

# G-Heat

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

## La marque française monte en température

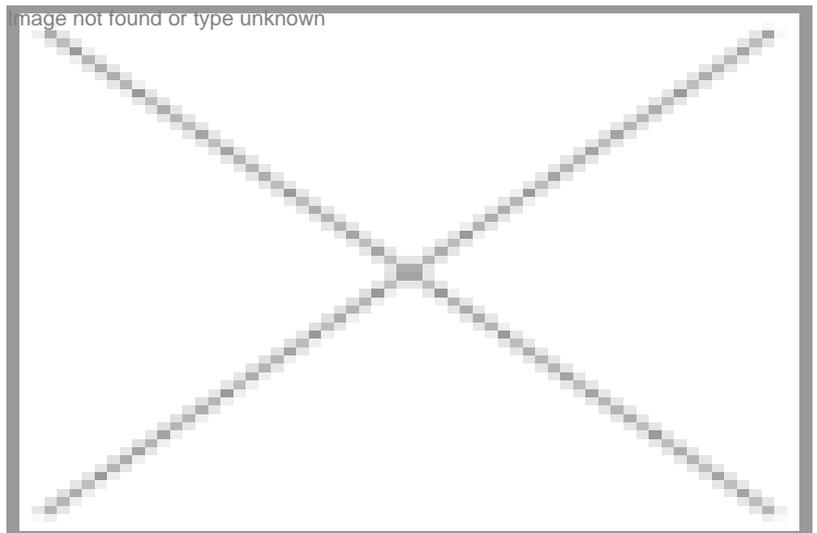
Pour G-Heat, le leader en France des vêtements chauffants et rafraîchissants, il n'y a pas de mauvais temps, il n'y a que de mauvais équipements. Ce message commence à être bien compris dans l'univers du workwear, où la marque poursuit son développement. Elle s'apprête notamment à lancer une gamme haute-visibilité thermique.

La start-up lancée en 2017 a atteint l'âge de raison avec des ambitions bien définies qui la projettent clairement vers l'avenir. Devenue une entreprise de quinze personnes, une équipe qui ne cesse de s'étoffer, G-Heat s'inscrit aujourd'hui comme un acteur qui compte dans l'univers des vêtements chauffants et rafraîchissants en France et entend bien dupliquer son succès sur l'Europe. « Les équipes se sont structurées pour se professionnaliser » explique Ziad Adrovic, directeur commercial de G-Heat.

Positionnée sur trois univers, le sport, la santé ainsi que le workwear, qu'elle adresse depuis deux ans à travers les réseaux de distribution pour les professionnels, la marque ne s'est jamais départie de son état d'esprit d'origine, centré sur les besoins bien réels des utilisateurs finaux. L'entreprise est d'ailleurs née d'un constat très pragmatique. A l'époque, les co-fondateurs, deux amis, Guillaume Salin et Edouard Castaignet, observent l'absence d'une offre abordable de vêtements chauffants techniques de qualité, entre les produits proposés à petits prix, mais souvent peu efficaces, et le très haut de gamme, très onéreux.

### Crédibilité

S'appuyant dès le départ sur un bureau d'études intégré et un SAV performant (qui gère aussi les problématiques de taille), G-Heat a trouvé rapidement sa légitimité sur le marché. Son équipe a su aussi asseoir la crédibilité de la marque, à travers des partenariats, comme avec les fédérations sportives. Elle a ainsi co-développé un gant chauffant très souple avec la fédération française de Handisport, apprécié notamment par les athlètes de biathlon lors de la phase de tir. Elle s'appuie également sur des ambassadeurs de sa marque, des sportifs de haut niveau par exemple, pour tester ses produits.



Née au départ dans le secteur du loisir et des sports extérieurs (randonnée, ski, chasse...), des univers historiquement visités par les acteurs proposant des solutions chauffantes, la société a rapidement compris que les problématiques liées au froid touchaient des personnes bien au-delà

de ces univers, dans leur quotidien ou au travail. Après le loisir et le sport, le secteur de la santé est ciblé, ses équipements permettant d'améliorer la situation de ceux qui souffrent du syndrome de Raynaud (trouble de la circulation sanguine au niveau des petits vaisseaux des extrémités du corps). Un partenariat est là encore mis en place avec les CHU de Lille et de Reims, pour tester l'apport dans ce cas de figure des solutions thermiques de la marque et développer de nouveaux produits.

En 2023, elle investit très logiquement le secteur BtoB et du workwear. Un premier gant chauffant normé EN388 est alors lancé. « Le fait de s'ouvrir à de nouveaux marchés améliore notre compréhension des besoins. L'écoute des remarques des utilisateurs du monde professionnel, du sport, de la santé est au coeur de notre démarche » se félicite Virginie Mauran, directrice marketing et e-commerce de G-Heat. « Cette approche utilisateur final, liée à nos origines dans le digital, est vraiment l'une de nos forces. »

Des problématiques bien réelles au travail

Issue du vêtement chauffant, G-Heat s'est depuis diversifiée en intégrant des solutions rafraîchissantes, un concept encore moins connu sur le marché que le précédent, qui a contribué à faire de la marque un spécialiste des solutions thermiques. Cette démarche lui a permis aussi d'étendre son activité commerciale à l'ensemble de l'année. « G-Heat est l'une des rares marques à proposer à la fois des solutions chauffantes et rafraichissantes » rappelle Virginie Mauran.

Travailleurs du BTP, des...

Veillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

---

[Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.](#)

Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?

Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

[S'abonner à la  
revue](#)