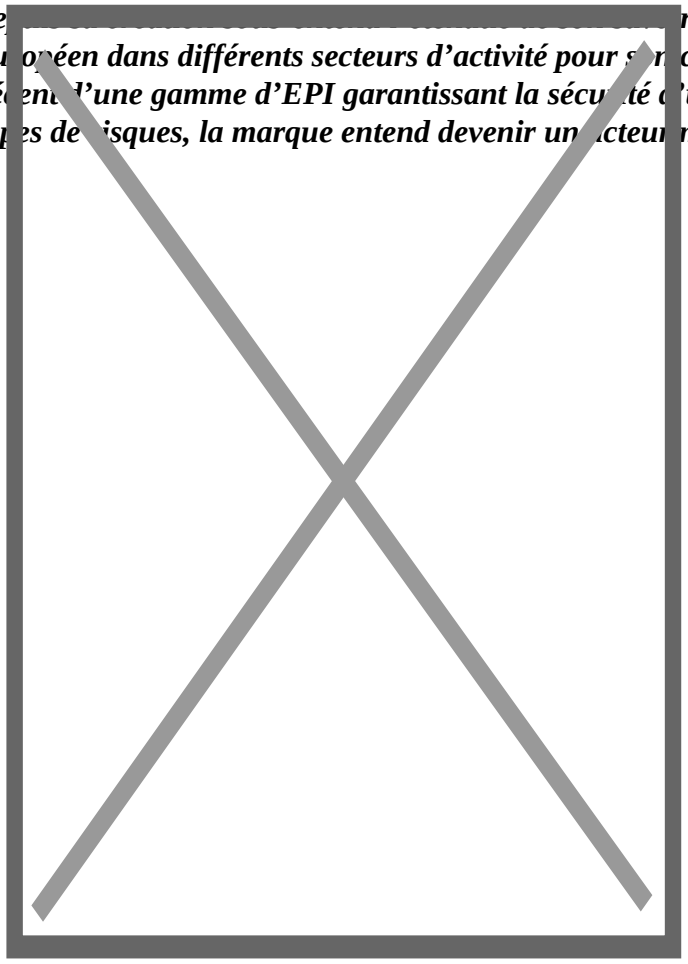
novembre 2012

Bierbaum Proenen

Accueil / BBI / Fournisseurs / Vêtements de protection

Plus de deux siècles d'expertise

En 2013, le fabricant allemand de vêtements professionnels Bierbaum-Proenen, plus connu sous le nom de BP, soufflera ses 225 bougies. A elle seule, la longévité de cette entreprise spécialisée dans le textile de [illegible] r-faire et la qualité d'une offre réputée sur le marché européen dans différents secteurs d'activité pour son confort, son look et sa durabilité. Avec le lancement récent d'une gamme d'EPI garantissant la sécurité d'utilisateurs susceptibles d'être exposés à différents types de risques, la marque entend devenir un acteur majeur aussi sur ce marché.



Créée en 1788 à Cologne et maintenant encore implantée dans cette même ville, Bierbaum-Proenen (du nom de ses fondateurs) est aujourd'hui dirigée par Matthias et Harald Goost qui représentent la septième génération aux commandes de l'entreprise dont les capitaux sont toujours restés au sein de la famille fondatrice. Spécialisé dès sa création dans le textile, Bierbaum-Proenen, d'abord négociant, se tournera par la suite vers la fabrication du linge plat (sans pinces ni fronces) puis, au tout début du 20ème siècle, vers celle des vêtements de travail. Dans la seconde partie du siècle dernier, plus de 1 000 personnes furent employés dans les ateliers Bierbaum-Proenen de Cologne à la confection de vêtements professionnels, une activité dans laquelle l'entreprise est mono-spécialisée depuis plus d'un siècle. Dans les années 1980, pour rester compétitif, le fabricant transféra la majeure partie de sa fabrication vers d'autres pays, en Europe et dans d'autres régions du monde.

Au cours de sa longue histoire, Bierbaum-Proenen fut précurseur à plusieurs reprises. L'entreprise figura ainsi parmi les tout premiers acteurs du marché du vêtement de travail à fabriquer ses produits à la chaîne pour en diminuer le coût et en améliorer la qualité. Dans le courant des années 1960, l'offre du fabricant de Cologne commença à traduire une préoccupation pour la notion de mode, laquelle était jusqu'alors totalement absente de l'univers du vêtement professionnel. Avec le confort et la durabilité, le look des vêtements BP (les initiales sous lesquelles est désignée la marque allemande) constituèrent dès lors les piliers sur lesquels la marque, commercialisée à la distribution professionnelle spécialisée (près de 210 distributeurs proposent la marque BP en France) ainsi qu'aux spécialistes de la location/entretien des vêtements professionnels, a bâti sa réputation en Allemagne, où elle figure parmi les leaders du marché, ainsi que dans les différents pays européens où elle est implantée.

