

Le marché français des EPI en 2009...

Le SYNAMAP, syndicat national des acteurs du marché de la prévention et de la protection, présente les résultats de son étude sur le marché français des Equipements de Protection Individuelle (EPI) en 2009.

Aujourd'hui, ce secteur industriel transversal est encore peu connu et les produits souffrent encore d'idées reçues, notamment sur leur confort d'utilisation et leur importance. Il est pourtant souvent indispensable de porter des EPI pour limiter les accidents du travail (plus de 650 000 en 2009) et les fabricants de ces équipements ne cessent d'innover pour que leurs produits allient technicité et niveaux élevés de confort et, surtout, de protection.

Cette étude expose la réalité des entreprises qui constituent le marché des EPI et donne des chiffres concrets sur sa situation économique.

Les innovations technologiques, très nombreuses sur ce marché, et l'expertise croissante des fabricants et distributeurs viennent démontrer la force économique du secteur des EPI, pourtant touché par la crise.

Les EPI, un secteur industriel économiquement performant...

Le marché français des EPI représente 13 300 emplois en France, répartis entre fabricants (49 %) et distributeurs (51 %). On peut noter une légère baisse par rapport à 2008 (13 500 emplois) qui s'explique par une baisse d'activités importante des intérimaires pendant la crise et les fortes pertes des secteurs de l'automobile et de la construction, entraînant une diminution de leur masse salariale.

Ce secteur industriel a réalisé 730,9 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009. Les efforts en matière d'innovation, de recherche et de développement ont permis aux fabricants de proposer des produits mieux adaptés aux conditions de travail et aux attentes des utilisateurs, toujours plus exigeants en termes de design et de confort.

Il existe un important marché complémentaire en amont des EPI, ne faisant pas partie de cette étude, comprenant la formation, le conseil, l'évaluation des risques, les industries fabriquant les matières premières spécifiques tels que les fibres, les textiles techniques, etc.

Aussi, en plus des bonnes performances économiques du marché des EPI, il est essentiel de prendre en compte le fait que la valeur du marché global de la prévention et de la protection de l'homme au travail est largement supérieure aux chiffres annoncés. C'est une composante incontournable du secteur industriel, tant par sa contribution directe en termes d'emplois et de volumes de marché, qu'en termes d'amélioration de la sécurité et de la santé au travail.

En bref

Le marché français des EPI c'est :

- **13 300** emplois en France
- **730,9 M €** de chiffre d'affaires
- **952,2 M €** de poids économique en France



... mais directement touché par la crise

Après un fort développement du marché en 2008, à la suite d'une bonne conjoncture, l'économie française et le marché des équipements de protection individuelle ont été fortement touchés par les répercussions de la crise financière.

Les fortes pertes en volume ont été enregistrées sur les produits essentiellement employés par les groupes cibles de l'industrie, notamment celle de l'automobile et de la construction. En effet, la chute de l'activité industrielle, ajoutée à la réduction des délais de paiement, ont directement touché le marché des EPI.

Cependant, tous les segments n'ont pas enregistré des baisses de demande de produits. Les ventes dans les secteurs des services publics et parapublics sont restées relativement stables. De plus, on a pu observer un fort développement des produits tels que masques anti-poussières jetables, gants à usage unique et combinaisons jetables, qui ont bénéficié des campagnes de prévention de la grippe porcine.

Des alternatives à la crise : innovations technologiques omniprésentes et nouvelles techniques de distribution

Ces dix dernières années, des progrès extraordinaires ont été réalisés dans toutes les familles d'EPI : antichute, chaussures de sécurité, gants de protection, protection auditive, protection de la tête, protection respiratoire.

Avant tout articles de protection et de prévention des risques, les EPI sont devenus des produits esthétiques et confortables. En effet, le design et le confort sont désormais des critères de choix importants pour les utilisateurs.

Les fabricants d'EPI innovent constamment pour que les EPI deviennent des produits agréables à porter et à voir, sans gêner le travail à effectuer. La crise économique n'a fait qu'accentuer cette tendance, poussant les fabricants à mettre au point des produits toujours plus innovants pour se démarquer de la concurrence et stimuler les ventes.

La crise économique a également conduit les fabricants à modifier leurs techniques de distribution. Ils essayent donc, plus régulièrement, de travailler en direct avec les grands comptes, notamment pour les équipements de protection sur mesure, sans l'intermédiaire de la distribution.

Quant aux distributeurs, ils contre-attaquent en proposant davantage de prestations de services, d'interactivité et de conseils à leurs clients ou via la vente par correspondance. Enfin, la distribution se professionnalise grâce à l'acquisition d'un meilleur niveau d'expertise.

