N° 12 - Hors Série - février 2006

Synthèse

Textile-Habillement

Le journal des professionnels du Textile et de l'Habillement

Edito

Prenons les bonnes mesures !

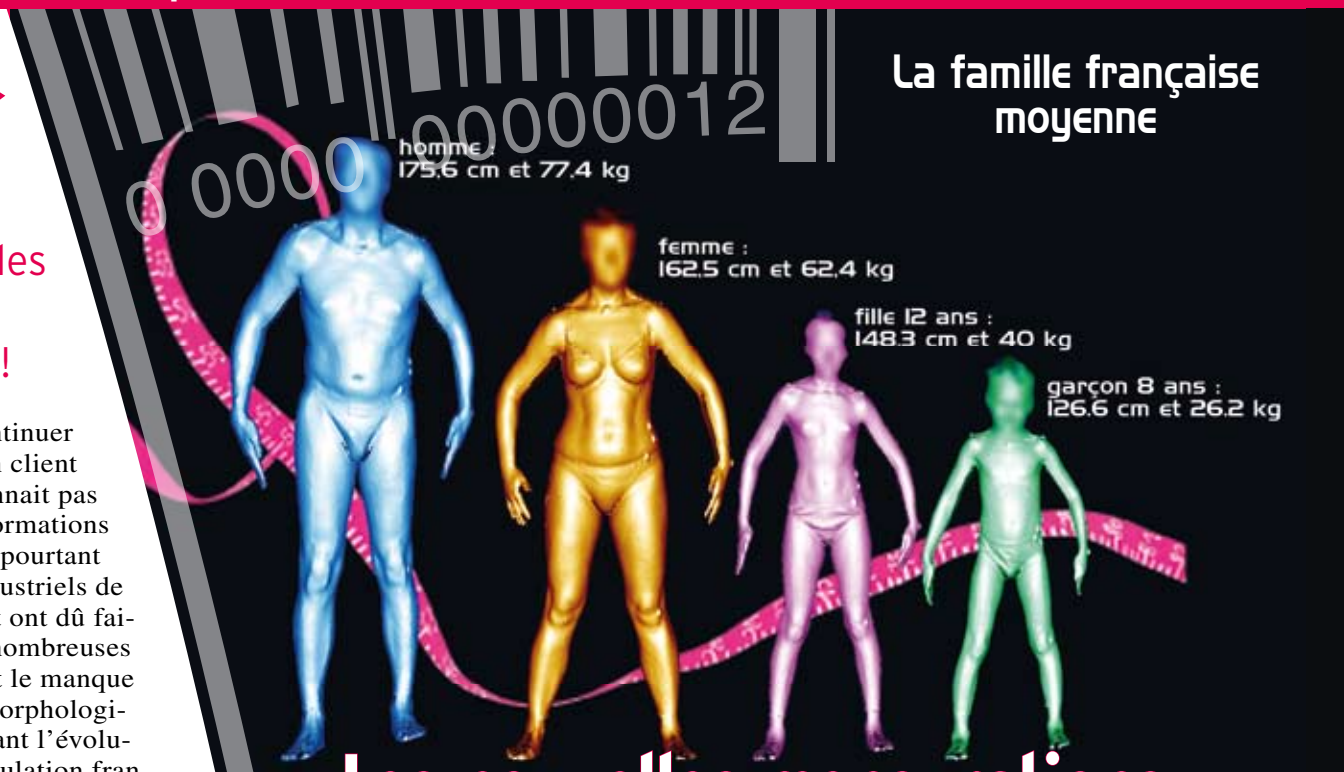
Comment continuer à satisfaire un client si on n'en connait pas toutes les informations utiles ? C'est pourtant ce que les industriels de l'Habillement ont dû faire depuis de nombreuses années devant le manque de données morphologiques concernant l'évolution de la population française. En effet, une femme sur 3, tous âges confondus, trouve difficilement des vêtements à sa taille.

Aujourd'hui, les résultats de la Campagne Nationale de Mensuration sont disponibles et apportent les données attendues par les utilisateurs de matériaux souples.

Toutes ces informations disponibles sont aussi très utiles pour développer dans de nombreux secteurs d'activité, les produits s'intéressant à l'univers de l'Homme. Elles favorisent, par ailleurs, l'utilisation d'outils de virtualisation en 3 D permettant de concevoir de nombreux produits plus rapidement et à moindre coût.

Adoptez dès maintenant ces bonnes mesures et ajustez vos produits aux morphologies réelles des Français !

