

**ASSURER LA TRANSPARENCE  
ENTRE LA MARQUE ET SES FOURNISSEURS :  
LA SUCCESS STORY DE MUSTANG GROUP**

## LES PIONNIERS ALLEMANDS DU JEAN

Leader sur le marché des jeans en Europe, MUSTANG Group a installé son siège social en Allemagne et travaille avec des fournisseurs situés en Asie et en Afrique du Nord.

Fondée en 1932, la marque MUSTANG a lancé le premier jean pour femme et le tout premier jean en velours côtelé en Europe. Outre le jean, son produit phare, MUSTANG Group est également licencié des marques Bogner Jeans et Sansibar Denim.



### DES OBJECTIFS DE CROISSANCE AMBITIEUX

« Depuis toujours, nous sommes des pionniers non seulement sur le segment du jean, mais également en termes d'innovation et de technologie de pointe, explique Dietmar Axt, président-directeur général de MUSTANG Group. Cette orientation fait partie intégrante de notre philosophie d'entreprise et a déjà fait ses preuves. »

Ce groupe visionnaire a souhaité conquérir de nouveaux marchés en se fixant des objectifs de croissance ambitieux. Mais pour assurer sa réussite, MUSTANG avait besoin d'un système plus performant, capable de prendre en charge l'expansion de son offre, de rationaliser ses processus de développement de produits, d'augmenter sa productivité et d'améliorer la collaboration de ses équipes internes et externes.

“ **Avec Centric 8, nous bénéficions d'une vue d'ensemble de toutes les finitions et matières de la collection en cours dès le début de son développement ; cela permet à nos acheteurs d'obtenir des tarifs plus intéressants auprès des fournisseurs** ”

### DOUBLE SAISIE DES DONNEES

MUSTANG utilisait jusque-là un système PDM (gestion des données produit) en complément de programmes tels que Excel, Adobe et Word pour effectuer le suivi des informations relatives à ses collections. Mais les limites du système ont petit à petit été mises en évidence lors des réunions au cours desquelles les équipes d'achat, de vente et de conception passaient en revue la collection en cou

Les limites de ce système devenaient particulièrement évidentes lors des réunions au cours desquelles les équipes d'achat, de vente et de conception passaient en revue la collection en cours pour en finaliser les modèles et tarifs.

« Une fois les décisions prises, chacun devait retourner à son système individuel pour y saisir l'ensemble des données approuvées au cours de la réunion, indique Julia Dubowy, directrice des opérations chez MUSTANG Group. Nous perdions du temps à cause du caractère redondant de certaines données, d'un travail de maintenance excessif et d'un risque d'erreur accru. »



### Résultats

- + Échantillons : création plus rapide, feedback plus clair et informations tarifaires disponibles plus rapidement
- + Élimination de la double saisie des données
- + Diminution de près de 30 % du temps consacré à la recherche des informations d'un produit
- + Diminution de quelque 40 % du temps consacré à la recherche des finitions les plus récentes
- + Amélioration de l'intégration avec le partenaire d'approvisionnement Omnibrand, pour un gain de temps d'environ 30 %
- + 30 % de réduction du nombre de questions posées par les fournisseurs après l'envoi des fiches techniques initiales
- + Durée de développement d'un produit réduite de quatre jours grâce aux gabarits, à l'uniformisation des banques de données et à l'intégration d'Adobe Illustrator

## Constat préalable

- + Double saisie des données ; l'utilisation de nombreux outils et programmes tout au long du développement produit altérait la visibilité et freinait la prise de décision
- + Communication difficile entre l'entreprise et son partenaire d'approvisionnement
- + Incapacité des acheteurs à déterminer simplement les finitions et matériaux nécessaires, ce qui rendait la négociation plus complexe et coûteuse

## GESTION COMPLEXE DES MATERIAUX

Comme l'explique Julia Dubowy, établir les rapports relatifs aux matériaux utilisés au sein de chaque collection s'avérait compliqué : la plupart des informations se trouvaient en effet dans un fichier difficilement accessible pour les membres de l'équipe. « Nous rencontrions également des difficultés à analyser le développement concret de chaque modèle. Combien d'essais étaient nécessaires ? Quels modèles n'aboutissaient finalement pas ? À quel moment la décision de renoncer à un modèle était-elle prise ? »

Les finitions et les matériaux ont une importance capitale dans le secteur du jean, mais les designers de MUSTANG disposaient d'une visibilité insuffisante sur les matériaux disponibles. Les acheteurs, quant à eux, manquaient également de visibilité sur les finitions et matériaux planifiés pour chaque collection, avec toutes les complications que cela implique dans leurs négociations tarifaires..

## POURQUOI UNE SOLUTION PLM ET POURQUOI CENTRIC ?

MUSTANG avait besoin de la « visibilité unique et précise » que seule une solution PLM (product lifestyle management, soit la gestion du cycle de vie des produits) était en mesure de lui offrir. Julia Dubowy faisait partie de l'équipe en charge de la sélection du logiciel PLM ; elle explique pourquoi le choix du groupe s'est porté sur Centric : « Centric proposait une solution innovante et dernier cri, fondée sur une architecture Web, dotée d'une excellente technologie mobile tout en disposant d'une équipe experte de notre secteur. »

MUSTANG a alors mis en œuvre le logiciel Centric PLM en seulement 15 semaines, pour l'habillement et ses gammes de produits mode féminine et masculine. Selon Julia Dubowy, la mise en œuvre de la solution avec Omnibrand, le partenaire d'approvisionnement de MUSTANG, s'est avérée à la fois simple et extrêmement bénéfique ; elle n'a nécessité que deux courts déplacements en Asie pour déterminer les besoins, configurer le système et former l'équipe d'Omnibrand pour le déploiement de la solution. En outre, MUSTANG a lancé son application – en attente de brevet – intitulée Collection Book for iPad. D'Cette dernière permet d'établir un lien direct entre la collection de modèles issue de Centric PLM et l'équipe de vente via l'utilisation d'appareils mobiles.



