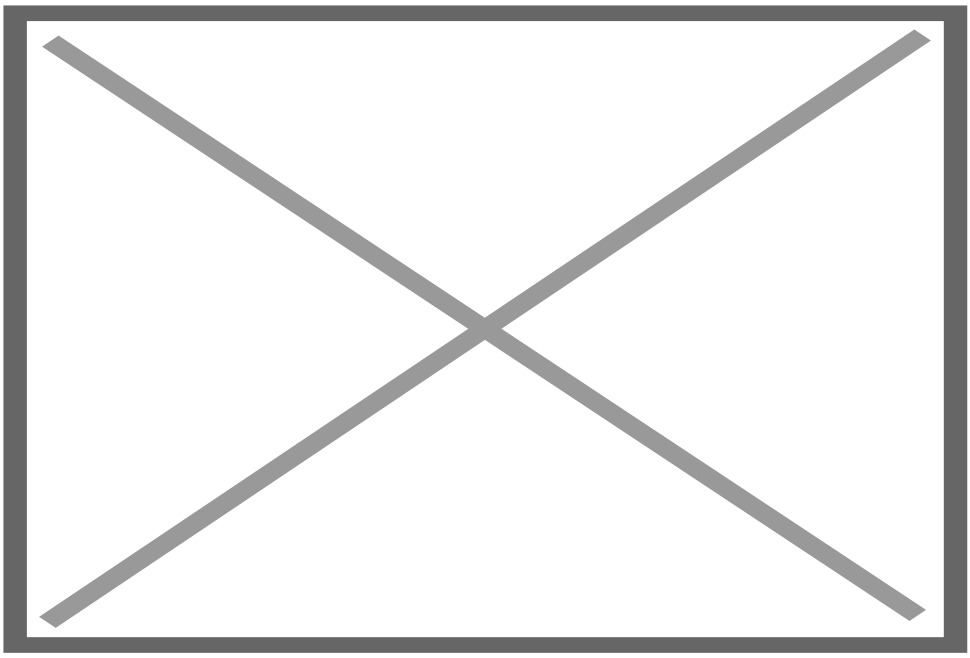
septembre 2021

Vêtements et chaussures : Les modèles pour femmes

Une offre de plus en plus étoffée

Face à la féminisation croissante des métiers et à la volonté de plus en plus marquée des entreprises de vêtir et de chausser l'ensemble de leurs équipes avec des produits adaptés à la totalité de leurs effectifs, l'offre en chaussures et vêtements pour femmes prend une importance grandissante sur le marché français du workwear et de la protection. Souvent intégrées à des gammes mixtes obéissant à une logique de fabrication industrielle et répondant à des exigences de rationalisation des achats, les solutions proposées aux femmes n'en sont pas moins des produits spécialement conçus pour elles et, pour ce qui est du workwear, tous dessinés pour être adaptés à leur morphologie.

Les modèles destinés aux femmes reflètent également la préoccupation des marques de satisfaire des attentes en matière de confort et de look sans doute encore plus élevées que chez les hommes et, en tout cas, plus facilement exprimées par les professionnelles que par leurs homologues masculins.



Rapporté au potentiel du marché des vêtements et des chaussures de travail et de sécurité pour femmes, le volume actuel des ventes réalisé sur ce marché semble encore assez faible si l'on s'en réfère aux propos de la plupart des marques de vêtements concernés.

La proportion du chiffre d'affaires global représentée par la vente des vêtements de travail et de protection imputable aux références pour femmes citée par les fabricants dont nous nous sommes rapprochés pour la réalisation de ce dossier varie sensiblement, de moins de 5% dans certains cas à quelque 30% dans d'autres, en fonction des marques et des catégories de produits. A la lumière de chiffres concernant les effectifs féminins dans les entreprises issus d'une étude INSEE et repris dans un encadré dédié de ce dossier, tous les espoirs sont permis quant à l'accroissement rapide des pourcentages les plus modestes, lequel est d'ailleurs tenu pour certain par l'ensemble de nos interlocuteurs.

Si l'on considère le marché de la chaussure de travail et de sécurité, l'autre famille de produits évoquée dans ce dossier traitant de l'équipement des femmes au travail, les indications sur la proportion du chiffre d'affaires due à la vente de modèles destinés aux femmes sont assez proches de celles citées pour les vêtements.

Au début était la blouse

Au travail comme dans les autres circonstances, les vêtements portés par les hommes et par les femmes arborent de plus en plus souvent un look commun inspiré du streetwear et du sportswear, les limites entre les deux styles étant elles-mêmes de plus en plus floues. Quant aux chaussures, le style running presqu'universellement porté aux quatre coins de la planète, s'il n'est pas devenu le chaussant unique, ne relève en tout cas pas de la catégorie des produits ‘‘genrés’’ !

