

Rossini

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Fournisseurs](#) / [Vêtements de protection](#)

Un fabricant italien en habit de conquête

Rossini, le fabricant italien de vêtements de travail, affiche de fortes ambitions qui doivent l'amener à réaliser un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros d'ici deux ans. L'export s'inscrit dans cette stratégie, notamment la France, où la marque compte faire valoir sa différence dans la distribution professionnelle, comme en témoigne Walter Maltese en charge du développement de Rossini en Europe.

BBI : Rossini s'est lancée sur le marché français des EPI, en janvier 2024. Que représente cette société italienne ?

Walter Maltese, directeur des ventes International : L'entreprise a été créée en 1969, à côté de Milan, par Emilio Rossini, qui disposait d'un petit atelier de production de vêtements de travail. Il avait déjà à cœur de répondre aux besoins des travailleurs, en leur apportant protection et confort.

Aujourd'hui, Rossini est une société familiale, présidée par Marco Rossini, le fils du fondateur. Contrairement à de nombreuses structures à capitaux familiaux en Italie, la famille a fait le choix de confier le management opérationnel à un directeur général. Ainsi, elle se concentre sur les décisions stratégiques, comme les investissements financiers et les acquisitions. Depuis 2022, Alberto Pedroni est donc en charge de la direction générale de Rossini et a pour mission de définir et de mettre en œuvre la stratégie visant à atteindre des objectifs de croissance ambitieux : réaliser 100 millions d'euros d'ici deux ans, par développement organique et par acquisitions. En 2021, l'entreprise a racheté Giblor's, un fabricant italien spécialisé dans le vêtement professionnel pour la restauration, l'hôtellerie, médical et le bien-être). Plus récemment, elle a acquis Willax en Allemagne, qui détient les marques Bullstar et la licence Puma Workwear pour les vêtements de travail, spécifiquement dans le canal Brico en Europe.

Reconnue sur le vêtement professionnel pour l'industrie ainsi que sur le workwear, Rossini a renforcé, à travers ces rachats, son identité sur cet univers. Actuellement, l'entreprise réalise un chiffre d'affaires global de plus de 70 millions d'euros. Elle s'appuie sur 250 employés et une trentaine de bureaux commerciaux. En 55 ans, elle est devenue l'un des leaders du vêtement de travail, en Italie, notamment chez les spécialistes des EPI, la fourniture industrielle et la quincaillerie. En quatre ans, elle a enregistré une croissance de 43%, grâce notamment à son développement sur son marché domestique et à l'acquisition de Giblor's (18,5 millions d'euros).

BBI : Les produits sont-ils toujours fabriqués en Italie ?

W. Maltese: Aujourd'hui, Rossini dispose d'une usine en Tunisie, qui lui appartient en propre. Elle s'appuie également sur une fabrication locale, en Italie, chez un sous-traitant, pour les productions de petites séries et pour bénéficier d'une certaine flexibilité pour tout ce qui concerne la personnalisation au client. Il ne s'agit pas seulement de sérigraphie, d'impression ou de broderie, mais de proposer des modifications sur les vêtements.

Une autre partie de la fabrication comme les tee-shirts, polos, sweat-shirts, blousons ainsi que les

vestes, softshells, etc, est réalisé en Asie, dans cinquante-sept sites industriels au total. Cela représente un peu plus de la moitié de notre chiffre d'affaires.

La haute-visibilité et le multirisques, gammes très importantes chez nous et offrant donc une possibilité de personnalisation, proviennent, elles, de Tunisie et d'Italie. Dans l'ensemble, nos vêtements sont positionnés en milieu haut de gamme. Ils sont commercialisés sous les marques Rossini et Rossini Tech, pour les collections techniques.

BBI : La marque a également élargi son offre sur d'autres familles de produits des EPI ?

W. Maltese : Rossini est connu principalement pour les vêtements de travail mais en réalité il y a aussi une ligne de chaussures et une ligne de gants qui ont été développées en interne. Actuellement, il s'agit surtout de gammes complémentaires qui nous permettent de couvrir 75% des besoins en EPI d'un professionnel. Les clients commencent à apprécier notre gamme de gants sous la marque X-Gloves et de chaussures de sécurité, notamment pour leur excellent rapport qualité-prix et pour le fait que Rossini est un acteur spécialiste du marché des EPI.

BBI : 100% de vos produits sont développés en Italie ?

W. Maltese: Oui. Nous avons une commission « Innovation Meeting », qui se tient tous les mois. Dans l'entreprise, tout le monde est impliqué dans le développement de nouveaux produits.

L'éco-conception fait partie de nos axes de réflexion. Nous avons sorti une ligne de vêtements, composés avec des matières recyclées, il y a déjà trois ans. Dans notre nouveau catalogue, nous avons ajouté de nouveaux articles et la veste Everest qui figure en couverture, est un produit très technique, certifié pour la pluie et pour le froid, fabriqué avec 52% de matériaux recyclé et 100% de polyester recyclé dans le tissu extérieur.

BBI : Vous venez également de réaliser un investissement important sur votre site logistique ?

W. Maltese: Notre site logistique, basé à notre siège, près de Milan, s'étend sur une surface de 20 000 m². Il stocke toute l'offre Rossini et Giblor's. Nous venons effectivement d'inaugurer en septembre un système Autostore, une solution de stockage entièrement automatisée, qui va nous permettre de réduire les temps de préparation de commandes et le risque d'erreurs humaines. Nous sommes désormais capables de livrer une commande sous 48 heures en Italie et sous 72 heures en France, avec un système de suivi et de traçabilité de la commande performant.

BBI : L'export, et plus particulièrement le marché français, s'inscrit pleinement dans votre stratégie de croissance ?

