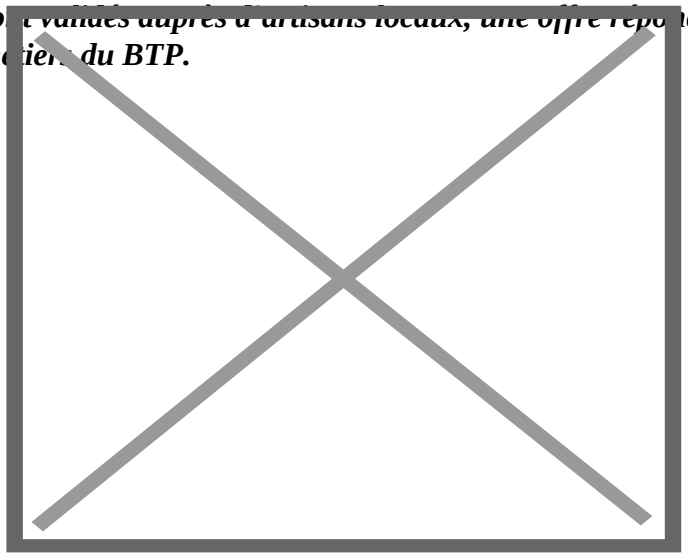
mars 2012

TSD Confection- Bosseur®

Le pantalon de travail prend du galon

Les ambitions Bosseur® sont claires : devenir la marque de vêtements professionnels que les artisans sont fiers de porter. A travers son atelier de confection de Saint-Paul Cap de Joux, l'entreprise tarnaise conçoit des vêtements et plus particulièrement des pantalons, à la fois techniques, résistants et contemporains, qui sont validés auprès d'artisans locaux, une offre répondant précisément aux contraintes des différents métiers du BTP.



L'évocation du Pays de Cocagne résonne, on le sait, dans nos imaginaires comme celle d'un pays de profusion, d'abondance... Nul doute que Gladys Dalet, Gérard Julié et Xavier Dalet, les trois associés-fondateurs de TSD Confection, ont puisé dans leur région l'inspiration et la créativité nécessaires pour lancer une entreprise qui contribue aujourd'hui à donner au vêtement de travail ses lettres de noblesse. Et si, en Midi-Pyrénées, le pays de Cocagne a fait fortune au XVe siècle grâce à la production d'une plante, le pastel, dont était extraite une teinture bleue qui a servi à colorer les vêtements de l'Europe entière, les racines de TSD Confection ne puisent évidemment pas aussi loin dans le temps.

Néanmoins, cette entreprise fondée en 1995, à Saint-Paul Cap de Joux, dans le Tarn, a déjà sa petite histoire, celle qui a permis à certaines grandes marques d'être ce qu'elles sont aujourd'hui. Forte du savoir-faire de ses fondateurs en matière de confection textile et cuir, doublé d'une culture d'entrepreneuriat, l'entreprise tarnaise est effectivement née dans le grenier d'une maison de famille. Mais, pour l'heure, nous arrêterons là la comparaison. C'est en effet plutôt l'humilité et la rigueur qui caractérisent les trois associés, avec la volonté d'avancer étape après étape, sans oublier toutefois cette pointe d'audace qui leur permet depuis quinze ans d'aller toujours de l'avant.

Du bleu de travail au vêtement d'image

A l'origine, TSD Confection a démarré son activité dans la fabrication de bleus de travail en petites séries pour le marché local. Confrontés aux affres de la mondialisation et à la vague de fermetures des entreprises de textile et habillement de la région, ses dirigeants cherchent rapidement à élaborer une stratégie pour ne pas suivre le même chemin que leurs confrères. TSD se spécialise alors dans le vêtement professionnel d'image,

en petites et moyennes séries, destiné aux métiers du BTP et de l'industrie, une niche alors peu exploitée qui va permettre à l'entreprise de se développer.

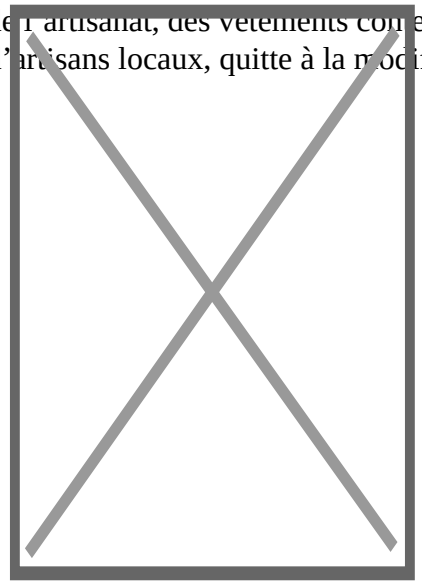
En 1998, un atelier-relais est construit avec le soutien de la collectivité. Il sera agrandi deux ans plus tard, mais sa capacité devient de nouveau rapidement insuffisante. « *Pour conserver nos clients les plus importants et prétendre à des marchés plus étendus, nous avons été conduits à produire une partie de notre offre en Tunisie* » explique Xavier Dalet, directeur de TSD Confection. « *Ce choix nous a permis de conserver une pleine activité sur le Tarn et de maintenir l'emploi de l'ensemble de son personnel ainsi que son savoir-faire* ». Par ailleurs, à cette époque, l'entreprise tarnaise se diversifie en complétant ses propres productions d'articles de négoce, de façon à être capable de répondre aux besoins de tous les collaborateurs d'entreprise et de se positionner comme fournisseur unique.

