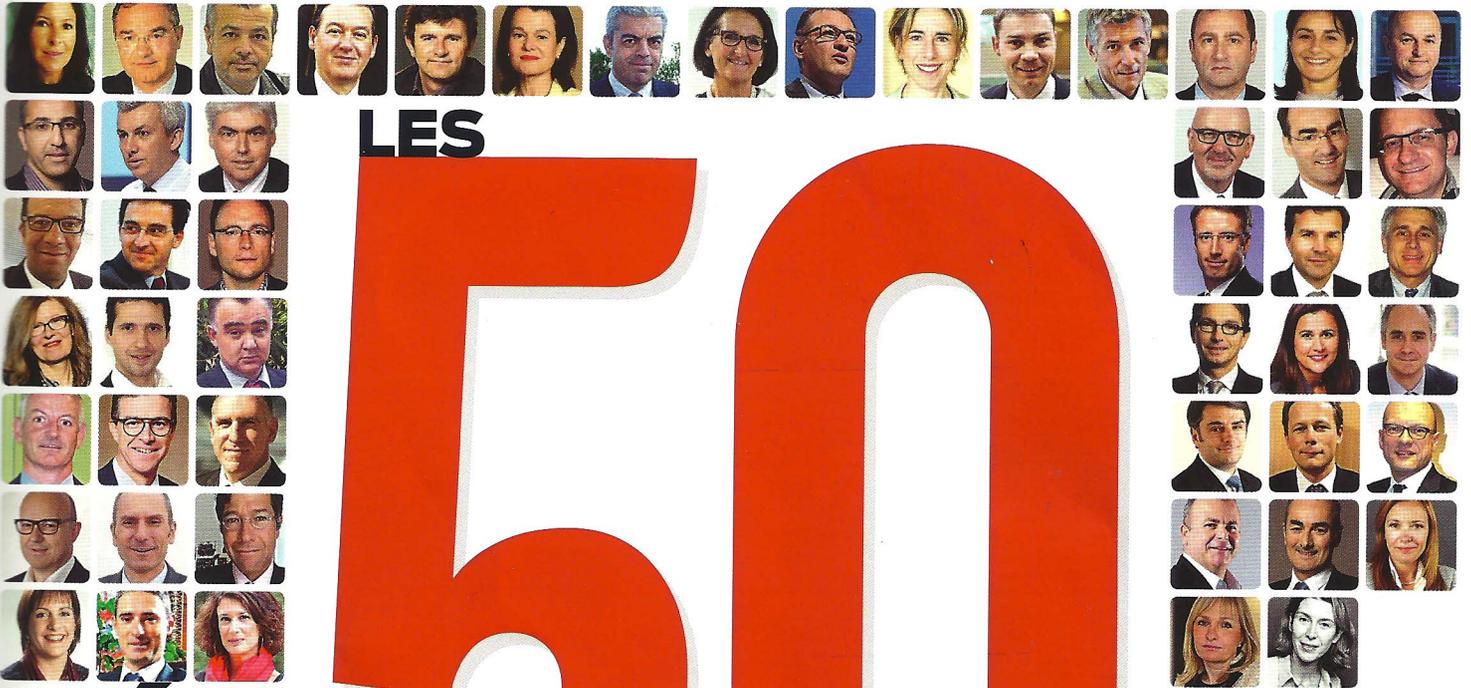


Décision Achats

LE MAGAZINE DES ACHETEURS PRIVÉ/PUBLIC



LES

50

DÉCIDEURS ACHATS LES PLUS INFLUENTS

ACHATS PUBLICS

Le Gâchis, estimé à 30 Mds€ par an, par Jean-Arthur Pinçon P.44

INTERVIEW

OLIVIER DJEZVEDJIAN,

DIRECTEUR ACHATS ET QUALITÉ
DU GROUPE ROCHER

« L'acheteur devient un gestionnaire de projets » P.16

FLEET MANAGEMENT

Comparatif des offres de location moyenne durée P.73

Vêtements professionnels : un dossier épineux

ÉQUIPEMENT Les vêtements professionnels sont un sujet très sensible socialement, mais dont les arcanes sont souvent méconnus des acheteurs. Ils doivent, en effet, jongler avec les attentes des porteurs, des budgets resserrés, les différentes normes et modèles... Mais des solutions existent.

