avril 2012

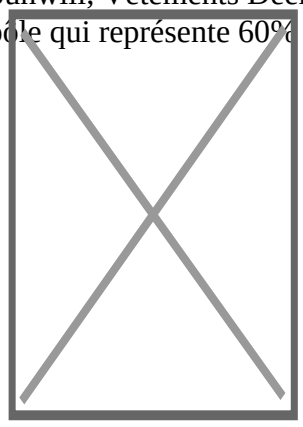
F.Engel

Qualité et largeur de gamme

Spécialiste du vêtement de travail depuis près d'un siècle, le Danois F.â€¯Engel conçoit, fabrique et commercialise à la distribution professionnelle une gamme qui se caractérise par sa largeur importante et son niveau de qualité élevé. Alliée à la forte réactivité d'un groupe familial de taille moyenne et à la pertinence d'un marketing très travaillé, cette offre permet au fabricant d'enregistrer sur les différents marchés européens une progression régulière, particulièrement soutenue en ce qui concerne la France.

De retour d'un voyage aux Etats-Unis au cours duquel il perçoit le potentiel de croissance important du marché du vêtement de travail, Carl J. Engel prend la décision de créer une entreprise spécialisée dans ce type de produits. F. Engel verra le jour en 1927 à Haderslev, au Danemark, et lancera cette même année la première collection FE Engel Workwear. Au fil des décennies, l'offre en vêtements de travail du fabricant danois a bien évidemment connu de nombreuses évolutions et s'est fortement élargie mais elle a toujours conservé le niveau de qualité élevé qui la caractérise. L'entreprise a également diversifié son offre en adjoignant à sa spécialité historique du workwear deux autres gammes, des pantalons pour hommes commercialisés aux réseaux grand public sous la marque Sunwill, rachetée par F. Engel en 1990, ainsi qu'une gamme de vêtements de chasse portant la marque Deerhunter.

Aujourd'hui, le groupe familial F.â€¯Engel, détenu par les petits-enfants du fondateur et dirigé par Lars Daugaard-Hansen, compte plus de six cents collaborateurs dont cent dix sont regroupés sur le site de Haderslev, dans des locaux où sont implantés depuis 2006 les différents services du groupe (à l'exception de la fabrication) et sa plate-forme logistique centrale. Il est structuré autour de trois divisions, Pantalons Sunwill, Vêtements Deerhunter et Workwear. La suite de cet article est exclusivement consacrée à ce dernier pôle qui représente 60% du chiffre d'affaires de F. Engel.



Une nouvelle envergure au tournant des années 2000

Dans le courant des années 1980, le fabricant qui occupe la place de challenger du marché danois, tourne les yeux vers les marchés extérieurs et commence à exporter ponctuellement ses produits, notamment vers l'Allemagne où la gamme Workwear de F. Engel est aujourd'hui très bien implantée. Il faudra toutefois attendre 2001, année de la création du département Export, pour que l'exportation génère pour le fabricant un chiffre d'affaires réellement significatif, lequel a atteint en 2011 60% de son chiffre d'affaires global. Sous l'impulsion d'un nouveau DG arrivé à la tête de l'entreprise au début des années 2000, cette nouvelle croissance sur les marchés extérieurs est allée de pair avec un renouveau des gammes qui ont donné un nouvel élan à l'industriel. Après l'Allemagne et le Benelux, la gamme workwear de F.â€¯Engel a été

introduite sur d'autres marchés dont la Suisse, l'Autriche, la Grande Bretagne ou encore la France. Ponctuellement présent dans certains pays du Sud de l'Europe, F. Engel concentre toutefois ses efforts sur les pays d'Europe du Nord (incluant la France) où les attentes du marché du vêtement de travail sont plus en adéquation avec le positionnement haut de gamme de son offre.

