

Fashion Goes Digital, l'événement phare des technologies de la mode

Les clients se préparent pour l'Industrie 4.0 en découvrant les toutes dernières nouveautés produits de Lectra lors de l'événement VIP annuel

Paris, le 30 avril 2018 – Lectra, le partenaire technologique des entreprises utilisatrices de tissus et de cuir, a permis à ses clients de passer de la théorie à la pratique en dévoilant, en exclusivité, sa salle de coupe 4.0 à une centaine de professionnels de la mode lors de *Fashion Goes Digital*. Cet événement annuel a rassemblé des acteurs de l'industrie et des experts du marché venant de 20 pays, réunis à l'*International Advanced Technology Center (IATC)* de Lectra à Bordeaux-Cestas pour découvrir les applications concrètes de la digitalisation dans la mode.



Ayant pour fil conducteur la digitalisation, *Fashion Goes Digital* a mis en avant un thème récurrent : les entreprises de mode n'ont désormais d'autre choix que de s'appuyer sur les technologies et services de l'Industrie 4.0 pour répondre avec efficacité à l'évolution des besoins des consommateurs, férus de digital. Nick Chiarelli, directeur de clientèle, Foresight Factory, a mis en lumière de nouvelles opportunités commerciales pour l'industrie de la mode ; Nora Kühner, fondatrice de Nora Kühner Fashion Design Consulting, a décrypté l'avenir du développement produit à l'ère du digital ; et Fabrizio Fantini, fondateur d'Evo Pricing, a montré comment le *machine learning* pouvait aider les entreprises de mode à anticiper les demandes des consommateurs et à éviter le gaspillage. « *Si l'on considère les défis et les courants à venir dans la mode et le luxe, la tendance actuelle est d'utiliser l'analyse de données pour piloter l'ensemble du processus de production* », a souligné Stephen Taylor, directeur, Kurt Salmon.

Clients de Lectra, Waruna Tennakoon, directeur des opérations de coupe, Brandix, et Ajith Perera, directeur général de l'usine de Mathliya, MAS Kreedaa, ont fait part de leur expérience. Basées au Sri Lanka, les deux entreprises se sont hissées au rang de premiers exportateurs de vêtements du pays : Brandix en tant que fabricant spécialisé dans les sous-vêtements et l'*activewear*, et MAS Kreedaa dans les vêtements de sport. « *Grâce à la révolution digitale, les consommateurs expriment aujourd'hui des attentes plus spécifiques. Cela entraîne une évolution dans la production de masse, où les commandes à plus petits volumes vont devenir de plus en plus courantes. Par conséquent, les modèles de production doivent gagner en agilité, et ce très rapidement* », a expliqué Ajith Perera. « *Je suis heureux de voir que Lectra constitue le fer de lance de ce changement, en nous fournissant la technologie nous permettant de répondre aux attentes du marché* ».

Fashion Goes Digital a constitué l'occasion parfaite pour illustrer concrètement la digitalisation. En avant-première, les participants ont découvert la toute nouvelle salle de coupe entièrement automatisée de Lectra dédiée à la mode et à l'habillement. Cette salle de coupe 4.0 incarne l'engagement de Lectra à développer les meilleures solutions pour soutenir ses clients à l'ère du digital. Cette technologie d'avant-garde embarque les principes de l'Industrie 4.0 pour offrir plus d'agilité, de capacité de production, de rentabilité et, en particulier, d'évolutivité, permettant aux industriels de la mode de répondre facilement aux commandes à faible volume, dans des délais de livraison plus courts.

Jean-Yves Collet, président-directeur général de Treize Roches Couture, fabricant français de vêtements haut de gamme pour femmes, a expliqué pourquoi son entreprise a choisi d'être l'une des premières à adopter cette nouvelle technologie, et comment elle les aide à accélérer leur processus de production artisanale pour livrer leurs produits plus rapidement. « *C'est lorsque nous avons commencé à discuter du*

développement d'un projet de fabrication à la commande que nous avons véritablement perçu ses bénéfices potentiels en termes de qualité et de productivité. Les solutions de l'Industrie 4.0 n'existaient pas encore dans la confection. Nous avons décidé de mettre en place une salle de coupe qui en adopte les principes. Elle nous permettra, lors des phases préparatoires, d'automatiser au maximum nos processus et de gagner en qualité, en productivité et en temps de formation ».

« Nous avons dévoilé l'an dernier notre nouvelle stratégie, dans laquelle nous avons identifié l'Industrie 4.0 et la digitalisation comme faisant partie de nos principaux axes de développement. Cet événement démontre que nous avons l'Industrie 4.0 'dans la peau' et que nous avons les moyens d'aider nos clients à réussir dans cette nouvelle ère industrielle. Le temps des discours sur l'avenir de la mode est révolu : avec notre salle de coupe 4.0, nous sommes bel et bien entrés dans une nouvelle époque », a conclu Céline Choussy Bedouet, directrice marketing et communication, Lectra.

Suivez Lectra sur les réseaux sociaux :



A propos de Lectra

Pour les entreprises qui insufflent la vie à nos dressings, intérieurs de voitures, meubles et plus, Lectra façonne des technologies premium qui facilitent la transformation digitale de leur industrie. Son offre donne aux marques et aux fabricants les moyens de leurs ambitions, du design à la production, mais aussi la reconnaissance et la sérénité qu'ils méritent. Fondée en 1973, Lectra dispose de 32 filiales à l'international et sert ses clients dans plus de 100 pays. Forte de près de 1 700 collaborateurs, Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de € 277 millions en 2017 et est cotée sur Euronext (LSS).

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

Contacts presse :

Lectra Headquarters / Press Department

Nathalie Fournier-Christol

t : +33 (0) 1 53 64 42 37

e : n.fournier-christol@lectra.com

H+K Strategies Paris

Laura Béquart / Marion Larivière

t : +33 (0)1 41 05 44 63 / 44 55

e : lectra.france@hkstrategies.com