Apparue dans les premières fabriques, dans les fermes et autre lieux où œuvraient autrefois les femmes hors de la maison, la blouse peut être considérée comme le premier vêtement de travail féminin de l'époque moderne. Bien qu'elle soit toujours portée dans certains secteurs traditionnellement employeurs de main d'œuvre féminine comme le nettoyage des locaux et les soins à la personne, l'ensemble pantalon de travail et t-shirt s'y est substitué dans de très nombreux secteurs d'activité dont l'industrie, la construction, l'artisanat ou encore la logistique.

Evoquant l'origine de la gamme de vêtements de travail Femme Carhartt et le développement sensible de ses ventes, notamment dans le secteur du bâtiment, Nicolas Nasser, fondateur et dirigeant de l'entreprise bordelaise Seeds qui importe et commercialise la marque américaine en France, évoque « *l'aspect précurseur et moderne en matière de workwear de Carhartt. Au tout début du 20e siècle, le fabricant lançait une combinaison multi-applications à porter à la ferme, à l'usine ou pour les loisirs, bien avant l'arrivée des bleus de travail Femme en denim au début des années 1940. Il y a une trentaine d'années, il institutionnalisait une gamme workwear pour femmes, une proposition faite sur le marché français depuis quatre ans.* » Ainsi Carhartt a-t-il toute légitimité pour figurer parmi les pionniers du vêtement workwear féminin. Il en va de même de Bierbaum Proenen, une entreprise familiale allemande créée en 1788, aujourdhui dirigée par la septième génération de la famille fondatrice.

Domination des gammes mixtes

L'ensemble des fournisseurs s'accorde à affirmer que face à l'évolution des typologies de salariés sur les marchés européens, les appels d'offre lancés auprès des marques concernent désormais, dans l'immense majorité des cas, une gamme unique permettant équiper l'ensemble des salariés d'une entreprise, hommes et femmes. C'est la raison majeure pour laquelle les gammes mixtes dominent sur le marché.

Une gamme dite " mixte " rassemble toujours, comme sa dénomination le sous-entend, des références pour hommes et des références pour femmes. Toutefois cette notion recouvre deux réalités différentes selon la famille de produits considérée. Ainsi un vêtement Femme résulte aujourd'hui dans tous les cas d'une conception 100% adaptée aux femmes et à leur morphologie. Pour décrire sommairement la coupe d'un vêtement pour femme, on peut évoquer concernant les bas une taille assez haute et plus affinée que pour les hommes et, du côté des hauts, une taille bien sûr plus marquée et un bas du vêtement souvent légèrement évasé ainsi qu'une encolure en V plus fréquente.

Concernant le patronage de certains vêtements féminins, et tout particulièrement celui des pantalons, certaines marques cherchent à adapter leurs produits non pas à une seule, mais à plusieurs morphologies féminines à travers des coupes différentes, par exemple établies en fonction de l'écart en cm plus ou moins grand entre tour de taille et tour de hanches comme le fait notamment la marque danoise Mascot qui, à l'instar d'autres comme la marque française Parade, est positionnée à la fois sur les deux familles de produits dont traite ce dossier – l'image de la première s'étant bâtie essentiellement sur le vêtement et celle de la seconde, membre du groupe Bata qui produit annuellement une vingtaine de millions de paires de chaussures –, sur ces derniers produits.

S'agissant des chaussures sur lequelles nous revenons plus loin, les modèles entrant dans les gammes mixtes sont pour leur part presque toujours fabriqués sur des formes similaires se distinguant les unes des autres par leur taille pour répondre à la gamme de pointures souhaitée.

Le pantalon au top

Le vestiaire féminin d'une marque dépend de différents paramètres dont bien sûr son positionnement sur la gamme et le(s) secteur(s) d'activité où elle est le mieux implantée. Il résulte aussi en partie de la recherche de la part du fabricant du meilleur équilibre possible entre le lancement de produits – pour stimuler le marché, y apporter de la nouveauté et répondre au plus grand nombre possible des attentes exprimées sur le terrain par des femmes qui y sont sans cesse plus nombreuses, et notamment à des postes à responsabilité où leur avis sur le sujet est écouté – et la nécessité de tenir un raisonnement économique visant à ne pas multiplier les références, ce qui ne servirait les intérêts ni des fabricants eux-mêmes, ni des distributeurs de leurs produits ni des acheteurs des entreprises.

La segmentation de la gamme workwear femme se fait en pièces de vêtements en textile (et plus rarement en maille) pour le bas et pièces de vêtements (textile et maille) pour le haut.

