

Dossier de presse

Le Carré Delos™

MFOUR

SOMMAIRE :

- Gérard Delos : un homme de passion...(s)... ! p. 3
- L'industrie du parapluie en France p. 4
- La naissance d'un projet ... p. 5 - 6
- Le Carré Delos™ p. 7
- Les premiers pas du Carré Delos™ p. 8
- Des qualités techniques brevetées p. 9
- La rue se transforme en galerie d'art p. 10
- Carré Delos, stratégie commerciale p. 11
- Et demain sous la pluie ... ? p. 12

DELOS FRANCE
14, rue du Rocher
15000 Aurillac - France
Tél./Fax : 04 71 48 86 85
Mobile : 06 82 66 82 03
www.delos-france.com

Dossier de presse Le parapluie « Carré Delos™ »



Contact presse :
Marie-Luce Bozom
06 15 15 63 20

Gérard Delos : un homme de passion..(s).. !



Né à Aurillac il y a 56 ans, Gérard Delos a travaillé pendant 23 ans en tant que Directeur de production-crédation chez DABLIN S.A., principal producteur de parapluies de l'hexagone.

Licencié pour raison économique en février 2000, il envisage un instant de se lancer dans une carrière d'intermittent du spectacle ; Gérard Delos se passionne pour la guitare et la chanson française.

Mais, fort de son expérience, il décide de réaliser une idée qui lui tient à cœur : se lancer dans la conception d'un parapluie révolutionnaire.

Le 1^{er} août 2001 il crée sa propre entreprise : DELOS France.

S.A.R.L. de production et vente de parapluies, DELOS France va développer un nouveau concept : le parapluie carré.

LE CANTAL

Situé au coeur de l'Auvergne, le Cantal est un pays de vallées glaciaires, de montagnes et de pierres. C'est un carrefour d'influences : Saint-Flour et sa majestueuse cathédrale, Aurillac et son célèbre Festival de Théâtre de Rue. Le Cantal, au profil méditerranéen, à la luxuriante végétation, est un territoire vibrant au coeur de l'Europe.

L'industrie du parapluie en France

Avec l'invasion progressive des parapluies d'Extrême-Orient, bas de gamme mais bon marché, la France ne compte plus que quelques fabricants qui se positionnent sur le marché haut de gamme. Aurillac (15), au coeur de l'Auvergne, capitale française de cette industrie, assure en 2002 une production de l'ordre de 500 000 parapluies par an, soit près de 50% de la production nationale.

Les entreprises aurillacoises sont issues, pour la plupart, de vieilles sociétés familiales. Face à l'arrivée massive du parapluie d'Extrême Orient sur le marché, la santé de ces sociétés est vacillante et malgré des tentatives de restructuration, de diversification, certaines ont dû cesser leur activité.

Celle qui restent fonctionnent aussi grâce à une part de leur production délocalisée en complément de leur propre fabrication.

De plus, les parapluies haut de gamme produits au sein de ces sociétés, respectent une méthode de fabrication traditionnelle, un savoir-faire artisanal ancien, de qualité, mais peu innovant. Les avancées technologiques sont lentes et les «chercheurs créateurs» peu nombreux.

A titre d'exemple, le parapluie pliant n'est fabriqué à Aurillac que depuis les années 70. Cette méthode de fabrication semi artisanale grève les coûts de production.

Même si l'on se place sur ce niveau de marché «haut de gamme», la concurrence asiatique est aussi très importante car l'Extrême Orient ne fabrique pas seulement du parapluie bas de gamme et bon marché, mais aussi du parapluie de qualité à l'image de celui

qui peut être issu de la fabrication française traditionnelle.

En outre, la rude concurrence sur le marché français entre ces sociétés familiales, jumelée à l'introduction de l'importation asiatique, n'a pas permis de conserver la fabrication des éléments de base constitutifs du parapluie.

C'est tardivement que les trois entreprises aurillacoises, face à la très forte récession du marché, ont créé un G.I.E. porteur de la marque commune « L'Aurillac », en 1997. Ce Groupement vise exclusivement des produits haut de gamme.

