



Depuis 7 ans, Man and Machine accompagne l'entreprise KIABI afin d'exploiter toutes les ressources du BIM pour concevoir entièrement ses magasins, du bâtiment aux présentoirs de vente.

Kiabi habille ses magasins en mode BIM



Identité : Groupe français de distribution de prêt-à-porter créé en 1978
Objectif : Accélérer les ouvertures de magasins, notamment les implantations dans des centres commerciaux et en centres villes, en France et à l'international, avec une même identité visuelle
Concept : Réalisation d'une maquette numérique pour déterminer les quantités mobiliers, calculer le nombre d'articles à l'instant t, organiser les aménagements intérieurs et les vitrines
Organisation : A partir de la même méthode de travail, adaptation du concept pour le monde entier via le département Retail Design du pays, chargé de la réalisation et du conseil à ses filiales

Le Groupe textile français bénéficie de tous les atouts de la maquette numérique et du BIM. Man and Machine est là pour accompagner, conseiller et assister ce modèle technologique d'organisation original et très performant.

**Accompagnement
Man and Machine**
Formation
Accompagnement
à projet
BIM Management

En 2010, Kiabi amorce un tournant stratégique dans la gestion de son parc de magasins. Dès lors, le département Retail Design est chargé de réaliser l'uniformisation de l'agencement intérieur. Ce concept permet de garantir une homogénéité de l'ensemble de ses magasins à l'international et de faciliter les actions des équipes travaux. Pour mener à bien cette opération, Kiabi fait appel à Man and Machine. Les experts vont aider à concevoir de façon numérique l'ensemble du magasin, pour gérer l'architecture du bâtiment mais aussi tous les objets intérieurs qui le composent (penderies, mannequins, tables de présentation, cabines, caisses, etc.).

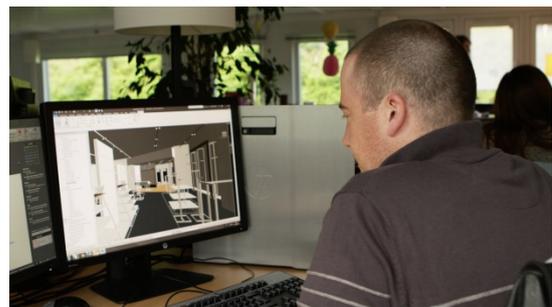
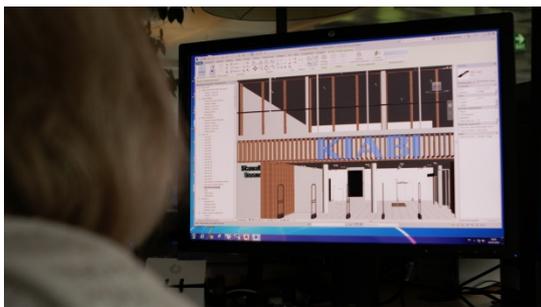
Grâce à ce choix, Kiabi peut créer une véritable maquette numérique de magasin, à adapter, pour respecter les obligations techniques, comme les espaces de circulation intérieurs, mais aussi les besoins de présentation et de design. C'est la naissance des boutiques avec une identité commune forte, intuitive, souple et surtout personnalisable.

D'abord la plate-forme de création architecturale

Après un appel d'offres, Kiabi retient Man and Machine pour créer une organisation centrée sur le BIM (Building Information Modeling), pour implanter de nouveaux outils de conception assistée par ordinateur (CAO), et pour accompagner les équipes. La première étape consiste à mettre en place une plate-forme de création architecturale complète, couvrant la conception du bâtiment extérieure et intérieure, et d'un mobilier spécifique, dont la création et la fabrication sont désormais intégrées à l'enseigne.

L'ancien guide « Concept One », qui servait de pilote, est remplacé par une nouvelle charte baptisée K3. Elle vise à harmoniser les boutiques, à créer un esprit de gamme et à y intégrer tous les nouveaux composants mobiliers.

Côté CAO, le logiciel Top AEC utilisé jusqu'alors, est d'abord remplacé par AutoCAD puis Revit, édités par Autodesk. Le passage progressif à la maquette numérique et au BIM s'accélère en 2014, avec l'intégration d'un Leader Retail Design (directeur du design et de l'architecture commerciale) au sein de l'équipe conception.



Cela accélère l'ouverture de magasins

Aujourd'hui, trois personnes travaillent à temps plein avec Revit. Les quelques 400 éléments du mobilier, créés sous Rhinoceros 3D, ainsi que les esquisses d'avant-projet ou de rendus réalisées sous Sketchup, sont directement référencés et accessibles sous Revit. Revit permet de configurer la maquette numérique de chaque projet de magasin, afin d'en extraire le référencement complet : détermination des quantités de mobilier, calcul du nombre d'articles à l'instant t, organisation des aménagements intérieurs, des vitrines et des façades.

