

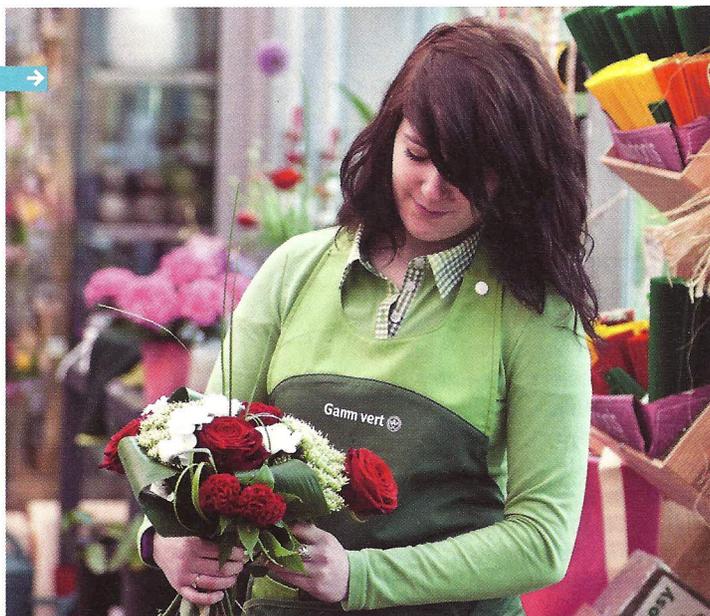
TENUES DE TRAVAIL

GAMM VERT S'APPUIE SUR VETANOVA POUR OPTIMISER SON DOSSIER VÊTEMENTS PROFESSIONNELS

Gamm vert, n°1 de la jardinerie en France avec plus de 1.000 magasins et plus de 6.000 collaborateurs a fait appel à un conseil, le cabinet Vetanova, pour y voir clair dans ses vêtements professionnels. L'initiative se traduit par plus de confort et de succès.

C'est dans ce contexte que l'enseigne a souhaité revoir sa collection de vêtements il y a quelques mois. Comme dans la plupart des grandes chaînes de magasins, le chef de produit a peu de temps à consacrer à ce sujet et n'a pas souvent les connaissances textiles nécessaires pour maîtriser les particularités du vêtement professionnel : résistance des matières, type de confection, qualité des marquages, performance de la supply chain, etc. Gamm vert a donc fait appel à Vetanova, cabinet spécialisé dans l'accompagnement des entreprises sur le sujet du vêtement professionnel sous toutes ses formes. « Vetanova nous a rapidement permis d'y voir clair dans les propositions des confectionneurs de vêtements. L'analyse rapide et factuelle, remise sous forme de rapport écrit, nous a apporté des éléments techniques que nous n'aurions pas imaginés. Le confort des vêtements a été amélioré en mettant des coutures flat lock sur la maille par exemple et le succès de la collection auprès des collaborateurs et des adhérents est renforcé », précise Frédéric Guyoy, Directeur Marketing & Achats de l'enseigne. Le cabinet a procédé à l'analyse des offres dans le moindre détail comme les matières et coupes proposées par rapport au besoin terrain. Ainsi il a été recommandé un chemisier moins cintré pour plus d'aisance et pour éviter un rejet du personnel qui ne souhaite pas se sentir « moulé » devant les clients. Le respect de la réglementation, les délais de livraison proposés, l'adéquation tarif/volumes, les engagements contractuels sont des points qui n'ont pas été négligés. En deux jours de mission, l'analyse était remise à l'enseigne qui pouvait ainsi piloter son appel d'offres de façon sereine et efficace. « Le cabinet de conseils nous a permis de gagner un mois et demi sur le premier planning des confectionneurs, et surtout d'analyser les offres d'un point de vue économique et d'acheter au prix le plus juste. Ce qui est important sur un budget annuel, tant pour la centrale que pour les magasins » ajoute Frédéric Guyot. « Le vêtement professionnel est un poste budgétaire non négligeable, souvent supérieur à 200 K€ annuels mais également un vecteur d'image et de cohésion sociale. Souvent, les entreprises manquent de temps et de compétences textiles pour le gérer au mieux », conclut Stéphane Coulon, dirigeant de Vetanova.

Vetanova a recommandé un chemisier moins cintré pour plus d'aisance et afin d'éviter un rejet du personnel de Gamm vert qui ne voudrait pas se sentir « moulé » devant les clients.



LEVEE DE FONDS

LE GROUPE RLD RENFORCE SES FONDS PROPRES

Le Groupe RLD a réussi à renégocier sa dette et s'appuie désormais sur le fonds de redéploiement Vermeer Capital qui reprend les 80 % détenus par la société d'origine canadienne de capital-investissement Sagard depuis 2006. Ce nouvel actionnaire majoritaire, qui investit en fonds propres dans des entreprises rentables disposant d'un fort potentiel de développement, apportera au Groupe RLD des moyens financiers significatifs. Ses fonds propres seront très fortement augmentés, lui permettant ainsi de poursuivre sa croissance et son plan d'investissement ambitieux. Régis Rivière, qui vient d'être nommé Président du Directoire du Groupe RLD après avoir participé à la mise en place de sa stratégie de développement en tant que Directeur général de 2011 à 2013, se félicite de cet accord majeur : « Vermeer Capital va nous permettre de renforcer nos moyens dédiés à la satisfaction de nos clients, ainsi qu'au suivi de la qualité de notre service. » Avec plus de 2 000 collaborateurs, le Groupe RLD assure chaque semaine sur 27 sites de production, la collecte et l'entretien de plus de 600 000 vêtements et de 1 700 tonnes de linge pour le compte de ses 22 000 clients.