« Feel the Difference »

Le développement de Bierbaum-Proenen passe par la promesse de produits de qualité répondant aux besoins de leurs utilisateurs. C'était déjà vrai au 18ème siècle comme l'indiquent ces propos attribués au créateur de l'entreprise, Johann Baptist Bierbaum : *« Venez essayer mes produits mais ne les achetez que s'ils répondent vraiment à ce que vous recherchez. Mon nom est votre garantie* ».

Aujourd'hui, la marque dont le slogan est « Feel the Difference » persiste dans son engagement de mettre à la disposition des utilisateurs des vêtements professionnels qui répondent aux plus fortes exigences. Parmi les caractéristiques des vêtements BP, on peut ainsi évoquer des matières premières de haute qualité, une coupe étudiée pour garantir une bonne protection et une grande aisance de mouvements, un design qui conjugue modernité et fonctionnalité, l'absence de substances toxiques – la plupart des vêtements BP sont certifiés Oeko-Tex Standard 100 – ou encore la résistance à de nombreux cycles de lavage industriel (les vêtements BP sont certifiés ISO 15797). A Cologne, où bat depuis toujours le cœur de Bierbaum-Proenen, sont regroupés 115 des 365 salariés de l'entreprise, dont la majeure partie assure des fonctions qui garantissent la différence de la marque à travers la recherche sur de nouveaux produits (menée en concertation avec le service commercial et après analyse des remontées du terrain), la sélection des fournisseurs, le dessin des vêtements, la définition du process de fabrication ou encore le contrôle qualité de la matière première utilisée (cf. encadré sur ce sujet). Les patrons et la réalisation des prototypes de vêtements qui précède le lancement de la fabrication à la chaîne sont eux aussi réalisés à Cologne.

Des partenariats inscrits dans la durée

Qu'il s'agisse de ses fournisseurs, de ses clients ou des industriels qui fabriquent une partie de sa gamme, Bierbaum-Proenen est une entreprise qui témoigne d'une volonté de bâtir avec ses différents partenaires des liens privilégiés qui s'inscrivent dans la durée. « *La durabilité est une notion importante pour BP car elle répond aux besoins de nos clients et de nos collaborateurs, assure la pérennité de l'entreprise et donne un sens à notre action* » explique-t-on à la direction de l'entreprise allemande. Concernant les industriels dont BP s'est rapprochée pour la fabrication de ses vêtements, dont une partie est assurée dans sa propre usine tunisienne qui emploie 250 personnes et fonctionne depuis une quinzaine d'années, la marque a noué des partenariats durables, établis dans certains cas depuis plus de vingt ans, avec 16 partenaires représentant 18 sites de production implantés dans divers pays du monde. « *Nous avons bâti avec ces sites de production des relations de confiance* » explique Harald Goost qui poursuit « *Nous estimons avoir une responsabilité sociale vis-à-vis des ouvriers qui travaillent à la fabrication de nos produits et nous nous assurons que leurs conditions de travail sont dignes et acceptables. Notre adhésion à la Fair Wear Foundation traduit d'ailleurs l'engagement de Bierbaum-Proenen pour le travail équitable* ».

Qualité, fonctionnalité et design dans 5 univers

L'offre de Bierbaum-Proenen est composée de près de 500 modèles de vêtements déclinés dans de nombreuses matières, coloris et tailles. Cette gamme, sans doute la plus large du marché, représente au total

quelque 5 000 références produits. Au fil des années, les gammes historiques du fabricant dédiées au secteur médical et à l'industrie, le blanc et le bleu, se sont étoffées. L'offre de BP est aujourd'hui clairement structurée autour de cinq univers produits. Présentée à travers des catalogues distincts, cette offre répond à l'ensemble des besoins éprouvés dans le bâtiment et l'industrie (nous revenons plus bas sur l'offre destinée à ces deux univers), la santé et les soins corporels (BP Med&Care) et la cuisine et le service en salle (BPâ€¯Gourmet). Pour répondre aux besoins spécifiques de l'industrie agro-alimentaire, la marque a développé la gamme BP Industrial Food composée de vêtements certifiés conformément aux directives HACCP.

Pour un distributeur, travailler avec un fabricant déclinant une offre d'une telle largeur se traduit par un intérêt évident en matière de rationalisation des achats et de simplification de la gestion commerciale. Cela peut aussi lui permettre de bâtir, ou de renforcer, une image de spécialiste du vêtement professionnel auprès de sa clientèle.

Workwear, la gamme la plus large

Conçue en priorité pour les professionnels de la construction, de la réparation automobile et de la maintenance industrielle, la gamme Workwear de BP est la plus fournie de la marque allemande. Elle inclut tous types de vêtements fabriqués dans différents mélanges de coton et polyester (en qualité stretch ou pas) et en 100% coton en divers grammages proposés dans une vaste palette de coloris (unicolores et bicolores). Pour l'élaborer, BP a choisi certaines marques partenaires dont l'image de qualité est en phase avec la sienne comme 3M ou Cordura pour les tissus techniques ou YKK pour les fermetures. Cette gamme robuste et confortable adaptée au travail en intérieur et en extérieur et dont les qualités de résistance au lavage industriel et à la déchirure sont rigoureusement testées comporte une collection WorkFashion au look inspiré du streetwear de nature à séduire les plus jeunes.

