



VARNER

**« DEVENIR LE LEADER DU MARCHÉ EN
TERMES DE DÉLAIS DE LIVRAISON »**

QUAND CENTRIC PLM DEVIENT UN ÉLÉMENT INCONTOURNABLE
DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE INTERNATIONALE DE VARNER

« Chez Varner, nous sommes fiers de notre forte culture d'entreprise familiale et de notre capacité à mutualiser les services entre les différents concepts dans un souci de cohérence. En revanche, en matière de développement produit, nous avons encore du chemin à parcourir. »

Olav Fyldeng, chef des applications métier chez Varner, se souvient de l'entreprise se posant la même question que de nombreux détaillants lorsqu'ils envisagent les années futures : que nous réserve la suite ?

« Nous avons connu un énorme succès durant les 10 à 15 dernières années. Face à la pression qui pesait sur nos épaules, nous n'avions pas d'autres choix que de continuer à nous réinventer. Nous savions qu'au cours des 3 ou 4 années suivantes, nombreuses seraient les entreprises à se positionner sur le segment de la vente en ligne. Sans compter que les consommateurs deviennent de plus en plus exigeants et veulent recevoir des produits de qualité à des prix attractifs en un temps record. Nous avons conscience que nous devons combler le fossé digital entre le service informatique et l'entreprise dans le domaine du développement des produits, faute de quoi nous n'aurions pas pu rester dans la course. »

Varner s'appuie aujourd'hui sur la plateforme de gestion du cycle de vie des produits (PLM pour Product Lifecycle Management) Centric pour 10 de ses concepts en vue de rationaliser le développement des produits et de s'adapter aux nouveaux modes de vente au détail qui tendent vers des délais toujours plus courts.



« Il est désormais très simple de comparer les coûts et la fiche technique des produits sur un marché mondial, explique Olav Fyldeng. Nous avons déjà le sentiment que Varner y gagnerait à unir les forces des différents concepts et nous étions convaincus qu'un système PLM mutualisé pourrait nous aider à dominer le marché en termes de développement des produits et de délais de livraison. »

Depuis la mise en œuvre de la plateforme Centric PLM, Varner bénéficie d'une vision globale sur l'ensemble de ses produits. L'entreprise peut ainsi raccourcir les délais de livraison avec les fournisseurs grâce à un meilleur travail de préparation et prendre de meilleures décisions concernant les collections, qui lui garantissent des perspectives de profits. Comment l'entreprise en est-elle arrivée là ?

QUAND LA MODE NORDIQUE RENCONTRE LA FAST-FASHION À DES PRIX TOUJOURS PLUS ATTRACTIFS

Varner est l'une des plus grandes enseignes de textile en Scandinavie. Basée à Oslo, en Norvège, cette entreprise familiale a vu le jour en 1962 lorsque Frank Varner a ouvert sa première boutique de vêtements dans la capitale norvégienne. Son succès a été rapidement suivi de l'ouverture d'un autre magasin à Trondheim. Les boutiques qui ont fait leurs débuts sous l'enseigne Dressmann se sont multipliées à une vitesse grand V dans toute la Norvège. L'entreprise est maintenant détenue et dirigée par les deuxième et troisième générations de la famille Varner.

Au fil des décennies, la société Varner a fait l'acquisition de plusieurs enseignes de prêt-à-porter et se compose aujourd'hui de 10 concepts : Bik Bok, Carlings, Cubus, Days Like This, Dressmann, Urban, Vivikes, Volt, Wow, Levi's Store Scandinavie et Nike Store Scandinavie.

L'entreprise, qui compte aujourd'hui 12 000 employés et 1 500 boutiques réparties entre la Norvège, la Suède, la Finlande, le Danemark, l'Islande, la Pologne, l'Allemagne et l'Autriche, est un fleuron de l'industrie de l'habillement scandinave. Varner se concentre sur la production de styles à un prix attractif, ainsi que de vêtements livrés dans des délais très courts en adéquation avec le modèle du marché de la fast-fashion.

Varner s'engage dans une stratégie de mutualisation des services au sein de sa structure : les 10 concepts partagent des ressources et des entités de support communes (comme le service informatique, par exemple) et s'appuient sur une vaste centrale de distribution basée à Vänersborg, en Suède. La production est également mutualisée et Varner dispose d'un réseau de plus de 220 fournisseurs, qui couvre 500 usines implantées dans 16 pays différents

LE CHOIX DE CENTRIC

Afin de s'ouvrir à de nouvelles perspectives de croissance sur le marché de la vente au détail, Varner a décidé de se rapprocher



MALGRÉ L'APPRÉHENSION DES UTILISATEURS QUANT À L'ADOPTION D'UN NOUVEAU SYSTÈME INFORMATIQUE, EN PARTICULIER AUPRÈS DES CONCEPTEURS, LES ÉQUIPES ONT ADOPTÉ CENTRIC PLM, CE QUI LES AIDE À MIEUX COLLABORER, À AMÉLIORER LES FONCTIONNALITÉS ET À OPTIMISER L'EFFICACITÉ.



