



La marque DECOPIERRE[®] présente sa **nouvelle identité**, un geste fort à l'aube de ses **15 ans**.

DECOPIERRE[®], leader de la décoration murale façon pierre, renforce son image et dévoile en avant-première sa toute nouvelle identité visuelle, officiellement diffusée en mars prochain. Cette phase essentielle dans le développement de la marque est la preuve qu'après 15 années de succès, sa capacité d'innovation et son niveau d'exigence demeurent intactes. Résolument tournée vers l'avenir, DECOPIERRE[®] reste fidèle aux valeurs qui ont forgées son histoire : confiance, authenticité, proximité et intemporalité.

Un nouveau logo mais un même ADN

Ce nouveau logo est une étape-clé dans l'histoire de la marque DECOPIERRE[®]. Il a vocation à rassembler et unifier les équipes régionales autour d'un concept unique porteur d'un même message, d'un même état d'esprit.

La marque DECOPIERRE[®] capitalise sur des éléments forts de son identité :

- La lettre « D », désignant la dimension artistique du métier, conserve sa forme manuscrite. Utilisée seule, elle symbolise le savoir-faire manuel des compagnons décorateurs, telle une signature apposée par un artiste sur son œuvre.

- Le nom de la marque évolue dans un style contemporain, dont l'épaisseur du lettrage lui confère stabilité, caractère et durabilité.
- Le trio orange / blanc / noir gagne en modernité et en élégance grâce à des couleurs retravaillées.
- La baseline « L'art de créer la pierre. » traduit l'authenticité et la noblesse des matériaux utilisés tout en délivrant un message inspirant : les artistes DECOPIERRE[®] sont des créateurs de revêtements innovants et sur-mesure, avec un choix illimité de styles, de couleurs, du traditionnel au contemporain, et donc propre à chaque client.

C'est sur cette volonté de réaffirmer l'idée d'un travail artistique et de décoration que le logo a été repensé.



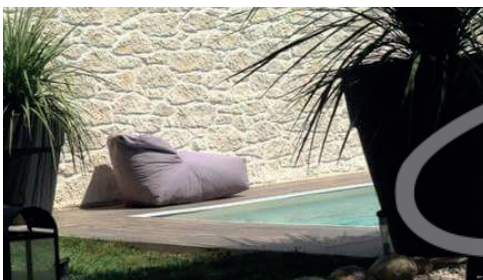
Aperçu des collections DECOPIERRE®

Notre métier évolue, nous aussi

La refonte d'identité visuelle fait écho aux ateliers de travail collaboratifs menés avec des experts en communication et aux tests d'image réalisés auprès d'une cible professionnelle à développer : prescripteurs, architectes, bureaux d'études, économistes de la construction, collectivités, etc.

Porté par l'objectif d'affirmer une marque nationale fédératrice, DECOPIERRE® a réuni son réseau de 26 concessionnaires fin novembre 2018 lors d'une réunion stratégique. L'annonce officielle du logo a reçu un accueil enthousiaste et donc favorable.

« 2019 était toute indiquée pour marquer une ère de renouveau et pour consolider notre place de référence sur le marché de la décoration murale façon pierre. La refonte de notre site Internet, la croissance encourageante chez nos partenaires, le déploiement national et international de la marque et bien entendu, nos 15 ans d'existence ont fini de convaincre notre réseau de l'opportunité de se moderniser », commente son Président, Hervé Grumeau. « Notre développement se porte dès à présent sur le marché BtoB, qui exige un accompagnement haut de gamme et technique, que nous sommes capables de lui apporter. »



Une nouvelle identité au service du développement réseau

Fort de ce nouveau logo, le réseau DECOPIERRE® matérialise sa dynamique et ses valeurs fondamentales : positionnement premium, expertise, savoir-faire artistique et technicité.

DECOPIERRE® consolide sa position de leader national sur le marché de la décoration murale façon pierre grâce à la cohésion et l'expérience de ses partenaires. Associée à l'originalité de son concept, la marque dispose d'une valeur ajoutée incomparable : son implantation géographique. Ce maillage national lui permet de répondre à des projets de grande envergure ou d'enseignes multi-sites. La quarantaine de boutiques franchisées « Amorino » réalisées - dont 2 en Angleterre - révèle le potentiel d'un marché professionnel en recherche d'une solution technique, originale et esthétique.

En dehors du déploiement international amorcé depuis quelques années, la France compte encore quelques départements « sans concessionnaire fixe ».

Avec la sortie en mars prochain du nouveau site Internet et les outils de communication à venir, la nouvelle identité visuelle de DECOPIERRE® sera fièrement incarnée par son réseau d'ici fin 2019.



À propos

En bref et en chiffres

La marque DECOPIERRE[®] a été créée en 2004. L'enseigne française est leader sur le marché du revêtement mural sculpté façon pierre, grâce à son procédé unique à base de chaux naturelle et de poudre de marbre. Elle est représentée sur tout le territoire français par son réseau de 26 concessionnaires exclusifs, formés et agréés DECOPIERRE[®].

- Site de Production : 2600 m² et 8000 m² de foncier
- 1 laboratoire R&D, 1 centre de formation
- 26 concessionnaires en France
- 22 showrooms et 350 collaborateurs
- 12 Master Pays
- C.A. 2018 : 18 millions d'euros

DECOPIERRE[®] est une marque du Groupe VEGA, créé en 1989. Fabricant français de produits de restauration du patrimoine pour les professionnels de la façade, le Groupe oeuvre également pour les projets neufs avec des enduits traditionnels. Son réseau de 5 agences intégrées commercialise les marques Vega Industries[®], St. Cal[®] et Edipierre[®].

CONTACT PRESSE

Agence DMA

Mélanie Lecardonnel

melanielecardonnel@agencedma.fr

+33 (0)1 30 70 68 89

www.agencedma.fr

Pôle Communication et Marketing

Marina Benoit-Barnet

mbenoit@groupevega.fr

+33 (0)6 15 72 00 09

www.decopierre.fr

