



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Villefranche-sur-Saône,
le 20 mars 2017

CATALOGUE LAFONT 2017

Le leader incontesté du work wear propose 200 nouveautés pour 6 familles de métiers

Avec Lafont, le vêtement de travail est une deuxième peau. Depuis 1844, la marque française, inventrice du premier pantalon de charpentier et de la fameuse salopette, fait la course en tête et se positionne plus que jamais comme le couturier du work wear. Son savoir-faire, son recul industriel, son expertise des matériaux et son style réputé ont fait son succès auprès des professionnels dans de multiples domaines d'activité, environnement normés, métiers de l'industrie, BTP, santé, cuisine, hôtellerie restauration.

Toujours plus innovant, le catalogue 2017 a été pensé comme un look book, agréable à lire, très visuel, avec plus de 900 références.





COLLECTION WORK ATTITUDE 250 UPDATED : TECHNIQUE, ROBUSTE ET ÉLÉGANTE CONÇUE POUR LE SECTEUR DU BÂTIMENT

Une vingtaine de formes ont fait leur entrée dans la collection, sans oublier des coloris tendances correspondant à une attente exprimée par les utilisateurs de plus en plus soucieux de leur image. Le kaki inspiré des ambiances camouflages, le gris charcoal aux tonalités ardentes et profondes, et le blanc intemporel et chic, ces trois nouveaux coloris s'introduisent dans la collection, jouant le bicolore.



6 COLORIS DISPONIBLES



Lancée dans les années 2008, la ligne de vêtements de travail Work Attitude est revisitée cette année, apportant son cortège d'innovations. Se voulant pluridisciplinaire et transversale pour habiller aussi bien l'artisan du bâtiment que l'industriel, Work Attitude présente des nouveautés au look moderne et aux nombreuses fonctionnalités pour répondre aux exigences des professionnels. Les modèles sont conçus pour protéger les utilisateurs de toutes les agressions liées à leur environnement quotidien sans pour autant sacrifier le design. « Cette collection s'adresse à tous ceux qui cherchent à concilier sécurité, technicité et image, ce dernier point étant indispensable dès lors qu'on évolue dans une entreprise au contact de la clientèle », explique Alexandra Avram, directrice marketing et commerciale de Lafont. « Si pendant longtemps le vêtement de travail a été délaissé par les stylistes, il devient aujourd'hui un vecteur de valorisation des salariés dans leur environnement professionnel, il est associé à un statut social ».



POUR LAFONT, LE TERRAIN DIT TOUJOURS VRAI

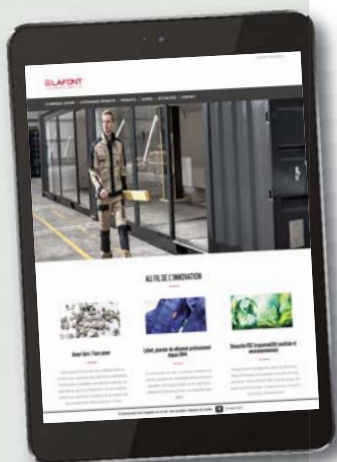
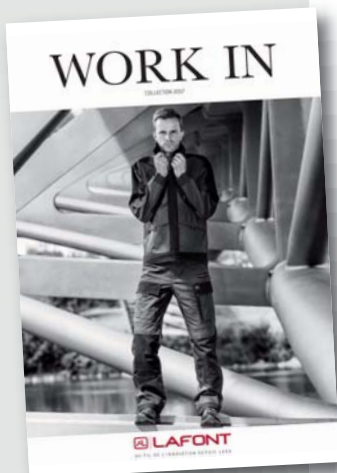
Chaque année, la marque consacre du temps à écouter les utilisateurs qui lui font part de leur retour d'expérience. Un besoin accru de confort, résistance, praticité, ergonomie figure en tête des besoins des professionnels. Certains d'entre eux portent leur vêtement plus de 10 heures par jour, ce qui le place au centre de leurs préoccupations avec une attention particulière au look qu'ils considèrent comme un support de communication.