Une manufacture en France

Ces vêtements techniques séduisent rapidement un nombre grandissant d'artisans, de plus en plus en quête de vêtements conçus spécifiquement pour eux. Cette prise directe sur les besoins des clients finaux guide toujours aujourd'hui TSD Confection dans sa démarche de création. « *Nous avons conçu des collections dédiées aux artisans qui s'appuient sur leurs attentes et qui évoluent avec eux* ». Dans ce contexte, l'intérêt de l'atelier de Saint-Paul Cap de Joux n'est plus à prouver. « *Dans cet atelier, nous fabriquons les petites séries, les fabrications spéciales. Nous concevons, nous essayons, nous mettons au point. On ne peut pas se dire confectionneur, si on n'a pas d'atelier, si on ne maîtrise pas le métier* » souligne Xavier Dalet. « *Le fait de disposer de l'outil nous permet d'être très réactifs. Lors d'une demande de modifications, par exemple, nous pouvons immédiatement en évaluer la faisabilité et le coût* ».

Bosseur®, une marque sans ambiguïté

En 2008, la marque Bosseur® est lancée, après une étude de marché validant que les attentes des artisans du coin sont les mêmes un peu partout en France. Cette étude révèle surtout les nombreuses carences de l'offre existante. « *Un vêtement unique ne peut satisfaire la totalité des métiers et le vêtement classique n'est plus adapté à l'évolution des métiers. Par ailleurs, l'offre existante donne une image peu valorisante de l'artisan qui s'en éloigne peu à peu en utilisant de plus en plus ses vieux vêtements moins bien adaptés* ». Le nom Bosseur® évoque sans ambiguïté la cible à laquelle la marque est destinée : « *ceux qui aiment leur métier et qui le revendiquen*t », ainsi que le résume Xavier Dalet. Son leitmotiv est clair : concevoir des vêtements de qualité résistants et bien coupés, aux caractéristiques techniques innovantes et adaptées aux différents métiers de l'artisanat, des vêtements contemporains et valorisants pour l'utilisateur. Chaque création est testée auprès d'artisans locaux, quitte à la modifier le cas échéant.



Du Tarn à l'hexagone

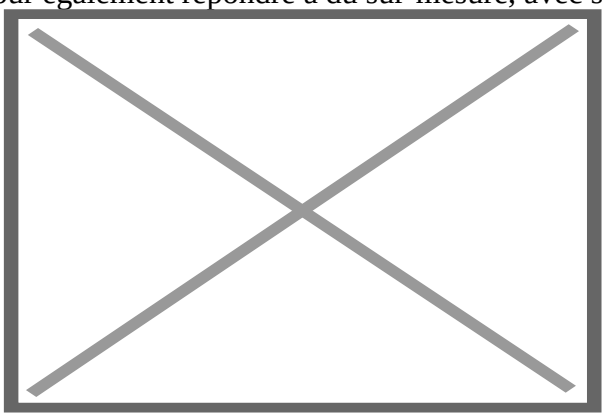
Pour l'entreprise, cette nouvelle aventure marque toutefois un tournant dans son approche. Jusqu'alors, elle ne travaillait que sur commande. Avec Bosseur®, l'heure est venue d'aller de l'avant, en créant des collections, vendues non plus directement aux entreprises mais à des distributeurs.

La marque démarre en s'appuyant d'abord sur les revendeurs locaux avant d'aborder le territoire national. En 2010, elle met en place un réseau de huit agents commerciaux qui rejoignent donc le commercial intégré de l'entreprise en charge des ventes sur le sud-ouest. L'entreprise recrute également un chef des ventes, qui connaît bien les réseaux de la fourniture industrielle et du négoce en matériaux, Pascal Demeuré.

Aujourd'hui, la marque qui représente l'essentiel du chiffre d'affaires de TSD Confection est présente dans 400 points de vente et compte neuf référencements nationaux. En deux ans, son chiffre d'affaires passe de 1,3 à 2 millions d'euros en 2011, soit une croissance de près de 54%. « *Entre les Scandinaves et les importateurs, il y a de la place pour notre marque* ».

Si son positionnement prix est plus élevé que les standards du marché du vêtement de travail, ce différentiel se justifie rapidement aux yeux des utilisateurs. D'ailleurs, dans le point de vente, la marque cherche à donner une bonne visibilité à ses produits, leur qualité étant rapidement perceptible. Des mannequins sont ainsi proposés aux distributeurs, de même que des présentoirs-linéaires qualitatifs en un, deux ou trois mètres, dotés de panneaux bois rainurés permettant une présentation faciale des produits. « *Un rangement horizontal ne favorise pas une bonne perception des vêtements* ».