Christian Bedeau
Directeur Général



Les nouvelles mensurations des Français

Le bien-aller, souci constant dans la conception de vêtements, est l'un des objectifs majeurs des professionnels de la mode. Même si ce bien-aller n'a pas la même définition pour tout le monde, même si les critères de mode ou de style viennent l'influencer, le confort, l'aisance, le maintien d'un vêtement restent les critères majeurs de choix d'un vêtement, En effet, à l'exception peut-être du marché junior, fortement régi par la mode et le paraître, dans la phase ultime d'achat, le consommateur privilégie le bien-aller de son vêtement. Depuis longtemps déjà les industriels de la mode ne suivent plus les barèmes de taille des années 70, date de la dernière campagne de mensuration. Contraints d'adapter leurs barèmes de mensuration sans pouvoir demeurer en conformité avec les morphologies réelles des Français, les industriels ont rencontré de nombreux problèmes d'insatisfaction chez leurs clients (jambes trop longues ou trop courtes, taille mal ajustée...). Aussi, la Campagne Nationale de Mensuration va apporter les réponses nécessaires aux industriels de la mode.

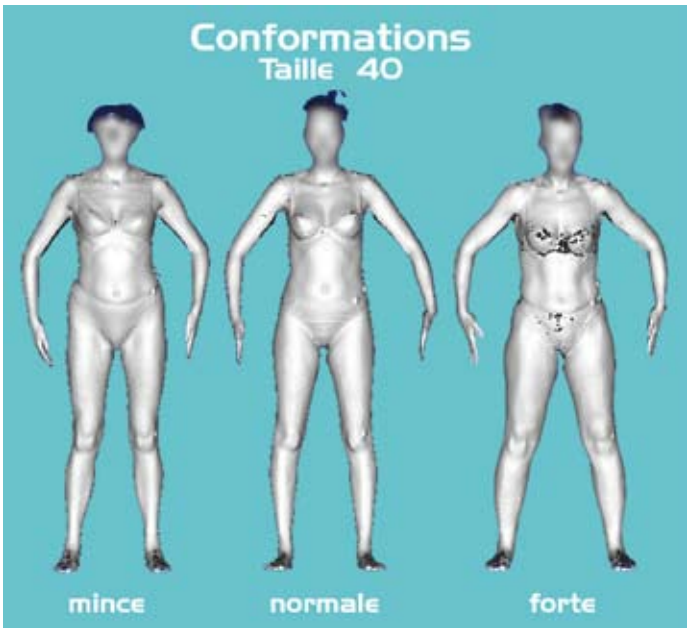
ifth
Activateur de projets

De nouvelles données au service de l'Habillement

La technologie utilisée, l'imagerie 3D, permet pour la première fois de maîtriser réellement le volume d'une personne et de prendre en compte les formes et notamment le jeu des articulations (épaule, coude, hanche, genou) de manière précise, ce qui va faire évoluer durablement la construction même des vêtements.

L'arrivée des nouveaux barèmes de mensuration va permettre aux industriels de réajuster leurs patronnages en fonction des morphologies réelles de leurs clients. En se portant acquéreur du référentiel anthropométrique standard pour la population qui l'intéresse (homme, femme ou enfant), l'industriel dispose des éléments nécessaires à la remise à plat de ses bases de patronnage et de gradation, un travail de mise au point pris en charge par son bureau d'étude.

Pour aller plus loin dans la démarche et cibler au plus près sa clientèle, l'industriel peut également faire compléter cette information standard de données plus pointues et segmentées pour constituer un référentiel anthropométrique personnalisé correspondant à son besoin. Une étude poussée sur les jambes des femmes peut être tout à fait appropriée pour un fabricant de collants, tout comme une information segmentée selon la cible clientèle (étudiante 18-25 ans, femme active 20-35 ans, mère de famille nombreuse 30-45 ans...) peut éclairer la confection des produits d'un catalogue VPC.



Disposer d'une base de morphologies 3D permet aussi de réaliser des morphotypes 3D qui peuvent être utilisés comme base de mannequin dans des logiciels de CAO 3D. C'est un élément majeur pour réaliser des bibliothèques de mannequins 3D réalistes exploitables pour la conception de produits ou pour leur visualisation dans des animations 3D visualisables sur écran vidéo ou sur un site web.

La Campagne de Mensuration ouvre des portes vers l'avenir et la conception 3D du futur.

Le saviez-vous ?

- En un siècle, les hommes ont grandit de 11 cm et les femmes de 8 cm.

- En comparaison avec les informations de la campagne des années 70, on peut dire que les petits restent petits mais que les grands deviennent plus grands.

- Si la femme française moyenne mesure 162,5 cm, la stature moyenne des Miss France de l'élection 2006 était de 176,4 cm.