Ces entreprises ont alors positionné le parapluie en tant qu'accessoire de mode. Mais très rapidement, elles se sont aperçues que la mode avait une faible incidence sur les ventes, car ce produit est perçu comme un « accessoire utilitaire de protection contre la pluie ».

Tous ces facteurs ne poussent guère à l'innovation. C'est pourtant dans ce contexte que Gérard Delos va choisir de régénérer le haut de gamme avec un nouveau concept produit : le Carré Delos™.

La naissance d'un projet ...

« J'avais envie depuis longtemps de concevoir un parapluie qui règle tous les problèmes que rencontrent aujourd'hui les parapluies dits traditionnels : l'eau qui s'infiltré par les coutures, les ennuis avec les ressorts et le service après-vente sans cesse surchargé ». Gérard Delos

Le facteur déclenchant

Invité à un meeting aérien au Bourget, Michelin avait pour objectif d'avoir une présence télévisuelle par le biais d'hélicoptères filmant une foule s'abritant sous des parapluies publicitaires faisant apparaître l'intégralité du Bibendum.

Un appel d'offre est lancé aux trois fabricants auvergnats. Pour des raisons de délais trop courts et d'impossibilité technique, les trois sociétés n'ont pu faire une offre adaptée à la demande de la Manufacture.

Frustré personnellement de cet échec, Gérard Delos, Directeur de production de DABLIN S.A., pense qu'une réorganisation de la chaîne de production et une forme plus simple de parapluie auraient été en adéquation avec les attentes de l'Entreprise Michelin.

Gérard Delos, conscient des faiblesses techniques et de la banalité du parapluie dit « classique », se penche sur ce produit et ce milieu qu'il connaît si bien.

Son défi est de proposer un objet original et de qualité afin de rehausser l'image du parapluie français et de lui donner un second souffle.

Carré DELOS™ en pratique

Delos France : S.A.R.L. créée le 1^{er} août 2001 par Gérard Delos à Aurillac (15)
Spécialisée dans la production et vente de parapluies brevetés

Chiffre d'affaires 2003 : 183.000 € avec 5 000 parapluies vendus

Prix d'un Carré Delos™ : entre 56 et 70 €

Personnalisable, il peut se décliner en cadeau d'entreprise et objets publicitaires

Site internet : www.delos-france.com

Les objectifs du projet

1- Reproduire l'intégralité d'un visuel sur le parapluie

Les annonceurs désirent toujours avoir la surface d'affichage la plus grande possible. Reproduire un visuel sur un parapluie n'est pas évident.

En effet, il est difficile, et très coûteux, de prévoir avec précision la largeur des coutures. Le parapluie nécessite un assemblage de pointes de tissu (*de 8 à 16 pour la forme classique octogonale*).

Cette difficulté disparaîtrait avec une couverture composée d'une seule et même pièce de tissu.

Il serait alors possible d'imprimer à plat, en une seule fois, les motifs désirés.

2- Changer l'image du parapluie...

Gérard Delos souhaite modifier l'image de ce produit qui reste considéré comme un achat utilitaire, même en tant qu'accessoire de mode.

De plus, il a l'idée d'imprimer des créations d'artistes, de styles divers ou non, sur la toile.

Ainsi, il transforme la rue en galerie d'art et les jours de pluie sont égayés des envolées d'oiseaux de Léonard ou des guinguettes de Renoir.

... et créer une pièce unique

Souvenir, sourire d'enfant, fête de famille : à partir d'une simple photo, il est possible de réaliser un modèle unique.

Il bénéficie des mêmes qualités de conception et de fabrication que le reste de la gamme.

Le Carré Delos™ « unique » va devenir accessible à tous..

3- Résoudre le problème du service après-vente

Le service après-vente n'est pas un marché rentable pour l'industrie du parapluie de qualité (*environ 10 € la réparation*).

Le client peut s'orienter pour un prix similaire vers l'achat d'un parapluie asiatique bas de gamme (5 €), voire d'un parapluie jetable (*moins de 1 €, durée de vie : 24 heures*)...!!

Dans l'ancienne entreprise où exerçait Gérard Delos, DABIN S.A., deux personnes travaillaient à temps plein sur la réparation des parapluies de tous types.