Deux usines en Europe

Après avoir assuré durant de longues années la production de sa gamme dans sa propre usine danoise, l'industriel a fait le choix il y a une vingtaine d'années, pour conserver sa compétitivité, de transférer sa fabrication dans deux usines lituaniennes qui lui appartiennent en propre et où sont employés aujourd'hui plus de 500 collaborateurs du groupe. Situées à Zarasai et à Utena, ces deux unités de production ont recours à une main d'œuvre très qualifiée et possèdent les équipements les plus modernes pour respecter les standards de qualité du fabricant. Tous les produits qui y sont fabriqués font l'objet d'un contrôle qualité avant de quitter les usines, lequel est renouvelé de manière aléatoire à leur arrivée au stock central de Haderslev. Outre apporter à F. Engel la maîtrise totale de la fabrication de ses vêtements, ces usines situées à 48 h de route de la plate-forme logistique lui permettent de faire preuve d'une grande réactivité dans le traitement des commandes de ses clients. On précisera que la fabrication des accessoires (casquettes, ceintures, bretelles...) et des modèles d'hiver complétant la gamme workwear de
F. Engel est assurée selon ses propres cahiers des charges dans plusieurs usines partenaires en Asie.

Le choix et la qualité

Figurant parmi les gammes les plus larges du marché, l'offre de F.â€¯Engel est composée de centaines de modèles de vêtements de travail différents de nature à permettre aux utilisateurs des secteurs de l'industrie, du bâtiment et des services de travailler confortablement et en toute sécurité à l'intérieur comme à l'extérieur, quelles que soient les conditions climatiques. Majoritairement fabriqués en polycoton, 65% polyester et 35% coton, les vêtements F. Engel peuvent toutefois, selon leurs applications, être fabriqués dans d'autres mélanges de fibres et faire entrer dans leur composition d'autres matières comme le polyuréthane pour les vêtements de pluie ou le Cordura® pour renforcer la résistance à l'usure.

Traduisant l'importance que F. Engel accorde à l'utilisation de matériaux respectueux de l'environnement, la plupart de ses vêtements de travail possèdent le label européen Fleur et la norme Oeko-Tex 100. Les modèles composant cette offre sont dessinés par le département R&D du fabricant où quatre personnes travaillent à la conception des vêtements en collaboration avec des designers extérieurs. Ils traduisent un haut niveau de qualité qui s'exerce dès le choix des matières premières entrant dans leur composition et qui est garanti par des tests portant notamment sur la résistance à l'usure et à l'étirement des tissus et sur l'homogénéité et la pérennité de la couleur. Pour renforcer la robustesse des vêtements aux endroits soumis aux plus fortes sollicitations comme l'entrejambe, une technique de triple piqûre est utilisée.

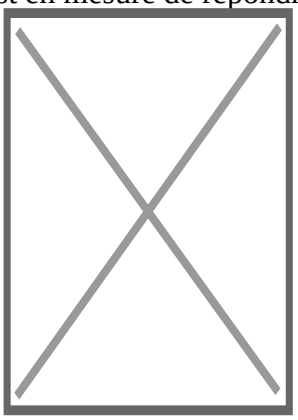
Outre les modèles standard inscrits au catalogue, l'industriel est en mesure de répondre à la demande concernant des fabrications spéciales et les vêtements d'entreprise.

Développée pour répondre à des attentes différentes, l'offre de F. Engel est structurée autour de deux marques, sa marque historique FE Engel et WorkZone, une marque issue du rachat d'un spécialiste danois en 1996. Toutes deux qualitatives, ces marques se distinguent essentiellement par leur niveau de fonctionnalité et par leur design.

FE Engel, la réponse à tous les besoins

Outre une collection à coutures contrastées et une gamme hiver comprenant blousons et pantalons, l'offre de la marque FE Engel est articulée autour de quatre collections principales. Parmi elles, la gamme Enterprise composée de différents vêtements (blousons, pantalons, cottes à bretelles, combinaisons, gilets et shorts)