- La population adulte française (15 ans et plus) est pour 26% en surpoids et 8,3% en obésité .

- Le surpoids est observé plus majoritairement chez les hommes (1 sur 3) que chez les femmes (1 sur 4).

- La taille commerciale la plus observée chez les femmes est le 40 (20,6%), suivi du 42 (16,66%).

- Une femme sur trois et un homme sur six (tout âge confondu) trouvent difficilement des vêtements à leur taille.

- Le plus grand pied mesuré atteint 29,6 cm chez les femmes et 32,3 cm chez les hommes.

- Le plus petit pied mesuré atteint 19,6 cm chez les femmes et 20,6cm chez les hommes.

- Les pointures les plus répandues sont les 38 et 37 pour la femme et les 42 et 41 pour les hommes.

- Le tour de tête des adultes varie entre 48,5 cm et 65 cm.

- La plus petite main mesure 10,7 cm et la plus grande 26,1 cm.

- les hommes et les femmes sont plus grands dans le Nord-Est (respectivement 176,4 cm et 163,1 cm) que dans les autres régions (175,6 cm et 132,5 cm).

- Il y a plus d'enfants gauchers (10,67%) que d'adultes (7,81%).

chiffres mesurés par la Campagne Nationale de Mensuration.

Les incidences des nouvelles morphologies sur notre quotidien

Si connaître les évolutions morphologiques des Français est indispensable aux acteurs de l'Habillement, c'est aussi très utile dans de nombreux autres secteurs d'activité.

Le Français moyen ayant grandi (en moyenne de 2,1 cm pour les femmes entre 1970 et 2006 et 5,5 cm pour les hommes), tout son univers de vie doit pouvoir s'adapter à ses nouvelles mensurations. Sa maison va subir quelques changements notoires comme un rehaussement des plans de travail dans la cuisine, une modification des hauteurs de plafond et pourquoi pas des longueurs de lit ou des assises pour continuer à lui procurer un confort maximal.

De la même façon, l'habitacle de son automobile va devoir s'adapter à ses nouvelles mensurations : assise, recul du siège, positionnement des pédales, installation des accessoires… et si les départements ergonomie de l'automobile sont très attentifs aux résultats de la Campagne de Mensuration, les spécialistes de l'aménagement des postes de travail vont aussi devoir tenir compte des évolutions morphologiques.

Dans un autre registre, l'univers de la santé s'est rapproché de la Campagne de Mensuration pour mieux détecter dès le début les problématiques d'obésité (26% des adultes mesurés sont en surpoids et 8,3% en état d'obésité) ou d'anorexie (3% des adultes mais 8% des femmes entre 15 et 25 ans) et trouver la ou les mesure(s) à suivre qui pourrait(ent) aider aux prédictions d'évolution du corps. C'est primordial pour effectuer de la prévention ou du correctif dans ces maladies qui, outre le problème de poids, ont souvent des incidences beaucoup plus graves sur la santé (problèmes cardiaques, douleurs articulaires, anémie, cholestérol, diabète…).

Avec ces nouvelles données sur le corps des Français, c'est tout l'environnement quotidien de vie qui peut être amené à évoluer.

Les Français moyens

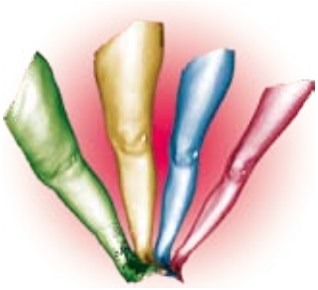
Une image assez peu connue de l'homme et de la femme.

	Femme	Homme
Mensurations	Valeurs moyennes	
Stature	162,5 cm	175,6 cm
Poids	62,4 kg	77,4 kg
Tour de poitrine	93,7 cm	102,2 cm
Tour de taille	79,9 cm	89,4 cm
Tour de hanches	93,0 cm	93,1 cm
Tour de bassin	100,2 cm	99,9 cm
Tour de dessous de poitrine	80,1 cm	/
Carrure devant	40,2 cm	42,8 cm
Carrure dos	35,2 cm	39,7 cm
Longueur devant fourchette sternale-taille	32,5 cm	/
Longueur taille-milieu dos	39,3 cm	43,7 cm

Des données anthropométriques selon vos besoins

Pour en savoir plus

N'hésitez pas à contacter votre interlocuteur commercial le plus proche pour étudier votre demande



Vous voulez satisfaire et fidéliser votre clientèle ?