La majeure partie des réparations concernait presque toujours la casse du système de brins (baleines).

Il était donc préférable que le client puisse commander les pièces détachées pour les changer lui-même. Gérard Delos conçoit alors l'idée d'un parapluie démontable et, à ce titre, facilement réparable.

Le Carré Delos™

Le Carré Delos™ est un concept de parapluies et ombrelles carrés, modulables, démontables et personnalisables. C'est un produit novateur au design inédit.

- La couverture composée d'une seule pièce de tissu, sans coutures, permet une étanchéité totale.
- Elle est en tissu, 100 % polyester, enduite au Téflon, d'une imperméabilité maximum (180 à 200 Schmerber), résistance aux U.V. (rapport n° LYC 1233 de l'Institut Français du Textile et de l'Habillement selon la norme AS/NZS 4399- : 1996) .
- La forme carrée est un design original. Certes les Chinois en fabriquent depuis des siècles. Ce n'est pas la forme qui est innovante mais ce qu'elle permet : elle traduit un positionnement marketing dans le domaine du design français et européen, et de l'innovation.
- Avec cette couverture carrée, on peut imprimer un visuel à plat avec la technique de sublimation et la possibilité de varier les motifs.
- Les éléments constitutifs du parapluie ont été conçus pour permettre au client de personnaliser, monter, démonter lui-même, en quelques secondes, sans outillage particulier, son parapluie acheté en kit.. Un gain de simplicité, d'utilisation et de poids (350 g.).
- Les brins (baleines) principaux s'équilibrent automatiquement de façon stable contre la couverture, en configuration ouverte.
- Il est également muni d'un système anti-retournement des plus efficaces. Le parapluie peut se retourner au vent mais reprend sa forme initiale, sans se casser, il suffit de le replier simplement..



- Les pièces défectueuses peuvent être remplacées isolément. Le service après-vente se limite à la vente de pièces détachées que le client va monter lui-même par simple vissage.
- On peut modifier à son aise les éléments qui le composent (*poignée, couverture, mât, baleine, ...*), puisque les accessoires sont interchangeables. C'est un assemblage de quatre éléments : poignée, mât, système de brin et couverture, que le client peut choisir séparément. On peut ainsi personnaliser son parapluie ou son ombrelle en l'accordant même avec sa tenue du jour !

Les premiers pas du Carré Delos™

Avec un prix oscillant entre 60 et 80 € ce sont plus de 2 500 exemplaires qui étaient vendus, 5 mois après le lancement de la marque.

Grâce à ce produit innovant, il a permis à la capitale française du parapluie (Aurillac) de se relancer sur un marché devenu fortement concurrentiel, envahi par la production asiatique.

Le site commercial, www.delos-france.com, lancé dans le même temps, connaît lui aussi rapidement le succès et bientôt la boutique on-line enregistre des commandes de l'ordre d'un parapluie par jour.



Des qualités techniques brevetées

Gérard Delos a fait appel à un Cabinet de Conseil en propriété industrielle pour déposer, à titre personnel, un brevet, en France, le 1^{er} août 2000, pour les 20 années à venir.

L'invention concerne le secteur technique des parapluies, ombrelles et analogues, et plus précisément, l'impression de la couverture qui peut se faire à l'unité.

Le procédé d'impression est caractérisé par une opération d'impression numérique sur papier transfert et de calandrage à chaud, qui peut se faire à l'unité.

Le brevet protège de manière générique la modularité et la possibilité de personnalisation du Carré DelosTM, ainsi que les propriétés spécifiques telles que le dispositif d'auto-équilibre des brins et la couverture faite d'une seule pièce.

Cette protection s'étend sur quatre critères quels que soient :

- Le nombre de brins (*multiple des nombres premiers de 1 à 10*)
- La configuration de la toile (*triangulaire, carrée, rectangulaire, ...*)
- La nature de la protection (*ombrelles, protège-vent, parasols, etc.*)
- Les matériaux utilisés

Il a étendu le dispositif de protection de son produit en déposant un brevet européen, valable 20 ans.

