

Allier tenue de travail et style, c'est possible !

Avouons-le, les vêtements professionnels sont certes pratiques et fonctionnels, mais pas toujours très confortables, et encore moins tendance ! Il est grand temps de redorer l'image des employés. **Lafont**, marque inventrice du premier pantalon de charpentier et de la fameuse salopette, fait place à l'innovation en termes d'ergonomie, de tissu mais aussi de design. Séance de shopping professionnel privée avec Alexandra Avram, Directrice Marketing de l'enseigne.

Quels professionnels, soumis au port d'une tenue de travail, n'ont pas rêvé de se vêtir d'un ensemble stylé à la fois réglementaire, sécuritaire et confortable ? Un vêtement qui donne une belle allure, que l'on s'identifie fièrement et avec lequel on aurait presque envie de défilé ? Le marché du vêtement professionnel, cantonné à l'époque à des collections peu attirantes, a heureusement, fortement évolué. Les attentes sont aujourd'hui bien différentes, et les entreprises demandent toujours plus de fonctionnalités, de confort et de design tout en restant sensibles à la notion de sécurité, qui reste l'objectif premier. Bleu de travail, blouse blanche, tenue hôtelière... Aujourd'hui, de nombreux secteurs d'activités sont concernés par cet usage. Cela représente plus de 8 millions de personnes ! Quel que soit le domaine (métiers de l'hôtellerie et de la restauration, métiers de bouche, métiers du bien-être, industrie, BTP et artisanat), les collaborateurs souhaitent bénéficier de vêtements de travail efficaces, garantissant protection et

sécurité dans le cas des EPI (équipements de protection individuelle respectant de nombreuses normes dans le cadre des réglementations françaises et européennes en vigueur). Les nouvelles collections s'adaptent toujours plus aux évolutions métiers, aux morphologies masculines et féminines et intègrent des textiles innovants pour des patrons plus technologiques, résistants et d'une excellente qualité.

Chinons les créations d'une marque d'antan

173 ans de jouvence et de modernité ! Créée en 1844 à Lyon, la marque **Lafont**, pionnier et leader sur le marché du vêtement professionnel, reste fidèle à ses valeurs depuis plus d'un siècle et demi tout en étant, à l'affût des innovations. C'est bien à elle, que l'on doit le premier pantalon de charpentier et la salopette ! Toute une histoire : « A l'âge de 20 ans, **Adolphe Lafont** reprend et développe l'entreprise de son père pour en faire la principale société de confection de tenues de travail en France. Il souhaite avant tout faire mieux pour moins cher. Deux siècles plus tard, les vêtements **Lafont** sont présents dans de nombreux secteurs d'activités, du BTP à l'industrie en passant par le médical et la restauration. Le fabricant met au service des professionnels son savoir-faire, son recul industriel, son expertise, sa maîtrise de la technicité des matériaux, sans oublier le style qui est aussi sa marque de fabrique. Nous sommes installés depuis 1990 à Villefranche sur Saône », nous confie **Alexandra Avram**. Depuis sa création, l'entreprise rhônalpine s'adresse ainsi à une clientèle variée et multisectorielle, via les revendeurs de la distribution professionnelle et les loueurs de vêtements professionnels. Vous trouverez dans ses tenues haut de gamme, conçues bien évidemment pour garantir la sécurité des professionnels, des vêtements particulièrement confortables, fonctionnels, ergonomiques et résistants. Dans sa gamme EPI, on peut dénicher des uniformes multirisque et des habits retardateurs de flamme.

Des tenues valorisantes et sécuritaires !

Au-delà de son rôle premier, le vêtement de travail devient aussi un véritable atout en termes d'image et de communication. L'aspect social entre de ce fait en ligne de mire et joue sur la valorisation directe des salariés. Le patronage, la coupe et le stylisme des croquis deviennent alors indispensables. Il faut savoir créer une véritable identité, un look et un design innovant à la fois sportswear et en phase avec l'utilisateur. « Pour cela, nous investissons dans plusieurs innovations : les

Chiffres clés Groupe Cepovett

- 5 sites en France
- 250 collaborateurs sur le territoire
- 30 000 m² de stockage
- 10 millions de vêtements / an
- 100 pays livrés dans le monde
- Plus de 200 clients grands comptes et distributeurs, parmi lesquels : SNCF, Air France, Sodexo, Accor, Europcar, Ville de Paris, Orange, Spie, ...



ayant une base naturelle mais qui sont traités chimiquement à base de cellulose ou de dérivés cellulosiques acétate, viscose, modal, lyocell... » Autant de matières mariées à des techniques d'armures différentes tels que le croisé, le sergé et le satin pour une résistance maximale. Axé sur la responsabilité sociale, le groupe développe des solutions de recyclages et intègre de plus en plus de composants biologiques et écologiques dans son usine.

Shopping pro 3.0

A l'heure du tout digital, il est difficile pour un fabricant de ne pas exploiter le marché de l'e-commerce et de l'IoT. C'est chose faite, puisque la marque propose aux utilisateurs de visualiser leur produit en 3D grâce au téléchargement sur leur smartphone d'une application ou flash code. « Après avoir lancé notre site e-commerce pour les distributeurs, nous renforçons notre visibilité chez nos revendeurs avec une PLV, présentoirs et bâches invitant à télécharger l'application **Lafont AR 3.0**. Un nouveau site responsive plus ergonomique et plus complet vient également d'être lancé, assure-t-elle. Reflétant les tendances vestimentaires professionnelles développées par la marque, chacun pourra y trouver une

réponse adaptée à ses contraintes professionnelles. Application, newsletter, réseaux sociaux, **Lafont** est sur tous les fronts et toujours prêt à conseiller les professionnels dans leurs séances de shopping. »



collections sont constamment revues afin d'être en phase avec les usages de chaque vêtement et métier et les tendances du marché (coupe moderne, bien ajustée et tissu écologique). La cellule R&D, composée de nos propres ateliers de développement, nos stylistes, techniciens, méthodistes, modélistes et graphistes, est un précieux atout. Nous misons sur la qualité, l'innovation, le design intelligent et la protection. Nous confectionnons et lançons nos collections en 6 à 12 mois, selon la complexité des produits et les normes exigées », assure la Directrice Marketing. Depuis avril 2016, **Lafont** est entré dans le giron de **Cepovett**, major européen du vêtement professionnel, et se positionne comme la marque haut de gamme généraliste du groupe. Une excellente image pour la gestion des vestiaires d'entreprise.

Tissage naturel, synthétique ou artificiel ?

Depuis son origine, **Lafont** place la technicité et l'innovation au cœur de ses préoccupations. Le maillon fort de sa réussite ? Le tissu ! C'est bel et bien lui qui fait la différence. « La marque utilise depuis toujours des mélanges intimes, c'est-à-dire, des mixes de fibres : Majoritairement du Coton-Polyester (CP) mais aussi du Polyester-Coton (PC) pour les gammes CHR et Santé, afin de répondre aux attentes en matière de tissus liées à l'utilisation des porteurs des vêtements. Nous exploitons également des fibres synthétiques, dérivées de produits pétroliers ou de résultats de synthèse organique polyamide, polyester, aramide, acrylique, élasthanne... Enfin, nous faisons aussi appel à des fibres artificielles

