

Les vêtements de travail contre le froid et les intempéries

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

Un équipement dans l'air du temps

En cette fin d'année 2010 particulièrement hivernale, les vêtements de travail contre le froid et les intempéries sont l'objet de toutes les attentions. Néanmoins, la pénurie guette les distributeurs qui n'ont pas osé, lors des commandes de pré-saison, s'engager dans des prévisionnels trop ambitieux. Si la demande reste attentive au prix, les produits à plus forte technicité se développent et ce d'autant mieux que ce type d'équipement reflète aussi la qualité de l'entreprise.

Chaud, chaud, le marché des vêtements de travail contre le froid et les intempéries en cette fin d'automne 2010. L'arrivée précoce de l'hiver a évidemment motivé les entreprises à équiper leurs salariés, notamment ceux qui travaillent dans un environnement extérieur même si les chantiers ont sans doute tourné au ralenti pendant cet épisode glacial : professionnels du bâtiment et des travaux publics, forestiers, jardiniers, maraîchers certes, mais aussi personnel de maintenance, des entrepôts, d'intervention, chauffeurs, caristes...

Pas de stock, plus de marchandise

Faut-il pour autant en déduire une flambée des ventes pour les distributeurs ? Pas forcément, sauf pour ceux qui ont su anticiper une éventuelle demande, au risque de se retrouver avec des commandes sur les bras si la baisse du mercure n'avait pas accompagné leurs ambitions. Actuellement, ce sont quasiment les seuls à pouvoir satisfaire leurs clients. Pour la majorité des autres, comme chacun le sait, l'heure est plutôt à la prudence quant aux prévisionnels, surtout pour un équipement saisonnier exigeant en espace de stockage important et dont les ventes sont très liées au climat ambiant. Spécialiste ou généraliste, le distributeur se contente souvent de catalogues et d'échantillons et ne s'engage en faveur d'un modèle que lorsqu'il a la commande de son propre client.

A l'heure actuelle, certains d'entre eux ont donc sans doute quelques difficultés à trouver des marchandises même si l'hiver dernier, le nombre de vagues de froid les a déjà confrontés à une situation similaire. Peu enclins à supporter des coûts de stockage, rares sont ceux qui ont modifié leur organisation. Tout au mieux ont-ils augmenté quelque peu leurs prévisionnels de commandes.

La fonction stockage est donc supportée avant tout par les fournisseurs, ce qui exige également de leur part une capacité à pouvoir livrer leur client distributeur très rapidement, du jour au lendemain, dès que ce dernier lui passe la commande. Et, lorsqu'une vague de froid surgit, l'urgence est bien entendue de mise. Seulement, le fournisseur, même s'il est fabricant, ne peut quant à lui lancer la production de ses gammes sans s'être évidemment approvisionné préalablement en textiles, souvent un an auparavant. Ces approvisionnements sont effectués en fonction de leurs propres prévisionnels de vente, basés également sur ceux des distributeurs... Lorsque ces derniers ont été trop timides, surtout en cas de fortes demandes, l'offre peine à fournir, même si le fournisseur a été optimiste.

Flambée des prix

Conséquence, l'heure actuelle confine plutôt à la pénurie et à l'explosion des prix. Ce phénomène est accentué par une flambée des coûts de certaines matières premières... Les textiles issus des produits pétroliers sont évidemment soumis à la hausse de cette ressource. Quant au coton, les pays occidentaux se trouvent concurrencés par l'accroissement de la demande des marchés intérieurs indien et chinois, dans un contexte de récolte médiocre ! Plus que jamais, les fabricants éprouvent donc des difficultés à s'approvisionner en qualité et en quantité.

Les étiquettes des produits finaux affichent donc des augmentations atteignant parfois 30 à 60%. Et les usines sont d'autant plus débordées par la demande qu'avec la crise, certaines ont fermé leurs portes. Si promotions il y a en cette période pour stimuler les éventuels récalcitrants à l'équipement, elles concernent donc avant tout les articles en fin de vie ou ceux, encore méconnus, qui profitent de l'occasion pour se faire valoir sur le marché, comme les sous-vêtements thermiques (maillots et caleçons en polyester ou mélange polyester-coton) qui commencent tout doucement à arriver dans le monde de l'industrie sans encore toutefois toucher en masse l'univers du bâtiment.

Pour sortir de la logique de la pelle à neige, celle qui ne se vend que lorsqu'il neige, les marques de cet univers habillement essayent de développer des pré-saisons, le plus éloignée possibles des périodes de vente. Habituellement, elles se déroulent d'avril à juin, pour des livraisons en septembre ou octobre, avec un réassort jusqu'à mi-février au plus tard.