- **Son incroyable innovation a permis à Gérard Delos de figurer au Grand Guide des Inventions des Éditions Laffont et de remporter 2 médailles d'or aux Concours Lépine 2001 et 2004.**
- **Le prix de l'innovation lui a été décerné durant la Nuit des Métiers à Aurillac.**

La rue se transforme en galerie d'art

Les parapluies noirs feront désormais le bonheur des antiquaires !

Les innovations techniques n'ont pas pour autant fait oublier à Gérard Delos de soigner l'esthétique et le design.

En effet, il a su convaincre des artistes contemporains comme Hassan Massoudy (*calligraphe*), Lucienne Thuliez (*Meilleur Ouvrier de France en peinture sur soie*), Léonard, etc.... de céder des droits sur certaines de leurs créations pour animer ses parapluies.

D'autres motifs sont issus de toiles d'artistes de renom tels que Monet, Van Gogh ou Renoir.

Ce sont désormais des œuvres d'art qui défilent dans les rues au moindre signe de pluie,... mais aussi de beau temps, avec les ombrelles !!!

Le Carré Delos™ a un fort potentiel dans le milieu de la haute couture, laissant le champ libre aux créatifs pour personnaliser le parapluie et la gamme d'éléments qui le compose.

C'est, entre autre, pour pouvoir approcher ces créatifs de mode que Gérard Delos a refusé de distribuer son produit à grande échelle via l'émission télévisuelle « TÉLÉ-ACHAT ».



Le Carré Delos™, stratégie commerciale

Le Carré Delos™ est commercialisé par une trentaine de magasins spécialisés au niveau national. Gérard Delos a également fait le choix d'être présent sur des Salons et expositions pour présenter les particularités du Carré Delos.

Carré Delos™, outil événementiel

3 au 7 juin 2004 :

Rassemblement de camping-car
Aurillac

13 juin 2004 :

Fête du Parapluie - Aurillac

17 au 21 juin 2004 :

Concours Inventeurs & Robotique
Yssingaux (43)

17 & 18 juillet 2004 :

Concours du fromage saint-nectaire
Egliseneuve d'Entraigues (63)

29 au 2 août 2004 :

Salon des Inventeurs - Vieux Boucau

12 au 16 août 2004 :

Salon de Métiers d'Art - Pontalier

19 au 23 août 2004 :

Salon de Métiers d'Art - Meymac (19)

3 au 13 septembre 2004 :

Foire Internationale
Clermont-Ferrand

16 au 20 septembre 2004 :

Foire d'Aurillac

30 septembre au 3 octobre 2004 :

Salon des Métiers d'Art Dijon (21)

8 au 11 septembre 2004 :

Artisanales de Chartres

5 au 14 novembre 2004 :

NîmAgine - Salon des Métiers d'Art

19 au 22 novembre 2004 :

Salon des Métiers d'Art
Les Automnales de LYON

26 au 28 novembre 2004 :

Salon de Métiers d'Art - Orléans

30 novembre au 24 décembre 2004 :

Marché de Noël - Parvis de la Défense

8 au 12 décembre 2004 :

Salon des Métiers d'Art
Carrousel du Louvre

Et demain sous la pluie ... ?

Nouvelle taille

Actuellement, Gérard Delos met au point un grand modèle de parapluie de 1,03 mètre.

Une communication efficace

Le Carré DelosTM, véritable outil de communication événementielle, offre la possibilité de reproduire intégralement des visuels, des affiches, des logos, des créations ponctuelles, et devient le support idéal et innovant des actions de communication commerciale, sportive ou culturelle.

Delos France a choisi de proposer une gamme originale, élégante et évoluant en permanence.

Le Carré DelosTM est hautement personnalisable, ses applications sont nombreuses, le défi est de s'acheminer vers un programme « One to One ».

Gérard Delos a noué au niveau de la distribution des contacts en France et à l'étranger, notamment en Belgique et au Japon.

Présent sur les plus grands Salons nationaux et internationaux tout comme sur les manifestations régionales, le Carré DelosTM a la volonté de faire découvrir une autre « **relation à la pluie** » où originalité, élégance, charme et haute technicité se conjuguent harmonieusement.