

## **LA CELEBRE MARQUE DE MODE CASUAL MARC O'POLO REJOINT LA PLATEFORME D'INTERCONNEXION DEDIEE A LA MODE D'ANATWINE POUR RENFORCER SON EXPANSION INTERNATIONALE ET DEVELOPPER SON RESEAU DE DETAILLANTS MONDIAL**

*Anatwine met à la disposition des détaillants et des consommateurs de MARC O'POLO, l'assortiment idéal de produits en ligne, partout dans le monde via sa plateforme d'interconnexion mondiale entre les marques et les revendeurs.*

La célèbre marque de mode casual MARC O'POLO a rejoint le réseau innovant d'Anatwine, dédié au commerce de gros de la mode. Grâce à Anatwine, cette marque allemande d'origine suédoise pourra ainsi accéder à de nouveaux marchés et créer des partenariats avec des détaillants à l'échelle mondiale. En intégrant de façon transparente ses fiches de stock et tous les processus commerciaux avec ses détaillants partenaires via Anatwine, MARC O'POLO élargira la gamme de ses produits les plus populaires auprès des clients de ses détaillants, et ce en temps réel. Il sera en mesure de satisfaire les commandes en ligne reçues par les détaillants, dans le cadre de leurs accords de niveau de service spécifiques (Service Level Agreement ou SLA). À terme, la coopération avec Anatwine permettra d'étendre la gamme de produits phares de MARC O'POLO et en maximisera la disponibilité.

Dr. Felix Kreyer, Directeur Général Online, MARC O'POLO, commente : « *pour une marque comme la nôtre, Anatwine est une opportunité extrêmement intéressante car elle supprime les contraintes traditionnelles liées au budget et à l'espace disponible en entrepôt. Elle permet à un détaillant d'élargir la gamme proposée sur le web et d'analyser les ventes en temps réel comme par exemple définir nos 100 produits les plus vendus. Il peut ainsi affiner, élargir ou réduire la gamme de produits à volonté. Elle permet aussi à notre marque de développer de nouveaux partenariats de nouveaux détaillants, au niveau international. Des partenaires qui seront assurés que leurs commandes seront satisfaites et que l'expérience client délivrée reste cohérente* ».

MARC O'POLO exploite la connexion au réseau Anatwine sur le site de l'e-commerçant allemand Zalando depuis avril 2015 et a constaté une augmentation réelle des ventes, suite à une intégration transparente via Anatwine.

Cette intégration a commencé par une analyse du marché de la marque et du détaillant. Les accords de niveau de service du détaillant ont été documentés puis Anatwine a travaillé avec la marque afin de s'assurer que ces accords soient adaptés et maintenus, à commencer par les informations produit et graphiques, avant de passer au cycle de vente. Cela permet désormais à la marque, de satisfaire les commandes tout en respectant la documentation et les accords de niveau de service du détaillant. Le processus s'est terminé par l'alignement des services à la clientèle et des modalités liées aux retours, qui permet à la marque et au détaillant d'agir à l'unisson, afin de délivrer une expérience client homogène. Le principe même d'Anatwine est de prendre en charge un maximum de tâches informatisées de façon à faire de cette intégration un processus homogène aussi bien pour la marque que pour le détaillant.

Dr Kreyer explique : « *le processus de mise en œuvre s'est déroulé en douceur si l'on tient compte de la complexité de l'intégration. Bien sûr, nous avons constaté une nette augmentation des ventes suite à la mise en place de la connexion avec nos partenaires existants, mais nous avons aussi rapidement compris que le*

*plus gros avantage d'Anatwine était la possibilité qu'il nous offrait d'étendre notre offre à de nouveaux marchés et détaillants avec lesquels nous ne travaillons pas à l'heure actuelle ».*

Il conclut: « *connecter les marques et les plates-formes n'est pas, en soit, un modèle nouveau; ce qui fait la différence avec Anatwine, c'est que cette connexion se fait de façon transparente et en temps réel avec les détaillants, ce qui n'existe pas encore sur le marché. En outre, cette connexion permet de proposer aux clients en ligne un assortiment personnalisé et idéal de produits. L'engagement client, une meilleure perception sur marché et une plus forte rentabilité, que ce soit pour la marque ou pour le détaillant, voilà ce que permet Anatwine*».

