

# Les pompiers à la Fashion Week !

**Mode.** Une entreprise de Mont-Saint-Aignan spécialisée dans le vêtement de travail crée sa marque de prêt-à-porter inspirée des uniformes des sapeurs-pompiers.

Et si, un siècle et demi après le jean, c'était le destin du pantalon de pompier de descendre dans la rue pour habiller les trendistas ? C'est le pari un peu fou de Somatico, une PME de l'agglomération rouennaise spécialisée dans les équipements de protection individuelle pour les métiers à risques. À sa tête, François Puech d'Alissac, 38 ans, ambitionne même très sérieusement de présenter sa nouvelle marque à la prochaine Fashion Week homme, du 21 au 25 juin à Paris ! « Il y a aujourd'hui une vraie tendance de fond au niveau du vêtement de travail adapté au monde de la mode », soutient le chef d'entreprise, dont la marque de prêt-à-porter baptisée Décalé Paris sera créée cette semaine. Le nom fait référence à une expression du jargon pompier héritée du temps où



François Puech d'Alissac, directeur de Somatico, fait bouger les lignes du vêtement professionnel (photo Stéphanie Péron)

les pompes à bras étaient immobilisées par des cales, décaler signifiant « partir en intervention ». « *Le mot est entré dans le vocabulaire des jeunes pour qui cela veut dire "sortir"* », souligne le promoteur de ce projet né il y a seulement un mois, d'une rencontre avec la créatrice de mode parisienne Laurence Bras. « *Elle va travailler avec un designer - dont le père et les deux frères sont, par le plus grand des hasards, pompiers de Paris - pour redessiner les vêtements.* » Une gamme de quinze articles détournés en it-pièces (jean, sweat, tee-shirt...), identifiées par le

caractéristique liseré rouge, sera soumise ce vendredi 3 mars, pour un lancement de la collection le 15 mai. « *Si la marque décolle, ce sera énorme ! Car le seul distributeur de Décalé, c'est Somatico !* », s'enthousiasme l'entrepreneur, jamais à court d'idées pour développer la société qui emploie vingt-sept salariés et a vu son chiffre d'affaires tripler depuis son rachat, en 2007, passant de 3,5 M€ à 9,3 M€ en 2016 (10 M€ escomptés en 2017). Fournisseur du corps des sapeurs-pompiers depuis 1944, Somatico, basée à La Vatine à Mont-Saint-Ai-

gnan, a étendu sa gamme dans les années 2000 aux métiers de l'industrie, assainissement, chimie, BTP, etc., pour s'extraire du marché de niche des 250 000 soldats du feu français (dont il n'est pas le distributeur exclusif). Elle a pour clients Total, Eurodisney, le Château de Versailles... et a, à son catalogue, 12 000 références de fringues et accessoires pour tous les métiers. « *Du casque de chantier à 3 € au casque de pompier à 350 €, là est notre spectre. Et plus c'est risqué, plus on est experts* », argumente cet ancien commercial de Somatico. Directeur

de sa propre agence de communication, Diep Impact, il a depuis un an déjà entrepris de faire bouger les lignes du vêtement de travail, son cœur de métier.

« Incrire la  
marque  
dans le temps »

Lancée dès 2016, Décalé désigne en effet d'abord une série limitée de vêtements à l'usage des professionnels, dont l'originalité vaut plus pour le nom des produits (parkas « Jeanne » et « Serge », gilet « Albator »...) que pour leur design. Mais avant de développer les gammes pour adultes, Somatico voudrait habiller les jeunes sapeurs-pompiers, grâce à son stock de panoplies complètes. Âgés de 10 à 18 ans, ils sont quatre cents en Seine-Maritime. « *L'idée est d'inscrire la marque dans le temps* », glisse François Puech d'Alissac, qui voit sans doute dans le marché des juniors une génération de futurs clients, professionnels ou civils, qui sait ?