

**Comment Schmidt Group
optimise sa gestion de
contenu et donnée produit
pour une distribution
omnicanale internationale
grâce à Bynder et Akeneo.**



920

concessions exclusives

222

pays de distribution

4 marques

Schmidt, Cuisinella,
ID Pro et Spoon & Room

7

sites web à alimenter

Chiffre d'affaires: **602M€**

Siège: **France**

À propos de Schmidt Groupe

Depuis plusieurs décennies, Schmidt Groupe s'impose comme un acteur incontournable de l'aménagement intérieur. Leader français des meubles de cuisine et 5e fabricant européen, l'entreprise s'appuie sur un réseau de 920 concessions dans 22 pays. Ses marques emblématiques (Schmidt, Cuisinella, ID Pro et Spoon & Room) incarnent un savoir-faire alliant qualité, innovation et modularité.

En 2023, Schmidt Groupe lance un vaste projet de transformation digitale pour maîtriser son information produit et média, dans un contexte de forte croissance internationale et de diversification des canaux (sites web des marques, e-commerce, plateformes B2B).

Le contexte

Face à un écosystème digital fragmenté, une multiplicité d'outils non interconnectés et des processus de gestion de l'information produit devenus inefficaces, Schmidt Groupe a lancé une initiative stratégique de transformation.

L'enjeu n'était pas simplement de remplacer des systèmes obsolètes, mais bien de repenser en profondeur le cycle de vie de la donnée produit et média, depuis sa création jusqu'à sa diffusion omnicanale.

- Des processus manuels reposant sur des fichiers Excel pour la collecte et la gestion des informations produits, générant erreurs, redondances et pertes de temps.
- Huit référentiels différents gérés par cinq équipes distinctes, sans gouvernance ni interface unifiée.
- **Un système DAM et PIM obsolète**, non connecté aux principaux canaux de vente et aux outils créatifs.
- Des difficultés à gérer efficacement la traduction et la localisation de l'offre dans un contexte multilingue (22 pays).
- Un **time-to-market trop long** pour les campagnes produits, ralentissant la réactivité sur les canaux digitaux.

Conscient que la performance future dépendrait d'une base technologique solide et évolutive, le Groupe a fait le choix d'investir dans une architecture composée des meilleurs outils de leur catégorie, chacun expert dans son domaine. Ce choix permet de bénéficier de solutions à la fois performantes, spécialisées et interopérables.

Le cahier des charges

- **Centraliser l'ensemble des données produits et des contenus médias** (images, vidéos, documents) dans un référentiel unique. Cette unification devait permettre d'éliminer les doublons, de fiabiliser les informations, et de garantir leur cohérence sur tous les points de contact (e-commerce, vitrines de marques, plateformes B2B, etc.).
- **Maîtriser le cycle de vie de l'information produit dans un contexte complexe, multi-pays et multilingue**, avec pour ambition de fluidifier les processus de traduction, de validation et de publication. Il s'agissait notamment de fournir à chaque marché une offre pertinente, localisée et toujours à jour.
- **Repenser l'organisation interne autour de la donnée, en décroissant les silos entre les équipes IT, produit, marketing et commerce**. L'objectif était de créer une véritable culture de la donnée partagée, avec des responsabilités claires et des workflows collaboratifs.

- **Automatiser les tâches répétitives et chronophages** (recherches de fichiers, ressaisie, envois manuels...), pour permettre aux équipes de se recentrer sur l'enrichissement stratégique des contenus et accélérer les mises sur le marché.



La transformation de Schmidt Groupe avec Bynder et Akeneo

Pour répondre à ces enjeux, Schmidt Groupe a choisi une approche structurée, agile et pragmatique, reposant sur deux solutions SaaS leaders de leurs catégories : Akeneo PIM pour la gestion des données produits et Bynder DAM pour contenus multimédia.