Question de perception

Globalement, ce marché peine encore à être reconnu, même si ses ventes enregistrent de l'avis des différents intervenants un essor certain. Toutefois, selon le Synamap (syndicat national des acteurs du marché de la prévention et de la protection), les ventes de vêtements de protection contre les intempéries ont accusé en 2009 des baisses de volume en lien avec la chute d'activité de l'industrie du bâtiment. Globalement, ces équipements représentent 37,5% du marché global des vêtements de protection, soit un chiffre d'affaires d'environ 83 millions d'euros. A noter qu'en 2007, toujours selon le Synamap, les vêtements de protection contre le froid (spécifiquement pour les températures extrêmes -15°C) représentait 1,1% du marché du vêtement de protection, soit 2,8 millions d'euros. Rappelons que pour répondre à ces niveaux de températures, les vêtements de protection doivent répondre à la norme EN 342. Au-dessus de -5°, l'équipement s'inscrit dans le risque mineur, donc du vêtement de saison, et n'obéit à aucune exigence particulière même s'il existe une norme (EN 343). Cela correspond à la majorité des vêtements à utiliser dans nos contrées et ce d'autant plus que souvent, les hommes ne sont pas sur les chantiers quand les températures sont trop basses.

Néanmoins, le choix d'un vêtement de protection contre le froid n'est pas exclusivement lié à la surveillance du thermomètre. La perception du froid varie aussi selon que le vent souffle ou pas. Ainsi, celui qui se trouve dehors par -4° sous un vent de 20 km/h aura la perception d'un froid à -15° ! Et si la température extérieure est à + 2°, cette sensation sera de -7°.

D'autres paramètres sont à prendre en compte. Notamment le fait que le professionnel ne se contente pas de travailler à l'extérieur, qu'il peut faire des allées et venues à l'intérieur, des pauses, fournir des efforts... Et qui dit effort dit transpiration, qui dit transpiration dit humidité et donc sensation de froid.

D'où la nécessité de recourir au principe des trois couches (en commençant dans l'idéal par le sous-vêtement thermique), qui vont à la fois isoler le corps du froid en transportant l'humidité vers

l'extérieur, le protéger du froid et éventuellement de la pluie et du vent.

Un vecteur d'image

Ainsi, un vêtement pour le froid et les intempéries ne se contentera pas d'être une veste rembourrée ou matelassée. Néanmoins, le critère du prix reste primordial et ce d'autant plus que le chef d'entreprise n'est pas forcément enclin à investir pour ses salariés dans un produit à forte valeur ajoutée qui, de surcroît, n'est pas porté toute l'année.

Mais là encore, les comportements tendent à bouger. Comme tout équipement, le vêtement de travail est un vecteur d'image qui reflète la qualité de l'entreprise. Il traduit également le lien social entre l'entreprise et son salarié, à plus forte raison les équipements contre le froid qui témoignent particulièrement de l'intérêt de l'entreprise au bien-être et à la santé de ses collaborateurs ! Le soin accordé à la qualité du vêtement joue non seulement vis-à-vis de l'employé lui-même mais aussi vis-à-vis de l'extérieur : les clients, les salariés des autres entreprises potentiellement à séduire... Cette image valorisante est aussi une opportunité de se différencier des sociétés concurrentes.

Cet aspect image concourt sans doute à ce que le gros des volumes soit représenté par la parka ou le blouson, et le gilet ou la polaire, vêtements portés sur les parties hautes du corps, que l'extérieur est en mesure de voir. Et ce, même si un pantalon se changera plus souvent qu'une parka et que pour certaines professions, comme les couvreurs, il s'avère très appréciable !

Travailler dans les meilleures conditions possibles

Avant tout, l'objectif est que le professionnel puisse travailler dans les meilleures conditions possibles, d'où une demande en faveur de vêtements résistants mais ne reniant pas sur le confort et l'aisance. Visiblement, l'intérêt pour ce type de produits devient significatif puisque la plupart des marques enrichissent leurs gammes de tissus associant des matériaux de plus en plus techniques, issues du sport alpin comme le Soft shell, de matières de plus en plus respirantes comme le GoreTex ou qui facilite l'évacuation de la transpiration comme le CoolDry, le Ripstop, une matière qui permet de combiner résistance du vêtement et bon positionnement tarifaire, le Thinsulate, une fibre synthétique recherchée pour ses qualités d'isolation thermique...

