

Communiqué de presse
Wasquehal, le 18 février 2008

Dickson, leader mondial des textiles outdoor frappe fort en télé pour le lancement de sa nouvelle collection Orchestra, LA référence en toile de store



Dickson, la plus ancienne entreprise textile de France (1836) affiche plus que jamais sa longueur d'avance dans le domaine de la décoration outdoor en lançant sa nouvelle collection Orchestra, « must » de la toile de store, renouvelée tous les 4 ans. L'édition 2008 comporte 197 références et s'impose ainsi comme la plus large gamme de toiles outdoor du marché. La plus médiatisée également : en effet, Dickson a orchestré cette année un plan média sans précédent sur les grandes chaînes TV françaises. Quant aux grands noms de la mode et de la déco, comme Sonia Rykiel ou le célèbre coloriste Bernard Lassus, ils ont d'ores et déjà opté pour les nouvelles tonalités Orchestra aujourd'hui diffusées dans plus de 100 pays.

Un lancement médiatique inédit pour une collection de toiles outdoor



En 2006, Dickson avait marqué les esprits avec son spot télé à l'humour décalé, intitulé « le soleil cogne » et signé Publicis Hourra Lille. Un « monsieur soleil » surgissait avec son marteau sur la terrasse d'une belle qui se prélassait au soleil, pour laisser place au claim « Le soleil cogne, pensez Dickson ». En 2008, Dickson récidive et frappera fort en télé dès le 1^{er} mars : d'une part en habillant les écrans météo et info de Canal Plus et I>Télé ; d'autre part en sponsorisant les émissions déco de France 3 et Direct 8.

Dès le 1^{er} mars, plus de 1 600 passages en télé et 10 mois de présence

Le plan média Dickson comprend **en access prime time une série de 40 écrans « météo » sur Canal +** (9 semaines) dans le **Grand Journal de Michel Denisot** (1,4 million de téléspectateurs), et **420 écrans sur I> télé** sur une période de 22 semaines. Dickson sera également **sponsor des émissions déco « Côté Maison »** (1,1 million de téléspectateurs le samedi après-midi) sur **France 3 et « Déco 8 »** sur **Direct 8** à travers une série de **400 billboard ludiques**. Cette campagne télé sera relayée en annonces presse, affichage 4x3 et PLV par le réseau des 130 storistes agréés Dickson.

Objectifs : appuyer le lancement de la « haute saison » des storistes agréés Dickson, dynamiser les ventes du réseau, renforcer la notoriété et doper le référencement de la marque « label » Dickson.

Orchestra, référence mondiale de la toile de store, bénéficie de l'essor de la décoration outdoor

Avec des effets de matières naturelles de lin ou de chanvre à s'y méprendre, la nouvelle collection Orchestra affiche une gamme inégalée de 197 références. Co-signée par Isabelle Rodier, styliste à l'origine de la marque Robert Le Héros, l'édition 2008 propose de nouveaux unis tendance comme Minéral, Paon, Castor, Taupe, Menthe, Cacao ou Bruyère et des jeux de rayures néo-classiques aux noms évocateurs de grandes villes du monde : Bonifacio, Alicante, Sienne, Biscarosse, Londres... Les toiles Orchestra offrent à la fois la subtilité des matières nobles et la haute résistance de l'acrylique teint masse. Avec l'engouement pour la décoration outdoor, les toiles Orchestra trouvent de nouvelles applications modernes et créatives, comme les architectures d'extérieur et les voiles d'ombrages. Référence dans plus de 100 pays dans le monde, la collection Orchestra est distribuée via un réseau de plus de 800 storistes. La nouvelle collection Orchestra 2008 est visible sur www.dickson-contant.com.

Dickson invente le coaching en ligne pour créer son store sur-mesure

Vitrine d'une politique de services innovante, le site www.storistesinfos.com de Dickson met à la disposition des particuliers, décorateurs ou architectes, une interface de création de stores sur-mesure : **le Designer System by Dickson**. En quelques clics, le visiteur compose son store à partir des unis et/ou rayures de la nouvelle collection Orchestra, en fonction du style et de l'ambiance lumineuse désirée. **Grâce à l'interface Idéal Shade**, il peut même mesurer la superficie de l'ombre souhaitée sur la terrasse... Libre à lui d'imprimer son projet, l'envoyer par mail à un ami, accéder à un devis sur-mesure, à des conseils d'entretiens ainsi qu'à un annuaire de storistes agréés.



Crédit photo vistorya

A propos de Dickson :

Premier fabricant européen de toiles de store, Dickson-Constant est également la plus ancienne entreprise textile de France, née en 1836 et implantée à Wasquehal (Nord). Rattachée au groupe Glen Raven, n°1 mondial des textiles outdoor, Dickson se positionne en fleuron du textile « haut de gamme français », intégrant toute la chaîne de production pour une large gamme de tissus dédiés à l'aménagement outdoor-indoor et à l'industrie (marine, automobile, aérospatiale,...). Reconnue pour sa force d'innovation, Dickson-Constant est fortement impliquée au sein du pôle de compétitivité Up-Tex, cluster d'envergure mondiale qui fédère 75% des ingénieurs textiles français et la première communauté scientifique du Nord-Pas de Calais.

Chiffres-clés :

- 600 collaborateurs du groupe Dickson dans le monde / 4 000 personnes affiliées au groupe Glen Raven
- Implanté dans 100 pays et 5 continents / 70% du chiffre d'affaires réalisé à l'international
- Un réseau de 435 storistes agréés/distributeurs en France, 70 en Italie et 300 au Benelux