

DOSSIER DE PRESSE - JANVIER 2020 : L'INNOVATION TEXTILE POUR SE PROTEGER DU FROID LORS DE LA PRATIQUE.



Chez Decathlon, **l'innovation est au cœur des préoccupations**, mais elle ne rime pas forcément avec rupture. Elle s'inscrit sur le long terme, en faisant **partie intégrante du quotidien de l'entreprise**. Pour imaginer des produits performants, protégeant contre le froid et au meilleur rapport qualité prix, **toutes les expertises sont mobilisées** : service Recherche & Développement sur le corps humain , services industriels et marques propres (Quechua, Tribord, Kalenji etc.). Cette richesse, tant sur le plan des méthodes que des outils, permet à Decathlon de proposer chaque année à ses sportifs **des produits innovants dédiés aux environnements froids**.

Processus industriels : la maîtrise des composants

Au sein des processus industriels, les équipes ont pour mission de trouver les meilleurs composants pour protéger les pratiquants du froid. Bien que chacun ait sa perception et son propre seuil de tolérance, on considère que le froid commence en dessous de 18° et s'étend jusqu'aux températures négatives.



Le challenge chez Decathlon est de respecter les besoins spécifiques de chaque sport. Du pratiquant de fitness en salle, jusqu'au randonneur avec un sac de 10kg sur le dos, tous sont confrontés au froid mais de manières bien différentes.

Pour cette raison, en fonction de l'intensité de la pratique et de l'environnement, les composants et le nombre de couches utilisées ne sont pas les mêmes.

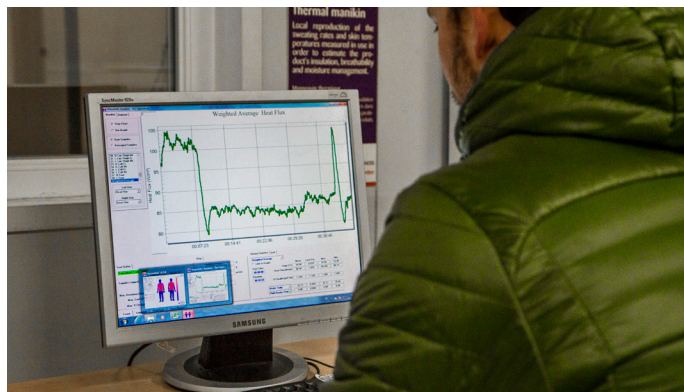
Autre contrainte, la protection contre le froid induit le besoin d'évacuer la transpiration. Le corps, pour se maintenir à 37°, produit de la vapeur d'eau qui doit pouvoir s'évaporer. Sans cela, la vapeur se transforme en condensation et humidifie le textile en contact avec la peau. Le sportif ressent alors une sensation de froid ce qui dégrade le confort thermique. Les textiles sportifs destinés aux environnements froids doivent donc être en mesure de ventiler, c'est-à-dire évacuer la transpiration.

SportsLab : l'expertise du corps humain

Une fois les composants sélectionnés par le process industriel et une marque propre, les prototypes sont testés par le SportsLab, le service Recherche & Développement, expert du corps humain. L'objectif est de savoir si en situation de pratique, les performances du prototype sont à la hauteur des attentes.

Au SportsLab, le laboratoire confort thermique a pour mission d'aider à concevoir des produits permettant de maintenir la température du corps à 37°. Ainsi, l'utilisateur n'a ni trop froid, ni trop chaud, c'est ce que l'on appelle le confort thermique.

Pour tester les produits et garantir ce confort, les ingénieurs Recherche & Développement ont recours à quatre chambres thermiques allant de -40° à + 40°. En recréant le cadre de pratique, mannequins thermiques ou testeurs y pénètrent munis de capteurs. L'équipe R&D peut ensuite récupérer ces données, ainsi que le ressenti utilisateur quand l'étude est réalisée avec des testeurs. Dans certains cas, les ingénieurs R&D peuvent également évaluer les produits en conditions réelles comme lors d'une expédition en Arctique en Laponie.



Les marques propres de Decathlon : la connaissance du sportif

Enfin, quand les performances du produit répondent pleinement aux objectifs d'un sport, celui-ci part en production pour être commercialisé. Sur la thématique du froid, quelle est la stratégie de la marque Forclaz spécialiste du trekking ?

Chez Forclaz, l'une des réponses les plus adaptées pour atteindre le confort thermique reste le système des trois couches. Pourquoi ? Car la première, au plus proche de la peau, absorbe la transpiration et l'évapore, la seconde conserve la chaleur et la troisième protège contre le froid et les agressions extérieures (la pluie, le vent ou la neige). L'avantage de ce système complet est qu'il permet également au sportif d'adapter sa tenue à l'intensité de son effort.



Engagé sur la préservation de la nature, Forclaz cherche aussi des solutions pour allier protection contre le froid et développement durable. La marque se dirige, par exemple, vers la laine mérinos, matière naturelle idéale pour des sports en extérieur grâce à ses propriétés thermorégulantes.

Connue pour absorber naturellement l'humidité produite par le corps, cette laine a également

l'avantage de limiter les odeurs, ce qui nécessite moins de lavages qu'une matière synthétique. Autre exemple, pour sa production, Forclaz s'est tourné vers des éleveurs non pas de Nouvelle-Zélande mais d'Afrique du Sud pour leur engagement en faveur du bien-être animal.

En matière d'innovation, **le processus de Recherche & Développement et l'expertise des équipes sont donc les meilleurs atouts de Decathlon**. Ce sont ces forces qui permettent à l'entreprise de proposer une **offre performante et protectrice du froid** quelles que soient les pratiques. Chez les runners, les cyclistes ou encore les golfeurs, la volonté reste la même, innover en étant au plus près des sportifs et de leurs besoins. ■