Le polyester se marie également au coton de façon à obtenir un tissu plus chaud l'hiver et absorbant mieux la transpiration. Côté résistance, c'est le Cordura qui a le vent en poupe. Ce tissu synthétique aéré offre une grande solidité tout en restant léger. Il vient notamment renforcer les zones soumises à frottements comme les épaules des parkas. Les polaires peuvent également associer polyester (90%) et lycra (10%). A l'extérieur, cette matière évitera par exemple aux copeaux de bois de s'accrocher sur le vêtement, pour le plus grand bonheur des forestiers.

Question de style

Les finitions sont également travaillées avec l'apport de fonctionnalités dédiées à l'hiver, autant de détails qui ne figurent pas sur les équipements basiques : coutures thermosoudées pour assurer une étanchéité parfaite, serrages élastiques et par cordon à l'intérieur en bas du vêtement et des manches, poches pour les gants, poignets recouverts par un tissu coupe-vent étanche et respirant qui se resserrent avec un scratch autoagrippant, encoche pour les pouces afin d'assurer une couverture sur la totalité du bras, capuches amovibles, rabats de toute sorte, liserés rétro-

réfléchissants... A noter d'ailleurs un très fort développement sur la haute-visibilité au point d'ailleurs que certaines références peuvent prétendre à la norme EN 471.

Pour répondre aux exigences du multicouches et à la nécessité du professionnel de s'adapter à l'évolution des températures ou conditions météorologiques en cours de journée, les vêtements 3 en 1, 4 en 1 ou 5 en 1 se développent également fortement. Différents gilets s'insèrent les uns sur les autres, à l'aide de fermetures à glissière, et les manches sont amovibles donnant un vêtement très polyvalent.

Le style commence également à prendre de plus en plus d'ampleur, avec une meilleure prise en compte de l'ergonomie et de coupes bien ajustées. Des collections d'hiver spécifiques sont développées même si ces gammes sont maintenues au minimum pendant cinq ans. Il n'est pas encore question des rotations de l'univers de la mode mais les tendances pénètrent inéluctablement le milieu du vêtement de travail contre le froid et les intempéries, avec des inspirations souvent issues du sport, de la montagne, de l'outdoor, voire du nautisme. En revanche, si les coupes plus féminines existent, ces collections demeurent très marginales par rapport au reste de la gamme. De même, les couleurs vives font timidement leur apparition, par petites touches pour avoir des vêtements dans l'air du temps sans toutefois déparer des couleurs classiques : le gris, le noir, le bleu marine, voire le vert.

Néanmoins, il n'est pas facile de sortir de la quête des prix et de valoriser les produits à valeur ajoutée lorsque ces derniers ne sont présentés à l'utilisateur que sur catalogues et échantillons. Toutefois, le domaine du vêtement même professionnel ne répond pas qu'à une logique purement fonctionnelle, mais aussi affective, irrationnelle. Le toucher et le coup de cœur comptent. Pour accentuer ce ressenti, les équipes de vente visitent les magasins avec leurs collections pour bagages, voire portent ces vêtements sur eux afin de donner envie à ceux qui les voient de les porter et au distributeur de les vendre. Pour le revendeur, ces produits à plus forte valeur ajoutée sont non seulement générateurs d'une marge plus élevée mais permettent aussi de réaliser en une vente le chiffre d'affaires obtenu avec plusieurs articles basiques. Certes, le même client ne reprendra pas le même produit la saison suivante – le vêtement servira pour plusieurs années – mais pour le distributeur, c'est aussi l'opportunité de lui parler de bien-être et de satisfaction et de l'engager sur d'autres équipements.

Agnès Richard

Quelques normes

La norme EN 343 spécifie les caractéristiques des vêtements de protection contre les intempéries, le vent et le froid au-dessus de -5°C . Elle mesure notamment la résistance à la pénétration de l'eau et la résistance évaporative (niveau de respirabilité du vêtement). Pour chaque caractéristique, il y a trois niveaux de performance et plus la classe est élevée, plus le matériau est performant.

La norme EN 342 spécifie les caractéristiques des vêtements de protection contre les intempéries, le vent et le froid, pour des températures inférieures à -5°C . Elle évalue la perméabilité du vêtement à la vapeur d'eau, c'est-à-dire sa capacité à évacuer la transpiration, sa perméabilité à l'air et l'isolation thermique offerte par le vêtement, porté en combinaison avec une tenue vestimentaire normalisée (comportant un sous-vêtement chaud manches et jambes longues, plus veste et pantalon en tricot polaire et cagoule). Cette valeur d'isolation permet de déterminer la température d'utilisation suivant l'intensité de l'activité et la durée d'exposition prévue.