La sécurité aussi

A la fin de la première décennie des années 2000 apparaissent sur le marché européen de nouvelles normes relatives aux EPI et notamment ceux classés en catégorie III destinés à protéger l'utilisateur de dangers mortels ou pouvant nuire gravement et de façon irréversible à la santé. Pour BP, cette nouvelle réglementation est l'occasion de développer une gamme d'EPI conforme aux exigences des normes européennes EN 471 (haute visibilité), EN ISO 11611 (protection pour le soudage et les techniques connexes), EN ISO 11612 (protection contre la chaleur et les flammes), EN 1149-5 (protection antistatique), EN 61482-1-2 (protection contre les dangers thermiques d'un arc électrique) et EN 13034 type 6 (protection contre les produits chimiques liquides).

Baptisée BProtected, cette gamme lancée en 2010 qui a nécessité un investissement de l'ordre de 1,5 Me permet à BP de renforcer encore son image de spécialiste du vêtement professionnel haut de gamme et de s'ouvrir plus largement à l'international avec une gamme d'EPI normés. Sécurité et confort, deux notions étroitement imbriquées dans ce type de vêtements, sont les deux caractéristiques majeures de la gamme BProtected, laquelle est fabriquée à 80% à partir de matières premières spécialement développées par l'entreprise allemande et ses partenaires spécialistes des fibres techniques et tisseurs. Par ailleurs, cette gamme présente la fonctionnalité, la qualité de design et la robustesse communes à l'ensemble de l'offre de BP.

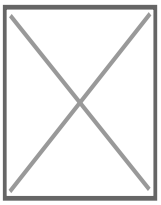
Le soutien à la distribution

Outre la qualité et la largeur de son offre de produits, les atouts de Bierbaum-Proenen tiennent aussi à la performance des services qu'elle a mis en place à l'intention de ses clients. Ainsi, la totalité des modèles du catalogue sont détenus en permanence dans le stock de la plate-forme logistique centrale de Greven, dans le

nord de l'Allemagne. La livraison des commandes est assurée dans des délais rapides – 72 h en moyenne en ce qui concerne la France – avec un taux de service supérieur à 97%.

Pour faire connaître à ses clients ses produits, et plus particulièrement ceux de sa gamme BProtected et les normes en vigueur, BP organise des journées de formation animées par des intervenants extérieurs, spécialistes de la sécurité au travail et de l'univers normatif. Les produits BP peuvent par ailleurs être découverts sur le site www.bp-feelthedifference.com qui permet aussi aux distributeurs, via un log-in et un mot de passe, d'avoir accès aux fiches techniques et de passer leurs commandes en ligne. Des présentoirs et divers meubles ainsi que toute une gamme d'aides à la vente (bannières, totems et autres fanions) existent pour la mise en valeur des gammes BP dans les points de vente. Pour stimuler les ventes de son réseau de revendeurs, la marque organise des actions promotionnelles saisonnières au moment de la rentrée des classes (les établissements d'enseignement professionnel sont gros consommateurs d'EPI) ou à l'approche de l'hiver, pour donner ces deux exemples. Enfin, pour augmenter sa notoriété et faire découvrir l'ensemble de son offre, BP est régulièrement présent sur diverses manifestations professionnelles à travers l'Europe. En ce qui concerne la France, après les dernières éditions du salon régional Préventica, la prochaine occasion pour les distributeurs de mieux connaître Bierbaum-Proenen est toute proche puisque le spécialiste allemand du vêtement professionnel sera présent à Expoprotection, du 4 au 7 décembre prochain.

Dominique Totin



Un engagement pour le travail équitable

En devenant membre de la Fair Wear Foundation, un organisme dont l'objectif est d'améliorer les conditions de travail dans l'industrie de l'habillement au niveau mondial, Bierbaum-Proenen s'est concrètement engagée en faveur du travail équitable. Pour atteindre son but, la FWF engage ses membres à signer et à appliquer son code de bonnes pratiques au travail qui concernent notamment la prévention du travail des enfants et l'attribution de salaires décents et d'une protection sociale. BP est le premier fabricant allemand de vêtements de travail à avoir signé ce code de bonne conduite, un acte qui l'engage à agir de manière totalement transparente en publiant régulièrement un rapport social.

La France, premier marché à l'export

Bierbaum-Proenen s'est tournée vers l'exportation de ses gammes il y a une quarantaine d'années. Aujourd'hui, l'activité à l'export du fabricant allemand représente 30% de son chiffre d'affaires qui dépasse 40 Me. Une équipe commerciale d'une dizaine de membres est dédiée au développement de la marque sur son marché intérieur ainsi qu'en Autriche et aux Pays-Bas, deux pays géographiquement et culturellement proches de l'Allemagne. Le marché français, premier marché à l'export pour la marque allemande, est placé sous la responsabilité du Directeur Export Pascal Gauthier qui a également en charge les marchés belge, espagnol et suisse. Trois ATC sont dédiés au marché français, cette équipe se doublant de commerciaux sédentaires francophones basés à Cologne.