LE SPORT EXTRÊME, SOURCE D'INSPIRATION

Depuis sa création, Lafont anticipe les besoins pour plus d'efficacité. Son secret ? La marque française s'inspire entre autres des codes du sport en travaillant avec un bureau spécialisé dans les sports extrêmes. Cela a donné naissance à un patronage ergonomique baptisé Ergo Cut®, tirant les bénéfices du vêtement sportif. Des avancées techniques comme le fameux panneau d'aisance, ont pu voir le jour. « *L'univers du sport est un laboratoire du vêtement technologique et design que l'on peut transposer au work wear* », explique Alexandra Avram. Parmi les innovations qu'offre la gamme Work Attitude, on note le patronage ergonomique, le design intelligent et fonctionnel, le renfort des poches genoux en tissu Cordura® qui résiste à l'abrasion, pour renforcer les parties du vêtement en contact fréquent avec les mains, les outils et le sol, notamment le bas du pantalon.

Conçue dans les ateliers situés à Villefranche-sur-Saône non loin de Lyon, Work Attitude propose des textiles de pointe issus des technologies les plus récentes : des tissus aux propriétés anti-abrasives et à la résistance hors du commun pour un usage intensif, des toiles déperlantes et effet coupe-vent pour protéger des conditions climatiques même les plus extrêmes, été comme hiver, un coton/polyester innovant épaissi en chaîne et trame pour plus de souplesse sans gêne.





CATALOGUE LAFONT, VÉRITABLE LOOK BOOK

Selon une direction artistique dans un esprit sport wear pro, le catalogue 2017 de Lafont exprime l'élégance. Il soigne particulièrement la présentation avec des visuels revisités mettant en scène des personnages dans leur univers de travail. Chaque professionnel trouve aisément le produit qu'il lui faut grâce à une segmentation par famille de métiers et peut désormais le visualiser en 3D grâce au téléchargement sur son smartphone d'une application ou flash code.

NOUVEAU SITE INSTITUTIONNEL RESPONSIVE ET ERGONOMIQUE

Avec le parti pris du visuel grand format mettant en scène les professionnels dans leur milieu de travail, le work wear est en mouvement à l'épreuve de la réalité. Segmenté comme le catalogue par famille de métiers, ce nouveau site Internet fait peau neuve dans un style épuré, presque minimaliste. En trois clics, le visiteur qu'il soit utilisateur ou distributeur peut trouver toutes les informations nécessaires sur la marque et son histoire, un guide des produits, l'actualité, l'engagement RSE, le sourcing... Les distributeurs se voient, quant à eux, réserver un accès dédié qui leur permet de visualiser le stock et passer leur commande.

www.a-lafont.com

À PROPOS DE LAFONT

Créée en 1844 à Villefranche-sur-Saône (69), Lafont a inventé le vêtement professionnel. Cette longue tradition visionnaire confère aujourd'hui à la marque française un savoir-faire reconnu et une notoriété de marque sans égal. Depuis 173 ans, l'entreprise

est à la pointe des innovations technologiques pour garantir aux professionnels une sécurité totale au travail grâce à des vêtements confortables, techniques, fonctionnels et durables. Une attention spéciale est apportée au style et à l'ergonomie des créations, conçues conjointement dans les ateliers et le département Recherche et Développement basés au siège rhodanien.

Avec une capacité de production d'environ 130 000 pièces par semaine, Lafont se positionne en haut de gamme sur de multiples secteurs : bâtiment et construction, industrie et environnements normés, santé, cuisine, hôtellerie et restauration. En 2016, Lafont a écrit une nouvelle page de son histoire en s'alliant à Cepovett, pour former un ensemble qui devient le leader incontesté du vêtement de travail en France et en Europe.

Contact presse : resonancemedia3.0
Sylvie Poillevé +33 (0)6 69 46 59 24
s.poilleve@reso-media.com

Des visuels libres de droit sont disponibles sur demande.