## **À propos d'Anatwine**

Anatwine est une entreprise de services du numérique qui a vocation à connecter, au niveau mondial, les grandes marques du secteur de la mode avec les acteurs de la mode en ligne, représentant ainsi l'avenir de ce secteur. Le réseau mondial d'Anatwine connecte les systèmes de gestion des marques avec ceux des détaillants grâce à une intégration unique alliant collaboration et innovation afin de construire, en ligne, le meilleur assortiment de produits en stock, de développer le chiffre d'affaires et les ventes additionnelles, de fournir à la fois une meilleure visibilité de la marque et une expérience client cohérente.

Créée en 2013 par Chris Griffin, le pionnier de la mode au détail online, Anatwine propose une solution novatrice qui offre aux détaillants et aux marques une nouvelle façon de mieux collaborer et d'accroître, ensemble, la fidélité de leurs clients, leur chiffre d'affaires et leurs bénéfices. Parmi les clients figurent les plus grands détaillants et marques internationales comme Zalando, The Iconic, House of Fraser, Adidas, Next et Supergroup.

Depuis sa création, Anatwine s'est développé de façon exponentielle, avec un taux de croissance composé de plus de 2000% par an. La société emploie plus de 50 personnes au Royaume-Uni, avec des bureaux à Londres et à Cheltenham. Parmi les membres du conseil d'administration d'Anatwine, on compte Robert Willett, ex-PDG de Best Buy International et Directeur associé mondial d'Accenture Retail Practice; Sir Terry Leahy, ancien PDG de Tesco; David Schneider, PDG de Zalando; et les meilleurs analystes du commerce de détail, Bill Currie et Iain McDonald.

Pour en savoir plus [www.anatwine.com](http://www.anatwine.com)

## **À propos de MARC O'POLO**

MARC O'POLO propose un style de vie décontracté avec une note raffinée. L'une caractéristique de la marque d'origine suédoise est sa nette préférence pour des matériaux naturels. Depuis 1967, la philosophie de MARC O'POLO reflète l'art de rester fidèle à soi-même dans tout ce qu'on fait.

MARC O'POLO a été fondée en 1967 et se place aujourd'hui parmi les plus grandes marques de sport haut de gamme au monde. L'univers MARC O'POLO comprend les collections MARC O'POLO Modern Casual, MARC O'POLO Pure, MARC O'POLO Denim, MARC O'POLO Homme et MARC O'POLO Chaussures & Accessoires, les collections sous licence MARC O'POLO Vêtements de plage, Sous-vêtements, Lunettes, Maison, Junior et Collants.

Le siège de MARC O'POLO est situé au sud de Munich, dans le Stephanskirchen en Bavière. C'est de cette plate-forme que sont approvisionnés environ 2 785 magasins et des partenaires de vente au détail à l'échelle internationale. MARC O'POLO possède actuellement 106 magasins en propre, 173 magasins franchisés, 1 196 partenaires de vente au détail ainsi que 1 311 magasins multimarques. MARC O'POLO est disponible dans environ 30 pays à travers le monde, parmi lesquels l'Allemagne, l'Autriche, la Suisse, les Pays-Bas, la Belgique, la Suède, la Finlande, la Norvège, l'Irlande et la France ainsi que la Chine, la Russie, la Pologne et plusieurs pays d'Europe de l'Est. En outre, les collections MARC O'POLO sont disponibles dans les e-boutiques MARC O'POLO en Allemagne, en Autriche, en Belgique, en France, en Suisse, en Suède et aux Pays-Bas sur le site : [www.marc-o-polo.com](http://www.marc-o-polo.com)

### **Contact presse :**

Véronique PIGOT - Agence Kani RP pour MicroStrategy - Tél. : 33 (1) 49 52 60 64 – Email : [anatwine@kanirp.com](mailto:anatwine@kanirp.com)

Retrouvez toutes les actus sur <http://www.kanirp.com>