Alors, proposez lui des produits adaptés à sa morphologie. Que vous soyez producteur d'articles de contention et ayez besoin d'informations précises sur les jambes de vos clients ou que vous souhaitiez cibler une population jeune, urbaine et à fort pouvoir d'achat, vous pouvez affiner les informations utiles à votre travail en utilisant un référentiel anthropométrique personnalisé. La base morphologique de la Campagne de Mensuration est suffisamment riche en informations anthropométriques pour pouvoir étudier une partie seulement du corps. Elle a par ailleurs été couplée à une enquête plus sociétale qui permet de segmenter finement les populations ciblées.

Des mannequins virtuels réalistes

Vous utilisez des logiciels de CAO 2D ou 3D ?

Vous réalisez des animations en 3D de personnages pour vos présentations commerciales ?

Vous avez besoin de représenter virtuellement le mannequin vedette de votre collection ?

Vous avez donc besoin de représentations visuelles réalistes de corps humains.

Les résultats de la Campagne de Mensuration et la base de données anthropométriques vous permettent de générer des bibliothèques de mannequins virtuels 3D en parfaite harmonie avec les morphologies actuelles des Français.

Faites confiance à nos experts pour vous accompagner dans ces démarches.

Un accompagnement dans l'utilisation des informations morphologiques

Vous avez décidé d'exploiter les informations de la Campagne de Mensuration pour réajuster votre offre produits mais vous ne savez pas comment diffuser cette information auprès de votre personnel de bureau d'étude, patronniers, modélistes ou responsables produits. Inscrivez-les à la formation "Interpréter les nouveaux référentiels Anthropométriques" et permettez leur de maîtriser plus rapidement les notions de conformations homme/femme, les référentiels de mesure, les nouvelles règles de proportions du corps humain qui améliorent la conception de produits et enfin vos barèmes de mensuration internes adaptés à votre clientèle.

Commandez dès maintenant vos COFFRETS ANTHROPOMÉTRIQUES 2006 (Homme – Femme – Enfant)

Le Coffret Anthropométrique contient toutes les données issues de la dernière Campagne Nationale de Mensuration, indispensables pour la conception du vêtement :
- Les nouveaux barèmes de mensuration segmentés par groupe de stature et par type de conformation
- Un ensemble d'éléments statistiques liés à la morphologie de la population (ex : répartition de la population par taille, répartition de l'Indice de Masse Corporelle par tranche d'âge,...)
- Les méthodes utilisées et le référentiel de mesures

Le sommaire détaillé, des extraits du Coffret Anthropométrique 2006 et un bon de commande sont disponibles sur les sites www.ifth.org ou www.ifth.org/mensuration

N'hésitez pas à vous rapprocher de vos interlocuteurs en région.

Ouest :	(+33) (0)2 41 49 52 70	cholet@ifth.org
Nord :	(+33) (0)3 20 19 74 00	lille@ifth.org
Rhône Alpes PACA :	(+33) (0)4 72 86 16 00	lyon@ifth.org
Sud Ouest :	(+33) (0)5 63 97 56 90	mazamet@ifth.org
Est :	(+33) (0)3 89 42 74 08	mulhouse@ifth.org
Paris :	(+33) (0)1 44 08 19 00	paris@ifth.org
Centre Est :	(+33) (0)3 25 82 92 41	troyes@ifth.org

Qui contacter ?

et pour toute information technique complémentaire, vous pouvez contacter :

Cathy FOURNIER — Tél. : 04 72 86 16 00 — Fax : 04 78 43 39 66
ou
Patrick ROBINET — Tél. : 02 41 49 52 70 — Fax : 02 41 49 52 59
e-mail : mensuration@ifth.org

Les partenaires d'un projet ambitieux réalisé par l'IFTH

UFIH — *Union Française des Industries de l'Habillement*

DEFI — *organisme gestionnaire de la taxe parafiscale des Industries de l'Habillement*

ifth Activateur de projets — *Institut Français Textile-Habillement*

Lectra — *pour sa technologie d'imagerie 3D*

Laboratoire d'Anthropologie Appliquée — *pour sa connaissance du corps humain*

IFM — *pour son savoir statistique*

Venez partager votre expérience de la Campagne Nationale de Mensuration et de ses résultats sur
www.blog.ifth.org

Synthèse Textile-Habillement

Bulletin d'information de l'Institut Français Textile-Habillement Avenue Guy de Collongue - 69134 Ecully Cedex
Tirage : 10 000 exemplaires
Directeur de la publication : Christian Bedeau - Rédaction : IFTH - Conception et réalisation : IFTH
Crédits photos : Ifth, Digitalvision et Étoile rouge
Impression : Imprimerie Rhodanienne.

239.0206.10 0000H