

Responsable Relations Presse Groupe : Nathalie Fournier-Christol

E-mail : [n.fournier-christol@lectra.com](mailto:n.fournier-christol@lectra.com)

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

## **Événement Lectra *Fashion Forward* : les clés de l'avenir de la Mode seront digitales**

***Fabricants, marques et distributeurs du monde de la mode ont échangé  
autour des thèmes de la création, du développement produit et de la fabrication de demain***

**Paris, le 15 novembre 2016** – Lectra, numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour les industries utilisatrices de tissus, cuir, textiles techniques et matériaux composites, a réuni plus de 110 décideurs de 21 pays pour imaginer l'avenir de la mode, lors d'un événement qui s'est tenu à Bordeaux-Cestas, France.

Des acteurs de premier plan et des spécialistes du marché de la mode ont, au cours de ces deux jours, exploré les principaux facteurs décisifs qui impactent l'industrie, au premier rang desquels la génération des *millennials*, la digitalisation, l'industrie 4.0 et la Chine. Les participants se sont également intéressés à la manière dont les technologies avancées permettent aux entreprises de relever efficacement les défis auxquels elles sont confrontées.



Les participants se sont également intéressés à la manière dont les technologies avancées permettent aux entreprises de relever efficacement les défis auxquels elles sont confrontées.

### **Grâce à l'innovation, la Mode va de l'avant**

Illustrant la dynamique de l'industrie 4.0, la marque américaine Under Armour, qui commercialise ses vêtements de performances sportives partout dans le monde, a présenté son laboratoire dernier cri de Baltimore destiné à accélérer le changement : « *Le Lighthouse est un lieu unique en son genre qui révolutionne la manière dont les produits sont fabriqués* », a déclaré Jami Dunbar, vice-président, Lighthouse Apparel, Under Armour. « *C'est notre arme secrète : nous y mettons au point l'utilisation de nouvelles technologies pour produire à plus petite échelle, et ainsi améliorer à la fois l'efficacité de nos processus et la qualité de nos produits* ».

Celine U, responsable merchandising de la marque de mode chinoise enfantine Les Enphants, a expliqué les défis auxquels les entreprises du secteur font face dans la région. Elle a précisé qu'adopter Lectra Fashion PLM a aidé la griffe à atteindre son objectif d'expansion en Asie. Impressionnée par les avantages offerts par la plateforme Lectra Fashion PLM, elle prévoit d'étendre cette dernière de la création à la gestion des commandes.

Zeta Beckett, modéliste senior 3D, Matalan, a évoqué l'influence de la technologie sur le processus de développement produit chez ce distributeur britannique. « *Pour Matalan, la technologie 3D de Lectra efface les distances dans un marché mondial. Elle nous permet d'atteindre nos objectifs : accélérer le développement produit, obtenir un bien-être plus précis et régulier, améliorer le contrôle des coûts et mieux collaborer avec nos fournisseurs* ».

Evaluant l'impact attendu des *millennials* sur l'industrie de la mode, Edwin Keh, président directeur général, The Hong-Kong Research Institute of Textiles and Apparel (HK RITA), estime que ces nouveaux consommateurs ont une influence considérable qui refaçonne les chaînes d'approvisionnement. « *La manière de produire est devenue une question centrale. La réponse passe par les émotions et les pensées de ces nouveaux consommateurs, et reflète les standards élevés qui sont les leurs : des produits écologiques et intelligents. De plus, la marque doit savoir se montrer à la hauteur* ».

Nouer les bons partenariats, qui donnent accès aux bonnes innovations, permet aux entreprises de mode de transformer leurs défis en opportunités : cette idée s'est imposée comme l'un des fils rouges de l'événement. « *En anticipant le changement et en plaçant les besoins des consommateurs au centre de son offre technologique, Lectra s'engage à continuellement innover pour aider ses clients à réussir dans cette industrie en évolution rapide* », a conclu Céline Choussy Bedouet, directrice marketing et communication, Lectra.

### **A propos de Lectra**

Lectra est le numéro un mondial des solutions technologiques intégrées (logiciels, équipements de découpe automatique et services associés), dédiées aux entreprises qui utilisent des tissus, du cuir, des textiles techniques et des matériaux composites dans la fabrication de leurs produits. Elle s'adresse à de grands marchés mondiaux : la mode et l'habillement, l'automobile, l'ameublement, ainsi qu'une grande variété d'autres industries. Ses solutions métiers spécifiques à chaque marché permettent d'automatiser et d'optimiser la création, le développement des produits et leur production. Forte de plus de 1 500 collaborateurs, Lectra a développé dans plus de 100 pays des relations privilégiées avec des clients prestigieux en contribuant à leur excellence opérationnelle. Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de € 238 millions en 2015 et est cotée sur Euronext.

Pour de plus amples informations, visitez notre site [www.lectra.com](http://www.lectra.com)