



**OPTIMISATION DE LA PERFORMANCE  
DES PRODUITS CHEZ MARC JACOBS  
GRÂCE À CENTRIC PLM**

**MARC JACOBS**

## LE PLAISIR DU LUXE AU QUOTIDIEN

Marc Jacobs fait les choses différemment. De l'homme qui a créé la marque (véritable OVNI de la mode contemporaine) à l'entreprise Marc Jacobs International, ce nom évoque inmanquablement un style urbain unique et irrévéréncieux. Autrement dit, selon les termes de James Earles, directeur des applications métier, « tout chez nous est résolument imprégné de l'esprit Downtown New York ».

La marque a été créée en 1984, lorsque Marc Jacobs est devenu le plus jeune créateur à décrocher le très convoité prix « New Fashion Talent », décerné par le Council of Fashion Designers of America (CFDA). De 1997 à 2013, Marc était également directeur artistique chez Louis Vuitton et la maison Marc Jacobs fait désormais partie du groupe de luxe LVMH.

La jeunesse et l'amour inconditionnel pour la mode sont au cœur des valeurs de notre marque.

Depuis une trentaine d'années, le style de la maison se distingue par un sens de l'humour inné pimenté d'une touche d'inattendu.

Nous souhaitons partager cette énergie électrisante avec le plus grand nombre pour répondre à l'appel des consommateurs pour une maison de mode des plus authentiques.

Marc Jacobs occupe une place à part, à laquelle personne d'autre ne peut prétendre.

## UNE AUTHENTIQUE IMPRÉVISIBILITÉ

En tant que maison de mode emblématique, Marc Jacobs est toujours à l'avant-garde, préférant créer que capitaliser sur les opportunités existantes en matière de style. Pour garder une longueur d'avance, LVMH donne carte blanche à Marc Jacobs, ce qui lui permet d'exprimer une créativité exubérante, offrant à chaque division de l'entreprise l'autonomie requise pour repenser et refaçonner en permanence ses produits et ses processus.

Dans la pratique, cela signifie que les différentes équipes de la marque travaillent dans une certaine indépendance autour d'une vision commune, en recourant souvent à des techniques et des outils différents. Une configuration qui a toutefois posé problème en 2014, lorsque la division Chaussures (qui externalisait jusque-là le développement et la conception) a rejoint le siège de la marque à SoHo.

« Toutes nos catégories de produits ont leur complexité, mais les chaussures constituent un cas à part, indique Louise Neslin, responsable des solutions PLM et d'analyse. Nous exploitons deux lignes, chacune conçue séparément : l'une avec des collections sur quatre saisons, l'autre pour trois collections. Les délais d'exécution sont plus longs que dans les autres domaines, et la saisonnalité y est bien plus précoce. Les processus de planification des collections, de merchandising et de développement produits doivent donc être finalisés plus tôt que pour les vêtements et les accessoires. »

Face à ces particularités, il est vite apparu que l'internalisation de la division Chaussures ne se limiterait pas à un simple alignement des processus avec ceux des autres catégories de produits.



**Je ne saurais suffisamment insister sur les gains en efficacité que la solution Centric Software PLM nous apporte**



### Défis

- + Données produits désorganisées
- + Risque d'erreur considérable de la part de l'utilisateur et double saisie des données
- + Impossibilité d'ajouter des processus propres au marché de la chaussure dans les systèmes existants
- + Aucune centralisation des bibliothèques et de l'historique sur les produits
- + Calendrier saisonnier complexe avec de longs délais de commercialisation

### UNE SOLUTION PLUS ABOUTIE

Comme l'équipe l'a constaté par la suite, la réutilisation d'un environnement de travail issu des autres catégories n'était pas viable au vu des propriétés uniques de la division Chaussures de Marc Jacobs. Il n'était pas non plus possible de récupérer les systèmes utilisés lorsque cette division était externalisée. Toutes les opérations étaient alors réalisées sur des feuilles de calcul, de la conception à l'approvisionnement, en passant par le développement.