W. Maltese: Oui. D'ailleurs, l'objectif premier des acquisitions, c'est de permettre à Rossini de devenir plus fort à l'international pour renforcer son identité de fabricant de vêtements à un niveau européen.

Concernant l'export, l'entreprise est présente dans plus de trente pays aujourd'hui, en Espagne, au Portugal, en Grèce, dans les Balkans et en Europe de l'Est. En France, nous avons démarré en janvier 2024.

BBI : Quels sont les atouts de Rossini sur le marché français ?

W. Maltese: Le premier point de force de Rossini, c'est son très bon rapport qualité prix, reconnu par nos clients. Certains sont d'ailleurs étonnés de la qualité de nos produits, compte tenu de leur positionnement tarifaire. Ensuite, c'est le service, le fait d'avoir un système de préparation des commandes automatisé et rapide, et de pouvoir personnaliser l'offre à travers des ateliers et un

laboratoire, ici en Italie. Très important à souligner, le service après-vente, multi-langue, est intégré dans le siège social.

Nous apportons aussi, en industrie, une gamme large et profonde avec de nombreux modèles, des tailles jusqu'à 5XL et un vaste choix de coloris. Ces caractéristiques sont typiques d'une offre pensée pour l'industrie. Nous proposons également une offre pour l'artisan, un peu plus réduite, mais plus fashion. Pour finir, Rossini est une société moderne, dynamique, qui a envie de compter en Europe !

BBI : Quels sont vos objectifs en France ?

W. Maltese : Le premier de nos objectifs est d'atteindre un chiffre d'affaires de cinq millions d'euros en France dans les cinq prochaines années, puis nous allons étendre notre présence sur le marché en évaluant toutes les options possibles, y compris l'ouverture d'une filiale dédiée.

Ce n'est pas un objectif facile, car le marché français est composé de nombreux acteurs et nous partons de zéro. Mais Rossini, comme je viens de le dire, a des atouts à faire valoir. Nous avons mis en place huit agents commerciaux, qui couvrent toute la France et les Dom-Tom. Nous ciblons en priorité les spécialistes de la sécurité au travail, ainsi que les quincailleries et fournitures industrielles qui ont un espace EPI, et plus particulièrement les indépendants qui sont structurés en groupement d'achats. Nous n'avons pas une stratégie d'implantation massive, mais nous voulons nous axer sur des partenariats sélectifs avec des revendeurs qui ont la volonté de stocker nos produits et qui poussent la marque. Grâce leur qualité et à leurs prix attractifs, nos produits se vendent bien. En outre, nous aidons les distributeurs à vendre les articles, à travers une stratégie push-up qui passe par des catalogues, des présentoirs, une présence dans les salons professionnels, etc. Nous mettons également à leur disposition un support digital qui leur permet de passer commande directement et de visualiser les stocks. Toutes les fiches techniques et les certificats de conformité sont mis à leur disposition, en français.

Notre politique commerciale est claire : la marque Rossini n'est pas présente sur les sites e-commerce, ni en GSB. Elle donne donc l'opportunité d'une respiration commerciale au revendeur professionnel, à travers une offre et une marque différenciante, qui peut leur faire gagner des points de marge supplémentaires. C'est une relation gagnant-gagnant.

Propos recueillis par Agnès Richard

Veste Everest

Fabriquée à partir de 52% de matériaux recyclés, la veste Everest, est la dernière innovation de Rossini. Elle est certifiée EN343 pour la protection contre la pluie (résistance à la pénétration de l'eau 3, résistance à la vapeur d'eau 1) et EN14058 pour les conditions froides jusqu'à -5°C (résistance thermique 3, perméabilité à l'air 3, résistance à la pénétration de l'eau 3). Cette veste est dotée d'une doublure thermique respirante avec des points argentés pour la rétention de la chaleur. Son enveloppe extérieure imperméable est composée à 100% de polyester recyclé avec revêtement TPU et assure une protection efficace contre le vent et la pluie. Des accents réfléchissants améliorent la visibilité, et une fermeture à glissière interne à l'ourlet permet des ajustements personnalisés. Disponible dans les tailles S à 5XL, en noir et en bleu, cette veste figure en couverture du nouveau catalogue de la marque.

Pantalon Rainold

image not found or type unknown

Fabriqué dans un tissu extensible respirant, à séchage rapide et déperlant, le pantalon Rainold a été conçu pour faire face à des conditions difficiles dans un environnement de plein air. Grâce à la technologie avancée « 4-Ways stretch » de Rossini, il apporte une liberté de mouvement et une durabilité remarquée.

L'entrejambe est doté d'un double tissu renforcé et de triples coutures, tandis que la ceinture en polyester est amovible et réglable à l'aide d'une boucle automatique. Les poignets des jambes sont en tissu « Ripstop » avec un profil réfléchissant horizontal. Disponible dans les tailles XS à 4XL et en trois couleurs différentes : noir, gris et bleu.

Chaussures de sécurité Streif

Disponible en deux versions – haute (COD. PPRC406), avec rembourrage à la cheville, et basse (COD. SSRC405) –, Streif est une chaussure de sécurité imperméable avec embout en fibre de verre (S3 WR SRC ESD), conçue pour assurer un maximum de confort. La membrane intérieure imperméable et le système R-Fresh gardent les pieds au sec, tandis que la doublure intérieure R-Dry empêche les odeurs et assure la respirabilité. Le marquage ESD garantit des propriétés antistatiques et la compatibilité avec les environnements

Atex, et la semelle antidérapante en polyuréthane double densité assure une bonne adhérence. Disponible dans les tailles 35 à 48 (37-48 pour la version haute).

image not found or type unknown

