

HELLY HANSEN PLACE LA PUISSANCE DES TECHNOLOGIES 3D AU CŒUR DE L'INNOVATION PRODUIT

LE PIONNIER DE L'HABILLEMENT OUTDOOR UTILISE CENTRIC PLM™
POUR ACCROÎTRE LA SOUPLESSE ET LA PRÉCISION DE SON PROCESSUS DE
DÉVELOPPEMENT PRODUIT, AU SERVICE D'UNE QUALITÉ IRRÉPROCHABLE



 CentricSoftware™

© 2021 Centric Software, Inc. Tous droits réservés.

« Avant Centric PLM, l'opacité de la répartition et du traitement des tâches constituait l'une de nos principales difficultés. En effet, chaque unité utilisait des plateformes et des outils différents. Notre croissance s'accélère : pour pouvoir développer des produits innovants, de qualité irréprochable, nous devons disposer d'un tableau précis des tâches effectuées par chacun, de leur emplacement et de leur délai de réalisation. »

Ferdinand Diener, responsable processus et qualité d'Helly Hansen, explique que la marque d'habillement outdoor se heurtait à des difficultés de gestion des données, dues à l'opacité et aux conflits de version entre les différentes plateformes logicielles. Quand le groupe Helly Hansen achète MUSTO en 2018, l'intégration de la nouvelle marque pose de nouveaux défis. Or, depuis plusieurs années, MUSTO était satisfaite des services de Centric Software®. En 2019, Helly Hansen décide à son tour de mettre en œuvre Centric PLM pour unifier les données et les processus utilisés par les deux marques et au sein de ses propres unités.

Année 2020 : aucun prévisionniste n'aurait pu pronostiquer de tels bouleversements à l'échelle mondiale en si peu de temps. Or, grâce aux solutions digitales innovantes Outdoor PLM et aux technologies 3D fournies par Centric, Helly Hansen a su s'adapter aux récents aléas du marché engendrés par la pandémie de COVID-19 : l'entreprise a amélioré la fluidité des échanges entre ses différentes unités, cristallisés autour de la fabrication des échantillons, une activité difficile à maintenir pour de nombreuses marques durant les périodes de restriction.

Mhairi Bannerman, styliste membre de l'équipe ski et voile d'Helly Hansen, responsable de la mise au point de vêtements techniques, est l'une des cheffes de file de l'adoption des technologies 3D au sein de l'entreprise. « Au départ (pendant la pandémie), notre principale difficulté était de ne recevoir aucun échantillon ou avec des mois de retard. Le connecteur 3D de Centric fluidifie aujourd'hui nos échanges, et nous pouvons réaliser des tâches à la dernière minute, ce qui était impossible auparavant. Par exemple, en cas d'indisponibilité d'un échantillon physique ou si nous ne pouvons pas attendre des semaines l'arrivée d'un prototype, nous sommes capables de créer un échantillon 3D en quelques heures », explique-t-elle.

Comment Helly Hansen s'est-elle lancée dans l'aventure Centric PLM ?

DES PRODUITS PIONNIERS POUR LES PROFESSIONNELS DE L'OUTDOOR

Helly Hansen a été créée en 1877, en Norvège, par le capitaine Helly Juell Hansen et son épouse Marguerite. Ils sont les inventeurs d'un dispositif technique efficace capable de préserver les marins et les pêcheurs de l'humidité et du froid, en dépit de la rudesse du climat norvégien. Puis, ils créent une entreprise distribuant des vêtements cirés imperméables – vestes, pantalons, surcoûts –, et des bâches fabriquées à partir de grosse toile enduite d'huile de lin. Plus de 140 ans après, Helly Hansen continue de protéger hommes et femmes des éléments. Aujourd'hui, les équipements d'Helly Hansen sont portés et plébiscités par les professionnels de la voile, du ski, de l'alpinisme et de l'industrie, ainsi que par les amoureux de la nature du monde entier, dans le cadre de leurs activités de plein air.



ENJEUX

- + Incapacité du PLM historique à satisfaire les besoins actuels
- + Unification des données et des processus avec l'acquisition d'une nouvelle marque (MUSTO)
- + Problèmes de conflits de version et usage d'une multitude d'outils logiciels
- + Absence de vision globale entre les différentes équipes et unités
- + Croissance rapide = montée en charge et complexité accrue du développement produit

Helly Hansen affiche une longue liste d'innovations commerciales mises au point à partir des retours d'expérience des utilisateurs professionnels et amateurs, adeptes d'activités pratiquées dans les milieux les plus rudes, notamment le premier tissu polaire en 1961 et les premières couches de base techniques favorisant l'évacuation de l'humidité en 1970. Fidèle à sa tradition d'innovation produit, les pièces que propose aujourd'hui Helly Hansen offrent une couche externe imperméable et respirante qui empêche la pénétration des molécules d'eau, tout en laissant la transpiration s'évacuer. Plus récemment, en 2020, la marque a lancé la ligne Mono Material, une collection 100 % recyclable proposant des vêtements conçus dans un matériau unique en son genre, réduisant le gaspillage via le recyclage des vêtements usés en vêtements neufs, selon le modèle *garment-to-garment*.

