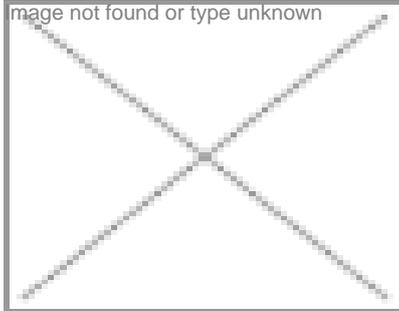


# EPI Center

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#) / [EPI Center](#)

## Catalogue 2.0



Le groupement d'indépendants EPI Center, qui vient de renouveler son logo, va publier deux nouveaux catalogues qui intègrent des innovations portant sur les produits comme sur sa démarche d'information.

Le groupement EPI Center annonce la parution prochaine de deux nouveaux catalogues généraux dédiés d'une part aux secteurs CHR, agro-alimentaire et santé, et d'autre part, aux métiers du BTP, de l'industrie et de l'artisanat. Ces documents intègrent les gammes fournisseurs de vêtements et accessoires, enrichies d'articles éco-conçus ou fabriqués à partir des matières recyclées, et les évolutions des gammes exclusives au réseau.

Parmi ces dernières, les t-shirts Kita<sup>®</sup> 37.5<sup>®</sup> sont un exemple représentatif du travail de recherche et de co-création actuellement mené par la centrale. Afin de répondre à une demande grandissante concernant les métiers exercés en extérieur comme en intérieur, EPI Center s'est en effet associé au fabricant de vêtements T2S et à Cocona Labs, inventeur de la technologie 37.5<sup>®</sup> qui incorpore lors du processus de fabrication de la fibre des particules d'origine naturelle qui restent actives toute la vie du vêtement – la technologie 37.5<sup>®</sup> optimise le taux d'humidité proche de la peau en facilitant l'évaporation de la transpiration, ce qui aide à rafraîchir ou à réchauffer le corps en fonction de l'évolution des températures extérieures, et capte les odeurs qui seront ensuite éliminées au lavage. Fabriqués dans un textile technique 3D, ces t-shirts allient haute-visibility, protection anti-UV et thermorégulation.

En outre, ces catalogues intègrent une dimension 2.0 pour constituer de véritables outils de travail, tant pour les commerciaux que pour les utilisateurs. Certains articles possèdent un pictogramme ArgoPlay qui permet, via une application sur smartphone, de découvrir des informations exclusives en réalité augmentée, qu'il s'agisse de vidéos, d'explications techniques, de références normatives, d'atouts complémentaires, d'options de personnalisation, d'aide à la prise de taille, etc.

A noter ici que le groupe RG, maison mère d'EPI Center, met à disposition du groupement sa plateforme digitale qui offre un vaste choix de formations (EPI, management, bureautique, culture digitale, communication, gestion du temps, gestion du stress...). Une base de données produits et un nouveau site internet sont également en cours de finalisation.

### Refonte de la charte graphique

Le groupement EPI Center vient de renouveler sa charte graphique qui sera progressivement déclinée sur tous les supports, des documents aux bâtiments, des véhicules au site internet. A travers cette nouvelle identité, EPI Center a veillé à réaffirmer ses fondamentaux en alliant

plusieurs symboles forts. Ainsi, « EPI » représente le cœur du métier et l'expertise des adhérents « Center » symbolise le socle qui rassemble, autrement dit la centrale qui soutient ses adhérents. Élément graphique historique, le chevron est destiné à souligner le dynamisme du groupement. De même, les couleurs d'origine sont préservées : l'orange pour la sécurité, l'optimisme et l'énergie, le noir pour la sobriété et la rigueur.

La baseline « Un spécialiste c'est + sûr » est conservée, puisqu'elle est représentative de la mission du groupement.

## Deux nouveaux adhérents

Le groupement EPI Center a accueilli depuis le début de l'année deux nouveaux adhérents qui viennent renforcer son maillage géographique.

AFC Hygiène & Sécurité, basée à Sainte Sigolène en Haute-Loire (43), est une entreprise spécialisée dans la distribution d'EPI et de vêtements professionnels, ainsi que de produits d'hygiène et matériel d'entretien.

La société EPI de Loire, basée à Angers dans le Maine et Loire (49), a quant elle été fondée en 2012 afin de répondre à l'évolution de la demande en vêtements de travail et en EPI dans cette région.

Fin mai 2021, les 49 adhérents du groupement, soit 66 points de vente, annonçaient une croissance de leur chiffre d'affaires de 40% par rapport à la même période de 2020.