« C'est l'atout du BIM, détaille un expert de Man and Machine : proposer une gamme de plans qui correspond aux besoins des gestionnaires de Kiabi. Il en découle une optimisation des espaces avec la mise en avant des produits de la marque en présentation directe dans les penderies, les muraux ou sur les tables. Le tout avec une maîtrise complète des équipements, mobiliers et des matériaux nécessaires. »

Incontestablement, le nouveau processus accélère la configuration d'un projet. Et aller plus vite en conception signifie développer la marque plus rapidement. Début 2018, le recours au BIM a activé l'ouverture de magasins. Comme à Alger (Algérie) ou plus récemment sur deux sites à Dubaï (Émirats-Arabes-Unis), ou encore deux autres en préparation au Brésil. Surtout, la maquette numérique permet de s'adapter facilement à toutes les exigences réglementaires locales. Ainsi, les dossiers déposés à Dubaï ou au Brésil exigeaient de produire des coupes et des détails visuels complexes pour chaque projet. Il a été très facile de produire ces demandes directement depuis Revit.

Chaque maquette numérique est exploitée en réalité virtuelle

Désormais, toutes les collections textiles et accessoires sont déterminées en amont par le merchandising, selon deux typologies type. Chacune s'adapte aux zones et aux spécificités géographiques. Grâce à la maquette numérique et au BIM, les gabarits de mobiliers sont adaptés instantanément afin d'évaluer la quantité d'articles nécessaires à une surface donnée.

Les parcours clients, l'organisation des vitrines et les façades sont également étudiés grâce à Revit. Effectivement, les solutions du pack AEC Autodesk permettent de produire directement des rendus réalistes et des animations 3D, extrêmement détaillés. Chaque maquette numérique peut ainsi être exploitée en réalité virtuelle pour assurer une mise en scène de la communication, de la signalétique, des aspects visuels, des écrans animés, des éclairages, des espaces d'accueil ou de jeux.

Tous ces éléments sont, aujourd'hui, entièrement gérés en mode BIM chez Kiabi.

Questions à Valéry Rosamont - *Leader Retail Design, KIABI*

Comment s'est passée la collaboration entre Kiabi et Man and Machine dans ce projet ?

Man and Machine accompagne Kiabi dans l'ensemble de la chaîne de valeur : conseil, vente de solutions, installation et déploiement sur site, formation, assistance à projet, support.

Depuis 2014, Kiabi a entrepris une démarche BIM autour de la solution Autodesk Revit. Man and Machine a accompagné l'entreprise dans l'intégration de la solution dans ses process métiers. Les consultants ont aidé l'enseigne dans la mise en œuvre, le paramétrage ainsi que la montée en compétences des collaborateurs. Cette étape a concerné non seulement l'adoption des outils, mais également le réajustement des process internes de conception et de modélisation, en misant sur un plan de formation sur-mesure.

Man and Machine participe à l'évolution de ces solutions pour différentes filiales étrangères, notamment l'Italie, la Russie et l'Espagne.

Quels sont les résultats de cette étroite collaboration ?

Man and Machine est un partenaire historique que nous sollicitons pour toutes nos demandes liées aux solutions de conception et de modélisation de nos projets. Nous avons franchi un vrai cap dans le process de conception en intégrant la maquette numérique. Nous limitons au maximum les risques d'erreurs pendant tout le processus, pour une meilleure compréhension et réalisation du projet. Nous sommes plus efficaces et nous avons la garantie que toutes nos données sont fiables et en accord avec les objectifs du projet.

L'enseigne fleurit à l'international

La mode à petits prix et en couleurs pour toute la famille. Ce credo, Kiabi, enseigne française de distribution de prêt-à-porter, créée en 1978 à Roncq (59) par le Groupe Mulliez, le décline dans un réseau de près de 500 magasins, dont 27% en dehors de la France (Europe, Russie, Amérique, Asie, Afrique du Nord, Golfe Persique, Russie). Traditionnellement implantée en périphérie des villes, l'enseigne fleurit désormais dans les centres commerciaux et les centres villes.



POINT DE VUE



Marjorie Roos,

Responsable Plans, Kiabi

**« Désormais, nous
maîtrisons
l'ensemble de la
chaîne »**

« Tous nos projets neufs ou de rénovations, parfois dans des bâtiments anciens et classés, peuvent être traités en BIM.

Avant, un magasin était décrit comme une boîte rectangulaire. Désormais, nos projets sont visualisables dans leur forme réelle, avec le détail des composants et des matériaux. Ils sont tous différents mais partagent la même base objet.

Chaque identité est ainsi respectée : les façades s'intègrent différemment à Dubaï ou sur la place de la Monnaie à Bruxelles pour se fondre dans le paysage urbain.

Le BIM est un atout pour l'identité de la marque Kiabi.

Désormais nous maîtrisons l'ensemble de la chaîne, jusqu'à l'écran. C'est une nouvelle dynamique, plus efficace, plus performante. »