Le projet a été piloté de manière collaborative avec :

- Un sponsor interne pour soutenir la vision stratégique,
- Deux pilotes projet pour coordonner les flux,
- Un chef de projet IT et un chef de projet métier assurant la fluidité des choix techniques et opérationnels,
- Des utilisateurs clés impliqués dès le début pour garantir l'adoption future.

La mise en œuvre s'est déployée en plusieurs phases sur une durée d'un an :

1. Phase de paramétrage (2 mois) : configuration des plateformes, modélisation des données, définition des rôles utilisateurs et structuration des workflows.
2. Connexion aux sites e-commerce (4 mois) : intégration des deux solutions avec les sites transactionnels (Shop Schmidt, Ma Boutique Cuisinella...).
3. Intégration des sites web des marques (3 mois) : alimentation automatique des pages de présentation produits et collections des marques.
4. Déploiement sur les portails B2B (3 mois) : diffusion centralisée des données vers les plateformes à destination du réseau de concessionnaires.

L'ensemble de ces étapes a été mené sans développement spécifique, avec une volonté claire d'exploiter les possibilités natives des outils pour minimiser les coûts et garantir l'évolutivité.

“Bynder et Akeneo sont les deux piliers de notre système d’information retail. Ce binôme est au cœur de notre stratégie de diffusion omnicanale.”

— Valérie Rietsch, Chef de projet SI Retail, Schmidt Groupe

Adoption des plateformes

L'adoption des solutions Akeneo (PIM) et Bynder (DAM) a été un véritable succès transversal, dépassant largement le cadre du marketing pour s'imposer comme des outils structurants à l'échelle de l'entreprise.

Côté DAM – Bynder

- En quelques mois, plus de 150 000 assets ont été centralisés dans Bynder, couvrant une large variété de formats : images, vidéos, documents, mais aussi modèles 3D.
- Si la plateforme a initialement été déployée pour les équipes marketing, elle est aujourd'hui utilisée par l'ensemble des départements : communication, commerce, achats, agencement, direction des opérations, RH, service client... L'adoption interservices témoigne de la valeur ajoutée du DAM dans toute l'organisation.

Côté PIM – Akeneo

- **50 utilisateurs** actifs collaborent aujourd'hui sur la plateforme Akeneo, avec des profils différenciés selon leur rôle : administrateurs de la donnée, contributeurs chargés de l'enrichissement, validateurs qualité, etc.
- Environ **28 000 produits** sont désormais référencés, structurés et enrichis dans le PIM, et diffusés sur 3 canaux principaux :
 1. Les sites e-commerce (ex. Shop Schmidt, Ma Boutique Cuisinella, Spoon&Room)
 2. Les sites web de présentation de l'offre produit,
 3. Les portails B2B à destination du réseau de distribution.
- La gestion multilingue est assurée avec **9 langues locales activées**, garantissant une expérience produit homogène et localisée à l'échelle internationale..

Akeneo et Bynder ont permis à Schmidt Groupe de déployer une gouvernance robuste, mais agile de l'information produit et média, et de favoriser une adoption fluide, rapide et pérenne.



Cas d'usage concret : le lancement des nouvelles collections

Chaque année, Schmidt Groupe lance de nouveaux produits et actualise ses gammes. Ces campagnes mobilisent de nombreux visuels, contenus marketing, fiches produits et traductions, qui étaient auparavant traités de manière cloisonnée.

Désormais, le processus est entièrement orchestré de bout en bout :

- Le **shooting photo** est réalisé en interne, puis les visuels sont immédiatement déposés sur Bynder. Les agences externes accèdent aux images via des collections restreintes, sécurisées et thématiques.
- Une fois les visuels validés, ils sont **automatiquement synchronisés avec Akeneo**, où les équipes marketing, produit et technique viennent enrichir les fiches avec les bons attributs, descriptifs, mots-clés et éléments techniques.
- La diffusion vers les sites web et les plateformes e-commerce est **entièrement automatisée**, avec une synchronisation nocturne garantissant que les mises à jour soient publiées sans retard.