Côté logistique, les produits sont expédiés chez le distributeur depuis l'entrepôt de Saint-Paul Cap de Joux en J+1 (plus le délai transporteur), sans minimum de commande et avec un franco de trois cents euros, soit dix pantalons. Au-delà de l'offre en catalogue et des tailles standard, la marque peut s'appuyer sur son atelier pour également répondre à du sur-mesure, avec surcoût bien entendu.



Le pantalon, cœur du savoir-faire

Plus que jamais, pour se différencier sur le marché et apporter du nouveau, Bosseur® mise sur l'innovation, avec des produits techniques conçus par Xavier Dalet, en collaboration avec un styliste extérieur, et bien entendu le client final au coeur de la réflexion. « *Notre porte d'entrée sur le marché, c'est plus la technique que le marketing* ».

Les pantalons, qui constituent le cœur du savoir-faire de Bosseur®, sont ainsi pensés pour chaque type d'activité de façon à procurer à l'utilisateur un confort et des fonctionnalités optimisées pour son métier. « *Le pantalon est le vêtement de travail qui exige le plus de technicité* ». En effet, une personne qui travaille au sol ne fait pas les mêmes mouvements que celle qui travaille en hauteur. « *Flexion, torsion, tous ces mouvements sont intégrés dans la conception de nos pantalons* » explique Xavier Dalet sans oublier les points sensibles des métiers manuels : le bas du dos et les genoux. « *Pour la protection des lombaires, ce sont nos anciens qui nous ont soufflé la solution avec le Largeot du compagnon charpentier qui remontait très haut dans le dos. Nous nous sommes permis de modifier quelque peu ce légendaire pantalon en ajoutant une ceinture*

enveloppante élastique qui favorise la position penchée en avant. Nous avons également conçu nos tee-shirts manches longues plus longs que des articles classiques pour qu'ils ne sortent jamais du pantalon ».

Et pour la protection des genoux, Bosseur® est la seule marque à commercialiser l'ensemble de ses pantalons, y compris un pantacourt, avec une genouillère intégrée. Elle a mis au point l'absorbeur de chocs 3D, une matière exclusive qui agit comme une mousse qui amortit le poids du corps en position à genoux. Un brevet est en cours. Dans le point de vente, pour démontrer l'intérêt de ses genouillères intégrées, Bosseur® propose un système de grille sur laquelle l'artisan peut lui même tester la pertinence du produit.

Quatre coupes différentes

Avec quatre coupes différentes, les pantalons Bosseur® répondent à la problématique de la plupart des métiers du bâtiment et de la manutention. Le pantalon Harpoon est ainsi positionné Multitravaux. Répondant aux exigences de la norme EN340, il est proposé en six couleurs et trois longueurs d'entrejambes. Il est également décliné dans une version féminine, développée en collaboration avec Sklaerenn, maître verrier et finaliste d'un concours du Meilleur Ouvrier de France en 2010. Par ailleurs, le nouveau modèle Harpoon Max permet de répondre aux usages encore plus intensifs, en étant doté de logements pour mousses additionnelles et d'une toute nouvelle matière anti-abrasion, l'AbraStop®, pour éviter l'usure prématurée aux genoux.

Cyrrus, le pantalon de maçon dispose, lui, d'empiècements en Cordura®/coton sur les cuisses, zone fortement sollicitée par ces professionnels. De son côté Volti III, le nouveau pantalon de charpentier inspiré donc du Largeot, adopte une coupe demi-ballon très large au niveau des cuisses pour faciliter l'aisance des mouvements mais un bas rétréci pour éviter les accrochages. Quant au modèle Xtrem, il a été conçu pour les travaux acrobatiques, avec une coupe ample et un bas rétréci, des poches amovibles et pivotantes, et des zones fesses et genoux renforcées d'un empiècement Cordura®/coton pour limiter l'usure liée à la corde, de plus en plus utilisée sur les chantiers.

Proposer le meilleur pantalon du marché

Le but de la marque est donc de proposer des pantalons techniques, bien coupés, répondant aux attentes précises des métiers concernés, mais sans excès. « *Notre volonté est de proposer des vêtements très performants mais sans que cela se voit* ». Pas question donc de multiplier les poches à l'envie. Il s'agit de permettre au professionnel de pouvoir ranger ses outils au bon endroit, sans qu'ils le gênent : un accroche mètre à ruban, la poche téléphone placée bien sur le côté et suffisamment étroite pour éviter à l'appareil de glisser... Et comme l'artisan ne dispose pas toujours de doigts de fée pour extirper son portable de sa poche, il lui suffit d'actionner une petite tirette de tissu pour le récupérer.
« *Ce qui nous intéresse, c'est d'avoir le meilleur pantalon du marché. Contrairement à l'univers sportif par exemple, il n'y a pas de marques référentes dans le vêtement de travail. Nous voulons que Bosseur® soit la marque que les travailleurs sont fiers de porter* ».

Agnès Richard