ENJEUX INITIAUX

Avant d'acquérir MUSTO, Helly Hansen disposait déjà d'une solution PLM, mais l'entreprise se développait à un rythme extrêmement soutenu, et les difficultés liées aux conflits de version et au manque d'interopérabilité entre les multiples plateformes persistaient. L'achat de MUSTO par le groupe Helly Hansen constituait donc une excellente opportunité de prendre un nouveau départ.

SOLUTION RAPIDE À DÉPLOYER ET PRÊTE À L'EMPLOI

Helly Hansen a mis en œuvre Centric 8 PLM en à peine six mois, tout en procédant à sa fusion avec MUSTO. La rapidité et la simplicité d'utilisation ont été les deux principaux bénéfices immédiatement observés par Helly Hansen, ainsi que la capacité à unir les deux marques au sein d'un seul système.

« L'interface est incroyablement rapide par rapport à toutes celles que nous avons pu observer jusqu'à présent », s'enthousiasme Ferdinand Diener. « Elle nous offre la possibilité de créer des vues personnalisées et d'afficher les données sous une forme adéquate, à tout instant. Après la configuration initiale par les experts de Centric, nous avons pu paramétrer le système nous-mêmes et procéder aux modifications souhaitées par les utilisateurs. »

« Les consultants Centric ont dressé un état des lieux complet de notre situation à partir duquel ils ont parfaitement su adapter la solution et les options d'intégration à nos besoins. La rapidité et l'ergonomie de Centric PLM permettent aux collaborateurs de réaliser un travail plus abouti, de créer davantage de produits et d'améliorer l'efficacité des contrôles qualité. Nous sommes une marque axée sur la qualité et l'innovation, c'est donc un point crucial. »

S'ADAPTER À DE NOUVEAUX ENJEUX

La puissance de Centric PLM a démontré toute son efficacité face aux enjeux de la pandémie de COVID-19 : Helly Hansen devait maintenir la fabrication d'échantillons à flot, en dépit de restrictions écrasantes. La solution : Centric 3D Connect.

Mhairi Bannerman décrit les répercussions des aléas du marché en 2020 : « Au début de la pandémie, lors des réunions commerciales, plus aucun collaborateur n'était en mesure de présenter des échantillons... Nous avons multiplié les sessions de prototypage. Quand l'un de nous ne pouvait assister à l'une d'elles par manque de temps, nous annulions ou reportions le modèle à la saison suivante, sachant que nous n'étions pas en mesure de le fabriquer en l'absence de réalisation d'un certain nombre de prototypes. »

Pour améliorer la fluidité des échanges et réduire les marges d'erreur, des visuels 3D créés avec le connecteur 3D de Centric seront utilisés lors de la prochaine réunion commerciale virtuelle.

« Par rapport à un croquis à plat, la précision d'un visuel 3D est largement supérieure. Ce dernier favorise aussi la communication avec les fournisseurs dès le départ », explique Mhairi Bannerman. « Le processus est beaucoup plus efficace. Tout à coup, vous visualisez précisément le projet imaginé par le styliste, et non l'interprétation subjective d'un croquis. Vous obtenez une projection des proportions et de la taille des différents éléments, et savez où placer les lignes de coupe. Nous pouvons consulter les prototypes en 3D des semaines avant la mise à disposition des prototypes physiques. De plus, la précision de la dernière itération est supérieure au résultat que nous obtenions avant. »



ENCOURAGER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les derniers chocs subis par les chaînes d'approvisionnement ont aussi fortement contribué à sensibiliser les consommateurs à l'origine des produits et à leur mode de fabrication. Améliorer la transparence entre l'entreprise et le consommateur a toujours été un objectif majeur d'Helly Hansen, également portée par Centric dans ses projets de développement durable.

Selon Mhairi Bannerman, « Tous domaines confondus, les pays nordiques sont pionniers en matière de développement durable, par l'usage de technologies digitales ou d'autres stratégies. La nature y fait partie intégrante de chacun des habitants et ces derniers sont davantage soucieux de préservation du milieu naturel. Aujourd'hui, dans le monde, toutes les marques sont appelées à consolider leur projet de croissance durable. Helly Hansen met toute son énergie au service de la réalisation de cet objectif de développement durable. »

UN NOUVEAU MONDE DE POSSIBLES

Helly Hansen tire une leçon essentielle des six derniers mois écoulés : les technologies 3D représentent désormais une étape incontournable du processus d'échantillonnage. Les marques ne peuvent plus se contenter d'envisager la 3D comme une expérience à la marge.