DÉFIS

- + Croissance rapide et ajout de nouveaux concepts, imposant une certaine pression sur les systèmes existants
- + S'adapter pour faire face aux tendances de demain dans le secteur de la vente au détail, notamment avec la vente en ligne
- + Proposer des produits innovants dans des délais courts et à un tarif compétitif
- + Créer de la cohésion et mettre en place une plateforme PLM commune à l'ensemble des concepts
- + Réduire les disparités numériques entre le service informatique et l'entreprise
- + Intégrer dans ce nouvel environnement plus de 200 collaborateurs répartis entre 10 concepts et 5 fuseaux horaires

de Centric Software pour bénéficier de sa solution PLM. L'expertise de Centric dans le milieu de la mode, ses références clients et les fonctionnalités de sa solution sont autant de facteurs qui ont déterminé le choix de Varner.

« Conformément à notre culture d'entreprise peu orthodoxe, nous n'avons pas mis en place un processus de sélection conventionnel, explique Olav Fyldeng. Généralement, lorsque vous souhaitez acheter un produit, vous définissez des critères très précis, critères qui conditionnent ensuite la recherche du produit spécifique. Nous n'avons pas eu besoin d'établir un tel comparatif. En effet, lorsque nous avons commencé à étudier la plateforme Centric, nous avons vite su que c'était la solution qu'il nous fallait. »

« La passion est la clé de notre réussite, poursuit Olav Fyldeng. Et la société Centric est animée par cette même passion pour l'industrie de l'habillement et le milieu de la mode. Son expérience dans le secteur et ses références clients en témoignent. Le système Centric présente de nombreux atouts qui ne manquent pas de séduire les utilisateurs. Mais l'intérêt de cette solution ne s'arrête pas à l'aspect esthétique de l'interface. Au cœur du système, il vous faut une intelligence de planification du cycle de vie des produits. C'est sur ce plan que Centric excelle particulièrement. »

Comme Olav Fyldeng le souligne, les fonctionnalités de la solution Centric ont eu un effet décisif sur son succès.

« Conviviale, son interface s'inspire de l'environnement Excel, explique-t-il. Par conséquent, les utilisateurs ont rapidement adopté la solution. Prête à l'emploi, elle ne nécessite pas de travail de programmation préalable. Les meilleures pratiques observées dans le milieu de la mode sont intégrées du fait de l'expérience de Centric dans ce domaine. Ce système PLM innovant est doté de plug-ins particulièrement intéressants pour les stylistes et les applications mobiles associées en vue d'améliorer les échanges en temps réel entre les équipes. »

Et Olav Fyldeng d'ajouter : « Le "cerveau" du système PLM optimise le travail qui est à la base de notre métier, comme la création de designs et la communication avec les fournisseurs. Les fonctions de planification de la solution Centric sont particulièrement appréciables dans notre cas. Centric PLM associe les marges et les coûts en toute transparence, ce qui nous permet de prendre des décisions rapides sur les coûts et les marges des produits. »

RÉSULTATS

- + Les chiffres de la première étape de la mise en œuvre étaient 30 % inférieurs aux prévisions en termes de budget et de délais
- + Amélioration du mode de fonctionnement et gains d'efficacité signalés par les équipes en charge des différents concepts
- + Les utilisateurs ont adopté la solution rapidement et avec enthousiasme
- + Meilleure communication et collaboration entre les concepts
- + Solution à la hauteur des objectifs commerciaux
- + Amélioration du processus de prise de décision et de planification conformément à « Nos méthodes de travail 2.0 »



NOS MÉTHODES DE TRAVAIL À L'ÈRE DU 2.0

Plutôt que de tout révolutionner d'un seul coup, Varner a préféré mettre en œuvre la solution Centric progressivement à travers ses différents concepts, notamment par saison, de manière à s'adapter au rythme de chacun. Varner a, dans un premier temps, adopté la solution Centric PLM pour les gammes d'articles en jersey et de sous-vêtements de sa marque Cubus pour femmes, ainsi que pour les collections de manteaux et d'articles en jersey de la marque Dressmann.

