COMMUNIQUÉ DE PRESSE

De nouvelles perspectives pour l'industrie de la mode, impulsées par les technologies de l'Industrie 4.0

Les participants de la table ronde de la chaire Lectra - ESCP Europe "Mode & Technologie" soulignent la nécessité pour les entreprises de mode d'adopter les principes de l'Industrie 4.0



Paris, le 27 février 2018 – Lectra, le partenaire technologique des entreprises utilisatrices de tissus et de cuir, l'ESCP Europe et leur chaire commune d'enseignement "Mode & Technologie" ont étudié l'impact de l'Industrie 4.0 sur la chaîne de valeur de la mode lors d'une table ronde organisée récemment sur le campus londonien d'ESCP Europe.

Les participants Robert Diamond, fondateur et président-directeur général de Fernbrook Partners ; Dan Hartley, directeur e-commerce monde, AllSaints ; Laëtitia Hugé, directrice marketing produit, Lectra ; Pierre Mercier, *senior partner* et *managing director*, Boston Consulting Group ; et Evelthon Vassilou, président-directeur général, Alison Hayes, sont formels : l'Industrie 4.0 offre des opportunités inédites pour faire avancer l'industrie de la mode.

Des marques aux fabricants, les panélistes - acteurs de l'ensemble de la chaîne de valeur - ont souligné la nécessité pour l'industrie de favoriser la collaboration entre l'homme et les machines, et tirer ainsi parti d'avantages considérables, allant d'une prise de décisions plus rapide à une réduction des coûts.

Explorant les bénéfices apportés par les technologies de l'Industrie 4.0, Evelthon Vassilou commente : *« Interpréter les données de ce qui se vend, et ce qui ne se vend pas, devrait aider à accélérer la prise de décision, à chaque étape de la chaîne d'approvisionnement, pour arrêter ou accroître la production selon les résultats. Les données et leur analyse ne suffisent pas pour réussir : il faut également parvenir à un degré élevé de confiance et d'intégration entre les distributeurs et leurs fournisseurs »*.

« L'objectif est d'utiliser la technologie pour améliorer en permanence le travail quotidien », déclare Robert Diamond. *« Les humains ne sont pas faits pour gérer un grand nombre de d'opérations répétitives qui intègrent des paramètres multiples ».* Identifier les étapes auxquelles les machines et les personnes apportent de la valeur ajoutée est une étape importante de la transformation vers l'Industrie 4.0. *« Si la décision, ou l'orientation stratégique retenue demain, est à peu de chose près, la même que ce celle d'hier, alors il y a une chance pour que l'apprentissage machine apporte une amélioration ».*

Pour Pierre Mercier, les technologies s'appuyant sur les principes de l'Industrie 4.0 redistribuent les cartes en matière d'avantages concurrentiels, « *ce qui oblige les entreprises à repenser la façon dont elles veulent se démarquer dans leurs industries respectives et utiliser les données pour se*

positionner différemment vis-à-vis de la concurrence. Le dénominateur commun à l'écosystème de la mode est que tous ses acteurs font face à l'opportunité que représente ce bouleversement et doivent déterminer où il convient d'investir pour accélérer leur transformation ».

« L'agilité et la flexibilité sont de plus en plus importantes pour les acteurs de l'industrie de la mode. Les technologies de pointe les soutiennent à l'aube de leur mutation vers l'ère 4.0. Elles leur permettent de disposer de solutions adaptées, propres à leurs écosystèmes, afin d'exploiter efficacement les bonnes données, pour prendre les bonnes décisions », déclare Laëtitia Hugé.

Pour la marque de mode britannique AllSaints, les données exploitées à partir du *net promoter score* sont primordiales dans la conduite des opérations. *« Nous prenons les retours des clients très au sérieux et nous les utilisons pour orienter notre feuille de route interne : en matière de technologie et de développement, jusqu' à la conception et au bien-aller, le client est au cœur de tout ce que nous faisons* », précise Dan Hartley.

Ce dernier souligne également que l'utilisation de la technologie pour tous les échanges d'information « *aura un énorme impact pour AllSaints à l'avenir. De la chaîne d'approvisionnement à la force de vente, nous visons à utiliser un système adossé au cloud qui fonctionne dans notre propre écosystème, améliorant ainsi notre modèle agile* ».

La table ronde était animée par Valérie Moatti, co-directrice de la chaire Lectra-ESCP Europe "Mode et Technologie".

Pour plus d'informations, rejoignez les réseaux sociaux de la Chaire Lectra - ESCP Europe : Facebook, où la table ronde est disponible en rediffusion, Twitter et LinkedIn.

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 plus de 1 650 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

À propos de ESCP Europe

Fondée en 1819, ESCP Europe a formé plusieurs générations de dirigeants et d'entrepreneurs. Grâce à ses six campus urbains à Berlin, Londres, Madrid, Paris, Turin et Varsovie, et à son identité profondément européenne, ESCP Europe propose des formations managériales interculturelles ainsi qu'une perspective globale des problématiques liées au management international. ESCP Europe accueille chaque année 4 600 étudiants et 5 000 cadres-dirigeants de 100 pays différents, leur proposant une large gamme de formations en management général et spécialisé (Bachelor, Masters, MBA, Executive MBA, Doctorat-PhD et formation continue). ESCP Europe fait partie des 1% d'écoles de commerce au monde à être triplement accréditées (AACSB, AMBA, EQUIS).
Site Internet : www.escpeurope.eu / Suivez-nous sur Twitter : @ESCPeurope

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

ESCP Europe
Laure Herold
lherold@escpeurope.eu
+33 (1) 49 23 27 89

Agence ComCorp
Muriel Martin, Sabrina Russo
mmartin@comcorp.fr / srusso@comcorp.fr
+33 (1) 58 18 32 54 / + 33 (1) 58 18 32 48