Cas d'usage concret : la gestion multilingue et localisation des contenus

Présent dans 22 pays, Schmidt Groupe doit adapter ses fiches produits à de nombreuses langues. Avant le projet, cette gestion se faisait de manière artisanale, avec des risques de perte de cohérence ou de qualité éditoriale.

Grâce à Akeneo, toutes les données sont désormais centralisées dans un environnement structuré, ce qui permet une gestion fluide de la traduction :

- Les contenus sont soumis à des **outils de traduction assistée par IA**, générant rapidement des versions dans les langues cibles. Chaque traduction est ensuite relue et validée localement par des équipes natifs dans les pays concernés, assurant à la fois la pertinence du ton et la justesse des informations.
- Une fois validées, les fiches localisées sont diffusées automatiquement vers tous les canaux, assurant une cohérence parfaite entre les marchés.

“Nous avons centralisé l’information produit et média, structuré la gouvernance des données retail et accéléré notre time-to-market de 50%, tout en gagnant en autonomie et en qualité.”

— Valérie Rietsch, Chef de projet SI Retail, Schmidt Groupe

Résultats tangibles : ROI et transformation

- Centralisation de l'information produit et média dans un référentiel unique, garantissant fiabilité, cohérence et accessibilité des données.
- **Réduction de 50 % du time-to-market**, passant de 6 à 3 mois pour le lancement de nouveaux produits.
- Une adoption forte des outils grâce à leur simplicité d'utilisation et une interface intuitive.
- Une meilleure collaboration transverse entre équipes métier, IT et marketing, grâce à des processus harmonisés et automatisés.
- Une **gestion fluide du multilingue** et des traductions via l'IA, validées localement.
- Une **autonomie totale** pour lancer de nouvelles marques (ex. Spoon & Room), sans support externe.





À propos d'Akeneo

Akeneo est un leader mondial de la Gestion de l'Information Produit (PIM). Akeneo permet aux marques de créer un environnement où chaque interaction avec un produit est une expérience qui guide les consommateurs et les professionnels vers le meilleur achat à tout moment et en tout lieu. Des marques, fabricants, distributeurs et retailers à travers le monde tels qu'Armani, Nature & Découvertes, SMCP, Back Market, INTERSPORT, Air Liquide et bien d'autres font confiance à Akeneo pour faire évoluer et personnaliser leurs initiatives de développement omnicanal.

Grâce à Akeneo Product Cloud, doté de capacités natives d'intelligence artificielle, les entreprises peuvent concevoir des expériences produits engageantes avec un processus simple et optimisé de l'enrichissement, de la gestion et de la syndication des données produits mais également pour l'intégration des données fournisseurs. Son App Store et son large réseau de partenaires permettent aux entreprises de répondre à tous leurs besoins et de satisfaire leurs acheteurs.

Pour plus d'informations : www.akeneo.com/fr.



À propos de Bynder

Bynder va bien au-delà de la gestion des contenus multimédias. La plateforme de digital asset management assistée par l'IA permet aux équipes de maîtriser la demande croissante de contenu, de collaboration créative et de canaux de communication avec succès.

Grâce à des solutions innovantes et intuitives qui tiennent compte de la façon dont les gens veulent travailler et à un écosystème intégré, Bynder est l'allié des marques : la plateforme unifie et transforme la création et le partage des assets, accompagnant les équipes, clients et entreprises vers la performance. Le personnel de Bynder, composé de plus de 600 employés, connus sous le nom de "Byndies", constitue le plus grand pôle d'expertise en digital asset management au monde. Bynder accompagne plus d'1,4 million d'utilisateurs dans plus de 4 000 organisations, dont Spotify, Puma, Five Guys et Icelandair.

En savoir plus : www.bynder.fr.