« Il nous fallait améliorer la précision des données et le partage des informations de notre division Chaussures tout en remédiant aux limites de nos systèmes dans les autres catégories, explique James Earles. Par ailleurs, les feuilles de route de ces autres solutions n'étaient pas prises en charge correctement et les processus de développement produits que nous avions élaborés pour les autres catégories étaient très éloignés de ce dont nous avons besoin pour les chaussures. Il était important pour nous de trouver une solution plus aboutie et d'identifier un moyen pour rationaliser et améliorer les processus métier dans notre nouvelle catégorie de produits. »

## DEUX CRITÈRES : CONFIGURABILITÉ ET RÉFÉRENCES

Plutôt que d'essayer d'adapter les exigences de la division Chaussures à ses solutions existantes, Marc Jacobs a décidé d'analyser le potentiel de la solution PLM (Product Lifecycle Management ou gestion du cycle de vie des produits) de dernière génération. Alors que LVMH avait recommandé plusieurs technologies à l'échelle du groupe, Marc Jacobs a suivi une approche différente et commencé à sonder le marché à la recherche des critères qui lui importaient le plus : la configurabilité du logiciel et ses références en matière d'habillement et de chaussures.

« Pour moi, Centric Software occupe une position unique sur le marché PLM de la mode, déclare Regis Litre, directeur de l'information chez Marc Jacobs. Nous avons écriémé le marché pour ne sélectionner que les acteurs PLM qui avaient une réelle expérience dans le monde de la mode ; la liste des partenaires potentiels était très restreinte. Nous avons ensuite identifié ceux qui avaient défini une feuille de route claire, avec des références établies dans la sphère du luxe et un solide réseau d'assistance. Centric s'est alors imposé comme une évidence. Son offre allie le meilleur des deux mondes : de réelles connaissances de la mode couplées à un haut niveau de professionnalisme en termes de logiciel et d'informatique. Une telle combinaison est plutôt rare. »

Cette expertise logicielle importait non seulement pour les équipes techniques de Marc Jacobs, mais aussi parce que la configuration – et non la personnalisation – permettait d'adapter la solution Centric PLM aux besoins précis des utilisateurs finaux. « Centric était en mesure de gérer la moindre information que nous souhaitions inclure dans le système, précise Louise Neslin. Des composants aux spécifications en passant par les images, la capacité de centraliser les données essentielles dans un emplacement unique (et de n'obtenir qu'une seule et unique version précise des données factuelles) s'est révélée très utile pour accueillir de nouveaux utilisateurs. Selon mon expérience, les autres solutions sont loin d'être aussi souples. »

## UNE MISE EN ŒUVRE INTELLIGENTE

Le projet PLM de Marc Jacobs avec Centric a ensuite été mis en œuvre de manière progressive. À ce jour, la marque a déployé la solution dans les pôles merchandising, développement des produits, production et logistique, avec une collaboration entre les bureaux de New York et de Hong Kong.

Trois ans après, Marc Jacobs et Centric entretiennent encore un partenariat solide et continuent de travailler ensemble à l'extension des capacités de la solution dans le domaine des chaussures. « La solution nous satisfait pleinement, affirme Louise Neslin. Nous trouvons sans cesse de nouvelles opportunités d'extraire les processus des autres plateformes et de les intégrer dans le PLM. Jusque-là, Centric est parvenu à toutes les intégrer. »

## DE L'E-MAIL À UNE EFFICACITÉ EXPONENTIELLE

Alors que la marque continue d'explorer le potentiel de la solution PLM, Marc Jacobs a déjà récolté des fruits de son partenariat avec Centric et l'horizon de sa division Chaussures est plus dégagé que jamais.

« Je ne saurais suffisamment insister sur les gains en efficacité que la solution PLM nous apporte, poursuit Louise Neslin. Les informations sont mieux organisées et le risque d'erreur a été considérablement réduit. Il ne s'agissait pas seulement d'abandonner les feuilles de calcul, mais d'en faire une meilleure utilisation. Des images aux vues personnalisées, en passant par la collaboration avec les partenaires à l'étranger, les gains d'efficacité vont bien au-delà de ce qu'Excel et les e-mails n'auraient jamais permis. »

À l'échelle nationale comme à l'étranger, les utilisateurs finaux continuent de trouver de la valeur là où il n'existe pas nécessairement de moyen clair pour la comptabiliser. « Les résultats ne sont pas toujours chiffrables, car des informations claires et précises sont parfois à l'origine d'économies qui ne sont pas nécessairement quantifiables », ajoute Mme Neslin.

