

marques en vue

produits

Dumas clarifie son offre

L'entreprise familiale lance un oreiller pour l'hôtellerie haut de gamme, porté par l'image du golfeur Grégory Bourdy, et crée une nouvelle marque pour la grande distribution.

Quels rapports entre un golfeur et un fabricant d'oreillers ? Beaucoup en fait, selon Dumas. Entreprise centenaire, installée à Tonnerre dans l'Yonne, Dumas fabrique depuis les années 1950 des oreillers en duvet et plumes d'oies. En 2014, la société familiale aborde un virage stratégique en se positionnant dans le luxe. Le golf est un des leviers de sa communication.

« Ce partenariat avec le golfeur Grégory Bourdy, numéro deux français, nous permet de toucher les grands voyageurs », explique Édouard Dumas, directeur général de la société du même nom. Et ces clients haut de gamme, comme les golfeurs, sont des habitués des complexes hôteliers de luxe, où l'on peut trouver nos produits.

Le contrat a été signé pour un an. Outre la promotion de l'image de la société, le golfeur est également chargé de lancer le nouveau produit de Dumas : un oreiller de voyage, en duvet de canard, vendu avec un cale nuque, également en duvet, le tout dans une sacoche en cuir haut de gamme. À 480 euros pièce, le produit, original et unique, vise une cible clairement aisée. Ce sera le produit étendard de la marque Dumas, positionnée sur le très haut de gamme. Le logo a été revu, plus sobre, et a été associé à « Paris », pour ajouter un cachet luxe et mode.

Dissocier les deux gammes

Parallèlement, une nouvelle marque, destinée à la grande distribution, son principal marché, sera lancée au printemps. « L'objectif est de dissocier nos deux gammes », indique Édouard Dumas. Depuis 2004, et le premier partenariat avec Sofitel, nous



Lancé sous la marque Dumas Paris, positionnée sur le luxe, le nouvel oreiller de voyage a pour égérie le golfeur français Grégory Bourdy.

nous développons dans la fourniture d'oreillers, couettes et sur-matelas pour l'hôtellerie haut de gamme grâce à d'autres contrats. » Le marché est très porteur. D'autant que cela permet de faire tester à une clientèle exigeante la qualité des produits Dumas.

Or, la marque est également présente en grande distribution. Un grand écart d'image corrigé avec ces deux gammes identifiées aux noms et territoires désormais distincts. L'installation de Dumas sur le marché du luxe permet aussi à la société d'exister auprès de la clientèle grand public. « Ce statut donnera une force à la marque qui nous aidera à mieux négocier avec nos grossistes », estime Édouard Dumas.

Enfin, et dans le même temps, Dumas ouvre un site marchand destiné à vendre en direct ses produits au grand public. À 100 ans, pas question de s'assoupir même avec les meilleurs oreillers du monde.

Bruno Fraioli