

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

Lectra passe au crible les nouvelles règles du marché de la mode lors de son premier séminaire destiné aux fabricants de vêtements

Marques et distributeurs de 22 pays ont exploré les stratégies gagnantes d'un marché en pleine mutation

Paris, le 4 août 2015 – Lectra, numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour les industries utilisatrices de matériaux souples — textiles, cuir, tissus industriels et composites —, a récemment tenu à Bordeaux-Cestas son premier séminaire consacré aux fabricants de vêtements.

Cet événement de deux jours a réuni près de 70 participants représentant différentes marques, distributeurs et fabricants aux côtés d'experts et de figures de proue de l'industrie de la mode et de l'habillement. Des entreprises des marchés du luxe, du sur-mesure et du prêt-à-porter de 22 pays ont échangé sur les méthodes innovantes pour accroître la valeur de leur offre. Elles ont également exploré les stratégies économiques gagnantes face à l'évolution rapide du marché de la mode.



« *Le monde des affaires, et en particulier celui de la mode, change rapidement* », constate Daniel Harari, directeur général de Lectra. « *La génération actuelle est plus connectée que jamais, ce qui bouleverse les modèles économiques traditionnels et établit un nouvel équilibre des pouvoirs entre marques, distributeurs et consommateurs. Pour rester compétitives dans cet environnement, les entreprises doivent repenser de fond en comble leurs modes opératoires* ».

La nécessité de privilégier une stratégie axée sur la coopération plutôt que sur la compétition a été l'un des thèmes récurrents de l'événement. Dans sa présentation consacrée à la chaîne d'approvisionnement de l'industrie de l'habillement, David Birnbaum, président de la société de conseil hongkongaise Third Horizon, a insisté sur les avantages des partenariats entre donneurs d'ordre et sous-traitants. « *Il est impossible de se battre en permanence les uns contre les autres et espérer pouvoir se développer. La différence est la même qu'entre une course individuelle et un relai en équipe pour tenter de battre un record. Dans le dernier scénario, collaboratif, tout le monde gagne* ».

Une table ronde a également souligné l'intérêt pour les marques, distributeurs et fabricants de se rapprocher. Elle comprenait des représentants du géant britannique de la distribution Marks & Spencer, du fabricant chinois de vêtements sur-mesure Red Collar et de l'exportateur sri-lankais Omega Line. La transformation du modèle économique de la distribution à l'avantage du consommateur, aujourd'hui très influent, a aussi été débattue. Alors qu'hier les distributeurs orientaient les envies de leurs clients, aujourd'hui ce sont les clients qui dictent leurs désirs aux distributeurs, ont observé les panélistes. En termes d'organisation, cela représente un profond changement — mais aussi une immense opportunité.

Des représentants du fabricant salvadorien de vêtements de sport Textiles Opico et du fabricant sri-lankais de maillots de bain haut-de-gamme MAS Linea Aqua ont évoqué les défis rencontrés et les avantages obtenus lors du déploiement des méthodes lean dans leur organisation, en insistant sur l'importance de l'innovation et du développement durable pour réussir sur le long terme. « *L'innovation est le moteur du changement. Si vous n'évoluez pas, vous disparaîsez. Dans notre cas, la technologie a joué un rôle essentiel. Elle nous a permis d'arriver là où nous en sommes aujourd'hui* », a précisé Juan Zighelboim, président de Textiles Opico. En se transformant et en réorganisant leurs processus, ces deux entreprises sont aujourd'hui devenues des références en matière de méthodes lean dans l'industrie de l'habillement.

« *Nous collaborons avec Lectra depuis 23 ans. Dès lors, nous n'avons cessé d'améliorer notre productivité, de gagner du temps, d'économiser du tissu, d'optimiser nos ressources et d'augmenter la qualité de nos produits. D'autres entreprises nous ont proposé leurs solutions, mais avec Lectra nous nous sentons accompagnés de manière globale. Nous considérons Lectra comme un véritable partenaire de long terme* », déclare Óscar Álvarez Hernández, directeur opérationnel du fabricant mexicain de vêtements haut-de-gamme pour hommes Industrias Haber's.

« *Nous accompagnons nos clients dans leur démarche de changement, notamment en les aidant à identifier les nouvelles stratégies qui leur permettront de maintenir leur rentabilité et leur compétitivité. L'excellence en matière de production est devenue un critère essentiel, grâce auquel les entreprises peuvent se démarquer de leurs concurrents. Notre mission chez Lectra consiste à mettre à leur service notre vision, nos technologies et notre expertise pour contribuer à leur réussite* », conclut Daniel Harari.

A 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 1 500 personnes, Lectra accompagne 23 000 clients dans plus de 100 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de € 211 millions en 2014. Lectra est cotée sur Euronext.

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