Pour Marc Jacobs, de nombreux avantages sont toutefois plus concrets, avec une visibilité accrue sur le processus critique d'estimation précoce des coûts, un outil révolutionnaire dans une catégorie où la réactivité est essentielle.

« L'utilisation de Centric pour le chiffrage a véritablement changé la donne et aide la division Chaussures à s'adapter au marché, indique encore Louise Neslin. Nous pouvons estimer et compiler des stratégies de tarification, mais il nous faut attendre de recevoir les mises à jour précises de notre équipe de développement produits pour pouvoir véritablement évaluer notre rentabilité et façonner des collections cohérentes. Avec la solution PLM, lorsque l'équipe de développement produits diffuse une mise à jour, elle la publie pour la rendre instantanément accessible à la division Merchandising ou à quiconque en aurait besoin. La saisie rapide des données et le partage en temps réel des informations ont eu un impact très positif sur les délais de commercialisation, un atout dont nous aurions été privés sans Centric. »

Mais les avantages pour les nouvelles collections s'étendent bien au-delà d'une structure de coûts appropriée. Les équipes en charge du développement et de la conception des produits chez Marc Jacobs ont également découvert la grande utilité des bibliothèques réutilisables. « Dans le domaine des chaussures, la gamme de produits évolue en permanence, si bien que nous devons analyser notre historique pour identifier les styles ayant rencontré le plus de succès, détaille enfin Louise Neslin. L'accès à des bibliothèques de couleurs et de matières et la réutilisation des informations stylistiques des saisons précédentes pour élaborer les nouvelles collections sont des fonctionnalités très appréciées par notre équipe de développement produits. »



### Résultats

- + Toutes les données produits centralisées dans un système unique et fiable
- + Réduction considérable du risque d'erreur et de données dupliquées
- + Solution configurable compatible avec un nombre croissant de processus propres au marché de la chaussure
- + Centralisation de l'historique des produits et bibliothèques de couleurs, de matières et de styles réutilisables
- + Délai de commercialisation réduit, avec une tarification plus précise



## À PROPOS DE MARC JACOBS

30 ans après ses débuts, Marc Jacobs continue de façonner sans complexe les frontières de la mode américaine. Les caractéristiques indéfinissables de la marque éponyme sont le fruit d'une vision unique, d'une sincérité rare et d'une éloquence magistrale.

Marc ne cesse d'explorer la beauté de l'imprévu et transpose les codes du luxe au quotidien. Pour lui, chacun de nous est acteur de sa propre vie, et grâce au plaisir associé au rituel de la mode, du maquillage et du parfum, nous sommes en mesure de marquer notre individualité et d'affiner notre personnalité.

Marc Jacobs continue de proposer des articles de mode et des accessoires dans une gamme de prix abordables sans renier son honnêteté et son intégrité.

## À PROPOS DE CENTRIC SOFTWARE

Depuis son siège dans la Silicon Valley et ses bureaux dans les capitales du monde entier, Centric Software met au point des technologies pour les plus grands noms des secteurs de la mode, de la distribution, de la chaussure, des produits de luxe, du sport et des produits de grande consommation. La plateforme de gestion du cycle de vie des produits (PLM) qui a fait sa renommée, Centric 8, offre des fonctionnalités professionnelles de planification promotionnelle, de développement des produits, d'approvisionnement, de planification commerciale, de gestion de la qualité et de gestion des collections, adaptées aux industries de consommation très changeantes. Les solutions Centric SMB fournissent aux petites entreprises des solutions PLM étendues, reposant sur les technologies innovantes de la société et les connaissances acquises au fil du temps.

Centric Software a reçu de nombreux prix de l'industrie, dont le Frost & Sullivan Global Customer Value leader Award pour sa solution PLM pour la mode et les vêtements en 2016 et le Product Differentiation Excellence Award de Frost & Sullivan en 2012. Par ailleurs, Centric fait partie du Top 100 Global de Red Herring en 2013, 2015 et 2016.

Centric est une marque déposée de Centric Software. Tous les autres noms de produits et marques peuvent être des marques commerciales, propriété de leurs détenteurs respectifs.



27 avenue de l'Opéra | 75001 Paris | France

Téléphone: +33 (0)170 385 236 | Fax: +33 (0)170 385 151