

# Vêtements professionnels: la nouvelle mode

Les vêtements professionnels sont un marché dont on parle peu mais qui est loin d'être anecdotique. En effet, sur les appels d'offre lancés par les grandes entreprises publiques et privées pour équiper leurs employés, ce sont des millions d'euros qui sont en jeu.

Les enjeux vestimentaires pour une entreprise sont multiples

Le budget achat en vêtements professionnels pour une enseigne de grande distribution tourne en général autour de 10 millions d'euros par an. Lorsqu'on parle d'entreprises comme la Poste ou la SNCF, les montants sont largement supérieurs. Ses sommes sont loin d'être anecdotiques et les acheteurs des grands groupes sont donc très attentifs à la qualité des vêtements, au coût des matières utilisées dans leur confection, à leur robustesse et leur confort.

Bien équiper ses salariés avec un vêtement d'image promoteur permet de valoriser la marque auprès des clients mais également des équipes en interne. C'est un symbole de fierté, d'appartenance qui véhicule les valeurs d'un groupe et n'est pas anodin dans les éléments de motivation des salariés.

L'équipement vestimentaire est également un enjeu social surtout lorsque les équipes doivent le porter quotidiennement tout au long de l'année. Il n'est pas rare de voir des grèves déclenchées en raison de vêtements inconfortables, d'une couleur mal choisie ou de coûts de lavage trop élevés.

Des marques qui touchent désormais le grand public

Reputés pour leur fonctionnalité, les vêtements professionnels ont toujours attirés le bricoleur du dimanche. Mais depuis plusieurs années, les marques ont également su se diversifier. En faisant des efforts sur l'esthétique et en regardant au-delà des frontières du vêtement professionnel, elles attirent désormais un public bien plus large.

Grâce à des designs plus étudiés, elles se développent sur le marché du sportswear et du contract. Certaines ont acquis une vraie renommée sur ces gammes comme la française Lafont ou la marque allemande Engelbert Strauss, référence dans le domaine des vêtements de sports et de bricolage.

Ces dernières années, le vêtement de travail est également devenu tendance et il n'est pas rare de voir des « hipsters » à Paris, Londres ou Berlin se balader en bleu de travail.

Proposant des vêtements de qualité à des prix abordables, l'industrie des vêtements professionnels semble avoir de beaux jours devant elle, surtout en période de crise.