La première catégorie est très nettement dominée par les pantalons, comme c'est le cas pour l'offre Homme. Selon les propos concordants de plusieurs fabricants, il se vendrait en effet quatre à cinq pantalons de travail pour une veste, blouson ou parka, une proportion ramenée à deux ou trois pantalons pour un haut si l'on considère également les autres catégories de hauts, t-shirts et polos principalement.

Vêtement emblématique du workwear traduisant toute la fonctionnalité de cette famille de produits tandis que le haut, que l'on remarque en premier, est plus porteur d'image, le pantalon sous ses nombreuses versions (il existe même des pantalons de travail de grossesse) voisine avec d'autres vêtements pour le bas, shorts et cottes à bretelles ainsi que d'autres catégories de produits typiquement féminins comme des cottes et salopettes-shorts, des pantacourts (surtout destinés au secteur des soins et de la santé) ou encore des leggings. Pour satisfaire le goût de certaines utilisatrices, la jupe de travail est elle aussi disponible sur le marché, même si c'est en nombre de référence très réduit (la marque suédoise Blaklader qui s'est fait connaître en France notamment à travers son kilt en ajoutera une à son catalogue dès l'année prochaine).

En matière de hauts, les vêtements en textile ou en maille sont disponibles avec des coupes féminines, du sous-vêtement thermique à la parka, qu'ils relèvent de la première, de la seconde ou de la troisième couche, avec sans doute une domination des t-shirts qui, assortis aux pantalons, permettent la composition d'ensembles de travail très couramment portés par les personnes des deux genres travaillant dans divers secteurs. Comme c'est le cas pour les bas, certains types de vêtements n'existent pas en versions Homme et l'on pense par exemple à un t-shirt avec brassière intégrée qui offre à l'utilisatrice un grand confort et toute liberté de mouvement tout en lui garantissant une tenue adaptée au cadre du travail (vu chez Parade).

Du côté des couleurs, l'importance du choix varie selon que les vêtements sont intégrés ou pas à une gamme mixte (dans la première hypothèse, ils sont alors généralement proposés dans les coloris similaires à ceux des références Homme, et le plus souvent en une, deux ou trois couleurs semble-t-il). La déclinaison en de nombreux coloris d'un même vêtement constitue un élément différenciant sur le marché, mais sans doute moins que la fourchette des tailles dans lequel il est disponible, comme l'indiquent les propos suivants tenus par Franck Brunel, directeur commercial de Mascot France : « *L'offre workwear de Mascot prouve la volonté de la marque d'équiper 100% de la clientèle finale. Aux femmes comme aux hommes, nous proposons un vestiaire complet composé de vêtements disponibles dans toutes les tailles, pour ne susciter aucune insatisfaction sur ce point majeur, ni auprès des acheteurs, ni auprès des utilisateurs des deux genres. Pour prendre l'exemple des pantalons, ils sont disponibles chez*
Mascot dans les tailles 34 à 66 et dans plusieurs longueurs de jambes, un élément de différenciation important pour la marque ».

Protection du pied à partir du 35

Les fabricants de chaussures de travail et de sécurité, comme ceux des vêtements de travail, ont adopté face à la mixité croissante des métiers une démarche de rationalisation de leur fabrication et de leurs achats à travers le développement de gammes mixtes (dont on a vu plus haut la différence majeure qu'elles présentent avec

les gammes mixtes vêtements). « *Le segment des chaussures mixtes est le plus porteur* » affirme Jérémie Bernard, le responsable marketing de l'entreprise Bossi qui fabrique la majorité de ses modèles dans ses ateliers périgourdins depuis 1979 et qui proposa très vite des chaussures de travail pour les femmes. « *Dans l'immense majorité des cas, ces chaussures mixtes sont des modèles de type baskets de sécurité (sneakers). Face à cette tendance très forte, la marque S.24 projette d'ailleurs de transformer de plus en plus systématiquement les modèles de chaussures portés au quotidien en chaussures de sécurité* ».

Le choix de produits adaptés aux femmes parmi ces gammes est largement dépendant de la fourchette de pointures dans laquelle ils sont proposés. Débutant le plus souvent à la pointure 35 ou du 36, les gammes mixtes peuvent dans certains cas commencer à partir du 38, voire du 39, des pointures qui, jusqu'au 42 environ, répondent aux besoins des femmes comme des hommes. Un fabricant relève une tendance actuelle du marché de la chaussure de sécurité portant sur un chaussant plus étroit, de nature à dynamiser encore le développement des chaussures mixtes.

Dominée par les chaussures normés S1P et S3, l'offre du marché en chaussures de sécurité pour femmes s'allonge de modèles spécifiquement dessinés pour...

Veuillez 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