« Il fallait que nos équipes en interne adhèrent à un projet à long terme, explique Olav Fyldeng. Mais, nous devons également sensibiliser les fournisseurs à ce nouveau système et définir clairement notre cahier des charges dans le cadre de notre partenariat avec Centric. Deux ans avant le début de la mise en œuvre, nous avons défini les processus souhaités, les étapes et les échéanciers de ce nouveau décor que nous avons baptisé "Nos méthodes de travail". Centric nous aide à développer "Nos méthodes de travail 2.0". »

« Lors de la première mise en service du système, les chiffres étaient 30 % inférieurs aux prévisions en termes de budget et de délais, ce qui était de bon augure pour la suite, indique-t-il. Nous redoutions les réactions des utilisateurs face à ce nouveau système informatique, notamment de la part des stylistes ; or, les équipes ont pleinement adopté la plateforme Centric PLM, qui leur permet aujourd'hui de mieux collaborer, d'améliorer leur mode de fonctionnement et de maximiser leur rendement. »

« À l'heure actuelle, près de 200 collaborateurs répartis sur cinq fuseaux horaires, utilisent Centric PLM pour plus de 10 concepts », ajoute Olav Fyldeng.

« Lors de la prochaine étape, nous souhaitons intégrer les fournisseurs, sans plus tarder, prévoit-il. Nous nous sommes engagés dans un projet de mise en œuvre à l'échelle de l'entreprise ; il ne s'agit pas d'une simple innovation informatique. Et nous pouvons déjà constater les avantages d'avoir tous nos concepts dans un seul et même système collaboratif et cohérent. »

DE LA MISE EN ŒUVRE AUX RÉELS BÉNÉFICES DE LA SOLUTION

« L'avenir du partenariat entre Centric et Varner sera conditionné par nos objectifs commerciaux, poursuit Olav Fyldeng. Nous avons déjà parfaitement saisi la manière dont nous pouvons exploiter pleinement la plateforme PLM de manière à créer des perspectives de croissance et de profits. Nous améliorons notamment les informations que nous partageons avec nos fournisseurs et les préparons plus tôt durant le cycle, ce qui permet de raccourcir les délais. Nous définissons également une liste des principaux matériaux approuvés au sein du système Centric, visant à réduire les coûts d'approvisionnement et le temps perdu à rechercher des alternatives. Autrement dit, il s'agit là d'une avancée importante pour notre entreprise. »

Et de conclure : « Notre collaboration avec Centric repose sur un véritable partenariat. Quand nous nous sommes engagés dans cette démarche, nous recherchions un véritable partenaire de solution et pas seulement un simple fournisseur. Avec Centric, nous partageons une vision commune basée sur la simplification de nos processus et l'intégration des utilisateurs à chaque étape du projet. »



À PROPOS DE VARNER

Varner est l'une des plus grandes enseignes de textile en Scandinavie et emploie près de 12 000 personnes. Elle compte 1 500 boutiques réparties dans 8 pays : Norvège, Suède, Finlande, Danemark, Islande, Pologne, Allemagne et Autriche.

La société Varner comprend les concepts Bik Bok, Carlings, Cubus, Day Like This, Dressmann, Urban, Vivikes, Volt, Wow, Solo, Levi's Store et Nike Store.

Cette entreprise familiale, fondée en 1962 par Frank Varner, est aujourd'hui détenue par les deuxième et troisième générations de la famille et dirigée par Petter, Marius et Joakim Varner.

À PROPOS DE CENTRIC SOFTWARE

Depuis son siège dans la Silicon Valley et avec des bureaux dans les capitales du monde entier, Centric Software fournit une plateforme de transformation digitale pour les plus grands noms des secteurs de la mode, de la distribution, de la chaussure, des articles de luxe, des loisirs de plein air, du sport et des produits de grande consommation. Centric Visual Innovation Platform (VIP ou plateforme d'innovation visuelle) se compose d'un ensemble d'interfaces visuelles et intégralement digitales, conçues pour les appareils tactiles tels que l'iPad, l'iPhone et les écrans tactiles géants. Véritable révolution en matière de prise de décision et d'automatisation de l'exécution, Centric VIP réduit considérablement le délai de commercialisation et accroît la réactivité face aux nouvelles tendances. Centric 8, la plateforme PLM (Product Lifecycle Management ou gestion du cycle de vie des produits) de Centric qui a fait sa renommée, offre des fonctionnalités professionnelles de planification promotionnelle, de développement des produits, d'approvisionnement, de planification commerciale, de gestion de la qualité et des collections, adaptées aux industries de consommation en constante évolution. 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 récompensant sa solution PLM pour la vente au détail, la mode, les vêtements et les biens de consommation, dont le Frost & Sullivan Product Leadership Award en 2018, le Frost & Sullivan Global Product Differentiation Excellence Award en 2016, ainsi que le Frost & Sullivan Global Retail, Fashion and Apparel PLM Product Differentiation Excellence Award en 2012. Par ailleurs, Centric a fait partie du Top 100 Global de Red Herring en 2013, 2015 et 2016.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com

©2018 Centric Software Inc. Tous droits réservés. Centric est une marque déposée de Centric Software.
Tous les autres noms de produits et de marques peuvent être des marques commerciales, propriété de leurs détenteurs respectifs.