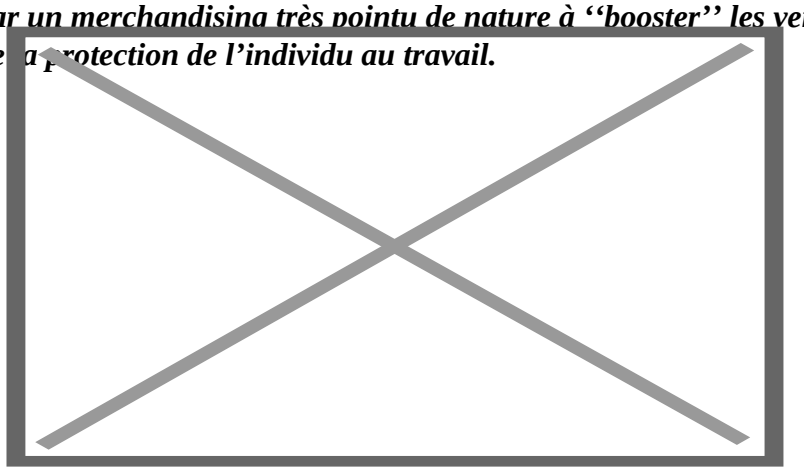
septembre 2014

VLI / Herock

Un concept global

Lancée sur le marché belge du vêtement de travail il y a cinq ans, Herock est aujourd'hui une marque d'EPI d'envergure européenne qui se caractérise notamment par le développement d'une offre large et par un merchandising très pointu de nature à ''booster'' les ventes des revendeurs présents sur le marché de la protection de l'individu au travail.



Créée en 1976 par Philippe Van Laere, la société belge Van Laere International est spécialisée à ses débuts dans les vêtements de sports et loisirs qu'elle conçoit et distribue sous la marque Parks, laquelle connaitra un développement régulier dès son apparition sur les différents marchés où elle est implantée, notamment au Benelux et en France. « Au bout de quelques années, nous nous sommes aperçus que le caractère fonctionnel des vêtements Parks ainsi que leur look mode en faisaient des vêtements très souvent portés au travail » explique Laurent Van Laere, responsable commercial de VLI en Europe « C'est pourquoi nous avons décidé de nous tourner également vers l'univers du vêtement de travail ». Suite à une étude de marché très poussée conduite par l'entreprise, la marque de vêtements de travail Herock est lancée en 2009 sur le marché belge. Cinq ans après, elle génère des ventes annuelles de l'ordre d'un million de pièces vendues dans une quinzaine de pays européens. Elle est commercialisée par sa force commerciale propre en Europe du Nord (Allemagne, Pays-bas, Angleterre et pays scandinaves) ainsi qu'en France où Laurent Moncolin est chargé des référencements en centrales et deux attachés commerciaux se partagent le territoire. Herock est distribuée via des importateurs distributeurs dans les autres pays.

Look, technicité et prix

Fabriquée dans des usines partenaires de VLI depuis de nombreuses années, en Asie (essentiellement en Chine), mais également en Europe, l'offre en vêtements de travail Herock est segmentée en trois collections : Essentials, représentant l'entrée de gamme pour la marque, plus tournée vers les métiers de service ou de la logistique, Additionals, essentiellement dédiée aux artisans travaillant plutôt en intérieur et Experts, destinée aux professionnels de métiers différents ayant un niveau d'exigences élevé en matière de protection. Comme l'expliquent les responsables commerciaux de la marque, « La force de la gamme de vêtements Herock réside essentiellement dans le triptyque look, technicité et bon rapport qualité/prix ». Directement inspirée de l'univers du sport et des loisirs, spécialité historique de VLI, cette gamme composée de vêtements ergonomiques offrant aux utilisateurs une protection efficace contre les aléas climatiques, témoigne de qualités élevées relevant aussi bien de la technique (traitement déperlant de certains vêtements, utilisation de

tissus techniques, coutures étanchées…) que du design des produits. Déclinés dans différents coloris de base, classiques et plus mode, les vêtements de travail Herock, dont des modèles haute visibilité et/ou conçus spécifiquement pour la morphologie féminine, sont élaborés avec le partenariat de marques réputées sur le marché mondial du vêtement comme YKK® pour les fermetures à zip ou Cordura® pour les renforts haute résistance.

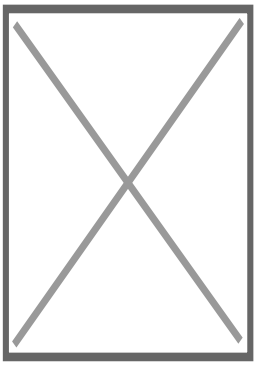
Shop in shop

Avec sa marque Herock, le Belge VLI propose aux revendeurs du marché français servant les professionnels du bâtiment et de l'industrie une offre étendue en EPI qui ne se limite pas au seul workwear et répond à des attentes diverses en matière de positionnement sur la gamme et de prix. Ayant pour vocation de protéger « de la tête aux pieds », la marque Herock dont l'offre grandit avec le temps est ainsi apposée, outre à des vêtements de travail, à des chaussures de sécurité (près de 200 modèles différents de vêtements et de chaussures de sécurité figurent au catalogue général de la marque), à de nombreux accessoires (chaussettes, gants, bonnets, ceintures…) ainsi qu'à des produits pour la protection de l'ouïe ou celle des voies respiratoire. Pour la mise en valeur de ses différentes sous-familles, la marque a développé un concept de Shop in Shop déclinable sur des surfaces différentes qui donne d'excellents résultats dans les points de vente où ce concept de vente globale a été implanté.

Merchandising et communication promotionnelle

Deux collaborateurs de la marque sont spécialement dédiés à l'animation du rayon EPI des revendeurs Herock en France, qu'il s'agisse d'un simple linéaire, d'un corner ou d'un concept shop in shop complet. Ces professionnels du merchandising, qui peuvent se charger du réapprovisionnement des produits, participent à mettre en avant les actions promotionnelles lancées au rythme des saisons, généralement des packs comprenant un vêtement et un accessoires, ainsi que les actions et animations personnalisées que le service marketing de VLI conçoit à la demande des revendeurs de la marque. Cette dynamique commerciale et promotionnelle est aussi un atout pour Herock qui livre ses clients français en 48 heures à partir de la plate-forme logistique belge de VLI. La présence de Herock au salon parisien Expoprotection 2014 donnera l'occasion à de nombreux distributeurs français en novembre prochain de découvrir l'étendue de l'offre de la marque belge qui s'est fixé l'objectif ambitieux de figurer à moyen terme parmi le trio de tête des spécialistes du vêtement de travail en Europe. En s'arrêtant sur le stand Herock, ils auront en plus la possibilité de participer à un concours qui leur permettra peut-être de goûter aux joies du sport automobile en conduisant une supercar sur un circuit français.

DT



Une image forte

"Look good, Feel good, Work better". La marque Herock affiche en toutes lettres sur certains de ses t-shirts sa devise qui pourrait se traduire par "Ayez du style, sentez-vous bien et travaillez mieux.'' Evocatrice à travers sa dénomination même mêlant hero, work et rock, des valeurs souvent reliées à l'Amérique, la

marque véhicule une image forte qui fait aussi référence au dépassement de soi propre à l’univers du sport dans lequel Herock mène d’ailleurs de nombreuses opérations de sponsoring.