

Haddad Brands Europe affine et modernise sa stratégie retail



Haddad Brands Europe, distributeur exclusif de vêtements et d'accessoires pour enfants sous les licences Nike, Jordan, Levi's, Lacoste ou encore Abercrombie & Fitch, se dote d'une solution de planification pour mieux piloter son activité retail.

Moins connue que les marques qu'elle distribue, l'entreprise Haddad Brands Europe est née en 2017 de la rencontre des dirigeants de Haddad Brands US et de quatre entrepreneurs français, spécialistes de vêtements sous licences, connaissant

le marché européen. Spécialisée dans la distribution de vêtements, accessoires, sous-vêtements, chaussures pour enfant sous licences exclusives (Nike, Levi's, Lacoste, Jordan...), la société connaît, comme elle l'annonce dans sa présentation *«une croissance fulgurante depuis sa création et comptant plus de 400 collaborateurs à travers l'Europe»* et réalisant aujourd'hui un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros. En plus de distribuer ses produits dans les chaînes de sport spécialisées, multimarques indépendants et pure players comme Zalando, elle développe une activité retail en implantant des corners dans les grands magasins comme El Corte Ingles en Espagne ou Les Galeries Lafayette en France.

Fiabiliser les processus de planification budgétaire

Pour accélérer dans ce domaine, l'entreprise a fini par délaisser les tableaux de type tableur pour déployer une solution technologique adaptée. Objectif : digitaliser et fiabiliser les processus de planification budgétaire et de distribution. Après avoir défini ses besoins et rencontré plusieurs éditeurs, son choix s'est porté en avril 2024 sur l'entreprise de services numériques et éditrice basque [SEI et son ERP Akolade](#). *«L'élément déclencheur était liée à l'augmentation de la volumétrie. La décision a été assez rapide et nous avons démarré le cadrage en septembre»*, souligne Maider Guezala, directrice commerciale et marketing de SEI. L'entreprise a déjà investi dans de nouvelles technologies, robotisant une partie de son entrepôt logistique avec Exotec et déployant plusieurs solutions dont le CRM Salesforce, le logiciel de gestion d'entrepôt (WMS) Manhattan Associates, ou encore l'ERP Microsoft Dynamics 365. SEI a pour sa part déjà mené de nombreux projets dans l'univers de la mode et du retail pour des marques et enseignes telles que Eram, La Redoute, Lacoste,

Kiabi ou encore Jimmy Fairly. *«SEI est une entreprise à taille humaine comme la nôtre et nous avons pu percevoir dès les premiers échanges leur expertise sur le retail, ce qui nous a confortés dans notre décision de partenariat»*, affirme Laure Bensaad, directrice retail de Haddad Brands Europe.



Maider Guezala

Un déploiement progressif

La première mise en production prévue en juin concerne l'approvisionnement magasin. *«Car le ROI est plus rapide»*, précise Maider Guezala. Cette étape concerne 1700 références tailles et couleurs et 130 magasins. *«Nous allons ensuite continuer sur la planification, la construction budgétaire et l'assortiment avec les calculs de mise en place. Nos échanges ont fait aussi ressortir un autre besoin qui est la mise en place d'un extranet pour les opérations logistiques en magasin, la réception des colis, les transferts et les expéditions»*. Le déploiement est progressif *«grâce à la modularité de la suite Akolade»*, explique Maider Guezala. L'outil se connecte par API à l'ERP Microsoft Dynamics. *«Nous avons formé les équipes retail et appro magasin et paramétré l'outil dont le moteur s'adapte aux besoins de chaque client et à leurs règles de gestion. Il s'agit par exemple de savoir à partir de quand un transfert magasin est déclenché. »*

Des prévisions de ventes basées sur l'IA

L'ERP Akolade a intégré le logiciel de calcul de prévisions de ventes Optimate qui équipe notamment Boardriders. Il s'est aussi enrichi d'algorithmes complémentaires aux algorithmes statistiques grâce à l'intelligence artificielle. *«Cela amène une meilleure fiabilité dans les collections avec les nouveaux produits dont on n'a pas forcément d'historiques de ventes»*, estime Maider Guezala. L'éditeur a récemment lancé Akolade Faas, un outil de prévisions de ventes basé sur l'IA capable de prédire aussi bien les ventes des produits saisonniers que des articles permanents. Bien positionné dans l'univers de la mode, impacté par la disparition de quelques clients historiques à l'instar de Camaïeu, ou plus récemment de Kaporal, SEI élargit son portefeuille à d'autres secteurs. L'éditeur a notamment signé des contrats avec Adeo, Motoblooz, ou encore la Chambre Régionale d'Agriculture de Nouvelle Aquitaine.

Tous droits réservés @ Les Clés Du Digital SAS.