dans une solution de PLM, Baroque a mené un audit interne pour déterminer des axes d'amélioration. L'entreprise a réalisé qu'il était essentiel d'optimiser les premières étapes de la planification et du développement, et l'échange d'informations.

Acteur du *fast fashion*, au cœur des tendances, Baroque est un groupe en pleine expansion qui doit produire un nombre important d'articles en petites quantités pour ses différentes marques. Avant l'intégration de Lectra Fashion PLM, Baroque s'appuyait sur des emails et des tableaux pour sa coordination interne, et sur un catalogue de produits pour la planification du merchandising et de la promotion. L'information n'était pas systématiquement partagée avec toute l'équipe de développement de Moussy, ce qui entraînait une perte d'optimisation du fait de la redondance de certaines tâches.

Lectra Fashion PLM a contribué à réduire fortement le nombre de documents en circulation et facilité le suivi du travail de chaque collaborateur. « *Cette visibilité accrue nous permet de mieux rationaliser nos méthodes de travail. Par exemple, les équipes de merchandising et de marketing peuvent désormais s'appuyer sur le PLM pour obtenir les données dont elles ont besoin au lieu de créer des documents spécifiques* », continue Jun Tanaka. La charge de travail est ainsi réduite et l'information automatiquement mise à disposition de ceux qui en ont besoin. Ce bénéfice est essentiel pour Baroque, dont l'un des objectifs stratégiques est l'expansion rapide sur le marché chinois.



Au-delà de la rationalisation de son processus de développement produit et de sa communication interne au Japon, Baroque compte, en effet, sur une collaboration parfaitement synchronisée pour soutenir sa croissance en Chine. Son but est de passer de 19 à 100 boutiques dans ce pays entre juin 2012 et janvier 2014. « *Selon notre modèle économique, de nouveaux articles doivent être livrés en magasins deux à trois fois par semaine. La concurrence est de plus en plus forte en Chine, et notre succès dépend de notre capacité à maîtriser l'information. Il est donc essentiel de disposer d'une infrastructure capable de gérer les données produit, depuis la planification et le développement, jusqu'à la livraison. Pour nous développer à l'étranger, nous avons dû redéfinir nos processus et fluidifier la circulation de l'information de façon globale* », précise Isao Sado, Directeur Administratif et Financier de Baroque.

« *Pour réussir dans un contexte économique difficile et un environnement très concurrentiel, les entreprises de mode doivent se doter de processus et de solutions fiables, qui leur assurent la flexibilité nécessaire pour s'adapter aux évolutions constantes du marché* », ajoute Daniel Harari, Directeur Général de Lectra. « *Nos quarante années d'expertise dans la mode ont été fondamentales pour Baroque* ».

« *L'intégration d'une solution de PLM dépend notamment d'une bonne communication, en interne comme avec le partenaire technologique. Dès la phase d'audit, nous avons mobilisé nos équipes autour d'un défi partagé. Lectra en a fait autant et nous avons tous apprécié leur implication* », conclut Jun Tanaka.

A propos de Baroque

Baroque est l'un des principaux créateurs et distributeurs de marques *fast fashion* destinées aux jeunes femmes japonaises, dont Moussy et Sly. Toujours à la recherche de nouveaux profils, l'entreprise applique une méthodologie innovante en matière de merchandising et de gestion de points de vente. Baroque se distingue par une expansion rapide illustrée par le lancement de nouvelles activités chaque année. L'enseigne Azul by Moussy, qui propose des produits d'entrée de gamme à prix réduits, a ainsi été suivie par Shel'tter, marque destinée aux jeunes femmes et disponible en grands magasins. Les autres lancements récents incluent Rodeo Crowns Wild Bowl, vêtements pour toute la famille, et Enfold, gamme féminine tendance. 2011 a marqué le début de la globalisation de Baroque, avec pour objectif l'ouverture de 100 boutiques en Chine d'ici janvier 2014.

Pour de plus amples informations, visitez <http://www.baroque-global.com/global/en/>

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 1 350 personnes, Lectra accompagne 23 000 clients dans plus de 100 pays et réalise un chiffre d'affaires de €206 millions en 2011. Lectra est cotée sur NYSE Euronext.

Pour de plus amples informations, visitez notre site www.lectra.com