bicolores en polycoton 300 grammes, située au cœur du marché, enregistre le niveau de ventes le plus élevé. Comme son nom le sous-entend, la gamme Standard, résultat de l'évolution de la collection historique du fabricant, propose des vêtements de travail classiques unicolores (selon les modèles, trois à huit coloris sont disponibles). Fabriquée dans un polycoton 250 grammes, la gamme Light est quant à elle particulièrement adaptée aux climats assez doux ou au travail en intérieur (deux pantalons, un blouson, une cotte et un short la composent). Enfin, Safety est une gamme haute visibilité (norme EN 471) constituée de tous types de vêtements, unicolores (rouge, jaune et orange) ou bicolores, dont certains sont ininflammables. Cette collection qui s'est récemment sensiblement élargie réunit environ un quart des références de la marque. Répondant à l'ensemble des besoins en matière de vêtements de travail, la gamme FE Engel comprend également des vêtements multi-normes protégeant leurs utilisateurs de différents types de risques et une offre en vêtements Image pour les entreprises. Outre les diverses collections inscrites à son catalogue, le fabricant est en mesure de répondre à la demande en matière de vêtements spéciaux.



WorkZone une marque Premium

La grande fonctionnalité des vêtements et un design moderne inspiré du Streetwear caractérisent la marque WorkZone dont les modèles, majoritairement destinés aux artisans du bâtiment, répondent parfaitement à l'attente de plus en plus répandue en vêtements de travail confortables et robustes spécifiquement adaptés aux différents métiers que l'on a également plaisir à porter hors des heures de travail. Outre la coupe même des vêtements, le confort des modèles WorkZone passe par le recours à des tissus techniques (par exemple, des membranes isolant des intempéries mais laissant s'évacuer la transpiration) et par de nombreux détails comme un léger grattage de l'intérieur des vêtements qui les rend plus doux à porter, des poignets et une ampleur réglables, un dos rallongé, des poches repose-main, etc. Côté robustesse, on peut évoquer la triple piqûre en certains endroits des vêtements, des renforts en Cordura pour augmenter la résistance à l'abrasion, des fermetures éclair YKK protégées… La fonctionnalité des produits se traduit quant à elle par l'existence de poches multiples à différents systèmes de fermeture conçues pour y glisser en toute sécurité outils, consommables et accessoires, des anneaux en D pour suspendre son badge, des passants porte-outils auto-agrippants, des jambes de pantalons convertibles avec fermeture à glissière, des brides pour laisser passer le fil du portable … et l'on pourrait multiplier les exemples dans ce domaine. L'offre de la marque est principalement organisée autour d'une gamme de vêtements tricolores dominée par les blousons et les pantalons à diverses dominantes (bleu, kaki, noir, gris, vert, blanc), d'une gamme Casual complète de vêtements unis, dont des vêtements d'hiver et des modèles femmes et d'une gamme haute visibilité, NeonZone. L'offre de WorkZone vient tout juste de s'élargir de la collection TechZone faite d'une matière totalement innovante sur le marché du vêtement de travail. A travers cette nouvelle gamme présentée dans un encadré spécifique de cet article, WorkZone confirme son positionnement de marque Premium et démontre sa puissance d'innovation.

Un marketing proche du terrain

Pour développer un marketing adapté à ses différents marchés extérieurs, F. Engel dispose d'une cellule dédiée dirigée par Marit Petersen qui, en ce qui concerne notamment le marché français, travaille en étroite