« La 3D est appelée à se développer au sein de l'entreprise. Le projet d'aménager des showrooms virtuels et l'usage de la réalité augmentée font partie des perspectives ouvertes par la 3D », prédit Mhairi Bannerman. « La 3D a mis au jour un tout nouveau monde de possibles. Nous traversons une période stimulante, malgré la gravité de la situation partout dans le monde. C'est le déclencheur d'un mouvement irréversible. Des retombées positives sont à attendre de cette situation inédite. »

RÉSULTATS

- + Affichage de l'ensemble des données en un seul clic
- + Élimination des silos, vision identique partagée entre les différentes équipes
- + Capacité des utilisateurs à traiter davantage de tâches et à respecter les délais plus facilement
- + Amélioration des contrôles qualité, stratégiques pour une marque haut de gamme
- + Baisse du nombre de réunions, d'e-mails et délais de réception des données écourtés
- + Amélioration drastique de la vitesse d'exécution et de la précision des tâches via l'emploi de technologies 3D innovantes

“ NOUS SOMMES
CAPABLES
DE CRÉER UN
ÉCHANTILLON 3D
EN QUELQUES
HEURES. ”



À PROPOS D'HELLY HANSEN

Créée en Norvège en 1877, l'entreprise Helly Hansen est l'un des leaders des vêtements techniques conçus pour la pratique de la navigation et du ski de haut niveau, ainsi que des vêtements de travail premium. Forte des retours d'expérience des amateurs et des professionnels qui évoluent dans les milieux les plus rudes, l'entreprise a mis au point une longue liste d'innovations commerciales, notamment le premier tissu imperméable souple il y a plus de 140 ans. Parmi ses autres inventions, on compte le premier tissu en polaire dans les années 1960, les premières couches de base techniques favorisant l'évacuation de l'humidité en 1970, développées à partir de la technologie Lifa, et aujourd'hui, le système de régulation de la température récompensé et breveté H2Flow™. Plus récemment, pour la collection AW20, la marque a lancé Lifa Infinity Pro, une membrane totalement imperméable et respirante qui repousse naturellement l'eau. La protection hydrofuge est inusable, rendant inutile tout traitement chimique de réactivation.

Ses tenues de ski sont portées et plébiscitées par plus de 55 000 professionnels du monde entier, et ont été adoptées par de nombreuses équipes olympiques et nationales, et les moniteurs et guides d'alpinisme de plus de 200 domaines skiables.

Les vêtements d'extérieur, les couches de base, les tenues de sport et les chaussures Helly Hansen sont distribués dans plus de 40 pays et plébiscités par les professionnels et amateurs d'outdoor du monde entier. Pour en savoir plus sur les dernières collections d'Helly Hansen, rendez-vous sur www.hellyhansen.com.

À PROPOS DE CENTRIC SOFTWARE

Depuis son siège dans la Silicon Valley, Centric Software fournit une plateforme de transformation digitale aux plus grands noms de la mode, de la distribution, de la chaussure, du luxe, des loisirs de plein air et des produits de grande consommation, notamment les produits de beauté et de soin, l'alimentation et les boissons. Fleuron de Centric, la plateforme de gestion du cycle de vie des produits, Centric 8 PLM, offre aux entreprises des fonctionnalités de planification, de développement produit, d'approvisionnement, et de gestion de la qualité et des collections spécifiquement conçues pour répondre aux mutations rapides de l'industrie de consommation. Le PLM Centric SMB permet aux marques émergentes l'accès à des solutions innovantes et à une solide expertise industrielle. Centric Visual Innovation Platform (Centric VIP) propulse collaborateurs et décideurs dans l'ère du digital grâce à son nouvel environnement totalement graphique. La plateforme Centric VIP couple deux écrans : l'écran d'achat, pour des processus d'achat internes rationalisés et une valeur marchande optimisée, et l'écran de conception, moteur de la créativité et de la conception produit. Toutes les innovations de Centric sont conçues pour raccourcir les délais de commercialisation, booster l'innovation produit et réduire les coûts.

Centric Software est détenue en majorité par Dassault Systèmes (Euronext Paris : #13065, DSY.PA), le leader mondial des logiciels de conception 3D, du maquettisme 3D et des solutions PLM.

Centric Software a reçu de nombreux prix et récompenses. Classée au Top 100 Global de Red Herring en 2013, 2015 et 2016, Centric s'est également vu décerner divers prix d'excellence par Frost & Sullivan en 2012, 2016, 2018 et 2021.



www.centricsoftware.com