Evolution du marché

Marché global en M€*

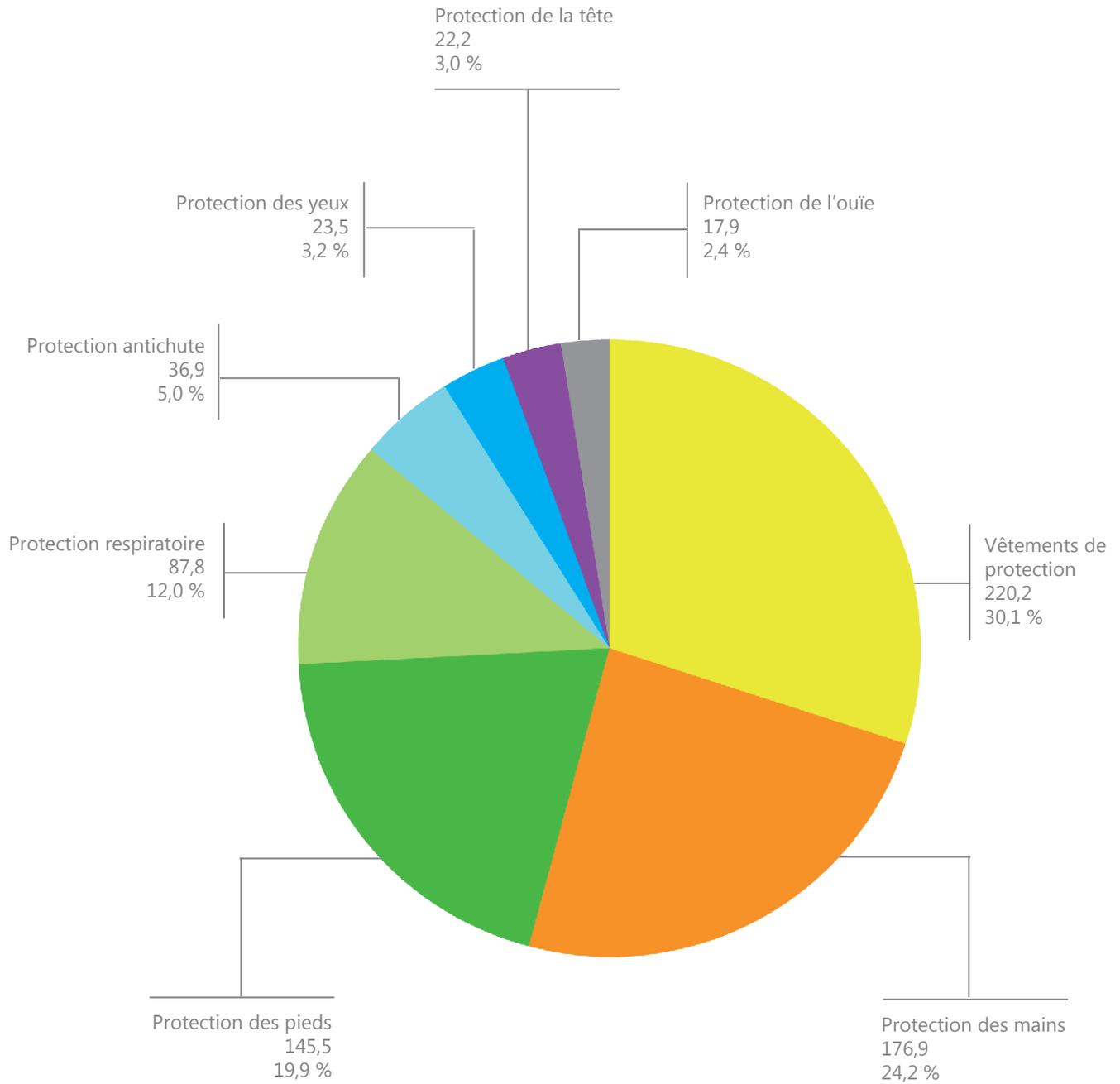
- 2004 : 740,5 M€
- 2005 : 759,9 M€
+ 2,6%
- 2006 : 780,9 M€
+ 2,8%
- 2007 : 803,2 M€
+ 2,9%
- 2008 : 849,4 M€
+ 5,8%
- 2009 : 730,9 M€
- 14%

* Prix fabricant ou distributeur, hors taxes



Le marché global français des EPI en 2009

Volume du marché d'après les segments en M€* et en % / Base : valeur



* Prix fabricant ou distributeur, hors taxes

Le marché des EPI, de belles perspectives d'avenir

Malgré la crise, le marché des EPI se porte bien, grâce au niveau élevé d'expertise de ses acteurs et à la qualité des produits commercialisés. De plus, les EPI, précédemment perçus comme une réelle contrainte, commencent à être considérés comme de vrais outils de performance, dont l'objectif premier est de protéger l'homme au travail et donc de faire baisser le nombre d'accidents du travail.

Rappelons que le poids économique de ce marché, en France, s'élève à 952,2 millions d'euros, dont 221,4 millions d'euros d'exportation et que la réforme du régime des retraites va constituer un levier important pour les EPI en France.

En effet, la santé et la sécurité au travail vont devenir un véritable enjeu pour les entreprises, dont les salariés devront travailler plus longtemps. Une belle perspective de développement pour ce marché économiquement performant et socialement vertueux.

A propos du SYNAMAP

Organisation interprofessionnelle créée en 1961, le SYNAMAP regroupe des entreprises considérées comme des acteurs directs du marché de la protection de l'homme au travail, fédérant ainsi des fabricants, des distributeurs, mais aussi des sociétés de conseil, des installateurs ou des formateurs.

Le SYNAMAP est aujourd'hui l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics, des institutions nationales et européennes, des prescripteurs d'équipements de protection individuelle (EPI) et collective, mais aussi des entreprises utilisatrices de ces protections.

La vocation première du SYNAMAP est de défendre les intérêts de ses adhérents. Au-delà de cette mission, le syndicat contribue à promouvoir la culture de la protection de l'homme au travail et milite quotidiennement pour la mise en place d'un champ économique harmonisé, stable et respectueux des principes fondamentaux du droit en vigueur.

Le SYNAMAP véhicule et valorise l'image économiquement performante, politiquement responsable et socialement vertueuse de l'industrie dans laquelle évoluent ses adhérents, par le biais d'une politique de communication et de lobbying active.

Parce que sa vocation est d'assurer la défense et la représentation de ses adhérents auprès des institutions françaises et européennes, le SYNAMAP participe aux comités techniques et groupes de travail du CEN – Comité Européen de Normalisation.

Il est également membre de l'European Safety Federation (ESF).

Site Internet : www.synamap.fr

Contact presse

Laure FERRUS
Communication
01.47.17.63.68
lferrus@synamap.fr