Les montants investis par les entreprises privées ou publiques dans l'équipement de leurs collaborateurs ne sont pas anodins, même s'ils varient fortement d'un métier à l'autre. Un réseau de jardinerie va, par exemple, dépenser 400 k€ par an, quand certaines enseignes de la grande distribution vont atteindre 10 M€, alors que des entreprises publiques comme La Poste ou la SNCF dépasseront largement ces montants. Or, les cours des trois indices qui interviennent dans la fixation du prix d'un vêtement professionnel, c'est-à-dire le coton, le pétrole et le dollar, ont énormément évolué, depuis un an. Le coton et le pétrole ont respectivement enregistré une baisse de 28 % et de 50 %, alors que le dollar augmentait de 30 %. Et une grande partie des écus, de la confection de la maille et des accessoires provient d'Asie, alors que les achats se font en dollars. « *La hausse de la monnaie prend donc largement le pas sur le cours des matières premières, et les clients se trouvent actuellement confrontés à des hausses des tarifs de leurs vêtements, qui atteignent parfois 10 %* », analyse Stéphane Coulon, le dirigeant du cabinet de conseil Vetanova. Ce à quoi il convient d'ajouter les frais de lavage des tenues, qui peut parfois faire doubler les budgets.

Le casse-tête du lavage

La réglementation française⁽¹⁾ précise qu'un employeur qui oblige ses salariés à porter des tenues de travail doit en financer l'entretien, que ce soit par le biais d'un prestataire extérieur, d'une prime de lavage ou d'une carte de pressing prépayée, dans le cas d'un entretien effectué par le salarié lui-même. « *Les collaborateurs et leurs représentants n'hésitent plus à attaquer leur employeur sur ce sujet délicat*, prévient Stéphane Coulon. *Plusieurs condamnations ont fait jurisprudence, depuis 2008 (supermarché Champion, Carrefour, La*



Zoom

Les différents vêtements professionnels

L'expression "vêtement professionnel" regroupe quatre catégories distinctes. Le vêtement d'image, dont le rôle est de relayer l'identité visuelle de l'entreprise via les collaborateurs, est utilisé par les enseignes de distribution comme les jardineries, les restaurants ou les magasins d'ameublement. Vient ensuite le vêtement de travail, principalement utilisé dans

des métiers soumis à de fortes salissures, comme l'industrie, la réparation automobile, ou le bâtiment. Véhiculant une image statutaire via des costumes ou des tailleurs, l'uniforme corporate est utilisé par les compagnies aériennes, les enseignes de parfumerie, ou les chaînes hôtelières. Enfin, le vêtement technique, qui protège des risques simples ou vitaux, répond à des normes strictes (anti-arc-électrique, non-feu, haute visibilité...).

Poste...), avec des indemnités rétroactives pouvant atteindre plus de 2000 € par salarié.» Or, la mise en place d'un marché de service d'entretien relève parfois du casse-tête, car tous les vêtements ne se lavent pas de la même façon ni avec la même régularité. Contrainte par un budget limité, la ville de La Rochelle a ainsi décidé de prioriser la prise en charge des vêtements de ses agents. «Les vêtements qui demandent une hygiène parfaite, par exemple ceux portés par les agents des cantines scolaires, sont prioritaires, explique Sabrina Nikkel, la responsable du service prévention et sécurité du travail de la ville. Venaient ensuite les vêtements les plus salissants, qui concernent tous les métiers techniques (jardiniers, garagistes...), les vêtements de type EPI⁽²⁾, ou encore les uniformes des policiers municipaux.»



Éviter le risque social

Un vêtement professionnel est porté toute l'année et si le personnel n'est pas à l'aise avec sa tenue, cela devient vite insupportable, physiquement ou psychologiquement. Et lorsque c'est le cas, la révolte gronde. «La Régie des Transports de Marseille a, notamment, déposé un préavis de grève pour un pantalon jugé "trop serré et de couleur importable", révèle Stéphane Coulon. Virgin Ferroviaire a, de son côté, dû faire face au refus de ses hôtesses de porter les nouveaux chemisiers, qu'elles jugeaient trop sexy.» Le vêtement professionnel, sous toutes ses formes, est donc socialement stratégique et sa conception doit être pensée avec soin. «Lorsque vous faites un métier du végétal, vous ne vous habillez pas de la même façon que pour un métier lié à l'animal, explique ainsi Frédéric Guyot, le directeur marketing et achats de Gamm vert. Nous avons cherché à définir des options pratiques pour différencier les métiers, par exemple des ceintures adaptées permettant à ceux qui travaillent les végétaux d'y ranger des outils comme les sécateurs.» Afin d'éviter tout problème, les responsables achats et les ressources humaines seront bien inspirés d'impliquer les collaborateurs ou leurs représentants aux étapes-clés du choix de leurs vêtements de travail, de leur faire tester les tenues en situation réelle, voire de les faire voter.



Certaines entreprises choisissent, pour les vêtements de leurs salariés, des options comme des ceintures pour ranger les outils.

