

« Voulez-vous coucher avec moi, ce soir ? » Dunlopillo mêle impertinence et univers rétro dans sa nouvelle campagne de publicité

Plus de 2 ans après sa dernière prise de parole en télévision, la marque iconique de literie française s'affiche dans le métro parisien du 15 au 21 novembre 2023. Une campagne dans la droite lignée de ses précédentes créations : coquine, impertinente et plongée dans un univers vintage qui éveillera la nostalgie des aficionados de Dunlopillo !

Plongez dans l'univers Dunlopillo

L'accroche « **Voulez-vous coucher avec moi, ce soir ?** » donne le ton. Cette référence résonne pour tous ! Dunlopillo s'est toujours montrée impertinente, elle l'est encore et toujours avec sa nouvelle campagne !

Pour accueillir ce clin d'œil coquin, **Dunlopillo assume un univers vintage à souhait avec ses codes graphiques rétro**, hommage aux anciennes affiches retrouvées dans les archives Dunlopillo lorsque le groupe Finadorm a racheté l'entreprise en 2020 !

En arrière-plan, une succession de photos d'hommes et de femmes « vus du ciel » les montre couchés dans toutes les positions. Ils interpellent : « *voulez-vous couchez avec moi, ce soir ?* » sonne comme une invitation à les rejoindre. Impertinent on vous a dit ! **Quelle que soit la position, la baseline reste la même : Dormez comme vous aimez !**



Historique de cette campagne

Les équipes ont travaillé durant deux ans sur sa plateforme de marque pour retrouver l'identité de Dunlopillo. En s'appuyant sur son histoire, ses savoir-faire, ses technologies, mais aussi ses publicités et publications passées, elles ont renoué avec l'esprit Dunlopillo : une audace et une liberté de ton chères à cette marque.

Une cocréation originale

Pour réaliser ces visuels, l'entreprise a pu compter sur l'amitié de **Jacques Séguéla**, qui a su mettre en images et en mots l'esprit Dunlopillo. Le développement de la campagne s'est poursuivi en s'appuyant sur les compétences internes, au plus près de l'identité de

la marque, une démarche fidèle aux valeurs de l'entreprise Dunlopillo et de son Groupe Finadorm.

Un dispositif sur mesure pour accompagner le retour de la marque

L'agence Anacrouse, à la manœuvre pour le déploiement média, on retrouvera les affiches de cette campagne déclinées en « Massif couloirs » du métro parisien du 15 au 21 novembre 2023 à l'occasion du salon Esprit Meuble, le rendez-vous des professionnels de l'ameublement, qui donne la tendance commerciale 2024. La campagne sortira également en insertion dans la presse professionnelle, partenaire de choix pour soutenir l'identité de marque de Dunlopillo sur cette période.



Thierry Preschoux, Directeur Commercial et Développement produits déclare avec enthousiasme : « Cette campagne moderne, créative et audacieuse est représentative de l'esprit Dunlopillo. Elle signe le grand retour de la marque et vient confirmer notre volonté de consolider sa place de référent sur le marché dynamique de la literie. Avec cette création, nous sommes convaincus de toucher le cœur de nos clients qui seront heureux de retrouver Dunlopillo ! »

Informations lecteurs

<https://dunlopillo.fr/>
01 30 98 77 50



Contact presse

Mia Bertier
06 43 78 09 10
m.bertier@finadorm.com

A propos de Dunlopillo

Marque de literie préférée des Français, Dunlopillo fabrique avec passion 100% de ses produits en France depuis 1932 ! Chaque jour, Dunlopillo s'attache à offrir à tous, le meilleur des confort en fabriquant des matelas avec des produits de qualité en France, dans les Yvelines. Dunlopillo, c'est aussi un état d'esprit décalé, impertinent et un univers vintage intemporel. Son mot d'ordre : dormez comme vous aimez ! Dans toutes les situations, pour toutes les générations.

Dunlopillo en chiffres

- 110 000 matelas fabriqués chaque année
- Collection de 14 matelas
- Disponible dans plus de 800 points de vente
- 11 millions d'euros de CA en 2022
- Index de l'égalité professionnelle femmes/hommes de 94/100

A propos de Finadorm

Dunlopillo est une entreprise du Groupe Finadorm, fondé en 1984 par Jean-Rémy Bergounhe alors menuisier et fabricant de sommiers à lattes. Il développe sa petite entreprise et dès 1993 commence à confectionner des matelas, première activité du groupe Finadorm qui, grâce à de la croissance externe, rassemble aujourd'hui une

dizaine d'entreprises. Elles couvrent les secteurs de la production de literie (Dunlopillo et Le Sommeil Français avec les marques Technilat et Biotex), de la distribution de literie (La Compagnie du Lit et France Literie), de l'habitat de loisirs (avec Sunshine Habitat), de la Petite Enfance (Mathou, Loxos) et de la Construction bois (Sicob). Chacune de ces entreprises provient à l'origine du travail artisanal du bois et crée des produits durables et utiles au bien-être de tous. Elles cultivent toutes cette énergie et cet esprit de bâtisseurs.

Finadorm en chiffres :

- Fabrication 100% française
- 1200 salariés
- 250 millions de chiffre d'affaires 2022
- 13 sites de production
- 200 points de vente (dont 70 succursales)