



CASE STUDY

OBJECTIFS

- DÉPASSER LES LIMITES D'UNE GESTION INFORMELLE DES DONNÉES, FRAGMENTÉE ET ISOLÉE DES FLUX DE DONNÉES GLOBAUX
- AVOIR RAPIDEMENT ACCÈS À TOUTES LES DONNÉES PRODUIT ET LES PARTAGER AVEC LES PARTENAIRES IMPLIQUÉS DANS LA PRODUCTION
- AMÉLIORER LA QUALITÉ DES DONNÉES TOUT EN RÉDUISANT LEURS DUPLICATIONS

OFFRE TXT E-SOLUTIONS

- MODELFORM
- WEBFRAMES

RÉSULTATS

- GESTION CENTRALISÉE DES DONNÉES PRODUITS ACCESSIBLES À PLUS DE 100 UTILISATEURS ET À PLUS DE 100 FOURNISSEURS
- UNIVOCITÉ DES DONNÉES
- DISPONIBILITÉ IMMÉDIATE DES DONNÉES
- CRÉATION DE SUPPORTS CONVIVIAUX ET PERSONNALISATION DE L'AFFICHAGE DES DONNÉES SELON LES DROITS D'UTILISATEURS
- INTÉGRATION DES DONNÉES TECHNIQUES À L'ERP STEALTH3000



Champion Europe

DES DONNEES PRODUIT TOUJOURS PLUS PRECISES ET DISPONIBLES, DE FLORENCE A SINGAPOUR

PROFIL DE LA SOCIÉTÉ

Champion a été fondée en 1919 dans l'État de New York par Abe Feinbloom et son père sous le nom original de Knickerbocker Knitting Company. Mais la véritable histoire de la société commence en 1930 lorsque Champion fournit pour la première fois les universités et les écoles militaires. Dans un court laps de temps, la société devient leader sur le marché des vêtements technico-sportifs. En 1979 Champion arrive sur le marché Européen et le succès se répète, grâce à une gamme de produits «tendance» et de qualité. En 2001, un groupe de dirigeants, piloté par Sauro Mambrini, déjà directeur général de Champion Italie, acquiert les marques du groupe Sara Lee pour l'Europe, l'Afrique et le Moyen Orient. Aujourd'hui Champion Europe S.p.A, dirigé par le même M. Mambrini, compte plus de 400 employés.

CONTEXTE

Champion Europe est une société complexe et dynamique, présente dans 125 pays de la zone EMEA (Europe, Middle-East, Africa), à travers de nombreuses filiales prenant en charge toutes les activités promotionnelles et commerciales. La production est confiée à des sous-traitants

soigneusement sélectionnés en Europe (principalement au Portugal, en Turquie et en Italie) et en Asie. Le design est basé à Florence, toutes les phases allant de l'échantillonnage à la production finale étant centralisées en Italie. C'est là que se crée toute la collection destinée à la zone EMEA, avec des diversifications particulières en fonction du pays de destination (gamme de coloris et tailles) ou selon les stratégies commerciales des filiales étrangères. Pour assurer la grande fréquence des lancements de nouvelles collections (propres au secteur de la mode) et pour pouvoir piloter un réseau étendu, Champion Europe a décidé de se doter d'un outil de PDM (Gestion des Données Techniques du Produit). L'objectif ? Obtenir un environnement virtuel dans lequel serait géré tout le patrimoine «information» de la société comprenant toutes les données techniques du produit, du prototype à la production.

En 1999 le projet est lancé depuis les bureaux de Florence, et implique le design, la planification et les services financiers afin de pouvoir y intégrer les départements commerciaux et les fournisseurs éparpillés dans le monde entier.

“Les bénéfices sont évidents : la gestion des données n'est plus informelle (fragmentée et distribuée) mais centralisée. Les données produit peuvent être utilisées immédiatement par plus de 200 utilisateurs et les informations peuvent être vérifiées rapidement. A un niveau plus global et décisionnel, nous avons pratiquement éliminé la duplication des données.”

