



SIRHA DU 26 AU 30 JANVIER 2019
À LYON EUREXPO

LAFONT
RENFORCE SA PRÉSENCE
AU RENDEZ-VOUS MONDIAL
DE LA RESTAURATION
ET DE L'HÔTELLERIE
STAND 6A72



Marque premium du vêtement de travail depuis 1844, Lafont avait marqué l'année 2018 par son grand retour sur le marché du CHR en dévoilant sa nouvelle collection de 200 modèles aux coupes contemporaines, prévues pour répondre aux appétits les plus variés, du restaurant étoilé au food truck, et par son engagement rse dans le cadre du sirha green, dont la première édition s'est tenue en juin dernier. Le leader français entend réaffirmer sa présence sur le marché du chr, en multipliant les partenariats lors du sirha, notamment pour le concours world burger contest, avec les restaurants 6ème sens et l'institut paul bocuse ou encore, lors de la cérémonie d'intronisation des disciples d'escoffier. Sur un espace de 90 m², 6A72, Lafont met en scène la totalité de ses gammes cuisine -hôtellerie - restauration, notamment, ses vestes de chef conçues spécifiquement pour l'homme et pour la femme, selon la philosophie techcook, synthèse de l'ambition de la marque, son fameux tablier 406 en lin et polyester recyclé 100% made in france, et ses tenues tendances pour le personnel de service.

Au menu du Sirha 2019 :

■ **Lafont partenaire de Cuisine en Scène By Sirha® pour le Concours du Meilleur Burger, le World Burger Contest, le mercredi 30 Janvier à partir de 12h dans le Hall 2.2**

Qualité, produits locaux, savoir-faire et tendances, autant de valeurs que Lafont conjugue parfaitement avec cette première édition du Worl Burger Contest, initiée par Bruno Cabut, président de la Fédération des boulangers Rhône-Alpes en partenariat avec la marque régionale La région du goût. Les compétiteurs porteront une veste Lafont avec un tablier arborant le logo La région a du goût. Trois burgers devront être présentés : un pour l'entrée, un pour le dessert et un en plat principal, qui devra avoir l'obligation de contenir au moins 80% de produits régionaux.



■ **Les Restaurants 6ème Sens en collaboration avec l'Institut Paul Bocuse, ont choisi Lafont pour équiper les étudiants**

Quatre restaurants éphémères proposent trois concepts de restaurants inédits inspirés de sept influences. En collaboration avec l'Institut Paul Bocuse, 6ème Sens permet le temps d'un déjeuner de vivre les dernières tendances de la restauration et apprécier les nouveautés en matière d'arts de la table et d'aménagement de salle selon trois concepts inédits : Bol d'air, Poésie et Ressources. La marque Lafont habillera le personnel composé d'étudiants de l'Institut Paul Bocuse.



■ **Lafont accueille sur son stand l'intronisation des nouveaux Disciples d'Escoffier**

Dimanche 27 janvier, les nouveaux disciples Escoffier International, pour la région Occitanie et le Pays catalan se verront remettre sur l'espace Lafont, une écharpe et une cuillère en bois, symboles traditionnels de la confrérie. Écharpe rouge pour les professionnels, bleu pour les sympathisants, et verte pour les producteurs... cette intronisation se déroulera pour la première fois en partenariat avec Lafont.

L'association des Disciples Escoffier rassemble plus de 30 000 membres dans le monde (dont 2 000 en France) et est organisée en délégations réparties sur les cinq continents.

■ **Lafont habille les forces de vente et les quatre chefs démonstrateurs Relais d'Or Miko**

Durant tout le salon, les chefs qui réalisent des démonstrations en live seront habillés avec des vestes Lafont et les forces de vente, avec des tabliers 406 de la marque française. « Avec ce partenariat, nous souhaitons associer le positionnement haut de gamme de notre marque, spécialiste des produits frais et surgelés sur la restauration commerciale, à celui de Lafont, autour des valeurs de développement durable et du made in France », explique Olivier le Coz, conseiller culinaire pour le réseau national.