## SYNCHRONISATION ENTRE LA MARQUE ET SES FOURNISSEURS

**Grâce à Centric 8, MUSTANG a fortement augmenté la réactivité et la transparence de ses échanges avec Omnibrand et ses autres fournisseurs. Le processus nécessite plusieurs étapes pour fonctionner.**

MUSTANG finalise d'abord les données relatives à chaque modèle, le confie ensuite à Omnibrand puis crée les fiches techniques du modèle ; ces trois étapes sont effectuées sous Centric 8. Omnibrand prend alors connaissance du descriptif détaillé via le logiciel, attribue le modèle à un fournisseur, auquel il envoie les fiches techniques ainsi qu'une demande d'échantillon.

Lorsque le fournisseur lui renvoie l'échantillon souhaité, Omnibrand effectue les premiers essayages avant de saisir les résultats et les informations tarifaires sous Centric 8. Omnibrand transmet un échantillon à MUSTANG, qui réalise ses propres essayages et vérifie les premiers résultats ; tous les commentaires importants concernant le modèle sont suivis et partagés sous Centric 8 ; ce qui permet ainsi une collaboration efficace entre MUSTANG et Omnibrand.

« Cette nouvelle méthode de travail offre une transparence totale avec nos fournisseurs, ce qui est indispensable pour assurer la conformité et l'évaluation de ces fournisseurs », indique Julia Dubowy. Grâce à Centric 8, MUSTANG a éliminé la double saisie des données avec Omnibrand, tout en supprimant les nombreux commentaires imprimés qui accompagnaient chaque échantillon.

Par ailleurs, MUSTANG ne perd plus de temps à attendre les données tarifaires relatives à chaque modèle : il n'est plus nécessaire de les saisir à nouveau dans leur système local. En effet, Omnibrand les renseigne directement sous Centric 8, permettant ainsi d'optimiser la rapidité et la cohésion dans le cadre du développement de MUSTANG.

« En harmonisant de manière plus efficace le développement des produits de l'entreprise, et en améliorant la communication entre les équipes d'achat, situées en Allemagne, et notre partenaire d'approvisionnement en Asie, nous sommes en mesure d'avancer en toute confiance vers nos objectifs de croissance », conclut Julia Dubowy.



## PIONIERI CHE PROGREDISCONO CON IL PLM

Aujourd'hui, l'ensemble des processus de développement produit de MUSTANG sont plus simples et efficaces qu'auparavant. Un collaborateur est responsable des documents matériels et numériques qui composent la base de données sous Centric 8, qui sont ensuite utilisés par les équipes dédiées à la conception, au développement technique et aux achats. « Avec Centric 8, nous bénéficions d'une vue d'ensemble de toutes les finitions et matières de la collection en cours dès le début de son développement ; cela permet à nos acheteurs d'obtenir des tarifs plus intéressants auprès des fournisseurs », explique Julia Dubowy.

MUSTANG utilise désormais directement Centric 8 lors de ses réunions, la saisie des données se fait ainsi en temps réel, dès le moment la prise de décisions en rapport avec la collection. « Nous sommes désormais libérés des tâches administratives qui nous incombaient avant et après chaque réunion, poursuit Julia Dubowy. Cela représente un avantage considérable. Ce temps gagné est consacré au cœur de métier de MUSTANG ; toutes les personnes en charge de chaque projet sont informées en direct des décisions prises. »

Grâce à Centric 8, MUSTANG peut analyser et élaborer des rapports relatifs à toutes les données conservées au sein du système. La flexibilité du système de rapports de Centric 8 permet à MUSTANG de créer des documents standards ou spécifiques. Comme Julia Dubowy l'indique, « cela nous offre visibilité et transparence sur notre collection, et nous disposons ainsi des informations nécessaires aux prises de décisions qui nous mèneront vers la réussite. »

## À PROPOS DE MUSTANG

MUSTANG, société établie en Allemagne, est l'une des marques leader de jeans en Europe. Fondée en 1932, la marque MUSTANG a lancé le premier jean pour femme et le tout premier jean en velours côtelé en Europe. En plus du jean, produit phare de la marque MUSTANG, le Groupe MUSTANG est également licencié des marques Bogner Jeans et Sansibar Denim.

## 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 vente au détail, de la chaussure, des produits de luxe, des loisirs de plein air et des produits de grande consommation. La plate-forme 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 nombreuses récompenses, notamment le prix mondial d'excellence de la différenciation produit Frost & Sullivan dans la catégorie Gestion du cycle de vie des produits (PLM) dans les secteurs de la vente au détail, de la mode et de l'habillement. Par ailleurs, Red Herring a inclus Centric dans son Top 100 Global en 2013 et en 2015.



Centric Software S.A.S. | 27 avenue de l'Opéra | 75001 Paris | France

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