

Miroglio Group e Lectra insieme per la trasformazione digitale e per ottimizzare la value chain

Grazie alle piattaforme Kubix Link PLM, Neteven e alla soluzione di benchmarking Retviews, il Gruppo Miroglio ha ottimizzato la gestione a 360° delle proprie collezioni per rispondere efficacemente alle evoluzioni del mercato

Milano, 18 settembre 2023 – **Miroglio Group**, realtà italiana presente in 22 paesi con 9 brand di abbigliamento femminile, di cui cura il design, la produzione e la distribuzione a livello internazionale, ha scelto **Lectra**, protagonista dell'Industria 4.0 nei settori fashion, automotive e arredamento, per supportare e accelerare le proprie attività, inclusi il processo di produzione, il Direct-to-Consumer e la competitive intelligence. Grazie alla combinazione delle piattaforme Kubix Link PLM, Neteven e alla soluzione di benchmarking automatico Retviews di Lectra, il Gruppo Miroglio è riuscito a migliorare il proprio intero ciclo di vita della collezione: dallo scouting e codifica delle materie prime alla mappatura dei principali marketplace, fino all'impiego della competitive intelligence per scelte più strategiche.

“Siamo onorati di aver supportato un'azienda prestigiosa come Miroglio, ponendoci al suo fianco per affinare i processi cruciali e favorire la sua crescita all'interno dell'articolato percorso di digital journey, un passaggio importante e necessario per un'organizzazione contemporanea. Noi di Lectra sappiamo che la collaborazione è uno dei punti chiave di ogni business di successo: il nostro obiettivo è quella di sostenere le aziende, mettendo a loro disposizione i tool necessari e più all'avanguardia per incrementare le loro performance e gestire in maniera strategica un mercato in rapido e continuo rinnovamento,” commenta **Fabio Canali, President Southern Europe & North Africa di Lectra**.

L'esigenza di Miroglio Group

Il percorso di trasformazione digitale del Gruppo Miroglio si è articolato in diverse fasi, maturando nel tempo esigenze differenti. Innanzitutto, per la sua esposizione globale, l'azienda presentava alcune difficoltà nel monitorare e posizionare correttamente i propri brand sui diversi mercati e marketplace in cui opera. Il benchmarking richiedeva molto tempo, era complicato e poco conveniente, essendo gestito con metodi manuali e ripetitivi.

Inoltre, Miroglio Group, che non

Nello specifico, grazie a [Retviews](#), soluzione per il benchmarking automatico che dà accesso ai dati della concorrenza per confrontare il posizionamento, fissare il prezzo ideale, aumentare i margini e prevedere i futuri bestseller, Miroglio ha avuto modo di monitorare i propri brand e posizionarli adeguatamente in ogni parte del mondo. Grazie all'intelligenza artificiale, la piattaforma digitale su cloud ha consentito al Gruppo Miroglio di ottenere la vestibilità adatta al mercato e risparmiare tempo rispetto al benchmarking manuale.

Il monitoraggio dei nuovi arrivi della concorrenza (tramite una serie di report automatici settimanali) e l'analisi dei dati dei competitor consentono all'azienda di tracciare la struttura degli assortimenti, il posizionamento di prezzo, la disponibilità delle taglie e pianificare di conseguenza le proprie collezioni stagionali.

Oltre all'adozione di questa soluzione, Miroglio Group ha deciso di implementare la collaborazione con Lectra integrando [Kubix Link PLM](#) – che copre l'intero processo di produzione, dal design alla vendita, e consente di trasformare i dati in informazioni fruibili, grazie alla piena visibilità della supply chain – e [Neteven](#) – per organizzare le attività di retail digitali nei principali marketplace del mondo e accelerare le attività Direct-to-Consumer in modo flessibile e scalabile per incrementare le vendite.

“Siamo molto soddisfatti delle soluzioni Lectra e del supporto che l'azienda mette a disposizione del Cliente, dalla progettazione fino alla messa a terra e al live dei tool. Potersi confrontare con il team Kubix di Lectra è un considerevole aspetto di valore: si tratta di un punto di vista professionale di solida expertise che ci indica la via nel processo e lavorazione dei dati. Avevamo gestito vari progetti in cloud, ma questa è la prima volta che utilizziamo un SaaS per un core project e, in questo specifico caso, il bilanciamento tra customizzazione e standardizzazione è esattamente quello che serviva a Miroglio”, commenta **Francesco Cavarero, CIO di Miroglio Group.**

“Il team di account Neteven di Lectra è presente, preciso e affidabile: li consideriamo quasi come dei colleghi. La vera ricchezza è quella di aver tessuto una relazione attraverso la quale Miroglio Group non ha solo guadagnato un partner tecnologico, ma anche un punto di riferimento consulenziale, in grado di creare il terreno per cogliere opportunità, nutrire il potenziale e ragionare in maniera sinergica sui possibili nuovi orizzonti, anche in ottica internazionale. Per questo, non temiamo di metterci nuovamente in gioco e interrogarci insieme circa quali nuovi marketplace raggiungere e presidiare, studiando congiuntamente una mappa per consolidare ulteriormente la nostra presenza in alcuni Paesi”, commenta **Christian D'Antoni, Head of Marketplaces di Miroglio Group.**

“Avevamo necessità di trovare una soluzione che ci permettesse di monitorare il mercato, al fine di ottimizzare le nostre strategie di posizionamento dei prodotti. Insieme a Lectra, nostro partner tecnologico di fiducia, abbiamo valutato Retviews come la soluzione migliore per l'acquisizione e la visualizzazione dei dati di mercato in real time”, aggiunge **Christian D'Antoni, Head of Marketplaces di Miroglio Group.**

Gli immediati risultati positivi

Per Miroglio Group disporre di più soluzioni fornite da un unico partner tecnologico ha contribuito a una significativa accelerazione del suo percorso di trasformazione digitale. Grazie a Retviews, il Gruppo utilizza la piattaforma per monitorare il livello di sconti durante le vendite e confrontarlo con i competitor diretti, il tutto con un solo clic e grazie ai dati generati automaticamente dalla piattaforma. Miroglio ora può seguire in real time i livelli di esaurimento scorte dei competitor, per ottimizzare i rifornimenti. Non solo: grazie al successo della soluzione, all'inizio utilizzata prevalentemente dai merchandiser del G

Informazioni su Lectra:

Lectra, azienda leader nei mercati del fashion, dell'automotive e dell'arredamento, contribuisce alla rivoluzione dell'Industria 4.0 con audacia e passione fornendo tecnologie best-in-class.

Il gruppo offre soluzioni - software, hardware, dati e servizi - che facilitano la trasformazione digitale delle aziende. In questo modo, Lectra aiuta i clienti a superare i propri limiti e sbloccare il loro potenziale. Il gruppo è orgoglioso di affermare che i suoi 2.500 dipendenti sono guidati da tre valori fondamentali: open mind, affidabilità e passione per l'innovazione.

Fondata nel 1973, Lectra ha registrato nel 2022 ricavi per 522 milioni di Euro. È quotata presso Euronext Paris.