V. Banici, Systèmes d'Informations - Champion Europe

OBJECTIFS

L'objectif était de pouvoir organiser les données produit de façon centralisée, en dépassant les limites d'une gestion manuelle : ne plus avoir à rassembler les fiches techniques en Excel pour pouvoir les envoyer aux fournisseurs.

L'idée était de pouvoir utiliser une solution qui permette de créer la fiche produit de façon dynamique, archive toutes les informations relatives aux modèles et les rende instantanément disponibles à tous les départements, internes et externes, impliqués dans le processus de développement. La solution retenue est Product Data Management et ses modules :

- *ModelForm* : outil pour la gestion des fiches techniques et recueil commun de toutes les informations produit;
- *WebFrames* : extension web de la solution donnant l'accès aux données aux utilisateurs distants se connectant via Internet.

POURQUOI TXT ?

La première raison a été la simplicité de la solution. Pensée pour les sociétés opérant dans le secteur de la mode, ModelForm et WebFrames ont été jugées plus simples à utiliser, plus conviviales et plus facilement adaptables aux processus opérationnels de l'entreprise par rapport aux solutions concurrentes.

LA SOLUTION

Après seulement quelques mois d'implémentation, la solution ModelForm était complètement opérationnelle en hiver 99 en vue de gérer la collection automne-hiver 2000. Le projet est très large : il prévoit un serveur central ModelForm à Florence et des serveurs supplémentaires à Capri, dans les filiales européennes (en Allemagne, Irlande, Belgique, Espagne et Grèce) et à Singapour.

Le tout pour un total d'à peu près 100 utilisateurs en interne. Certaines filiales participent directement au

développement de la collection (Singapour ou Dublin par exemple), d'autres, dont le rôle est plus commercial, accèdent à la base de données de ModelForm pour y insérer les données nationales (tels que les prix), sélectionner des modèles (articles), des coloris ou des tailles commercialisés dans le dit pays, ou pour imprimer le catalogue produits utilisé par les agents commerciaux. En exploitant au mieux le potentiel de WebFrames, Champion espère offrir la possibilité à l'ensemble de ses utilisateurs de rechercher et de visualiser les informations dans un environnement web, comme c'est déjà le cas pour les bureaux de Gand en Belgique. En dehors de la société même, l'outil est utilisé via le web par environ cent fournisseurs Européens et Asiatiques accédant ainsi aux fiches techniques et aux données nécessaires à la production. Afin de restreindre l'accès aux données, les utilisateurs internes et externes ont personnalisé leur profil en fonction de leur rôle dans le développement ou la commercialisation de la collection : ainsi, certains utilisateurs peuvent créer de nouveaux codes produits, d'autres peuvent les modifier, ou encore apporter leur contribution jusqu'à un certain stade de la collection (par exemple le styliste de la collection homme accède exclusivement aux articles de la ligne « Homme »). Chaque saison (automne - hiver et

printemps - été) représente près de 1.000 articles insérés et gérés dans la base de données ModelForm, qui regroupent toutes les données liées aux coloris, tailles, commande d'échantillons, en-cours, nomenclatures et coûts. A partir des informations contenues dans la base de données ModelForm, Champion génère le catalogue produit sur DVD et sur le web (ce qui évite aux agents commerciaux de porter les catalogues produit à la main et leur permet, notamment chez le client, d'avoir accès à des données toujours à jour) ainsi que toute une série de fiches personnalisées, un « guidebook » en plusieurs versions (avec ou sans prix par exemple), la liste des modèles (liste communiquée aux fonctions de développement produit pour leur permettre de contrôler les couleurs et les tailles) voire même des informations destinées aux fournisseurs (détail de couture, boutons, logos, étiquettes). Chaque site commercial génère ses propres rapports (chaque pays par exemple génère sa propre liste des prix). De plus, la solution permet de consolider les différentes statistiques de vente et sert de fondement à toutes les bases de données utilisées pas les autres systèmes, y compris l'ERP Stealth3000.