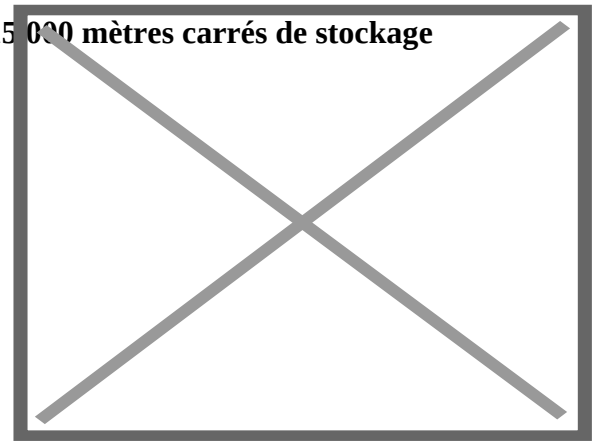
collaboration avec le responsable des ventes Export, Dick Casteleijn. Outre l'élaboration de divers catalogues, dépliants et autres supports de présentation des gammes existant dans diverses langues, dont le français, cette équipe met sur pied chaque année sept ou huit actions promotionnelles portant sur des vêtements de saison. Bénéficiant d'un tarif d'achat particulièrement attractif sur les produits concernés, chaque distributeur est libre de proposer à sa clientèle ses produits au prix correspondant le mieux à sa stratégie. Pour favoriser la promotion de ses marques Workwear auprès des utilisateurs finaux, l'entreprise danoise fait preuve d'un grand pragmatisme et joue la carte d'un partenariat fort avec ses distributeurs. Ainsi, parallèlement à tous les outils qu'elle conçoit à l'intention des distributeurs – la gamme est complète et va de tous types de documentation aux présentoirs et linéaires de vente en passant par divers outils d'aide à la vente (posters, fanions et autres banderoles pour l'animation du magasin, gadgets destinés aux utilisateurs…), l'équipe marketing de F. Engel est en mesure d'apporter à ses distributeurs une assistance personnalisée pour la mise au point de tous types d'actions : promotions spéciales, mailings, événements dans le cadre de journées techniques ou d'un salon d'enseigne tels un défilé de mode Workwear, etc.

Progression sensible sur le marché français

Les marques FE Engel et WorkZone sont implantées sur le marché français du vêtement de travail depuis 2004 et représentées dans notre pays par Bernard Burkhart, responsable des ventes, dont l'activité est supervisée par Dick Casteleijn. L'équipe de commerciaux dédiée à la commercialisation des gammes Workwear auprès des distributeurs, FI, quincailliers et préventistes, est passée au cours des trois dernières années de une à trois personnes. Le renforcement de cette équipe présente sur l'ensemble du territoire a mené à une augmentation sensible des ventes de vêtements FE Engel et WorkZone et le directeur des ventes export évoque une progression à deux chiffres enregistrée chaque année depuis 2009. « *La notoriété de F. Engel progresse régulièrement sur le marché français des EPI* » commente-t-il « *particulièrement dans les secteurs du tertiaire et du bâtiment où nos marques bénéficient d'une réputation de qualité élevée* ». Le lancement actuel de TechZone dont le catalogue dédié est en cours de diffusion ne peut que renforcer l'image du fabricant danois sur un marché où, comme le souligne Dick Casteleijn, la demande en produits haut de gamme est en régulière augmentation.

Dominique Totin

15 000 mètres carrés de stockage



Régulièrement approvisionnée par les camions en provenance des deux usines lituaniennes du groupe ainsi que par les expéditions d'usines partenaires en Asie, la plate-forme logistique centrale de F. Engel stocke l'ensemble des références de sa gamme Workwear. Déployée sur deux niveaux couvrant 15 000 m², le niveau supérieur (comprenant lui-même deux étages)

étant dédié au stockage des vêtements à l’unité et le niveau inférieur à celui des produits conditionnés en cartons, cette plate-forme emploie une quinzaine de collaborateurs qui préparent et emballent les commandes. Tandis que des chariots élévateurs permettent la manutention des cartons stockés au sous-sol pour les commandes importantes, la préparation des commandes n’excédant pas une trentaine de pièces est largement automatisée. Chaque bon de commande donne lieu à l’édition d’une sorte de feuille de route informatisée, un logiciel spécifique permettant l’arrêt automatique de chariots circulant le long de rails en hauteur devant les travées (plus de cent travées existent sur chacun des deux étages) où sont stockées les références commandées. Les préparateurs scannent alors le(s) produit(s) commandé(s) avant de le(s) positionner dans le chariot qui poursuit sa route jusqu’au service emballage, où un contrôle final de la commande est réalisé. Le cas échéant, les deux parties d’une même commande (vêtements à l’unité et vêtements en cartons) seront réunies au sous-sol de la plate-forme. Une fois emballées, les commandes rejoignent le secteur expéditions de la plate-forme équipée de dix quais.