■ **VBL Pro relève le challenge de réaliser en direct une broderie sur les vestes Lafont – Stand 6C88**

Distributeur Lyonnais bien connu des professionnels depuis 30 ans, VBL Pro est désireux d'accompagner la marque Lafont au Sirha en proposant une animation originale, une broderie en direct. Chaque acquéreur d'une veste pourra faire broder son nom en 10 mn, sur le stand de VBL Pro, situé dans la même allée que celui de Lafont.

Séduit par la nouvelle collection CHR Lafont, le directeur de VBL Pro, Pierre-Charles Lafond, est convaincu que le vêtement de travail est plus qu'un accessoire. « C'est le vecteur de communication d'une image professionnelle et qualitative. Bien comprendre le quotidien de nos clients est indispensable pour délivrer un bon conseil et proposer le meilleur produit. La nouvelle collection CHR Lafont nous a tout de suite convaincus : jeune, technique, innovante, moderne, elle correspond aux demandes actuelles de notre clientèle qui recherche un produit à forte identification qui sort des sentiers battus, avec un bon rapport qualité prix », explique-t-il. En savoir plus sur www.vblpro.fr

■ **Lafont fait vivre son espace avec ses ambassadeurs**

La jeune et talentueuse pâtissière Nina Métayer, Anthony Bonnet, chef 1 étoile Michelin au restaurant Les Loges à Lyon, et Philippe Gauvreau, chef 2 étoiles Michelin au Restaurant les Halles Daddy Poule à Tassin-La-Demi-Lune (69) réaliseront les recettes créées exclusivement pour la marque, à base de graine de lin, pour illustrer l'engagement RSE de Lafont.

« La totalité de la collection CHR sera présentée, c'est une première », explique Alexandra Avram, directrice commerciale et marketing de Lafont. « Nous avons théâtralisé les gammes pour que chaque professionnel puisse appréhender les innovations et le style selon ses besoins. Notre collection a misé sur la technicité, l'ergonomie avec la touche mode que réclament les professionnels, tout en collant aux nouveaux engagements sociétaux comme le fabriqué en France, les tissus alternatifs comme le lin et le polyester recyclé ».

À PROPOS DE LAFONT Créée en 1844, Lafont a inventé le vêtement professionnel notamment

avec l'emblématique salopette, baptisée la cotte à bretelle 406 et la veste Coltin. Cette longue tradition visionnaire confère aujourd'hui à la marque française un savoir-faire reconnu et une notoriété sans égale. Depuis 174 ans, l'entreprise est toujours à la pointe des innovations technologiques pour garantir aux professionnels un confort total au travail grâce à des vêtements techniques, fonctionnels et durables tout en étant à la pointe des tendances. Le style et l'ergonomie des créations continuent à faire les beaux jours de Lafont qui se positionne comme la marque haut de gamme sur de multiples secteurs (bâtiment, construction, industrie, santé, cuisine, hôtellerie et restauration) avec une capacité de production d'environ 130 000 pièces par semaine et un département R&D intégré.

En 2016, Lafont s'est alliée au groupe Cepovett, l'un des majors européens du vêtement professionnel. Créée en 1948 par le grand-père de l'actuel dirigeant, Nicolas Sandjian, cette entreprise familiale a su industrialiser les process en intégrant toute la chaîne de valeur. Pionnière dans la vente de solutions textiles, Cepovett conçoit les uniformes pour de grandes compagnies comme Air France, Thalys, Orange, Accor, Vinci, SNCF... Trois marques composent désormais l'offre commerciale de Cepovett : Cepovett Safety, spécialiste du vêtement de protection EPI, Lafont, multi-spécialiste workwear premium, et Ox'Bridge, spécialiste du vêtement image et uniformes. Le groupe Cepovett emploie 260 collaborateurs en France. Il dispose de 5 sites et 2 plateformes logistiques sur le territoire national, soit près de 35 000 m2 de stockage pour plus de 10 millions d'articles expédiés chaque année dans une centaine de pays à travers le monde.

Contact presse : résonance média 3.0
Sylvie Poillevé +33 (0)6 69 46 59 24
s.poilleve@reso-media.com
Des visuels libres de droit sont disponibles sur demande.