Des solutions externalisées

Le système de la location est une solution prisée par les organisations dont les collaborateurs sont soumis à de fortes salissures et/ou à des règles d'hygiène très strictes. Si elle permet à l'employeur de déléguer l'achat, le ramassage et la distribution hebdomadaire, voire la réparation des vêtements, cette solution a, en revanche, un coût élevé. Chez certains grands groupes, le budget location atteint rapidement plusieurs millions d'euros par an. Les collectivités sont également amenées à lui allouer des sommes importantes. Une ville de taille moyenne devra rapidement investir 200 k€ à 300 k€ chaque année pour répondre à ses obligations

réglementaires. «Selon les contrats, on ne maîtrise pas forcément le taux de remplacement des vêtements, ce qui peut engendrer des frais supplémentaires», prévient Delphine Leroy, la responsable achats services généraux, EPI, vêtements de travail chez Eiffage Branche Métal. «Il faut aussi faire attention aux conditions de sortie de ces contrats, notamment à leur valeur résiduelle.» Nombre d'entreprises sont, cependant, prêtes à payer ce service pour la tranquillité qu'il procure. D'autres acteurs vont encore plus loin dans cette externalisation. «Soucieuse de se recentrer sur son cœur de métier, à savoir le transport de voyageurs, la RATP a décidé de nous confier la gestion intégrale des vêtements professionnels de ses agents, révèle Nicolas Sandjian, le p-dg de Cepovett. Ainsi, chaque agent peut choisir sa tenue, sur l'intranet, en ●●●

3 questions à

Nathalie Grandjean, acheteur EPI, sécurité, incendie, Ugap

« Outre ces aspects techniques, l'apparence des vêtements qu'ils portent a beaucoup d'importance, pour les agents »



Quelles sont les spécificités du marché des vêtements professionnels, pour l'Ugap ?

Aujourd'hui, l'Ugap intervient sur trois marchés principaux : celui des pompiers, celui des agents de collectivités, et celui des policiers municipaux. Chaque famille a ses propres spécificités. Les vêtements de pompiers, par exemple, doivent respecter des normes strictes, car ils sont confrontés à des risques majeurs et potentiellement mortels.

Les vêtements portés par les pompiers, lorsqu'ils vont au feu sont des produits multicouches, très techniques

et complexes. Ce qui rend ce secteur particulièrement intéressant, c'est que les nouveautés font progresser la sécurité et le confort des porteurs.

Comment associer les agents au choix des vêtements qu'ils vont porter ?

Outre ces aspects techniques, l'apparence des vêtements qu'ils portent a beaucoup d'importance, pour les agents. Dans le cas des pompiers, par exemple, même si leurs vêtements sont régis par des décrets, ils essaieront toujours de se différencier les uns des autres. Outre le confort et la praticité de leurs vêtements, les agents des collectivités sont eux aussi soucieux de leur apparence. Pour éviter les problèmes, il convient d'associer les clients au choix des vêtements grâce à un travail de coprescription, que ce soit en amont, lors de la rédaction des cahiers des charges techniques, ou en aval, à l'occasion de tests de terrain. Par exemple, en ce moment, cinq modèles de casques de pompiers sont testés dans des régions différentes.

Quels sont les nouveaux sujets de préoccupation de vos clients ?

La sécurité, bien sûr. Les policiers, par exemple, font face à des risques majeurs, comme nous l'ont rappelé les événements du début de l'année. C'est pourquoi il y a un lot concernant les gilets pare-balles dans le dernier appel d'offres que nous dépouillons.

La question de la location-entretien est elle aussi dans l'air du temps. Certains clients ont essayé cette solution, de leur côté, mais en sont revenus. Selon leur témoignage, elle coûte cher, et est difficile à mettre en place au niveau national.

Mais nous réfléchissons à des appels d'offres dédiés afin de tester cette approche au niveau de l'Ugap. Les textiles innovants sont eux aussi un véritable sujet, pour les acheteurs. Pour le moment aucun lot dédié n'a été lancé, car il y a souvent un souci de coût et de massification, avec ce type de produits. Mais cela fait partie de notre travail de prospection auprès des fournisseurs.

●●● *fonction de son poste et y répertorier ses données personnelles, comme ses mensurations.* » C'est Cepovett qui se charge de livrer le vêtement dans un délai d'un jour directement au domicile des agents. Un call center est, de plus, à leur disposition afin d'assurer le suivi de chaque commande et de répondre à leurs demandes. Au final, la question des vêtements professionnels est, pour les acheteurs, un dossier difficile à gérer, sensible socialement et politiquement, coûteux en temps, mais doté d'un budget limité. C'est pourquoi ils auraient avantage à se faire conseiller par des spécialistes de la question. « *En faisant appel à une aide extérieure, j'ai gagné trois mois, ainsi que 10 à 15 % par rapport au coût initial* », estime ainsi Frédéric Guyot. ■

FABIEN HUMBERT



« La Régie des Transports de Marseille a, notamment, déposé un préavis de grève pour un pantalon jugé "trop serré et de couleur importable". »

Stéphane Coulon, Vetanova

[1] Art. R. 4323-95 et L. 4122-2 du Code du travail.
[2] Équipements de protection individuelle.